

Grenzen der Medizinprodukte-Werbung

Die wesentlichen Rechtsfragen kompakt an einem Tag!

DIE THEMEN

- Wie Sie Medizinprodukte rechtssicher bewerben
- Die Werbetrommel vor CE: Pre-Marketing
- Werbung mit Studienergebnissen, Testimonials & Prominenten
- Wenn Sie im Internet Werbung machen:
Das müssen Sie beachten!
- So gehen Sie mit Wettbewerbsstreitigkeiten gezielt um

IHRE REFERENTEN



Dr. Kirsten Plaßmann

PlassmannLEGAL,
Stuttgart
Rechtsanwältin, Partner



Dr. Cord Willhöft LL.M.

Fieldfisher LLP,
München
Rechtsanwalt und Partner

Grenzen der Medizinprodukte-Werbung

Ziel des Seminars

Die Möglichkeiten und Grenzen für kreatives Medizinprodukte-Marketing sind vielfältig: Z. B. erzählen Patienten ihre Geschichte in Form von Testimonials oder ein neues Verfahren wird durch Bildersprache erklärt. Auch wenn mehr erlaubt ist als bei Arzneimitteln, so gibt es etliche Stolperfallen, Grenzen und einen großen Graubereich.

Lassen Sie sich in diesem Seminar einen Überblick über die wichtigsten Gerichtsentscheidungen und Gesetzesvorhaben aus dem Medizinproduktebereich geben. Unser hochkarätiges Referententeam greift dabei "Werbetrends" auf und beleuchtet die speziellen Anforderungen für Medizinprodukte-Werbung im Internet.

Nicht zuletzt widmen wir einen wesentlichen Seminarteil Wettbewerbsstreitigkeiten, welche mit HWG-rechtlichen Fragen oft einhergehen. Holen Sie sich von unseren erfahrenen Experten konkrete Praxis-Tipps, wie Sie rechtssicher Ihre Medizinprodukte-Werbung gestalten.

Teilnehmerkreis

Das Seminar richtet sich an Fach- und Führungskräfte der pharmazeutischen und Medizinprodukte-Industrie folgender Abteilungen

- Marketing & Communication
- Produkt- und Brandmanagement
- Medical/Quality/Regulatory Affairs
- Recht und Vertrieb

sowie an Informations- und Compliance-Beauftragte.

Ihre Referenten

Dr. Kirsten Plaßmann

PlassmannLEGAL,
Stuttgart
Rechtsanwältin, Partner

Dr. Cord Willhöft LL.M.

Fieldfisher LLP,
München
Rechtsanwalt und Partner

Nach unserem Seminar

wissen Sie,

- wo die Grenze zwischen Produkt- bzw. Imagewerbung und wissenschaftlicher Information liegt,
- was alles irreführende Werbung sein kann,
- was Sie bei Fach- vs. Laienwerbung beachten müssen und
- wie Sie Social Media bei der Marktüberwachung nutzen können.

Ihr Nutzen

- Sie erstellen Ihre Medizinprodukte-Werbung anhand von fundiertem rechtlichen Hintergrundwissen.
- Im Falle eines Wettbewerbsstreits können Sie schnell und zielsicher handeln, da Sie das entsprechende Know-how haben.

Erfolgsrezepte für die Praxis!

Ihr Programm von 09:00 - 17:30 Uhr

Wann gilt das HWG, MPG und Co?

Dr. Kirsten Plaßmann

- Überblick: Schutzzweck, Systematik und Anwendungsbereich des HWG
- Abgrenzung Produktwerbung/ Imagewerbung/wissenschaftliche Informationen
Der feine Unterschied: Laien- und Fachkreiswerbung

"Hot Topics" aus der Medizinprodukte-Werbung: Irreführende Werbung vermeiden

Dr. Kirsten Plaßmann

- Werbung mit "Key-/Catchwords"
- Blickfangwerbung, Allein- und Spitzenstellungswerbung
- Werbung mit fachlichen Empfehlungen, Testimonials, Krankengeschichten und Abbildungen
- Anforderungen an wissenschaftliche Absicherung von Werbeclaims
- Case Studies

Sind Zuwendungen bei der Bewerbung von Medizinprodukten zulässig?

Dr. Cord Willhöft

- § 7 HWG und seine Ausnahmen § 299a StGB
- Wissenschaftliche Veranstaltungen
- Natural- und Geldrabatte für Arzneimittel
- Apps

Welche Bedeutung hat die CE-Kennzeichnung für Ihre Medizinprodukte-Werbung?

Dr. Cord Willhöft

- Pre-Marketing/Kongresse/Geschäftsberichte/Pressemitteilungen
Off Label Use
- Beispielfälle aus der Rechtspraxis

Welche (besonderen) Anforderungen gelten für Medizinprodukte-Werbung im Internet?

Dr. Kirsten Plaßmann

- Werbung mit Influencern
- Haftung für den Inhalt von Internetseiten, Verantwortlichkeit für Hyperlinks und grenzüberschreitende Internetwerbung
- Heilmittelwerbung und Social Media
- Aspekte zur Post Market Surveillance unter der MDR

So gehen Sie mit Wettbewerbsstreitigkeiten um

Dr. Cord Willhöft

- Grundzüge des Wettbewerbsstreits: Vorgehen, Angriff und Verteidigung
- Abmahnung, Unterlassungserklärung, einstweilige Verfügung und Schutzschrift

Grenzen der Medizinprodukte-Werbung

ANMELDUNG UNTER

service@forum-institut.de
www.forum-institut.de
Webcode 2001923

Tel. +49 6221 500-500
Fax +49 6221 500-555



ANMELDEFORMULAR

Ja, ich nehme teil:

16. Januar 2020 in München
- Ja, ich bin damit einverstanden, dass das FORUM Institut mir Informationen zu Veranstaltungen
- per E-Mail per Telefon übermitteln darf.
Meine Einwilligung kann ich jederzeit widerrufen.

Termin/Veranstaltungsort:

Donnerstag, 16. Januar 2020 in München
Registrierung 08:30 Uhr
09:00 - 17:30 Uhr Seminar

Novotel München City Arnulfpark
Arnulfstr. 57 · 80636 München
Tel. +49 89 242078-0 · Fax +49 89 242078-150

Gebühr:

€ 990,00 (+ gesetzl. MwSt.)
inkl. hochwertiger Dokumentation (auch zum Download), Zertifikat, Arbeitssessen, Erfrischungen und Kaffeepausen.

Name, Vorname

Position/Abteilung

Firma

Straße

PLZ/Ort/Land

Tel./Fax

E-Mail

Ansprechpartner/-in im Sekretariat

Datum, Unterschrift

AGB

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen (Stand: 01.01.2016), die wir auf Wunsch jederzeit übersenden und die im Internet unter www.forum-institut.de/agb eingesehen werden können.

PharmaTrain
MANAGEMENT RESEARCH DEVELOPMENT
CONFERENCE MANAGEMENT

IHR ANSPRECHPARTNER



Ute Akunzius-Jehn
Konferenzmanagerin Healthcare
Tel. +49 6221 500-685
u.akunzius-jehn@forum-institut.de