

**JAHRESBERICHT
2023**

INHALT

- | | | | |
|-----------|---|-----------|--|
| 3 | Warum wir eine nationale Self Care-Strategie in Österreich brauchen | 18 | Die IGEPHA-Stakeholder-News |
| 4 | Für die Interessen der Self Care-Industrie | 22 | Rückblick: Veranstaltungen 2023 |
| 6 | Eine starke Stimme für die Self Care | 24 | Fachausschuss Regulatory Affairs |
| 8 | OTC-Markt 2023 | 26 | Fachausschuss Kommunikation & Wirtschaft |
| 12 | Auf dem Weg zur Self Care-Strategie: Starke Partnerschaften sind hilfreich! | 28 | Fachausschuss Werbecodex |
| 16 | Auf der Agenda des Jahres 2023 | 30 | Mitgliedsunternehmen der IGEPHA |

WARUM WIR EINE NATIONALE

SELF CARE-STRATEGIE

IN ÖSTERREICH BRAUCHEN

SELF CARE BRINGT JEDER UND JEDEM EINZELNEN VON UNS GROSSE VORTEILE – DAS HABEN ERFREULICHERWEISE INZWISCHEN VIELE MENSCHEN ERKANNT. DASS ABER AUCH UNSER GESUNDHEITSSYSTEM ALS GANZES STARK DAVON PROFITIERT, WENN WIR ALLE MEHR VERANTWORTUNG FÜR UNSERE GESUNDERHALTUNG ÜBERNEHMEN – DIESE TATSACHE IST LEIDER VIELEN NOCH NICHT BEWUSST. DAS HOHE POTENZIAL DER SELF CARE KÖNNTE NOCH VIEL BESSER GENÜTZT WERDEN. DESHALB ENGAGIERT SICH DIE IGEPHA FÜR EINE NATIONALE SELF CARE-STRATEGIE.

WIRD SELF CARE SYSTEMATISCH UND ALLTÄGLICH PRAKTIZIERT, ...

- ... bleibt die Gesundheit länger erhalten,
- ... wird man bei Krankheit schneller wieder gesund und
- ... kann trotz chronischer Erkrankungen eine höhere Lebensqualität erreicht werden.

Um das Potenzial der Self Care in seiner gesamten Fülle zu entfalten, bedarf es einer nationalen Self Care-Strategie. An einer solchen Strategie wird in vielen Ländern gearbeitet.

DIE GLOBAL SELF CARE FEDERATION NANNT IM SELF CARE READINESS INDEX 2.0 VIER SCHLÜSSELFAKTOREN FÜR EINEN STRATEGISCHEN ZUGANG ZUR SELF CARE:

- Stakeholder Support und Engagement,
- Empowerment für Konsument:innen und Patient:innen,
- Self Care-Gesundheitspolitik sowie
- günstige regulatorische Rahmenbedingungen.

In Großbritannien und Australien wurden Blue Prints für Self Care veröffentlicht, die Empfehlungen für die Verankerung von Self Care-Prinzipien in den nationalen Gesundheitssystemen enthalten.

FÜR ÖSTERREICH LASSEN SICH DARAUS FOLGENDE MASSNAHMEN ABLEITEN:

- Gemeinsam mit anderen Stakeholdern wird Interesse für das Thema Self Care geweckt.
- Regierung und Politik werden für eine Stärkung der Self Care gewonnen.
- Die Gesundheitskompetenz der Bevölkerung wird verbessert – und zwar nicht nur individuell und punktuell, sondern ganz systematisch.

- Der Bevölkerung werden zudem zuverlässige und qualitativ hochwertige Gesundheitsinformationen zur Verfügung gestellt, um sie bei ihren Self Care-Aktivitäten zu unterstützen.
- Wissensvermittlung über Self Care wird grundlegend in die Ausbildung von Gesundheitsdienstleister:innen einbezogen.
- Durch Anreize für Switches werden mehr Wirkstoffe für die rezeptfreie Verwendung bereitgestellt. Dadurch wird der Zugang zu Self Care-Produkten erleichtert.

Self Care findet in Österreich schon jetzt täglich und ganz selbstverständlich statt. Gesundheitsökonom Prof. Dr. Uwe May und Politikwissenschaftlerin Cosima Bauer, M. A., berechneten, dass in Österreich rund 28,6 Millionen Mal pro Jahr Arztbesuche durch Self Care ersetzt werden. Dadurch werden wertvolle ärztliche Ressourcen für ernste Krankheitsfälle freigespielt.

Self Care kann in Zukunft noch viel öfter dazu beitragen, dass die Menschen in Österreich länger gesund bleiben oder schneller gesund werden. Arbeiten wir gemeinsam daran!

FÜR DIE
INTERESSEN
DER SELF CARE-INDUSTRIE

**DIE IGEPHA ENGAGIERT
SICH FÜR GUTE
RAHMENBEDINGUNGEN
IN DER SELF CARE**



2023 LAG FÜR DIE SELF CARE-INDUSTRIE MIT DER REVISION DES EU PHARMA-LAW EIN KONTROVERS DISKUTIERTES THEMA AUF DEM TISCH. SO SEHR DIE MODERNISIERUNG UND AKTUALISIERUNG DES EUROPÄISCHEN RECHTSRAHMENS FÜR ARZNEIMITTEL BEGRÜSST WIRD, SO BEDAUERLICH SIND DIE UNZULÄNGLICHKEITEN IM VORGELEGTEÄNÄNDERUNGSVOR-SCHLAG. DURCH DIESE SIND NACHTEILE IN DER VERSORGUNG DER BEVÖLKERUNG MIT BEWÄHRTEÄN OTC-ARZNEIMITTELN ZU BEFÜRCHTEN.

IGEPHA und AESGP befassten sich eingehend mit den Konzepten der EU und gaben in 2023 wiederholt kritische Stellungnahmen ab. Un-

ter anderem wurde darauf hingewiesen, dass die im EU-Entwurf enthaltene Verschreibungspflicht für Virostatika und Antimykotika keine wirkungsvolle Maßnahme gegen antimikrobielle Resistenzen bietet. Ebenso wenig ist sie dazu geeignet, ein Umweltrisiko zu mindern. Eine Rezeptpflicht würde zudem die Zugänglichkeit zu Self Care-Produkten stark einschränken, was erhebliche Nachteile für die rasche und qualitativ hochwertige Gesundheitsversorgung der Bevölkerung bedeuten würde.

Im Zuge dessen erging noch vor Jahresende ein Schreiben der IGEPHA an unterschiedliche Entscheidungsträger:innen auf nationaler wie internationaler Ebene, so auch an den österreichischen Bundesminister für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz, Herrn

Johannes Rauch. Ihn baten wir eindringlich um ein klärendes Gespräch zum von der EU vorgelegten Variationsrahmenwerk für Arzneimittel. Die Self Care-Industrie fordert weiters Verbesserungen in der Arzneimittelgesetzgebung hinsichtlich Switches: Vorgeschlagen werden Änderungen der Rahmenbedingungen, um Anreize für Switch-Projekte zu schaffen.

UMWELTRISIKEN

Diskutiert wurde außerdem über die Umweltrisikoeinschätzung für Wirkstoffe. In unseren Stellungnahmen wiesen wir darauf hin, dass Produktdossiers im Zulassungsverfahren bereits seit 2006 ohnehin schon hohen Umweltstandards unterliegen. Es bestehen Bedenken, dass die nationalen Behörden jetzt den Umwelteinfluss von Produkten unterschiedlich

beurteilen könnten, was den freien Warenverkehr stark behindern würde. Auch setzt sich die IGEPHA dafür ein, dass Studien nicht unnötig mehrfach durchgeführt werden müssen, möglicherweise von jedem Wirkstoffherstellenden extra. Dies gilt es, vor allem mit Hinblick auf Tierversuche, die ja so selten wie möglich eingesetzt werden sollen, zu verhindern.

ABWASSERRICHTLINIE

Enorme Belastungen kommen ebenfalls auf die Self Care-Industrie zu, wenn die kommunale Abwasserrichtlinie wie geplant umgesetzt werden sollte. Vorgeschlagen wurde 2023 eine vierte Reinigungsstufe zur Reduktion von Mikroverunreinigungen in Kläranlagen, die über ein neu eingeführtes System der „Erweiterten Produzentenverantwortung“ finanziert werden soll. Diese Produzentenverantwortung soll zunächst von zwei Industriezweigen übernommen werden, nämlich von Herstellenden von Humanarzneimitteln und von Kosmetikprodukten. IGEPHA und AESGP wiesen gemeinsam die auf EU-Ebene zuständigen Stellen darauf hin, dass Mikroschadstoffe aus vielen Quellen in das Abwasser eingebracht werden und keineswegs Herstellbetriebe von Humanarzneimitteln und Körperpflegeprodukten als hauptverursachende Quellen allein zur Verantwortung gezogen werden können. Befürchtet werden immense Kosten für die Arzneimittel- und Kosmetikindustrie. Darum appellierte die Self Care-Industrie an die EU-Vertreter:innen, die geplanten Maßnahmen kritisch zu überdenken.

SCHREIBEN AN DEN BUNDESKANZLER

Auch auf nationaler Ebene wurde die IGEPHA in diesem Fall tätig: In einem Schreiben an mehrere Stakeholder aus Politik und Verwaltung, als dessen prominentester Adressat Bundeskanzler Karl Nehammer, MSc., zu nennen ist, wiesen wir darauf hin, wie wichtig uns als Self Care-Interessengemeinschaft Maßnahmen zur Reduzierung schädlicher Mikroverunreinigungen sind. Wir betonten dabei, dass wir ebenso wie unsere Mitglieder uns unserer Verantwortung auf diesem Gebiet voll bewusst sind. Gleichzeitig erinnerte die IGEPHA aber auch an die gesamtgesellschaftliche Verantwortung in diesem Fall.

Zu bedenken gaben wir vor allem, dass die Belastung der Herstellbetriebe von Arzneimitteln und Kosmetika durch immense und – wie es im Moment aussieht – zeitlich unbefristete Zusatzkosten negative Auswirkungen auf ein erklärtes Ziel der EU insgesamt wie auch unseres Landes hätte: Nach den Erfahrungen der letzten Jahre ist es wichtiger denn je, den Pharmastandort Europa zu stärken. Durch die alleinige Kostenabwälzung auf die genannten Sparten wird aber dieser Ansatz konterkariert, ja sogar die umfassende Versorgung der Mitgliedsstaaten mit Arzneimitteln gefährdet. Dies baten wir den Bundeskanzler bei den Überlegungen für die weiteren Verhandlungen zu überdenken.

IGEPHA-MITGLIEDER FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT

Neben diesen kritischen Auseinandersetzungen mit den Weichenstellungen auf EU-Ebene widmeten wir 2023 dem Thema Nachhaltigkeit viel Aufmerksamkeit.

So fand auf LinkedIn eine Präsentation vorbildlicher Klimaprojekte der IGEPHA-Mitgliedsbetriebe statt. Lob gebührt allen, die in den Klimaschutz investieren und grüne Lösungen in die Tat umsetzen.

Über wichtige Nachhaltigkeitsthemen, speziell aus dem Blickwinkel der Self Care-Industrie, informiert wöchentlich der IGEPHA-Newsletter, die wichtigsten Nachhaltigkeitsinfos findet man zudem im IGEPHA-Membersbereich auf der IGEPHA-Website. So halten wir Sie immer aktuell auf dem Laufenden.

Und das tun wir auch weiterhin gerne, etwa über unsere vielen Projekte, die wir für 2024 wieder geplant haben. Schaffen wir gemeinsam bessere Rahmenbedingungen für die Self Care in Österreich!



Mag. Mirjana Mayerhofer
Präsidentin der IGEPHA



EINE STARKE STIMME

FÜR DIE SELF CARE

ES IST ERNTEZEIT: JETZT KANN DIE IGEPHA DIE FRÜCHTE IHRER JAHRZENTLANGEN ERFOLGREICHEN ARBEIT EINBRINGEN - IN FORM VON NUN SCHON SEIT JAHREN KONTINUIERLICH ANSTIEGENDER MITGLIEDERZAHLEN. DIE IGEPHA IST ZUDEM ALS INTERESSENVERTRETUNG DER SELF CARE-INDUSTRIE NATIONAL UND INTERNATIONAL ANERKANNT, STAKEHOLDER SCHÄTZEN UNSERE EXPERTISE ZUR MENSCHENZENTRIERTEN GESUNDHEITSVERSORGUNG.

Durch Formate wie Kamingsgespräche, Podcast, Blog und Informationsaustausch auf digitalen Plattformen wie LinkedIn ist die IGEPHA nicht nur für einflussreiche Entscheidungsträger:innen und Partner:innen im Streben nach einer nachhaltigen Verankerung der Self Care im österreichischen Gesundheitssystem zu einer festen Größe geworden. Sie erreicht zudem auch große relevante Zielgruppen in der Bevölkerung: So brachte die IGEPHA die Standpunkte der Self Care-Industrie 2023 in mehr als 200

Postings auf LinkedIn, Twitter (X) und XING in die öffentliche Diskussion ein. Speziell auf LinkedIn konnte durch einen noch professionelleren Auftritt die Zahl der Impressions, Likes und Kommentare deutlich gesteigert werden.

2023 erzielten die IGEPHA-Postings auf LinkedIn mehr als 80.000 Impressions (2022: ca. 57.000) und mehr als 2.000 Likes (2022: ca. 1.400 Likes). Die Zahl der Kommentare stieg um mehr als 100 auf 178. Dies alles weist klar darauf hin: Die Awareness für Self Care-Themen ist so hoch wie nie zuvor.

FLATRATE FÜR FORTBILDUNGEN ALS ERFOLGSGESCHICHTE

Zu den großen internen Erfolgen des Jahres 2023 zählte die neue Flatrate für die Teilnahme an IGEPHA-Veranstaltungen.

2022 hatte die IGEPHA-Mitgliederversammlung grünes Licht für ein innovatives Projekt gegeben: Die Teilnahmegebühr für IGEPHA-Seminare und Workshops wurde in den jähr-

lichen Mitgliedsbeitrag inkludiert. Die Mitgliedsbeiträge wurden dafür geringfügig erhöht und seit 1. Jänner 2023 erhielten alle Beschäftigten in IGEPHA-Mitgliedsbetrieben die Möglichkeit, ohne weitere Kosten an den vielfältigen IGEPHA-Veranstaltungen teilzunehmen.

Diese Maßnahme erwies sich als noch viel erfolgreicher, als wir zu hoffen gewagt hatten: 2023 konnten wir mehr als 1.200 Teilnehmer:innen bei den Fortbildungsveranstaltungen der IGEPHA begrüßen. Zum Vergleich: Im Jahr davor waren es nur 250 gewesen.

Zugleich konnten in 2023 auch mehr Fortbildungsveranstaltungen als je zuvor angeboten werden. Die IGEPHA-Mitglieder und ihre interessierten Mitarbeiter:innen konnten sich bei 21 Seminaren wertvolle Inputs zu Regulatory- und Marketingthemen holen. 2022 hatte die IGEPHA 13 Fortbildungs-Events angeboten.

**DER HÖHENFLUG DER IGEPHA HÄLT AN:
17 NEUE MITGLIEDER TRATEN 2023 UNSERER
SELF CARE-INTERESSENVERTRETUNG BEI.
INSGESAMT GEHÖREN DAMIT NUN 122 ÖSTERREI-
CHISCHE UNTERNEHMEN DER IGEPHA AN.**

**45 SCHULUNGEN IN DER
IGEPHA-VIDEOTHEK**

Die IGEPHA-Mitgliedschaft eröffnet auch den Zugriff auf die IGEPHA-Videothek. Dort sind Video-Dokumentationen aller Schulungen aus 2023 archiviert. Zeitlich und örtlich unabhängig gewinnt man hier Einblick in unterschiedliche, für die Self Care-Industrie relevante Wissensgebiete. Insgesamt sind in der IGEPHA-Videothek mittlerweile 45 Aufzeichnungen verfügbar.

**GESPRÄCHE MIT ENTSCHEI-
DUNGSTRÄGER:INNEN**

2022 hatten wir mit einem neuen Networking-Format begonnen, das sich in der Zwischenzeit sehr bewährt hat: Die IGEPHA-Kamingespräche bieten Gelegenheit zum informellen Austausch mit ausgewählten Gästen. Dieses exklusive Format wurde speziell für Führungskräfte in der Self Care-Industrie entwickelt, um das Gespräch mit den Entscheidungsträger:innen in Gesundheitspolitik und Gesundheitsverwaltung zu fördern. Und obwohl das Format noch jung ist, konnten

wir bereits eine ganze Reihe interessanter Gäste bei uns begrüßen, darunter die Gesundheitssprecher:innen der im Nationalrat vertretenen Parteien, wie Universitätsprofessor Dr. Josef Smolle, Mag. Gerhard Kaniak, Ralph Schallmeiner oder Fiona Fiedler, sowie leitende Mitarbeitende aus dem Gesundheitswesen, wie Dr. Herwig Ostermann als Geschäftsführer der Gesundheit Österreich GmbH und Peter Lehner als Vorsitzender der Konferenz der Sozialversicherungsträger oder Matthias Krenn, Vorsitzender des Verwaltungsrates der Österreichischen Gesundheitskasse.

**EINBLICK IN DIE
WARENVERZEICHNISSE**

Auf Wunsch der IGEPHA-Mitglieder wurden 2023 mehrere Gespräche mit den Betreibern von Warenverzeichnissen geführt. Bei einem Workshop im November 2023 hatten die Herstellenden rezeptfreier Arzneimittel und Gesundheitsprodukte Gelegenheit, direkt mit Vertreter:innen von Apothekerverlag, Datacare und Wirtschaftskammer über ihre Anliegen zu sprechen.

Einerseits ging es bei den Treffen um die Wissensvermittlung über Konzeption und Funktionsweise der Warenverzeichnisse, andererseits darum, Verbesserungen für die Produktpalette der rezeptfreien Arzneimittel und Gesundheitsprodukte zu bewirken. Einige Fortschritte konnten dabei bereits erzielt werden, weitere Gespräche werden folgen.

Durch Projekte wie dieses trägt die IGEPHA dazu bei, ihren Mitgliedsfirmen das alltägliche Geschäft zu erleichtern. Wie sehr dieser praxisnahe Nutzen einer Mitgliedschaft geschätzt wird, lässt sich an den so erfreulich steigenden Mitgliederzahlen ablesen.

Den Weg des maßgeschneiderten Supports werden wir auch 2024 weiter beschreiten. Ich freue mich auf viele interessante Begegnungen!



Mag. Christina Nageler
Geschäftsführerin der IGEPHA

OTC-MARKT 2023

STABILES WACHSTUM SETZTE SICH FORT

2023 wurde im Consumer Health-Bereich mit 6,5 % exakt dasselbe Umsatzwachstum erzielt wie 2019. Das durchschnittliche Wachstum seit 2020 liegt bei 5,6 % pro Jahr. Der Umsatz im gesamten österreichischen Apothekenmarkt lag 2023 bei 5,9 Milliarden Euro, davon entfielen 4,4 Milliarden Euro auf den Umsatz mit rezeptpflichtigen Produkten und 1,5 Milliarden Euro auf den Consumer Health-Bereich. Damit sorgt das Segment der verschreibungsfreien Arzneimittel und Gesundheitsprodukte für ein Viertel des Umsatzes in den österreichischen Apotheken. Insgesamt verzeichnete der österreichische Apothekenmarkt 2023 einen Umsatzzuwachs um 7,2 %. Der Rx-Bereich wuchs um 7,5 %, der Consumer Health-Bereich wie bereits erwähnt um 6,5 %.

STAGNATION BEIM ABSATZ

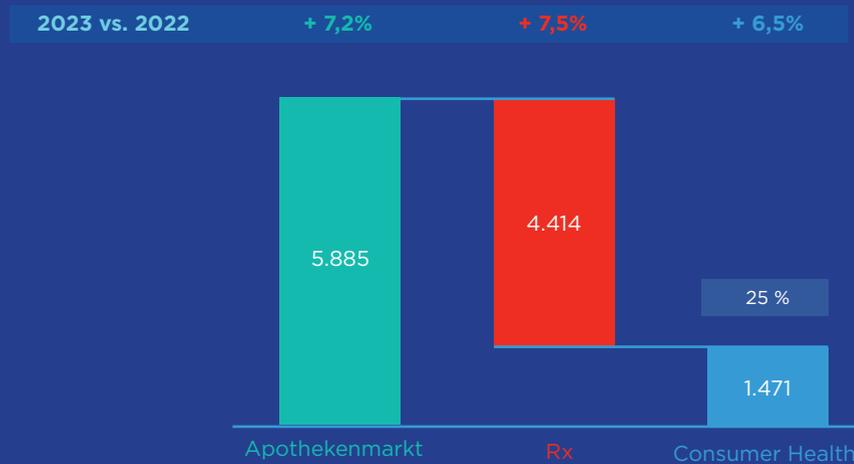
Nach abgesetzter Menge stagnierte der Apothekenmarkt 2023 bei einem minimalen Plus von 0,2 %. Vier von zehn verkauften Einheiten entfielen auf den Consumer Health-Bereich. Dieser verzeichnete nach einem Plus im Jahr 2022 von 9,4 % im Absatz in 2023 ein Minus von 0,2 %. Im Rx-Bereich wurden um 0,5 % mehr Packungen verkauft.

CONSUMER HEALTH-BEREICH IM APOTHEKENMARKT

Von den insgesamt in österreichischen Apotheken verkauften 259,9 Millionen Einheiten entfielen 41 % auf rezeptfreie Arzneimittel und Gesundheitsprodukte inklusive Medizinprodukte. Zirka ein Fünftel des Apothekenumsatzes wurde mit diesen Produkten erzielt.

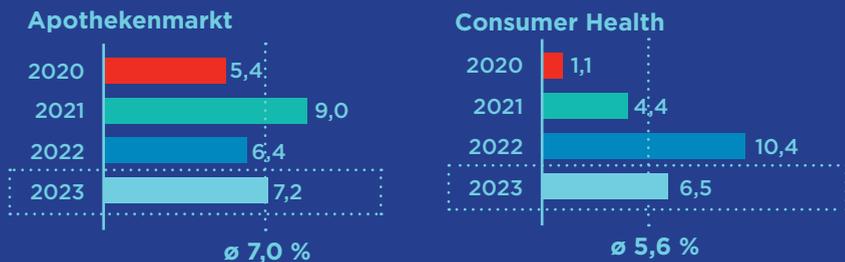
Apothekenmarkt-Umsatz

Umsatz € KKP/AVP (Mio.)



Quelle: IQVIA™ PharmaTrend – Apotheken-Verkaufszahlen, MAT 2023/12, erstattungsfähiger Rx-Markt bewertet zum € KKP, nicht erstattungsfähiger Rx-Markt & Consumer Health bewertet zum € AVP (Mio.), Wachstum zum Vorjahr (%)

% Wachstum Umsatz versus Vorjahr



Quelle: IQVIA™ PharmaTrend – Apotheken-Verkaufszahlen, MAT 2022/12, erstattungsfähiger Rx-Markt bewertet zum € KKP, nicht erstattungsfähiger Rx-Markt & Consumer Health, Wachstum zum Vorjahr (%)

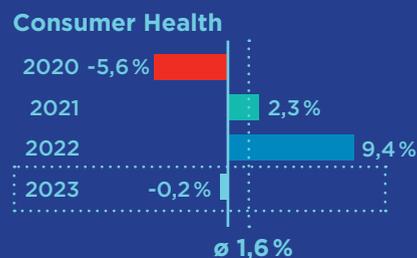
Apothekenmarkt-Absatz

Absatz Einheiten (Tsd.)

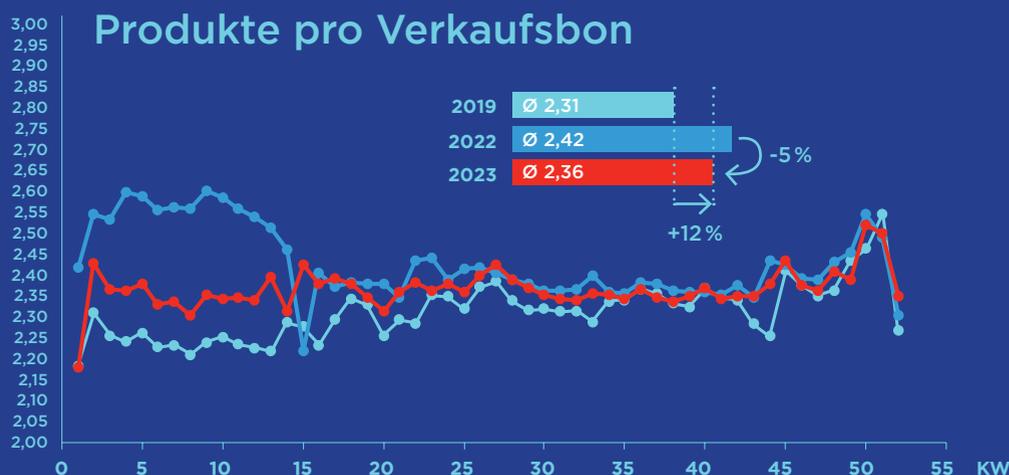


Quelle: IQVIA™ PharmaTrend – Apotheken-Verkaufszahlen, MAT 2023/12, Absatz Einheiten (Tsd.), Wachstum zum Vorjahr (%), * %-Anteil Consumer Health am Apothekenmarkt

% Wachstum Absatz versus Vorjahr



Quelle: IQVIA™ PharmaTrend – Apotheken-Verkaufszahlen, MAT 2022/12, Absatz Einheiten (Tsd.), Wachstum zum Vorjahr (%)



ANZAHL DER PRODUKTE PRO VERKAUFSBÖ SANK WIEDER

2023 lag die durchschnittliche Anzahl der Produkte pro Verkaufsbö um 5 % unter dem Durchschnittswert von 2022, aber immer noch um 12 % über dem Niveau vor der Pandemie. Wurden 2019 durchschnittlich 2,31 Produkte pro Einkauf in der Apotheke verbucht, so waren es 2022 2,42 und 2023 2,36 Produkte.

STÄRKSTER ANSTIEG BEI AUGENPRÄPARATEN

Betrachtet man die einzelnen OTC-Kategorien näher, so stellt sich heraus, dass die Gruppe der Augenpräparate 2023 mit 11,3 % am stärksten wuchs. Ein überdurchschnittliches Umsatzwachstum erzielten auch die Mittel für Blase und Fortpflanzungsorgane sowie die Beruhigungsmittel, Schlafmittel und Stimmungsaufheller (jeweils plus 8,1 %). Der Umsatz in der Gruppe der Haut- und Schleimhautmittel wuchs um 7,9%. In der traditionell stärksten OTC-Gruppe, den Husten- und Erkältungsmitteln, wurde ein Umsatzwachstum von 6 % erreicht. Mit einem Gesamtumsatz von 290 Millionen Euro deckt diese Gruppe einen Marktanteil von 24,1 % ab.

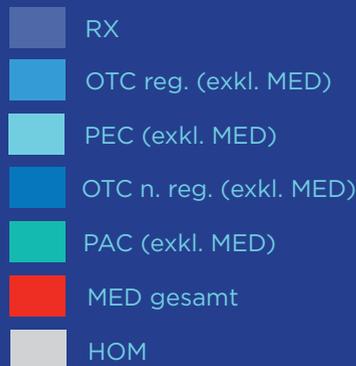
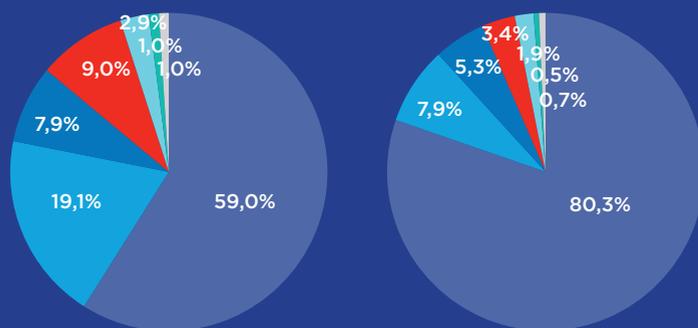
Stärkster Umsatz und Wachstum



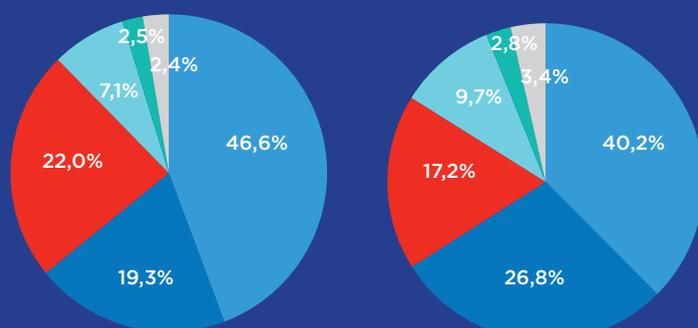
Quelle: IQVIA™ PharmaTrend – ApothekenVerkaufszahlen, MAT 2023/12, Umsatz € AVP (Mio.)

Markt-Wachstum zum Vorjahr: 6,2%

Apothekenmarkt inklusive Medizinprodukte



Consumer Health-Bereich im Apothekenmarkt



Quelle: IQVIA™ PharmaTrend – Apothekenverkaufszahlen, MAT 2023/12 (Datenstand 2024/01). Absatz in Einheiten absolut, Umsatz in Euro AVP absolut

STÄRKSTES WACHSTUM IM BEREICH „BEAUTY“

Im Consumer Health-Segment stieg der Umsatz in allen fünf Kategorien. Das stärkste Wachstum erreichte mit 10,6% der Bereich „Beauty“, gefolgt von den nicht registrierten OTC-Produkten mit einem Plus von 7,1% und der Homöopathie mit 6,4%. Der Umsatz mit registrierten OTC-Produkten wuchs um 5,3%, jener mit Health-Produkten um 4,6%. Bezogen auf den insgesamt stagnierenden Absatz verzeichnete die Kategorie der Beautyprodukte mit 2,8% noch das größte Plus: Mehr als acht Millionen Beautyprodukte gingen 2023 über die Apotheken-Tara. Mit 2,1% wuchs der Absatz von nicht registrierten OTC-Produkten. Geringfügig zugenommen hat auch der Absatz von Homöopathika, während der Absatz von registrierten OTC-Produkten (minus 1,9%) und von Health-Produkten (minus 0,7%) sank. Insgesamt wurden 2023 mehr als 106 Millionen Packungen rezeptfreier Arzneimittel und Gesundheitsprodukte in österreichischen Apotheken verkauft.

Consumer Health Bereich

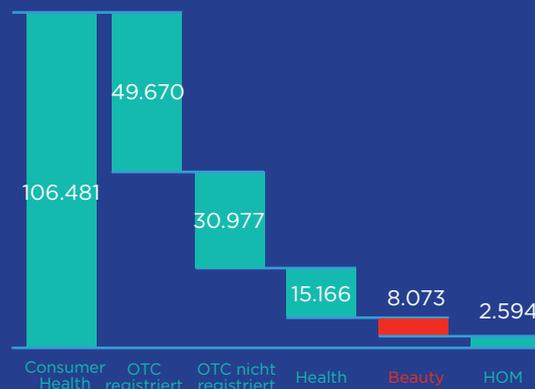
Umsatz € KKP/AVP (Mio.)

2023 vs. 2022 +6,5% +5,3% +7,1% +4,6% +10,6% +6,4%



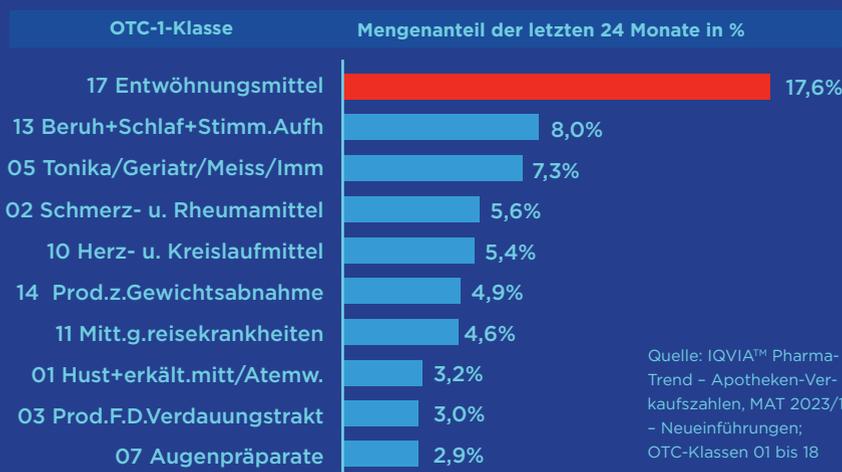
Absatz (Mio.)

2023 vs. 2022 -0,2% -1,9% +2,1% -0,7% +2,8% +0,5%



Quelle: IQVIA™ PharmaTrend – Apotheken-Verkaufszahlen, MAT 2023/12, Erstattungsfähiger Rx-Markt bewertet zum € KKP, Nicht erstattungsfähiger Rx-Markt & Consumer Health bewertet zum € AVP (Mio.), Wachstum zum Vorjahr (%)

Neueinführungen in %



Quelle: IQVIA™ Pharma-Trend – Apotheken-Verkaufszahlen, MAT 2023/12 – Neueinführungen; OTC-Klassen 01 bis 18

BOOM BEI ENTWÖHNUNGSMITTELN

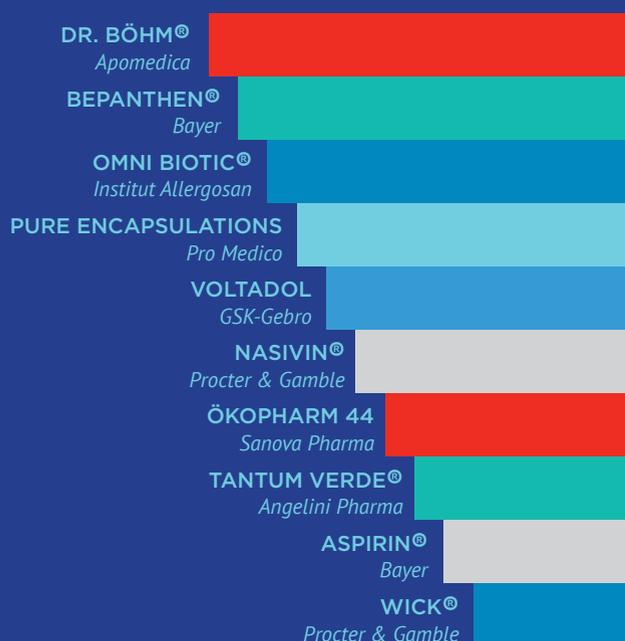
Den größten Mengenanteil bei den Neueinführungen im OTC- und Homöopathie-Apothekenmarkt wies mit 17,6% die OTC-Klasse „Entwöhnungsmittel“ auf. Zu den Top-Neueinführungen zählten dabei Nicorette® Spray und Niconex®. 8% der Mengen bei den Neueinführungen entfielen auf die Beruhigungs- und Schlafmittel sowie Stimmungsaufheller, 7,3% auf die Tonika, Geriatrieprodukte und immunstärkenden Produkte.

Switch von Rx zu OTC 2023

Distributor	Produkt Handelsform	Datum	OTC Klasse
SIGMAPHARM	BEN-U-RON ZAEPF.KLEINK 250MG 5	2023/03	02 SCHMERZ- U. RHEUMAMITTEL
URSAPHARM	AZELASTIN POS NASENSPRAY 1MG 1ML 10ML	2023/08	01 HUST+ERKAELT.MITT/ATEMW.
AGEPHA	RHINOPERD NASENTROPFEN 10ML	2023/08	01 HUST+ERKAELT.MITT/ATEMW.
NORGINE	MOVICOL PLV BTL JUN FR 30 6.9G	2023/08	03 PROD.F.D.VERDAUUNGSTRAKT
NESTLE HEALTH SCIENCE	PHLOGENZYM FILMTABL 40/200/400	2023/08	02 SCHMERZ- U. RHEUMAMITTEL
HEXAL-PHARMA	AMBROHEXAL LOESUNG 7.5MG 50ML	2023/10	01 HUST+ERKAELT.MITT/ATEMW.
1A PHARMA GMBH	AMBROXOL-1A LOESUNG 7.5MG 1ML 50/100ML	2023/10	01 HUST+ERKAELT.MITT/ATEMW.
SIGMAPHARM	COLDISTAN AUGENTROPFEN 10ML	2023/12	07 AUGENPRAEPARATE

Quelle: IQVIA™ PharmaTrend – Apotheken-Verkaufszahlen, OTC-Switches 2023/01-2023/12

Österreichs Top-10-Marken 2023 NACH UMSATZ



Österreichs Top-10-Marken 2023 NACH VERKAUFTEN EINHEITEN



Quelle: IQVIA™ PharmaTrend – Apotheken-Verkaufszahlen, MAT 2023/12, Umsatz € AVP, Absatz Einheiten, Segment OTC & HOM

AUF DEM WEG ZUR SELF CARE-STRATEGIE:

STARKE PARTNERSCHAFTEN

SIND HILFREICH!

EGAL MIT WEM MAN ÜBER DAS THEMA GESUNDHEIT DISKUTIERT: ALLE SIND SICH EINIG DARÜBER, DASS JEDE UND JEDER FÜR SEINE GESUNDHEIT SELBST VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN SOLLTE. FOLGLICH MÖCHTE MAN MEINEN, DASS DIE REGIERUNG DER SELF CARE EINEN HOHEN STELLENWERT EINRÄUMT UND SIE AUSDRÜCKLICH IN IHREN PROGRAMMEN VERANKERT. LEIDER SIND WIR DAVON IN ÖSTERREICH NOCH WEIT ENTFERNT.

Die Global Self Care Federation hat in ihrem Self Care Readiness Index als eines von vier wichtigen Zielen empfohlen, dass nationale Regierungen eigenständige Self Care-Strategien entwickeln sollten. Dadurch sollen die vielen unterschiedlichen Ansätze zur Self Care gebündelt werden. Andere Länder leisteten auf dem Weg zu einer nationalen Self Care-Strategie bereits Vorarbeit. Was man aus diesen Projekten lernen kann, war Thema einer IGEPHA-Podcast-Serie im Herbst 2023. Einige interessante Statements der Gesprächspartner:innen von IGEPHA-Geschäftsführerin Mag. Christina Nageler gibt es hier zum Nachlesen.





JUDY STENMARK

GENERALDIREKTORIN DER GLOBAL SELF CARE FEDERATION (GSCF)

Meine Botschaft an die Politik lautet: Self Care spart uns Geld. Aber bis wir Self Care voll nutzen können, ist es noch ein weiter Weg.

Wir brauchen eine in sich konsistente Self Care-Politik und ein regulatorisches Umfeld, das Self Care unterstützt. Und wir brauchen dazu die gemeinsamen Anstrengungen aller Stakeholder.

Bedauerlicherweise hat noch kein Staat Self Care erfolgreich in seine Gesundheitspolitik integriert. Einige Länder wie Großbritannien, Australien und Kanada haben Maßnahmen in die richtige Richtung ergriffen, z. B. durch das Entwickeln von Blue Prints für Self Care. UK ist vorbildlich, was die Zusammenarbeit zwischen Regierung und Stakeholdern betrifft.

Ich sehe es als Aufgabe der GSCF, dazu beizutragen, dass Self Care in die nationale Gesundheitspolitik einbezogen wird. Die WHO-Resolution ist hier ein Schritt in die richtige Richtung.

MEIN TIPP FÜR ÖSTERREICH:

Bilden Sie Allianzen mit allen Stakeholdern, den Ärzt:innen, den Apotheker:innen, den anderen Gesundheitsdienstleister:innen. Und suchen Sie gemeinsam das Gespräch mit Ihrer Regierung.



FARHANA HAWTHORN

PAGB, GROSSBRITANNIEN

Auch wenn die Vorteile der Self Care in Großbritannien anerkannt und akzeptiert sind, gibt es noch keine nationale politische Strategie zur konsequenten Implementierung von Self Care ins Gesundheitssystem.

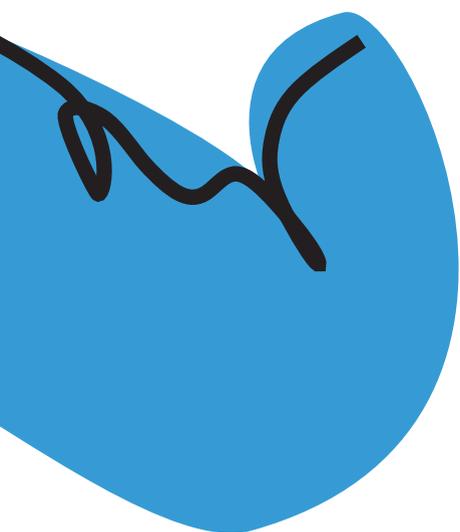
Der Primary Health Care Recovery Plan der Regierung hat aber 2023 sieben von neun Schlüsselargumenten übernommen, die PAGB in der UK Self Care-Strategie behandelt hat. Dieser Erfolg kam nicht über Nacht: Wir haben 15 Jahre lang über Self Care diskutiert, seit 2016 führen wir Kampagnen für eine Self Care-Strategie.

Wir haben auch einen „Test für politische Maßnahmen zur Self Care“ entwickelt. Folgende Fragen sind dabei zu beantworten:

1. Verbessert die Maßnahme den Zugang der Patient:innen zur primären Gesundheitsversorgung und führt sie zu besseren Ergebnissen für die Patient:innen?
2. Verringert die Maßnahme Ungleichheiten im Gesundheitssystem?
3. Stärkt sie die Patient:innen?

MEIN TIPP FÜR ÖSTERREICH:

Man sollte versuchen, die wichtigsten Stakeholder an einen Tisch zu bringen, um sich auf dem Weg zu einer nationalen Self Care-Strategie zu koordinieren.





DEON SCHOOMBIE
GESCHÄFTSFÜHRER CONSUMER HEALTH CARE PRODUCTS AUSTRALIEN

Wir sehen in Australien derzeit einen signifikanten Fortschritt, ein Highlight war die Publikation der nationalen Blue Print Policy 2020 mit dem Titel „Self Care for Health“. Dieses Blue Print wurde von einem Expertenteam am Mitchell Institut an der Victoria Universität in Melbourne entwickelt. Es enthält neun Empfehlungen.

Wichtig ist die Zusammenarbeit mit Stakeholdern. Wenn jede Organisation für sich auftritt, bleibt Self Care unter der Wahrnehmungsschwelle. Self Care fließt ja in alle Lebensbereiche ein – die Menschen wollen grundsätzlich lieber gesund sein, sie sind aber temporär oder chronisch von Krankheiten betroffen, die sie einschränken. Ganz klar ist, dass Self Care hier ein großes Potenzial hat. Wenn wir dazu Fakten und Argumente liefern können, werden wir gehört.

MEIN TIPP FÜR ÖSTERREICH:
Und man braucht Fakten und Daten – ohne Evidenz gibt es keinen politischen Wandel.



SCOTT MILNE
CHPNZ, NEUSEELAND

Wir erleben gerade einen interessanten Wandel. Unser Arzneimittelgesetz stammt aus dem Jahr 1980, es wurde immer wieder geändert und ist nicht mehr auf dem neuesten Stand der Dinge. In den letzten fünf Jahren haben wir mit der Regierung an einem neuen Regelwerk gearbeitet. 2023 wurde der Entwurf verabschiedet. Dieses neue Regelwerk für Therapeutische Produkte wird uns die Möglichkeit geben, Primary Health Care neu zu definieren. Jetzt geht es darum, die Abläufe unterhalb dieses Regelwerks für die tägliche Anwendung neu zu gestalten.

Die Verfügbarkeit von OTC war in Neuseeland immer breit. Paracetamol kann man in kleinen Mengen an Tankstellen kaufen. Es gibt viele Apotheken und apothekenexklusive Medikamente, eine Kategorie, bei der die Apotheke die Diagnose stellt und den Patienten bzw. die Patientin berät.

Self Care in dieses System zu integrieren, ist eine Herausforderung. Man muss die Gesetzgebenden darüber aufklären, dass es dazu der Gesundheitskompetenz und der Eigenverantwortung bedarf.

MEIN TIPP FÜR ÖSTERREICH:
Es geht darum, wie man Beziehungen zu Entscheidungsträger:innen herstellt und ihre Aufmerksamkeit weckt. Wichtig ist die enge Zusammenarbeit, auch mit anderen verwandten Industriezweigen. Ziel ist die Integration von Self Care in ein breites Gesundheitsversorgungskonzept.



GERRY HARRINGTON
SENIOR VIZE-PRÄSIDENT FHCP, KANADA

In den frühen 2000er-Jahren haben wir mit Sozialforschung und Fokusgruppen begonnen, wir haben uns die Verhaltensweisen und Konsumgewohnheiten der Bevölkerung genau angeschaut. Wir waren gerade dabei, einen neuen frischen Zugang zum Self Care-Thema zu finden, als die Pandemie kam.

Da war es interessant herauszufinden, welche Rolle Self Care in diesen herausfordernden Zeiten spielte. Der Zeitpunkt war günstig für einen breiten Zugang zum Thema Self Care. Unsere wichtigste Empfehlung lautete, eine parlamentarische Studie zur Self Care durchzuführen, um das Thema in den politischen Kontext des Gesundheitssystems einzubinden. Jetzt sagt die Regierung in Quebec, dass die Zukunft der Gesundheitsversorgung einen starken Fokus auf Self Care legt, auf das Apotheken-Setting und auf einen multidisziplinären Zugang beim Bereitstellen von Gesundheitsversorgung.

MEIN TIPP FÜR ÖSTERREICH:
Interessant wäre es, allgemeine Entwicklungen zu identifizieren, die auch für andere Stakeholder im System wichtig sind. Diese könnte man aufgreifen und das System dadurch nachhaltiger machen. Wichtig ist es auch, Daten zu sammeln und zu interpretieren. Das stärkt die Glaubwürdigkeit von Self Care-Lösungen.



HUBERTUS CRANZ
BAH, DEUTSCHLAND

In Deutschland ist die Tatsache breit anerkannt, dass Self Care im Gesundheitssystem eine wichtige Rolle spielt.

Beim BAH erheben wir regelmäßig Konsumentendaten und daher wissen wir, dass mehr als 70 % der Bevölkerung regelmäßig Self Care mit nicht rezeptpflichtigen Arzneimitteln praktizieren. Nimmt man andere Produkte wie NEM und Medizinprodukte dazu, sind es sicher noch mehr. Dieser Wert ist in den letzten Jahren stabil und zeigt, wie wichtig Selbstmedikation in Deutschland ist.

Self Care ist nur ein kleiner Teil der Health Literacy Debatte und des nationalen Aktionsplans zur Stärkung der Gesundheitskompetenz. Soweit wir das beobachten können, hat sich die Gesundheitskompetenz gut entwickelt, die Auswirkungen dieser Entwicklung auf die Self Care sind aber begrenzt. Wichtiger für alltägliche Self Care-Aktivitäten als die Stärkung der Health Literacy ist die Kommunikation zwischen allen Stakeholdern.

MEIN TIPP FÜR ÖSTERREICH:

In Bezug auf Switches bleibt der Kontakt mit akademischen Institutionen wichtig, sie beeinflussen oft die Entscheidung über eine Umklassifizierung von rezeptpflichtig zu rezeptfrei. Ihre Einschätzungen genau zu verstehen, kann entscheidend sein.



MARTIN BANGERTER
GESCHÄFTSFÜHRER DES
FACHVERBANDES FÜR
SELBSTMEDIKATION ASSGP, SCHWEIZ

In der Schweiz haben wir traditionell breite Möglichkeiten von Selbstmedikation, wir haben viele Indikationen für Apotheken und Drogerien und viele Wirkstoffe – da liegen wir über dem europäischen Durchschnitt. Wir haben viele Distributionsstellen – nämlich insgesamt 1.300 Apotheken und Drogerien. Drogerien verfügen über ein spezielles Training und dürfen rezeptfreie Arzneimittel verkaufen. Das passiert auf hohem Niveau, die dort tätigen Mitarbeiter können erklären, was die Konsumenten tun sollen.

Das System Netcare erlaubt es Apotheken, mithilfe eines Algorithmus Menschen gezielt zu beraten. Sollte sich herausstellen, dass ein Arzt beigezogen werden sollte, wird eine Videokonsultation durchgeführt. Bei Bedarf schickt der Arzt die Verschreibung gleich an die Apotheke. Der Patient zahlt nur für die Videokonsultation. Das unterstützt die Selbstmedikation mit verschreibungspflichtigen Arzneimitteln und verschiebt die Arbeitsbelastung von den Hausärzten zur Apotheke.

MEIN TIPP FÜR ÖSTERREICH:

In der Schweiz hat sich das breite Angebot von rezeptfreien Arzneimittelwirkstoffen in Apotheken und Drogerien bewährt. Es gibt diese Medikamente aber nicht in der Freiwahl, das stärkt das Vertrauen in der Bevölkerung. Die Menschen erleben, dass sie mit Self Care nicht so viel Zeit benötigen, um gesund zu bleiben oder wieder gesund zu werden.



KAROLINA ANTONOV
SELF CARE-VERBAND SCHWEDEN
(LIV) - HEAD OF STRATEGY UND
OTC-COMMITTEE

In Schweden dürfen viele rezeptfreie Arzneimittel in ganz normalen Geschäften verkauft werden, da gibt es kaum Beschränkungen. Tatsächlich werden in diesen Geschäften aber hauptsächlich Schmerzmittel, Nikotinersatzprodukte und andere häufig verwendete Produkte verkauft.

Um die Self Care zu stärken, wird daher über ein neues Sortiment diskutiert: Diese Arzneimittel sollen verpflichtend in Apotheken verkauft werden. Sie sollen rezeptfrei erhältlich sein, man benötigt aber eine spezielle Beratung durch den Apotheker oder die Apothekerin. Das Konzept dazu soll im Frühling 2024 präsentiert werden. Geklärt werden muss noch, welche rezeptpflichtigen Arzneimittel in diese Produktgruppe kommen, auch einige OTC-Präparate könnten in dieses neue Sortiment übernommen werden.

Die Regierung denkt jedenfalls darüber nach, wie man Self Care besser nutzen kann. Investiert wurde in Informationsservices, die es seit zehn Jahren gibt. Man findet in Schweden viele Informationen zur Selbstdiagnose und die Verwendung von OTC – da sind wir gut vorbereitet.

MEIN TIPP FÜR ÖSTERREICH:

Aus den Erfahrungen in Schweden kann man lernen, dass es durch den Onlineverkauf von OTC keine Nachteile gibt. Auch der Verkauf von OTC in normalen Geschäften stellt kein Risiko für die Patientensicherheit dar.

AUF DER AGENDA

DES JAHRES 2023

IGEPHA BRINGT DAS THEMA SELF CARE WEITER

DAS JAHR 2023 STAND ZWAR VOR ALLEM IM ZEICHEN UNSERES VIELFÄLTIGEN FORTBILDUNGSANGEBOTES, DAS WIR STARK AUSGEBAUT HABEN (LESEN SIE DAZU AUCH AUF S. 22/23). DOCH AUCH AUF ANDEREN GEBIETEN WAR DIE IGEPHA AKTIV - IMMER BESTREBT, IHRE MITGLIEDER IN IHREN ALLTÄGLICHEN GESCHÄFTEN ZU UNTERSTÜTZEN UND IHRE INTERESSEN BESTMÖGLICH ZU VERTRETEN.

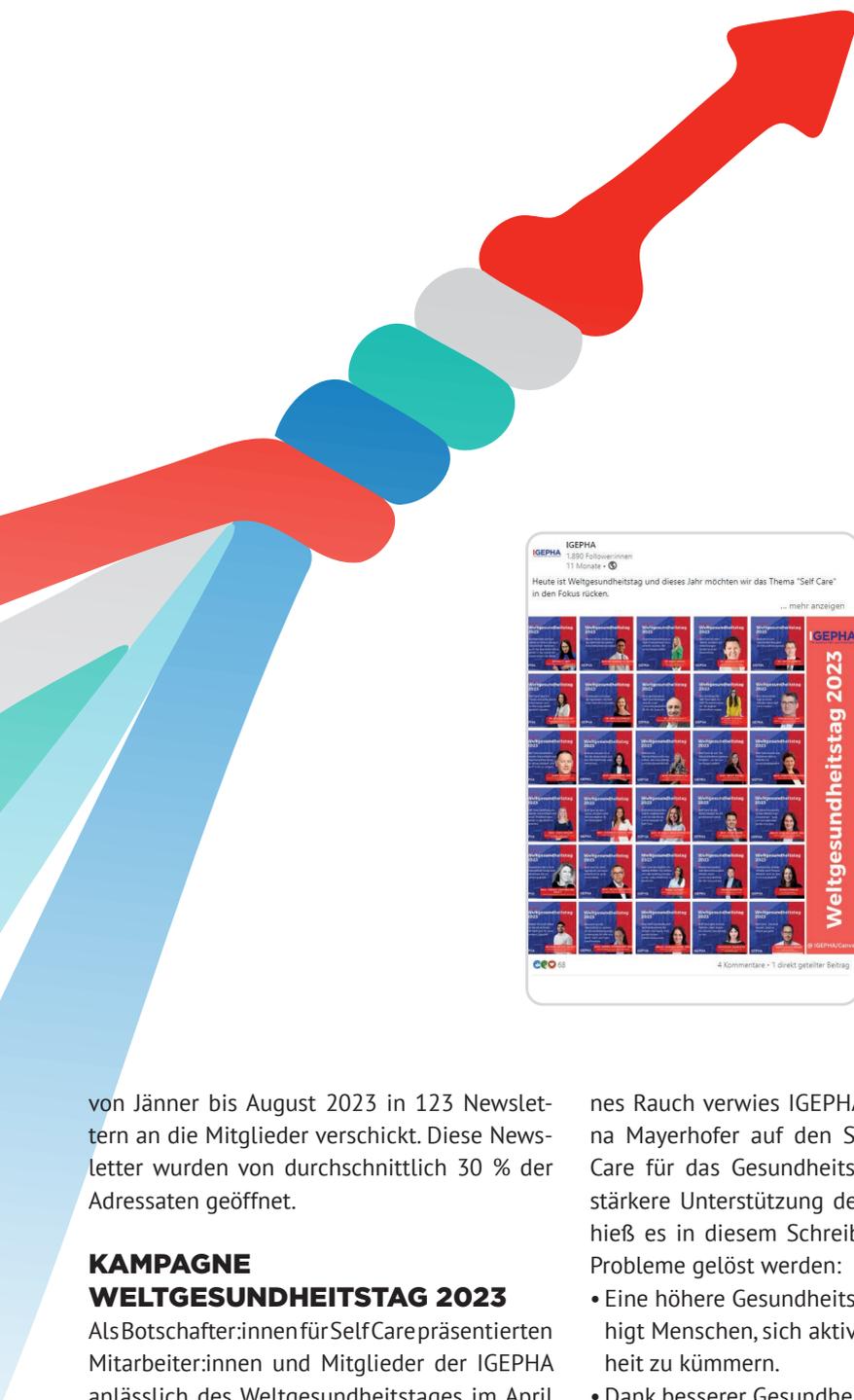
STUDIEN

Die Medienforscher:innen von BuzzValue befassten sich 2023 mit den Social Media-Aktivitäten der Self Care-Industrie in Österreich und stellten fest, dass auf den unterschiedlichen Plattformen sehr professionell agiert wird. Die Aktivitäten reichen vom Lieblingskanal der Self Care-Industrie – das ist nach wie vor Facebook – bis hin zu ganz jungen Medien wie TikTok. Studienautor Markus Zimmer gab auch wertvolle Hinweise darauf, was bei der Konzeption von Influencer Marketing-Kampagnen zu beachten ist.

Eine Vielzahl spannender Aussagen zum OTC-Markt in Österreich enthält die Apothekenmarktstudie, die heuer erstmals nach dem

Vorbild der Sempora-Apothekenmarktstudie in Deutschland für Österreich durchgeführt wurde. Spectra Marktforschung adaptierte in Zusammenarbeit mit Sempora das Studiendesign für Österreich und beleuchtete den Markt aus der Perspektive der Apotheken, der Konsument:innen und der Industrie. Gudrun Auinger präsentierte die Ergebnisse der Apothekenmarktstudie bei der IGEPHA-Jahrestagung im Oktober 2023.

Auch die interne Kommunikation der IGEPHA wurde unter die Lupe genommen. Seit Jahresbeginn 2023 wurde analysiert, wie intensiv die IGEPHA mit ihren Mitgliedern kommuniziert und wie oft die bereitgestellten Informationen genutzt werden. Über 106.000 Mails wurden



von Jänner bis August 2023 in 123 Newslettern an die Mitglieder verschickt. Diese Newsletter wurden von durchschnittlich 30 % der Adressaten geöffnet.

KAMPAGNE WELTGESUNDHEITSTAG 2023

Als Botschafter:innen für Self Care repräsentierten Mitarbeiter:innen und Mitglieder der IGEPHA anlässlich des Weltgesundheitsstages im April 2023 ihre Gedanken zum Nutzen der Self Care auf Social Media. Die Kampagne stieß in den jeweiligen Kanälen auf breites Interesse.

BRIEF AN DEN GESUNDHEITSMINISTER

In einem Brief an Gesundheitsminister Johan-

nes Rauch verwies IGEPHA-Präsidentin Mirjana Mayerhofer auf den Stellenwert der Self Care für das Gesundheitssystem. Durch eine stärkere Unterstützung der Self Care können, hieß es in diesem Schreiben, gleich mehrere Probleme gelöst werden:

- Eine höhere Gesundheitskompetenz befähigt Menschen, sich aktiv um ihre Gesundheit zu kümmern.
- Dank besserer Gesundheitsentscheidungen bleiben Menschen länger gesund/werden schneller wieder gesund.
- Arztordinationen und Ambulanzen werden entlastet, wenn Menschen selbst wissen, was sie bei häufig auftretenden Erkrankungen (wie Husten, Erkältung, Rückenschmerzen ...) zur Linderung ihrer Leiden unternehmen können.

IGEPHA IN DEN MEDIEN

Regelmäßig stehen IGEPHA-Präsidentin Mirjana Mayerhofer und IGEPHA-Geschäftsführerin Christina Nageler zudem den Medien als Gesprächspartnerinnen zur Verfügung. So informierte Christina Nageler unter anderem auf ORF 1 in einer Reportage über das „Geschäftsmodell Apotheke“ über die verschiedenen Produkte im Self Care-Segment. Mirjana Mayerhofer beleuchtete beispielsweise die Aspekte der Self Care in einem Interview mit „Lebenswert“, dem Magazin der Österreichischen Gesellschaft vom Goldenen Kreuz.

DIE IGEPHA-STAKEHOLDER-NEWS

IN VIER AUSGABEN DER IGEPHA-STAKEHOLDER-NEWS INFORMIERTE DIE ÖSTERREICHISCHE SELF CARE-ASSOCIATION ÜBER DAS GROSSE POTENZIAL DER SELF CARE FÜR DAS GESUNDHEITSWESEN. AUSGEHEND VOM SELF CARE READINESS INDEX 2.0 DER GLOBAL SELF CARE FEDERATION WURDEN JENE WEGE SICHTBAR GEMACHT, DIE ZU EINER STARKEN VERANKERUNG DER SELF CARE FÜHREN KÖNNEN.

Auf der Grundlage von wissenschaftlichen Daten und Fakten hatte die Global Self Care Federation vier „Türöffner“ identifiziert, die dazu beitragen können, dass sich der Self Care-Status eines Landes verbessert.

Diese Schlüsselfaktoren sind:

1. Unterstützung und Akzeptanz der Self Care durch Stakeholder,
2. Stärkung und Befähigung von Verbraucher:innen und Patient:innen zur Anwendung von Self Care,
3. Ausrichtung der Gesundheitspolitik auf Self Care sowie
4. Unterstützung der Self Care durch das regulatorische Umfeld und Gesundheitsprodukte.

Was hinter diesen Kriterien steckt und wie Österreich von den weltweit gewonnenen Erkenntnissen profitieren kann, wurde in den vier Ausgaben der IGEPHA Stakeholder-News 2023 erläutert.



1. AUSGABE SELF CARE ALS LÖSUNG - DIE ROLLE DER STAKEHOLDER

SELF CARE WURDE SCHON IMMER PRAKTIZIERT. NÜTZEN WIR DIESE KOMPETENZ!

Self Care ist eine tragende Säule des Gesundheitssystems. Doch wir in Österreich haben unser Potenzial auf diesem Gebiet noch lange nicht ausgeschöpft. Dazu müssen alle am Gesundheitssystem Beteiligten an einem Strang ziehen:

- Die Politik stellt grundsätzliche Weichen zur Nutzung der Self Care. Ebenso richtungswesend sind Entscheidungsträger:innen, die in den Ministerien und bei den Regulierungsbehörden tätig sind.
- Gesundheitsdienstleister:innen wie Apotheker:innen sowie Ärztinnen und Ärzte können das Vertrauen der Patient:innen in Self Care stärken.
- Die Konsument:innen und Patient:innen selbst suchen gezielt nach seriösen Gesundheitsinformationen, um ihre Gesundheitskompetenz zu verbessern und ein ganzes

Leben lang ihrer Gesundheit mithilfe der Self Care Gutes tun zu können.

- Die Self Care-Industrie unterstützt die Menschen in ihren Self Care-Aktivitäten durch evidenzbasierte, qualitativ hochwertige, wirksame Produkte.

DER BEITRAG DER STAKEHOLDER ZU EINER GELINGENDEN SELF CARE

Eine zentrale Rolle spielen Gesundheitsdienstleister:innen. Gerade Apotheker:innen sowie Ärztinnen und Ärzte genießen ein hohes Vertrauen in der Bevölkerung. Engagieren sie sich für Self Care, so handeln sie als Vorbild für Menschen aller Altersgruppen und sozialer Entitäten.

Wenn sie Self Care empfehlen, fördern, loben und selbst ausprobieren, motivieren sie Menschen dazu, selbst für ihre Gesundheit aktiv zu werden.

2. AUSGABE - FIT FÜR SELF-CARE? WIE WIR MENSCHEN IN ÖSTERREICH NOCH BESSER UNTERSTÜTZEN KÖNNEN

Um Self Care effizient und selbstverständlich anzuwenden, ist ein grundlegendes Wissen über Self Care-Produkte und Self Care-Maßnahmen hilfreich. Darum sollten Apotheker:innen sowie Ärztinnen und Ärzte auch mit nützlichen Informationen weiterhelfen.

Die Politik schließlich sitzt am Stellhebel: Verankern Politiker:innen Self Care als tragende Säule im Gesundheitssystem, ist der Grundstein für viele weitere Aktivitäten gelegt.

LEITFADEN FÜR EINE SELF CARE-STRATEGIE

Eine nationale Self Care-Strategie würde festlegen, wie Self Care in allen Bereichen des Gesundheitssystems wirken kann – zum Vorteil aller Beteiligten!

KONKRETE MASSNAHMEN

1. Die Gesundheitskompetenz stärken – vom Kindergartenalter an.
2. Self Care als selbstverständlichen Baustein in die gesamte Gesundheitspraxis integrieren.
3. Mündige Konsument:innen zur aktiven Teilnahme im Gesundheitssystem ermuntern.
4. Vertrauen stärken durch einen sicheren Zugang zu qualitativ hochwertigen digitalen Gesundheitsdaten.
5. Interesse für Self Care wecken mit neuen Angeboten und Gesundheitsdienstleister:innen motivieren, bei deren Anwendung zu helfen.
6. Öffentliche Gelder in Prävention und Self Care investieren, um die Zahl chronischer und schwerer Krankheiten zu reduzieren.
7. Dafür sorgen, dass Self Care immer „mitgedacht“ wird, durch ihre Verankerung im gesundheitspolitischen Ansatz Österreichs.
8. Gesundheit sollte immer ein Thema sein – bei allen Maßnahmen des Staates!

Ob jemand, der gerne mehr Self Care betreiben möchte, dies auch wirklich tut, hängt von zwei Faktoren ab:

1. Gesundheitswissen/Health Literacy
Dazu zählt zum einen die persönliche Gesundheitskompetenz, also die Frage: „Kann ich Gesundheitsinformationen richtig aus- und für mich gewinnbringend verwerten?“ Zum anderen müssen diese Gesundheitsinformationen möglichst niedrigschwellig und zuverlässig zur Verfügung stehen.

2. Unterstützung beim eigenen Gesundheitsmanagement

Hier geht es um ganz konkreten Support: „Sind alle Voraussetzungen geschaffen, damit ich meine Gesundheit selbstständig durch aktive Self Care auf einem möglichst hohen Stand halten kann?“

BLICK ÜBER DEN TELLERRAND

Australien erhielt bei der Stärkung und der Befähigung von Verbraucher:innen zur Anwendung der Self Care Bestwerte: Dort wurden in den letzten Jahren online vertrauenswürdige, allgemeine Gesundheitsinformationsplattformen eingerichtet, teilweise mit integrierten Symptomprüfern:

Nutzende geben ihre Symptome ein und beantworten verschiedene Fragen zu den bei ihnen aufgetretenen Beschwerden. Mithilfe auf

Künstlicher Intelligenz basierender Technik werden diese mit Datenbanken abgeglichen und ein erster Diagnosevorschlag ermittelt. Ein übersichtliches Verzeichnis aller verfügbaren OTC-Produkte, die bei den jeweiligen Problematiken sinnvoll angewendet werden können, bietet den Nutzenden weitere Hilfestellung. So schlägt man sehr clever zwei Fliegen mit einer Klappe:

1. Die Menschen können sich jederzeit verlässlich und niederschwellig zu speziellen Gesundheitsfragen informieren und
2. bekommen zugleich den notwendigen, praktischen Support, um aktiv im Rahmen der Self Care tätig zu werden.

In eine ähnliche Richtung zielt die ebenfalls in Australien erfolgte Einrichtung spezieller Apps, wie etwa der „SunSmart“. Sie sensibilisiert in Kombination mit einer Kampagne für die Problematik von UV-indiziertem Hautkrebs.

Außerdem finden Nutzer:innen hier wichtige, pragmatische Informationen zur konkreten Anwendung von Self Care, nämlich aktuelle UV-Werte im Land kombiniert mit konkreten Hinweisen zum jeweils notwendigen Sonnenschutz. Dies wird durch einen personalisierten Sonnencreme-Rechner unterstützt.



DIE VIER SCHLÜSSELFAKTOREN FÜR EINE GELINGENDE SELF CARE AUF EINEN BLICK:

1 
Unterstützung und Akzeptanz der Self Care durch Stakeholder

2 
Stärkung und Befähigung von Verbraucher:innen und Patient:innen zur Anwendung von Self Care

3 
Ausrichtung der Gesundheitspolitik auf Self Care

4 
Unterstützung der Self Care durch das regulatorische Umfeld und Gesundheitsprodukte

3. AUSGABE - SELF CARE - LOHNEND FÜR MENSCH UND SYSTEM WAS DIE POLITIK DAZU BEITRAGEN KANN

Wer aktiv Self Care betreibt, hilft nicht nur sich selbst. Er spart auch dem Gesundheitssystem bares Geld. Und das ist in Zeiten wie diesen mehr als willkommen.

Wie die Wissenschaftler Cosima Bauer, M. A., Prof. Dr. Uwe May und Anissa Schneider-Ziebe, M. Sc., ermittelten, müssten die österreichischen Krankenkassen etwa 717 Millionen Euro mehr pro Jahr aufbringen, würden die Menschen in unserem Land nicht heute schon erfolgreich Self Care betreiben. Außerdem sparen sie pro Selbstbehandlung einer leichten Erkrankung mit rezeptfreien Arzneimitteln und Gesundheitsprodukten 11,5 Minuten ärztliche Arbeitszeit.

Self Care schont also wichtige Ressourcen unseres Gesundheitssystems, die dann für ernste Krankheitsfälle zur Verfügung stehen.

SCHALTSTELLE: POLITIK

Wer einmal das große Potenzial erfasst hat, das Self Care für uns alle, jede und jeden von uns persönlich ebenso wie für unsere Gesellschaft im Ganzen, bereithält, wird sich schnell

die Frage stellen: „Was kann noch getan werden, um die Self Care in unserem Land weiter voranzubringen?“

Eine Schlüsselfunktion nimmt hierbei die Politik ein. Denn erst mit ihrer Unterstützung und der Schaffung entsprechender gesetzlicher Rahmenbedingungen können effektive Maßnahmen ergriffen werden, um die Self Care in unserem Lande optimal zu unterstützen.

Australien macht es wieder einmal vor: Die Australian Self-Care Alliance (ASCA) reichte einen Vorschlag zur Einrichtung eines speziellen Self Care-Fonds im Staatshaushalt ein. Mit dessen Hilfe soll der Ausbau der Gesundheitskompetenz in der Bevölkerung vorangetrieben werden, auch in Form von digitalen Gesundheitssystemen und Fortbildungsprogrammen für Gesundheitsdienstleistende. Unterstützt wird dies durch eine nationale Präventionsstrategie. Und da Gesundheitskompetenz eine unmittelbare Voraussetzung für die erfolgreiche Anwendung von Self Care darstellt, wird zusätzlich eine nationale Strategie zur Steigerung der Gesundheitskompetenz innerhalb der Bevölkerung erarbeitet.





4. AUSGABE - SELF CARE FÖRDERN - WORAUF ES WIRKLICH ANKOMMT

DIE ROLLE DES REGULATORISCHEN UMFELDS

Self Care ist heute bereits fester Bestandteil unseres Alltags: Mehr als 78.000 Mal greifen österreichische Bürger:innen zu Self Care-Produkten. Umso wichtiger, dass diese ausreichend und mit niederschwelligem Zugang zur Verfügung stehen. Die österreichische Self Care-Industrie leistet tagtäglich ihr Möglichstes, um dies zu gewährleisten. Dabei stoßen die Herstellbetriebe aber immer wieder auf herausfordernde Hürden. Hier ist das regulatorische Umfeld gefragt. Denn es kann auf diesem Gebiet einerseits der größte Förderer der Self Care sein. Es kann sie andererseits aber auch massiv blockieren. Gerade wenn es um Vorschriften und Prozesse für die Zulassung neuer Gesundheitsprodukte geht, wie etwa Switches von verschreibungspflichtig zu rezeptfrei, ist es eine Frage der Haltung: Wird Self Care als unverzichtbare Säule unseres Gesundheitssystems betrachtet, die es weiter voranzubringen gilt, oder sollen ihr Steine in den Weg gelegt werden?

SO KANN SELF CARE WIRKEN - AUCH IN ÖSTERREICH

Self Care kann ihre Wirkung nur entfalten, wenn die Rahmenbedingungen stimmen – auch und gerade im regulatorischen Bereich. Was gibt es also bei uns zu tun?

1. Regulierung mit Augenmaß

Im Regulierungsprozess sollte dem individuellen Risiko eines Präparates Rechnung getragen werden. So sollten Vorschriften und Prozesse bei der Zulassung neuer Produkte mit geringem Risiko für die Verbraucher:innen entsprechend angepasst werden – etwa durch beschleunigte Zulassungswege.

2. Hohe Transparenz und Planungssicherheit bei Regulierungsprozessen

Eine gute Versorgung der Bevölkerung mit hochwertigen rezeptfrei erhältlichen Präparaten zur Self Care kann nur durch ein switch-freundliches Klima erreicht werden. Für die Überführung bewährter verschreibungspflichtiger Arzneimittel in den OTC-Bereich

reife brauchen Herstellende klar überschaubare Regelungen und damit auch zeitliche Planungssicherheit.

3. Erweiterung der Indikationsbereiche für Self Care.

Da in Österreich oftmals Präparate für bestimmte Indikationen, für die in anderen Ländern längst rezeptfreie Produkte erhältlich sind, nur verschreibungspflichtig abgegeben werden, ist eine Öffnung gerade dieser Indikationsgebiete auch für hiesige OTC-Präparate sinnvoll.

4. Klare Richtlinien für Online-Handel

Erfolgreiche Self Care funktioniert nur, wenn OTC-Produkte einfach und niederschwellig verfügbar sind – etwa über das Internet. Hier bedarf es klarer regulatorischer Vorgaben, um den Vertrieb dieser Waren besonderer Art für die Verbraucher:innen sicher zu gestalten.

VERANSTALTUNGEN 2023



RÜCKBLICK VERANSTALTUNGEN

Rekordverdächtig war das Jahr 2023 aus dem Blickwinkel der Weiterbildung: Dank der neu eingeführten Flatrate stieg die Zahl der Teilnehmenden auf mehr als 1.200! 21 IGEPHA-Fortbildungsveranstaltungen standen im Terminkalender – so viele wie noch nie in der Geschichte der IGEPHA.

Das Jahr begann mit einem Rendezvous mit Dr. Google – bei einem Workshop mit Search Data Expertin Julia Walsh lernten die Teilnehmenden, was sich aus der Analyse von Suchanfragen über die Gesundheitsbedürfnisse der Konsument:innen herausfinden lässt. Mit Profitipps für den grenzüberschreitenden OTC-Verkauf, für erfolgsorientierte Verhandlungen mit Einkaufenden und zu den jüngsten Self Care-Trends bei Amazon wurde das Fortbildungsprogramm fortgesetzt. Markus Zimmer von BuzzValue gab bei einer weiteren Veranstaltung Einblicke in die Potenziale des Social Media- und Influencer-Marketings.

Wie gewohnt, erhielten die IGEPHA-Mitglieder und ihre Teams auch wieder erstklassige Updates zu den aktuellen Herausforderungen in regulatorischer Hinsicht. Ob Arzneimittel, Homöopathikum, Medizinprodukt, Nahrungsergänzungsmittel oder Kosmetik: Zu jeder Self Care-Produktkategorie wurden die rechtlichen Änderungen, Ergebnisse der aktuellen Rechtsprechung sowie Praxistipps für den regulatorischen Alltag präsentiert und diskutiert. Detailreich wurde auch über die Vorschläge zur Revision des EU-Pharmarechts informiert. Im Fokus standen zudem die erheblichen Auswirkungen der EU-Umweltgesetzgebung auf die Self Care-Industrie: Experte Dr. Dennis Stern lieferte zum Europäischen Green Deal wichtige Hintergrundinformationen und gab wertvolle Tipps zum Nachhaltigkeitsbericht. Rechtsanwalt Dr. Gerald Trieb erläuterte die wichtigsten Inhalte des neuen Leitfadens zum datenschutzkonformen Arbeiten im digitalen Marketing.

Eine Premiere ging im Mai über die Bühne: Erstmals wurde nicht nur die Sempora-Apothekenmarktstudie 2023 präsentiert, sondern auch die Ergebnisse der erstmals durchgeführten Spectra-Apothekenmarktstudie. Der Sempora-Fragebogen war zuvor für die Situation in Österreich adaptiert worden. Die Studie gibt Auskunft über den österreichischen Self Care-Markt aus Sicht der Konsument:innen, der Apotheker:innen sowie der Industrie und wirft einen wissenschaftlich fundierten Blick in die Zukunft.

Auch die rasante Entwicklung auf dem Gebiet der Künstlichen Intelligenz und die Auswirkungen auf den Self Care Markt wurden thematisiert. Auf Wunsch vieler Mitglieder wurde gegen Jahresende eine Infoveranstaltung mit den Betreibenden der Warenverzeichnisse – Datacare und Apothekerverlag – und der Wirtschaftskammer angeboten.





MIT DER BRANCHE IN KONTAKT

Der beliebte Branchenauftritt der Self Care-Industrie, das Come Together, fand 2023 als Freiluftveranstaltung statt. Viele gut gelaunte Mitglieder und Freund:innen der IGEPHA ließen sich von den winterlichen Witterungsverhältnissen nicht daran hindern, ins Wake_Up an der Neuen Donau in Wien zu kommen und eine „chillige“ Zeit mit Kolleg:innen und Partner:innen aus dem Gesundheitswesen zu verbringen.

Bestens unterhielten sich die Gäste der IGEPHA auch beim Open House, das im Mai in den Räumlichkeiten der IGEPHA in der Kärntner Straße stattfand. Ehrengast Bundesministerin Karoline Edtstadler lobte die österreichische Self Care-Industrie als wichtiges Standbein des Wirtschaftsstandortes Österreich. Unter den Gästen waren Vertretende der Apothekerschaft, allen voran Apothekerverbands-Präsident Thomas Veitschegger. Auch NEOS-Gesundheitssprecherin Fiona Fiedler suchte das Gespräch mit den IGEPHA-Mitgliedern.

Am 5. Oktober 2023 gingen die IGEPHA-Generalversammlung sowie die Jahrestagung der Self Care-Branche im Hotel Park Hyatt in Wien über die Bühne. Zahlreiche Mitglieder und Gäste nutzten die Gelegenheit, um sich über Trends und Potenziale der Self Care zu informieren.

IGEPHA-THEMENFRÜHSTÜCK

Spannende Insights eröffnen sich jährlich bei den Terminen des IGEPHA-Themenfrühstücks. Bei einer guten Tasse Kaffee und einem duftenden Croissant erhalten IGEPHA-Mitglieder Informationen aus erster Hand. Gestaltet wurden die Frühstück-Events 2023 von Drehm Pharma, EL Pato Medien, der Health Care Consulting Group, INSIGHT Health, IQVIA, Regional Medien Gesundheit und Xcellen.



FACHAUSSCHUSS

REGULATORY AFFAIRS



LEITUNG

Dr. Fritz Gamerith *Schwabe*

Ein herzliches Dankeschön gilt den 44 Mitgliedern, die in den vier Arbeitsgruppen für Arzneimittel, Medizinprodukte, Nahrungsergänzungsmittel und Homöopathie hervorragende Arbeit leisteten.

ARBEITSGRUPPE MEDIZINPRODUKTE

Die EU verlängerte die Übergangsfristen für die Anwendung der neuen Vorschriften der Medical Device Regulation (MDR). Die EU-Kommission hat erkannt, dass noch etliche strukturelle Probleme gelöst werden müssen, bevor die MDR verbindlich angewendet werden kann. Das Europäische Parlament und der Rat der Europäischen Union stimmten dem Vorschlag zu. Mit diesem Schritt konnte auch ein drohender Kahlschlag am Medizinprodukte-Markt verhindert werden. Die verlängerte Übergangsfrist soll zu einer Evaluierung der MDR insgesamt genutzt werden. Sollte sich herausstellen, dass manche Regelungen das Ziel verfehlen oder sich negativ auf die Gesundheitsversorgung auswirken, so werde es entsprechende Änderungen geben.

ARBEITSGRUPPE ARZNEIMITTEL

Die Arbeitsgruppe Arzneimittel befasste sich mit der Revision des europäischen Arzneimittelrechts. Für Diskussionen sorgt derzeit ein Vorschlag, der vorsieht, dass antimikrobiell wirkende OTC-Arzneimittel künftig rezeptpflichtig sein sollen. Letzten Informationen zufolge dürfte hier aber eine vernünftige Lösung in Sicht sein.

Kontroversiell diskutiert wurden die Vorschläge zur Evaluation von Umweltrisiken, die weitere Verschärfungen in diesem Bereich vorsehen. Die vorgeschlagenen Regelungen waren dabei bislang so unpräzise formuliert, dass gar nicht klar war, was und wie genau unterschiedliche Aspekte geprüft werden sollen. Im Namen der betroffenen Herstellenden leitete die IGEPHA eine Stellungnahme zu den fragwürdigen Passagen an das Gesundheitsministerium weiter.

Heftig diskutiert wird auch der Vorschlag der Europäischen Kommission zur Wassergesetzgebung. Eine vierte Reinigungsstufe bei den



Kläranlagen wurde vorgeschlagen. Diese Zusatzinvestition soll über eine neu eingeführte Produzentenverantwortung finanziert werden. Unverständlich ist, warum nur zwei Industriezweige zur Kasse gebeten werden sollen, nämlich Herstellende von Humanarzneimitteln und von Kosmetikprodukten, die die geschätzten Kosten von über 50 Milliarden Euro übernehmen sollen. Die IGEPHA setzt sich dafür ein, dass dieser Vorschlag noch einmal kritisch geprüft wird. Ziel ist es, die IGEPHA-Mitglieder vor langjährigen substanziellen ökonomischen Belastungen zu schützen.

Weitere Belastungen drohen durch eine Überarbeitung der europäischen Wasserrahmenrichtlinie. 24 Stoffe wurden für die Aufnahme in die Liste der prioritären Stoffe vorgeschlagen. Unter diesen 24 Substanzen befinden sich auch zehn pharmazeutische Stoffe, zum Beispiel Ibuprofen. Damit würden auf Arzneimittelherstellende, die diese Stoffe für ihre Produkte verwenden, neue Belastungen zukommen. Sie müssten zukünftig nachweisen, dass sie zusätzliche Maßnahmen ergreifen, damit diese Subs-

tanzen nicht in die Umwelt gelangen können. Die IGEPHA wurde umgehend gemeinsam mit der AESGP aktiv. So erging ein Schreiben an die EU, in dem die Folgen dieser Neuerung für alle Beteiligten dargelegt wurden. Außerdem wurde eine Liste dezidiert Änderungsanschlüsse eingereicht. Zudem sucht die IGEPHA auch auf nationaler Ebene unermüdlich das Gespräch mit Entscheidungstragenden in Politik und Verwaltung.

ARBEITSGRUPPE NAHRUNGSERGÄNZUNGS- MITTEL

Die Arbeitsgruppe NEM setzte sich mit den Entwicklungen bezüglich der Festlegung von harmonisierter Höchstmenge für Vitamine und Mineralstoffe in der EU auseinander. Die EFSA bewertet zurzeit die Mengen für die maximale tägliche Zufuhr neu, z. B. für Vitamin A, Vitamin D, Vitamin E, Folsäure, Vitamin B6, Mangan, Eisen und Selen. Für Vitamin B6 wurde ein Entwurf publiziert, der eine Reduktion der täglich tolerierbaren Höchstmenge von 25 mg auf 12 mg vorsieht. Für Folsäure sollen die bisher geltenden Höchstmengen beibehalten werden.

ARBEITSGRUPPE HOMÖOPATHIE

In der Arbeitsgruppe Homöopathie wurde über aktuelle Entwicklungen in Österreich und Europa diskutiert. In Bezug auf Verunreinigungen mit Pyrrolizidinalkaloiden bestehen unterschiedliche Ansichten, ob ab der Potenz D2 oder erst ab D4 keine weitere Risikobewertung für homöopathische Zubereitungen und Arzneimittel mit Wirkstoffen pflanzlichen Ursprungs vorgelegt werden muss. Das BfArM in Deutschland teilte dazu mündlich mit, dass die Grenze von D4 vulnerable Personengruppen wie Kinder mit einbeziehe. Es bestehe jedoch die Möglichkeit, dass Antragstellende für niedrigere Potenzen selbst Berechnungen durchführen. Es könnte sich durchaus eine niedrigere Potenzstufe als D2 ergeben, wenn ein Produkt nur für Erwachsene zugelassen ist.

FACHAUSSCHUSS

KOMMUNIKATION & WIRTSCHAFT



LEITUNG

Mag. Susanne Eibegger *Bayer Austria*

Zu danken ist den 30 Mitgliedern des Fachausschusses und der Arbeitsgruppen: In interessanten Meetings wurde hervorragende Arbeit geleistet.

ARBEITSGRUPPE KOMMUNIKATION UND ARBEITSGRUPPE DIGITALISIERUNG

Auf Anregung der Arbeitsgruppe Kommunikation und der Arbeitsgruppe Digitalisierung wurde 2023 mit Unterstützung von Rechtsanwalt Dr. Gerald Trieb ein Leitfaden zur datenschutzkonformen Kommunikation entwickelt und den IGEPHA-Mitgliedern bei einer Schulung präsentiert. Der Leitfaden steht Mitgliedern im Membersbereich auf der IGEPHA-Website exklusiv zur Verfügung, ebenso eine Videoschulung, in der die wesentlichen Inhalte erläutert werden. Mit Unterstützung von Bukhari Hassan Ali Iidow, der sich zum Social Media-Manager ausbilden ließ, wurde eine Social Media-Strategie für die IGEPHA entwickelt und eine Strategieplanung für 2023 ausgearbeitet. Dieser professionelle

Zugang führte zu hoher Aufmerksamkeit für die IGEPHA. Dies geschah insbesondere durch die erfolgreiche Kampagne zum Weltgesundheitstag 2023, an dem sich IGEPHA-Mitglieder als Self Care-Botschafter:innen präsentieren konnten, und bei der Awareness-Kampagne zum Self Care-Day im Sommer.

Diese Kampagnen waren so konzipiert, dass sie sowohl Stakeholder im Gesundheitssystem ansprachen als auch Konsument:innen.

Der Social Media-Studie von Buzz Value ist zu entnehmen, dass Self Care-Hersteller:innen in Österreich 144 Accounts auf Facebook und 102 Accounts auf Instagram betreiben und damit mehr als 600.000 Follower erreichen. Auch YouTube, TikTok und im B2B-Bereich LinkedIn spielen dabei eine Rolle.



ARBEITSGRUPPE MARKTFORSCHUNG

Die Arbeitsgruppe Marktforschung befasste sich mit der Umsetzung einer Österreich-Studie nach dem Vorbild der Sempora-Apothekenmarktstudie durch das außerordentliche IGEPHA-Mitglied Spectra Marktforschung unter der Leitung von Dr. Gudrun Auinger. Der Fragebogen musste dafür vorab für die Situation in Österreich adaptiert werden.

ARBEITSGRUPPE VERTRIEBSKANÄLE

In der Arbeitsgruppe Vertriebskanäle wurde an einer Optimierung der komplexen Landschaft der Warenverzeichnisse für Self Care-Produkte weitergearbeitet. Im Gegensatz zum Mass Market steht in Österreich für Arzneimittel und Gesundheitsprodukte kein zentrales Datensystem zur Verfügung, sondern mehrere Lösungen wie zum Beispiel von Datacare, einer Organisation des Großhandels, oder dem Apothekerverlag.

Bei einem Workshop mit Vertreter:innen des Apothekerverlags, der Datacare und der Wirtschaftskammer wurden im November 2023 wichtige Basisinformationen zu den Warenverzeichnissen übermittelt und Anliegen der Industrie präsentiert.

FACHAUSSCHUSS **WERBECODEX**



LEITUNG

Bernd Assinger *Institut Allergosan*

SCHRIFTFÜHRERIN

Mag. Christina Nageler *IGEPHA*

STIMMBERECHTIGTE MITGLIEDER

- Mag. Thomas Fellhofer *Bayer Austria*
- Rudolf Mad *BOSO*
- Mag. Oliver Uragg *Apomedica*
- Dr. Fritz Gamerith *Schwabe Austria*
- Hartwig Schreiber *ERWO*

STELLVERTRETENDE

- Mag. Markus Schlick *Nutropia Pharma*
- Julia Ganglbauer, MSc *Biogena Naturprodukte*
- Dr. Christopher Mayr *Kwizda Pharma*
- Dr. Bernhard Wittmann *Sigmapharm*
- Harald Sammer *Dr. Loges*

2023 übernahm Bernd Assinger die Leitung des Fachausschusses von Mag. Aleks Jovanovic, in dessen fachkundigen Händen die Tätigkeit des Werbecodex-Teams zuvor gelegen hatte. Bernd Assinger bringt in seine neue Leitungstätigkeit seine Erfahrung als Rechtsanwalt mit ein.

Der Fachausschuss befasste sich im Berichtszeitraum mit sieben Fällen. In vier Fällen kam es zu einer Einigung, in drei Fällen wurde der Fachausschuss darum ersucht, beschlussmäßig Stellung zu nehmen.

Wenn auch der Anteil der Einigungen historisch gering ist, soll sich daraus kein Trend ableiten lassen, handelte es sich doch bei den Fällen, wo um eine Entscheidung des Fachausschusses ersucht wurde, um besonders schwierige und komplexe Angelegenheiten.

Weiterhin ist die österreichische Self Care-Industrie von hoher Konsensfähigkeit geprägt. Für die zuletzt an zwei Händen abzählbaren kritischen Vorkommnisse steht der IGEPHA-Werbecodex als transparent konzipiertes Instrument bereit, um solche Diskrepanzen fair und objektiv zu behandeln.

Die 2023 bearbeiteten Fälle betrafen einerseits werbliche Überschreitungen bei Fach- oder Gebrauchsinformationen für Arzneimittel, andererseits unzulässige gesundheits- oder krankheitsbezogene Aussagen zu Nahrungsergänzungsmitteln. Auch die Frage, ob es sich bei einem Nahrungsergänzungsmittel um ein Präsentationsarzneimittel handelt, wurde an den Fachausschuss Werbecodex herangetragen.

Generell werden, so ist festzustellen, die Themen, die an den Fachausschuss herangetragen werden, zunehmend komplexer und umfangreicher. Dass dennoch alle Fragen innerhalb der vorgesehenen Fristen behandelt werden konnten, ist dem hohen Engagement der Werbecodex-Mitglieder zu verdanken, die ihre Tätigkeit mit großer sachlicher und fachlicher Kompetenz ausüben.

Die Mitglieder der IGEPHA schätzen das Instrument des Werbecodex auch deshalb, weil es imstande ist, eine vergleichsweise rasche Klärung herbeizuführen.

WERBEVERSTÖSSE 2023

NR	VERSTOSS	VORWURF	ERGEBNIS
1	unzulässige, teils irreführende Angaben in der Werbung und Kennzeichnung eines Medizinprodukts	§§ 1, 2 Abs. 1 Zif. 2 und Abs. 3 Zif 2 UWG, Art 7 MPVO	Einigung
2	krankheitsbezogene Angaben zu einem Inhaltsstoff eines NEM in einem redaktionellen Beitrag oberhalb einer Werbeeinschaltung	§ 1 Abs. 1 Z. 1 AMG iVm § 7 AMG	Einigung
3	Angaben in Laien- und Fachwerbung zu Indiktionen eines AM ohne Deckung in GI/FI	§ 50a Abs. 3 und 4 AMG	Einigung
4	Darstellung eines NEM als Arzneimittel (Präsentationsarzneimittel)	§ 1 Abs. 1 Z. 1 AMG iVm § 7 AMG	Werbecodex
5	Werbung mit HCP für Arzneimittel; Darstellung eines NEM als Arzneimittel (Präsentationsarzneimittel)	§ 1 Abs. 1 Z. 1 AMG iVm § 7 AMG; § 53 Abs. 1 Zif. 1 AMG	Werbecodex
6	Angaben in Laien- und Fachwerbung zu Indiktionen eines AM ohne Deckung in GI/FI	§ 50a Abs. 3 und 4 AMG	Werbecodex
7	vergleichende Werbung für ein MP	§ 73 Abs. 1 MPG 2021	Einigung

MITGLIEDSUNTERNEHMEN

STAND: MÄRZ 2024

ORDENTLICHE MITGLIEDER

- A. Menarini Pharma Gesellschaft mit beschränkter Haftung
- Adler Pharma Produktion und Vertrieb GmbH
- Almirall GmbH
- Angelini Pharma Österreich GmbH
- Apomedica Pharmazeutische Produkte GmbH
- Bano Health Care GmbH
- Bayer Austria Ges.m.b.H.
- Biogena Naturprodukte GmbH & Co. KG
- Bionorica Austria GmbH
- Bio-Ray AG
- BM Health GmbH
- Boso GmbH u. Co.
- C. Brady KG
- CP GABA GmbH
- delta pronatura Handels GmbH
- Doskar e.U.
- Dr. A. & L. Schmidgall GmbH & Co. KG
- Dr. Loges Österreich GmbH
- Dr. Pflieger Arzneimittel GmbH
- Drapal GmbH
- Easypharm OTC GmbH
- Einheitskraft – Florian Alexander Boschi, MSOM, CN
- Engelhard Arzneimittel GmbH & Co. KG
- ERWO Pharma GmbH
- Fidia Pharma Austria GmbH
- Fresenius Kabi Austria GmbH
- Gebro Pharma GmbH
- Genericon Pharma Gesellschaft m.b.H.
- GSK – Gebro Consumer Healthcare GmbH
- guterrat Gesundheitsprodukte GmbH & Co. KG
- Hermes Arzneimittel Vertriebsgesellschaft mbH
- HKS | health solutions GmbH
- Institut AllergoSan Pharmazeutische Produkte Forschungs- und Vertriebs-GmbH
- Jacoby GM Pharma GmbH
- Johnson & Johnson GmbH
- KOSAN PHARMA GmbH
- Kwizda Pharma GmbH
- Life Light Handels GmbH
- Louis Widmer GmbH
- M. C. M. Klosterfrau Healthcare GmbH
- Medice Arzneimittel GmbH
- MED TRUST Handelsges.m.b.H.
- MELASAN Produktions- & VertriebsgmbH
- Merz Consumer Care Austria GmbH
- Merz Pharma Austria GmbH
- MM Biokosmetik & Naturprodukte GmbH
- Natural Products & Drugs GmbH
- Natur Vital Handels GmbH
- Nicapure Micronutrition GmbH
- NimmNEM GmbH
- Nutropia Pharma GmbH
- Opella Healthcare Austria GmbH
- Orthomol GmbH
- Panaceo International GmbH
- Pascoe pharm. Präparate GmbH
- Pelpharma Handels G.m.b.H.
- Perrigo Österreich GmbH
- Pharmazeutische Arbeitsgemeinschaft Rat & Tat GmbH
- Pharmazeutische Fabrik Montavit Ges.m.b.H.
- pro medico HandelsGmbH
- Procter & Gamble Germany GmbH & Co. Operations oHG
- Queisser Pharma Austria GmbH
- Ratiopharm Arzneimittel Vertriebs-GmbH
- Reckitt Benckiser Austria GmbH
- REGENAPLEX GmbH
- Richter Pharma AG
- s.a.m. PHARMA Handel GmbH
- Sanamed Import- und Handelsges.m.b.H.
- Sandoz GmbH
- Sanova Pharma GesmbH
- Schülke & Mayr GmbH
- Schwabe Austria GmbH
- Servier Austria GmbH
- Sidroga Gesellschaft für Gesundheitsprodukte mbH
- Sigmapharm Arzneimittel GmbH
- Stada Arzneimittel GmbH
- Terrapharm Pharmazeutische Produktions- und Handelsges.m.b.H
- Trigal Pharma GmbH
- TLL The Longevity Labs GmbH
- Viatrix Austria GmbH
- Volopharm GmbH
- Weleda Ges.m.b.H. & Co. KG

AUSSERORDENTLICHE MITGLIEDER

- Agentur wundermild e.U.
- ApoNow GmbH
- ÄrzteKrone Verlagsgesellschaft mbH
- BDI-BioLife Science GmbH
- DATACARE Datenpflege des Pharmagroßhandels Ges.m.b.H.
- Diapharm Austria GmbH
- DiLAB42 GmbH
- Drehm Pharma GmbH
- Eblinger & Partner Personal- und Managementberatungs GmbH
- El Pato Medien GmbH
- Eumedia Werbegesellschaft mbH
- first pharma J.M.T. GmbH
- GS1 Austria GmbH
- Health Care Consulting GmbH
- Healthcare D3 GmbH
- Healthcare Sellution GmbH
- HealthCorp Partners GmbH
- Herba Chemosan Apotheker-AG
- IDS Media GmbH
- INSIGHT Health GmbH
- IQVIA Information Solutions GmbH
- Kaske Group GmbH
- Kleine Zeitung GmbH & Co. KG
- Kwizda Pharmahandel GmbH
- Mag. Jens Wilke Apothekenberatung
- MedTriX GmbH
- NetDoktor GmbH
- Österreichische Apotheker-Verlagsgesellschaft m.b.H.
- Österreichische Gesellschaft vom Goldenen Kreuze
- Österreichische Pharmazeutische Gesellschaft
- Pfizer Corporation Austria GmbH
- Phoenix Arzneiwarengroßhandlung GesmbH
- PRSG Pharmaceutical and Regulatory Services GmbH
- PR:AG Ganster Communications GmbH
- RMA Gesundheit GmbH
- S3 Consulting Messner e. U.
- sonicboom GmbH
- Spectra Marktforschungsgesellschaft mbH
- Springer-Verlag GmbH
- Struss Consulting
- Talentor Austria GmbH
- Wort und Bild Verlag
- Xcellen.com
- y-doc, Wartezimmer TV, M. F. Richter e.U.

IMPRESSUM

IGEPHA Jahresbericht 2023

Verantwortlich für den Inhalt: IGEPHA – The Austrian Self Care Association, Kärntner Straße 26/Marco-d'Aviano-Gasse 1,
1010 Wien Tel.: +43 1914 95 12, Fax: +43 1 914 95 12-12 | office@igepha.at

www.igepha.at | Redaktion und Gestaltung: IGEPHA | Fotos: IGEPHA, Katharina Schiff, Arthur Michalek, privat

Illustrationen: NounProject/ VectorRecipe, NounProjekt/Ramana Putra, NounProjekt/Christian Wad, NounProject/LUTFI GANI
AL ACHMAD, NounProject/gravisio, Adobestock/freeslab, Adobestock/riz, Shutterstock/free_illustration10

Grafik: Saskia Kisling, Wien und Susanne Keuschnig, Obervellach | Druck: Johann Sandler GesmbH & Co. KG, www.sandler.at



PEFC

PEFC/06-38-329

PEFC-zertifiziert

Dieses Produkt
stammt aus
nachhaltig
bewirtschafteten
Wäldern und
kontrollierten Quellen

www.pefc.at

IGEPHA
The Austrian Self Care Association