



PRAXIS-SEMINAR  
27. APRIL 2016  
OFFENBACH BEI FRANKFURT/MAIN

# HWG UND PUBLIC RELATIONS – HERAUSFORDERUNG, MÖGLICHKEITEN UND GRENZEN

*Healthcare-PR: Rechtlicher Rahmen, Pflichten und Spielraum in der Praxis*



**Rain Yvonne Martins**

Deputy Associate Vice President Legal  
Pharmaceutical Operations Germany  
Sanofi-Aventis Deutschland GmbH, Berlin



**Dr. Klaus Schrage**

Geschäftsführung  
Cramer PR im Gesundheitswesen und  
Consultant GmbH, Eschborn/Frankfurt

**Healthcare-PR als wirkungsvolles  
Tool für ein erfolgreiches Marketing**

- *Rechtliche Rahmenbedingungen und Aufbau des HWGs*
- *PR und Werbung – die Unterschiede, die Grundlagen und Instrumente*
- *Was kann PR, was Werbung nicht darf? Wann greift das HWG – wann nicht?*
- *Die Do's und Dont's der Healthcare-PR*
- *Der Kern erfolgreicher Produkt-PR – Fallbeispiele*



**AKADEMIE**  
FÜR FORTBILDUNG  
**HEIDELBERG**



## Das HWG – Hindernis oder Basis für kreative Healthcare-PR?

### SEMINARZIEL

Die rechtlichen Rahmenbedingungen zur Bewerbung von Arzneimitteln, Indikationsgebieten, Darreichungsformen und medizinischen Leistungen sind nicht immer eindeutig und transparent.

Wo in der „klassischen Werbung“ meistens, aufgrund der Reglementierung durch das HWG, relativ schnell Klarheit über die Einsatzmöglichkeiten herrscht, ist im Bereich PR oft nicht klar umrissen, wie weit gegangen werden kann. Häufig ist unklar, welche Rechte und Pflichten gelten. Das HWG lässt hierbei in der PR wesentlich mehr Spielraum und Interpretationsmöglichkeiten zu als in der Werbung – je nach Auslegung.

Der Umgang mit dem HWG bedeutet somit nicht nur die Einhaltung von Grenzen und Verboten, sondern bietet auch Herausforderungen und Möglichkeiten für eine kreative und erfolgreiche Healthcare-PR. Qualität, Transparenz in der Kommunikation zu den Verbrauchern und verantwortungsvoller Umgang mit Informationen stehen hierbei an erster Stelle.

Dieses praxisorientierte Informations- und Diskussionsseminar gibt Ihnen neben einem Überblick über die rechtlichen Rahmenbedingungen ebenso Tipps und Hilfestellungen in deren Umgang, Anwendung und Auslegungsmöglichkeiten:

- HWG als Hindernis oder Herausforderung?
- Welche Unterschiede gibt es zwischen Healthcare-PR und klassischer Werbung?
- Was ist erlaubt – was verboten?
- Wie kommuniziere ich mit den Journalisten?
- Welche strategischen Ansätze greifen am besten?

### PROGRAMM

9.30

**Begrüßung und Einführung**

9.45

**Rechtliche Rahmenbedingungen**

- HWG – Inhalt und Begriffe
- Regelwerke: FSA-Kodex ( AKG)
- Sanktionsmöglichkeiten
- UWG
- Internet
- Meinungsfreiheit

**PR und Werbung**

- Unterschiede
- Strategische Ansätze
- Was kann PR, was Werbung nicht darf?
  - Fallbeispiele und Diskussion
- Ansprache von Fachkreisen und für Verbraucher: Kommunikation und Transparenz
- OTC versus Rx
  - Rechtlicher Rahmen
  - Grenzfälle
  - Fallbeispiele

12.30

**Gemeinsames Mittagessen**

13.30

**Die Do's und Dont's der Healthcare-PR**

- Wie funktioniert PR?
- Wirkaussagen
- Produktinformationen
- Anzeigen und Preetexte – was darf wo und wie kommuniziert werden?
- Kommunikation mit Journalisten – was darf wie weitergegeben werden?
- Fachsprachliche Ausdrücke
- Manipulierende Aussagen
- Bildliche Darstellungen

## REFERENTEN

### *Über den Rand geschaut*

- HWG als Herausforderung für kreative Ideen
- Nutzung sozialer Medien
  - Einschätzungen und Beobachtungen aus der Praxis
  - Strategien

### *Rechtliche Rahmenbedingungen*

ca.

16.30

### *Ende des Seminars*

*Das Seminar wird vor- und nachmittags je für eine Kaffeepause unterbrochen.*

## TEILNEHMERKREIS

Dieses Praxisseminar richtet sich an Fach- und Führungskräfte aus pharmazeutischen und Medizinprodukteunternehmen sowie aus medizinischen Fachverlagen und Beratungs- und Werbeagenturen, insbesondere der folgenden Abteilungen:

- PR
- Recht
- Marketing
- Vertrieb
- Produktmanagement
- Med.-Wiss.

Ebenso angesprochen sind Compliance Officer und Informationsbeauftragte.

### *RAin Yvonne Martins*

*Deputy Associate Vice President Legal  
Pharmaceutical Operations Germany  
Sanofi-Aventis Deutschland GmbH, Berlin*



Frau Yvonne Martins arbeitet seit 1998 als Syndikusanwältin in der Rechtsabteilung der Sanofi-Aventis Deutschland GmbH und betreut in dieser Funktion sämtliche pharma- und wettbewerbsrechtliche Fragestellungen.

Darüber hinaus ist sie bereits seit fünfzehn Jahren als Referentin zum Pharma-Recht aktiv, u. a. als Lehrbeauftragte an der Universität Bonn für den Studiengang „Master of Drug Regulatory Affairs“. Ihre Vorträge zeichnen sich durch besondere Praxisnähe aus und bilden eine Brücke zwischen Theorie und Praxis.

### *Dr. Klaus Schrage*

*Geschäftsführung  
Cramer PR im Gesundheitswesen und  
Consultant GmbH, Eschborn/Frankfurt*



Herr Dr. Klaus Schrage ist seit 20 Jahren im Gesundheitswesen tätig, davon zehn Jahre in leitenden Marketing-Positionen auf Seiten der pharmazeutischen Industrie und seit zehn Jahren als Geschäftsführer einer der führenden Healthcare-PR-Agenturen in Deutschland. Als Marketingverantwortlicher und PR-Consultant kennt er nicht nur den Spagat zwischen Kommunikation und HWG, sondern aufgrund seiner Vita auch die Bedürfnisse bzw. Sichtweise „beider Seiten des Tisches“ sowie die tatsächlichen Umsetzungsmöglichkeiten in den Medienkanälen.

Ob Blockbuster, Orphan Drug oder OTC-Arzneimittel, Dr. Schrage verantwortet mit CGC die Fach- und Laienkommunikation in mannigfaltigen Variationen, eng eingebunden in die juristische Risikobeurteilung und „on demand“ engagiert in der juristischen Auseinandersetzung.

# PROGRAMMHINWEISE

## *Information vs. Werbung Möglichkeiten und Grenzen der Kommunikation bei Rx-Arzneimitteln*

18. Februar 2016, Offenbach bei Frankfurt/Main  
Seminar-Nummer: 16 02 PR543

## *Überzeugend & erfolgreich im Unternehmen auftreten – Karriere-Strategien für Frauen*

1./2. März 2016, Offenbach bei Frankfurt/Main  
Seminar-Nummer: 16 03 BY340

## *Monitoring von klinischen Prüfungen mit Arzneimitteln*

9./10. März 2016, Offenbach bei Frankfurt/Main  
Seminar-Nummer: 16 03 PK150

## *Führen durch motivierendes Feedback – Mitarbeitergespräche zielgenau und empathisch führen*

9./10. März 2016, Offenbach bei Frankfurt/Main  
Seminar-Nummer: 16 03 BY110

## *Pharmakovigilanz – Grundlagenseminar*

26./27. April 2016, Offenbach bei Frankfurt/Main  
Seminar-Nummer: 16 04 PS130

## *„Write it Right“ – Englisch in der Pharmakovigilanz*

10./11. Mai 2016, Berlin

## *Outsourcing & Einsparpotential: Chancen und Risiken bei der Dienstleistungsauswahl für klinische Prüfungen*

15./16. November 2016, Offenbach bei Frankfurt/Main

## *Pharmakovigilanz – Aufbauseminar*

22./23. November 2016, Offenbach bei Frankfurt/Main  
Seminar-Nummer: 16 11 PS131

## *Signal- und Risikomanagement*

24. November 2016, Offenbach bei Frankfurt/Main  
Seminar-Nummer: 16 11 PS140

## HWG UND PUBLIC RELATIONS

ANMELDE-FAX: 06221/65033-29

### ANMELDEFORMULAR

NAME \_\_\_\_\_

VORNAME \_\_\_\_\_

POSITION \_\_\_\_\_

FIRMA \_\_\_\_\_

STRASSE \_\_\_\_\_

PLZ/ORT \_\_\_\_\_

TEL./FAX \_\_\_\_\_

E-MAIL \_\_\_\_\_

NAME DER SEKRETÄRIN \_\_\_\_\_

DATUM UNTERSCHRIFT \_\_\_\_\_

### TERMIN & SEMINARZEITEN

Mittwoch, 27. April 2016  
9.30 – 16.30 Uhr · Registrierung ab 9.00 Uhr

### VERANSTALTUNGORT

ACHAT Plaza Frankfurt/Offenbach  
Ernst-Griesheimer-Platz 7

63071 Offenbach bei Frankfurt/Main  
Tel.: 069/80905-0 · Fax:069/80905-555

Email: [offenbach\\_plaza@achat-hotels.com](mailto:offenbach_plaza@achat-hotels.com)

Bitte berufen Sie sich bei Ihrer **Zimmerreservierung** stets auf die **Sonderkonditionen** des Abruflkontingents der AH Akademie für Fortbildung Heidelberg und beachten Sie, dass das Abruflkontingent **vier Wochen** vor dem Termin abläuft.

### Seminar-Nr. 16 04 PR542 W

### TEILNAHMEGEBÜHR

€ 890,- (zzgl. gesetzl. USt). Die Teilnahmegebühr beinhaltet ein gemeinsames Mittagessen, Seminargetränke, Pausenerfrischungen sowie die Dokumentation.

### SONDERKONDITIONEN

Der zweite und jeder weitere Teilnehmer aus einem Unternehmen erhält einen Rabatt in Höhe von 10 %.

### ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Die Teilnahmegebühr zzgl. gesetzl. Umsatzsteuer ist sofort nach Erhalt der Rechnung zur Zahlung fällig. Stornierungen von Buchungen sind bis zwei Wochen vor Veranstaltungsbeginn gegen eine Bearbeitungsgebühr von € 50,- (zzgl. gesetzl. USt) möglich; bis 1 Woche vor Veranstaltungsbeginn werden 50 % der Teilnahmegebühr, danach wird die volle Teilnahmegebühr fällig. Die Stornoerklärung bedarf der Schriftform. Die Benennung eines Ersatzteilnehmers ist zu jedem Zeitpunkt kostenfrei möglich. Die Kombination von Rabatten ist ausgeschlossen. Bei Absagen durch den Veranstalter wird die gezahlte Gebühr voll erstattet. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen. Gerichtsstand ist Heidelberg.

### AKADEMIE HEIDELBERG VERANSTALTUNGSTICKET

Reisen Sie günstig mit der Deutsche Bahn AG zum Seminar: Von jedem DB-Bahnhof – auch mit dem ICE! Weitere Informationen zu Preisen und zur Ticketbuchung erhalten Sie mit Ihrer Anmeldebestätigung oder sofort unter [www.akademie-heidelberg.de/bahn](http://www.akademie-heidelberg.de/bahn)



### AH Akademie für Fortbildung Heidelberg GmbH

Maaßstraße 28  
D-69123 Heidelberg  
Telefon 06221/65033-0  
Telefax 06221/65033-69  
[info@akademie-heidelberg.de](mailto:info@akademie-heidelberg.de)  
[www.akademie-heidelberg.de](http://www.akademie-heidelberg.de)