

BERUFSORDNUNG

gemäß § 25 Apothekerkammergesetz 2001, BGBl. I Nr. 111/2001 idgF BGBl. I Nr. 75/2008, von der Delegiertenversammlung beschlossen am 3. Dezember 2008, in der Fassung der Beschlüsse der Delegiertenversammlung vom 11. Juni 2012 und vom 30. November 2016

I. Abschnitt

Allgemeine Pflichten

§ 1. Der Apotheker ist verpflichtet, seinen Beruf verantwortungsvoll und gewissenhaft auszuüben. Er hat in seinem gesamten Verhalten dem ihm im Zusammenhang mit seiner beruflichen Tätigkeit entgegengebrachten Vertrauen gerecht zu werden und durch sein berufliches und außerberufliches Verhalten der Allgemeinheit, den Kunden oder den Kollegen gegenüber die Ehre und das Ansehen der Apothekerschaft zu wahren.

Beachtung der Rechtsvorschriften

§ 2. (1) Der Apotheker hat sich über die für die Berufsausübung geltenden Bestimmungen zu unterrichten. Er hat die für die Ausübung seines Berufes geltenden Gesetze und Verordnungen zu beachten. Er ist weiters verpflichtet, die apothekerkammerrechtlichen Vorschriften einzuhalten und die Beschlüsse der Kammerorgane zu beachten.

(2) Der Apothekenleiter hat die Mitarbeiter im erforderlichen Umfang über die Rechtsvorschriften in Kenntnis zu setzen, ihnen die Rundschreiben der Apothekerkammer und der Gehaltskasse zugänglich zu machen und die Mitarbeiter zur Einhaltung der Rechtsvorschriften anzuhalten.

Fortbildung

§ 3. (1) Der Apotheker hat sich laufend beruflich fortzubilden und sich über die für die Berufsausübung geltenden Vorschriften zu unterrichten.

(2) Ziel der Fortbildung ist es, die in der Aus- und allenfalls Weiterbildung erworbenen Kenntnisse zu erhalten, weiter zu entwickeln und den neuen Erkenntnissen anzupassen. Der zur Berufsausübung berechnete Apotheker ist grundsätzlich selbst dafür verantwortlich, dass er die Verpflichtung zur kontinuierlichen fachlichen Fortbildung im Rahmen seines Berufslebens erfüllt.

(3) Mittel der Fortbildung sind insbesondere

- a) die Teilnahme an Fortbildungsveranstaltungen,
- b) praktische Übungen im Rahmen von Seminarveranstaltungen,
- c) Studium von Fachliteratur,
- d) EDV-unterstützte Lerntechnologien oder audiovisuelle Lehrmittel und
- e) Lehr-, Forschungs- oder Vortragstätigkeit.

Information und Beratung

§ 4. (1) Der Apotheker hat Kunden, Ärzte, Zahnärzte, Tierärzte und andere Anwender zu informieren und zu beraten, wenn dies aus Gründen der Arzneimittelsicherheit notwendig ist, die Abgabe des Arzneimittels eine Beratung erforderlich macht oder eine Beratung verlangt wird.

(2) Die Möglichkeit der unmittelbaren persönlichen Beratung und Information durch einen Apotheker muss bei jeder Arzneimittelabgabe gegeben sein. Dies gilt auch für die Abgabe im Rahmen apothekeneigener Zustelleinrichtungen.

Verschwiegenheitspflicht

§ 5. (1) Der Apotheker ist zur Verschwiegenheit über alle ihm in Ausübung des Berufes anvertrauten oder bekannt gewordenen Geheimnisse verpflichtet.

(2) Der Apothekenleiter hat alle in der Apotheke tätigen Personen, die nicht der Berufsordnung unterliegen, zur Verschwiegenheit zu verpflichten.

(3) Der Apothekenleiter hat für die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen Sorge zu tragen, insbesondere auch soweit zu Beratungszwecken mit Zustimmung der Betroffenen patientenbezogene Daten in der Apotheke gespeichert werden.

Bereitschaftsdienst und Betriebszeiten

§ 6. (1) Der Apothekenleiter ist verpflichtet, dafür zu sorgen, dass die gemäß § 8 Apothekengesetz oder den auf Grundlage dieser Bestimmung erlassenen Verordnungen oder Bescheiden entsprechenden Bereitschaftsdienste geleistet werden.

(2) Die gemäß § 8 Apothekengesetz festgesetzten Betriebszeiten sind einzuhalten.

Zusammenarbeit mit anderen Gesundheitsberufen

§ 7. Der Apotheker arbeitet mit Ärzten, Zahnärzten, Tierärzten und anderen Gesundheitsberufen sowie Gesundheitsbehörden im gemeinsamen Bemühen, die Gesundheit der Bevölkerung zu fördern, zusammen.

Ausbildung

§ 8. (1) Der für die Ausbildung zuständige Apotheker hat die Pflicht, einen in praktischer Ausbildung stehenden Aspiranten sorgfältig auszubilden und die Tätigkeit des Aspiranten gewissenhaft zu beaufsichtigen. Er hat den Aspiranten in allen Zweigen der fachlichen Tätigkeit auszubilden.

(2) Während der Ausbildungszeit hat sich der Aspirant der praktischen Ausbildung für den Apothekerberuf ausschließlich zu widmen. Eine Nebentätigkeit bedarf der Zustimmung durch die Apothekerkammer. Die Zustimmung ist zu versagen, wenn die Nebenbeschäftigung nach Art oder Umfang den Zweck der praktischen Ausbildung zu beeinträchtigen geeignet erscheint.

(3) Der Lehrberechtigte oder der mit der Lehrlingsausbildung beauftragte Ausbilder ist verpflichtet, einen PKA-Lehrling sorgfältig auszubilden.

Kollegiales Verhalten

§ 9. (1) Der Apotheker ist verpflichtet, sich gegenüber Angehörigen seines Berufes kollegial zu verhalten. Er enthält sich jeder Verhaltensweise oder Äußerung, die geeignet ist, einem Kollegen Schaden an Ehre oder Ansehen zuzufügen.

(2) Der Apotheker kann im Falle einer diesbezüglichen Auseinandersetzung die örtlich zuständige Landesgeschäftsstelle der Österreichischen Apothekerkammer um Vermittlung anrufen. Vor Beschreitung des Rechtsweges ist die Landesgeschäftsstelle zu informieren bzw. um Vermittlung oder Mediation anzurufen.

(3) Der Apotheker hat die Interessen und das Ansehen der Apotheke, in der er tätig ist, während und außerhalb des Dienstes zu wahren.

Nebentätigkeiten

§ 10. (1) Der Apotheker hat Tätigkeiten, die mit dem Apothekerberuf oder mit der Ehre oder dem Ansehen der Apothekerschaft unvereinbar sind, zu unterlassen. Er darf auch nicht an einem Unternehmen beteiligt oder in einem Unternehmen tätig sein oder ihm in anderer Weise angehören, wenn dadurch Ehre oder Ansehen der Apothekerschaft verletzt werden, insbesondere durch den Gegenstand des Unternehmens oder dessen tatsächlich ausgeübte geschäftliche Tätigkeit.

(2) Der Apothekenleiter hat die Leitung persönlich auszuüben. Nebentätigkeiten sind untersagt, soweit durch diese die Wahrnehmung der Leitungsaufgaben beeinträchtigt ist.

(3) Der leitende Konzessionsinhaber einer in der Rechtsform einer Personengesellschaft betriebenen Apotheke sichert durch seine ausreichende wirtschaftliche Beteiligung am Apothekenunternehmen die rechtliche und wirtschaftliche Verfügungsmacht gemäß § 12 Apothekengesetz. Er darf keine dem § 12 Apothekengesetz widersprechenden Vereinbarungen eingehen.

Öffentlichkeitsarbeit

§ 11. Der Apotheker hat bei seinem Auftreten in der Öffentlichkeit und im Umgang mit Medien die Berufspflichten zu beachten, auf die Kollegialität und Wahrung der Ehre und des Ansehens der Apothekerschaft Bedacht zu nehmen.

II. Abschnitt

Marktkommunikation

Grundsätze

§ 12. (1) Dem gesetzlichen Auftrag entsprechend berücksichtigt die Marktkommunikation der Apotheken gesundheitspolitische Interessen und Besonderheiten der Berufstätigkeit der Apotheker. Die Bestimmungen dieses Abschnitts ergänzen die gesetzlichen Werbebeschränkungen (zum Beispiel: Apothekenbetriebsordnung, Arzneimittelgesetz, Medizinproduktegesetz, Chemikaliengesetz, Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetz). Ziel ist es, insbesondere

1. das bestehende menschliche und wissenschaftliche Ansehen der Apothekerschaft zu bewahren und auszubauen,
2. das darauf gründende Vertrauen der Öffentlichkeit in den Berufsstand zu sichern,
3. der Apotheke eine ordnungsgemäße Information über ihre Leistungen zu ermöglichen,
4. der Erhaltung der Apotheke als entscheidendem Nahversorger des Gesundheitswesens zu dienen und
5. unter Beachtung des Prinzips der Kollegialität die Gesundheit zu fördern und Schäden zu vermeiden.

(2) Der Apotheker wirbt vornehmlich durch die Qualität seiner Tätigkeit. Die Werbung muss wahr und sachlich sein, der besonderen Stellung des Apothekers als Angehörigem eines Gesundheitsberufes gerecht werden und im Einklang mit Ehre und Ansehen der Apothekerschaft stehen.

§ 13. (1) Ein Apotheker, dessen Apotheke durch Dritte, insbesondere durch Medien, genannt wird, muss in zumutbarer Weise dafür Sorge tragen, dass die Bestimmungen der Berufsordnung eingehalten werden.

(2) Apotheker, die in Medien oder sonst öffentlich auftreten, orientieren sich an den Zielen der Berufsordnung.

(3) Werbung für eine Apotheke muss ordnungsgemäß als solche gekennzeichnet sein.

(4) Bei redaktionellen Beiträgen eines Apothekers ist nur die Angabe seines Namens und Berufsortes zulässig. Dies gilt auch bei Testimonial-Auftritten eines Apothekers.

Spezialgebiete, Nebengeschäfte

§ 14. (1) Ein Hinweis auf Spezialgebiete einer Apotheke ist zulässig, wenn die persönliche und sachliche Leistungsqualität dafür gesichert ist und das Spezialgebiet einer entsprechenden Liste der Apothekerkammer entstammt.

(2) Auf Nebengeschäfte und deren Angebote darf in Apothekenwerbung dann verwiesen werden, wenn das Nebengeschäft einer entsprechenden Liste der Apothekerkammer entstammt.

(3) Spezialgebietsliste und Nebengeschäftsliste sind durch das Präsidium der Österreichischen Apothekerkammer auf Empfehlung der Akkreditierungskommission zu erstellen, wobei auch Qualitätsanforderungen festgelegt werden können.

(4) Hinweise auf andere Gesundheitsberufe müssen den Grundsätzen von Sachlichkeit und Gleichbehandlung entsprechen.

Veranstaltungsankündigungen

§ 15. Informationen über Veranstaltungen dürfen ausschließlich mit folgenden Werbemitteln einen Bezug auf eine Apotheke herstellen:

1. Apothekenhomepage,
2. Plakate, Informationstafeln und Anschläge,
3. Postwurfsendungen, Informationsbriefe und Kundenzeitungen.

Gemeinsame Werbung

§ 16. Gemeinsame Marktkommunikation mit anderen Waren- und Dienstleistungsanbietern ist ausschließlich für Waren und Dienstleistungen der Apotheke, ausgenommen Arzneimittel, zulässig.

§ 17. Gemeinschaftswerbung von Apotheken bedarf der schriftlichen Zustimmung durch die örtlich zuständige Landesgeschäftsstelle und kann in diesem Fall auch mit Werbemitteln erfolgen, die nicht in § 19 angeführt sind, wie Radiospot, Fernsehspot, Kinospot oder Internetwerbepbanner. Die Zustimmung für eine Gemeinschaftswerbung ist zu erteilen, wenn

- a. die Grundsätze gemäß §§ 12 bis 18 eingehalten werden,
- b. die Beteiligung aller Apotheken des Verbreitungsgebietes des Werbemittels möglich ist und
- c. eine überwiegende Beteiligung der Apotheken des Verbreitungsgebietes an der Gemeinschaftswerbung erfolgt.

Unzulässige Werbung

§ 18. (1) Unzulässig ist jede gegen allgemeines Werberecht verstoßende Werbung, insbesondere Werbung, die

1. den Werbebeschränkungen des Arzneimittelgesetzes, des Medizinproduktegesetzes, des Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetzes, des Chemikaliengesetzes u.a. nicht entspricht,
2. nach Inhalt oder Aufmachung als marktschreierisch oder aufdringlich dem § 1 Abs. 6 ABO 2005 widerspricht oder
3. unlauteren Wettbewerb darstellt.

(2) Unzulässig ist Werbung, die

1. nicht wahrheitsgemäß oder unsachlich ist,
2. entstellt, irreführt oder
3. nicht dem Stand der Wissenschaften entspricht.

(3) Unzulässig ist außerdem

1. Werbung, die mit den Berufspflichten des Apothekers im Widerspruch steht,
2. Werbung, die den §§ 12 bis 17 widerspricht,
3. Werbung, die eine unzulässige Tätigkeit im Sinne der §§ 21 und 22 zum Inhalt hat,
4. Werbung, die einen Fehlgebrauch von Arzneimitteln begünstigt,
5. Preiswerbung für Arzneimittel unbeschadet der Preisauszeichnung,
6. Werbung mit Preisnachlässen, die nicht für bestimmte Marken erfolgt,
7. vergleichende Werbung gegenüber Berufsangehörigen,
8. das Vortäuschen einer bevorzugten oder besonderen Stellung der eigenen Apotheke, der eigenen Person oder der Apothekenmitarbeiter,
9. Werbung, die den Eindruck erweckt, eine Apotheke habe im üblichen Aufgabengebiet der Apotheken Alleinstellung,
10. das unberechtigte Führen von Qualitätszertifikaten,
11. Werbung, die den Zweck verfolgt, jemanden zu veranlassen, Dritte an die eigene Apotheke zu verweisen,
12. die Anpreisung eines Abhol- oder Zustelldienstes, sofern nicht im Einzelfall oder generell eine Genehmigung der Apothekerkammer vorliegt und
13. die Ankündigung der Versendung von Arzneimitteln.

Werbemittel

§ 19. (1) Werbung erfolgt

1. im Schaufenster, mittels Anzeigen in Druckschriften und auf der Apotheken-Homepage;
2. durch Postwurfsendungen, Zeitungsbeilagen und Kundenzeitungen ohne Anschrift nur an jene Haushalte, die der aussendenden Apotheke näher als anderen Apotheken liegen;
3. mit Werbe- und Informationsbriefen sowie Kundenzeitungen mit Anschrift nur an Empfänger, die ausdrücklich ihr Einverständnis erklärt haben;
4. nur für die jeweils nächste Apotheke mit Plakaten, Informationstafeln und Anschlägen an allgemein zugänglichen Orten, nicht jedoch in Arztordinationen oder Krankenhäusern;
5. mittels Informationsblatt innerhalb der Apotheke;
6. in oder auf Fahrzeugen für Sanitäts- und Sozialdienste als Hinweis auf die Unterstützung der Sanitäts- und Sozialdienste und

7. mit Zugaben und Zusatzdiensten sowie Gewinnspielen innerhalb der Apotheke sowie in Postwurfsendungen, Informationsbriefen und Kundenzeitungen nach den Ziffern 2 und 3, sofern wettbewerbsrechtlich zulässig.

(2) Menschliche Plakatträger, Flugzettel, Geschäftskarten oder ähnliches zur Verteilung außerhalb der Apotheke sind unzulässige Werbemittel.

§ 20. Über die Zulässigkeit der Verwendung eines in § 19 nicht angeführten oder eines neuen Werbemittels entscheidet auf Antrag eines Mitglieds das Präsidium der Österreichischen Apothekerkammer innerhalb von drei Monaten. Die Verwendung eines solchen Werbemittels kann unter Vorschreibung von Auflagen oder unter Festlegung einer Beobachtungszeit erfolgen. Die Apothekerkammer hat derartige Beschlüsse unverzüglich bekanntzumachen.

III. Abschnitt

Unzulässige Tätigkeiten

§ 21. (1) Unzulässig ist jede Handlung oder Unterlassung eines Apothekers, die eine rechtswidrige Arzneimitteldispensation ermöglicht, wie insbesondere

1. jede Form der Belieferung, bei der das Recht des Kunden auf freie Wahl seiner Apotheke beeinträchtigt ist,
2. die Abgabe von Arzneimitteln durch Apotheken auf Grund der von Ärzten gesammelten und von diesen oder ihren Beauftragten in Apotheken eingereichten Verschreibungen, welche dem Arzt eine rechtswidrige Arzneimittelabgabe an Patienten ermöglicht,
3. die Beteiligung an einer rechtswidrigen Arzneimittelabgabe unter Ausschaltung öffentlicher Apotheken durch Hersteller, Großhändler oder sonstige Unternehmer an Verbraucher, ärztliche oder tierärztliche Hausapotheken, Zahnärzte, Dentisten, Hebammen, Krankenanstalten ohne eigene Anstaltsapotheke, Kuranstalten, Alten- oder Pflegeheime, Sozialversicherungsträger und ihre Einrichtungen, Sanitätseinrichtungen von Betrieben oder Organisationen jeder Art durch Ausstellung von Schein- oder Gefälligkeitsfakturen, Zurverfügungstellung von Firmennamen, Firmenstampiglien, Lieferscheinen, Drucksorten und dergleichen,
4. die Belieferung von Personen mit Arzneimitteln zum Zweck des unbefugten Weiterverkaufes oder Weitergabe, des Feilbietens im Umherziehen, des Versandes, des Verkaufes durch Automaten, des Aufsuchens von Privatpersonen oder von in Privathaushalten stattfindenden Werbeveranstaltungen einschließlich Werbe- und Beratungsparties, die sich an Privatpersonen richten, gleichgültig, ob die Werbeveranstaltung vom Gewerbetreibenden selbst oder von jemand anderem organisiert wird, und
5. die Arzneimitteldispensation in der Apotheke durch eine dazu rechtlich nicht befugte Person.

(2) Unzulässig ist das Gewähren von Zugaben und Zuwendungen jeglicher Art, soweit sie nicht durch das Wettbewerbsrecht gestattet sind. Die Neukonfektionierung (Zweitverblisterung, Neuverblisterung) von Arzneimitteln bildet keine handelsübliche Zugabe.

(3) Apotheker dürfen Dritten keine direkten oder indirekten Zuwendungen für die Zuweisung oder Vermittlung von Kunden anbieten, versprechen oder gewähren.

(4) Apotheken ist es untersagt, Zuwendungen dafür zu fordern, sich versprechen zu lassen oder anzunehmen, dass sie Kunden an Dritte vermitteln. Die Mitwirkung an Struktur- oder ähnlichen Vertriebssystemen ist unzulässig.

§ 22. Unzulässig sind

1. im Hinblick auf den bestehenden Apothekergesamtvertrag Absprachen oder Einzelvereinbarungen von Apothekern mit Sozialversicherungsträgern,
2. die Direktverrechnung ärztlicher Verschreibung mit Sozialversicherungsträgern entgegen §§ 1 Abs.2 Z 3 und 43 Gehaltsskassengesetz 2001,
3. der Verzicht des Apothekers auf die Einhebung von Rezeptgebühr, Kostenanteilen oder anderen Selbstbehalten oder Teilen davon, soweit der Versicherte nicht davon befreit ist.

§ 22a. (1) Unzulässig ist der Reexport oder die Beteiligung am Reexport von Arzneimitteln, bei denen eine Störung der Versorgung der inländischen Patienten bereits eingetreten ist oder unmittelbar droht.

(2) Unzulässig ist die Lieferung von Arzneimitteln an einen pharmazeutischen Großhändler oder Hersteller zu Zwecken des Reexportes durch Apotheken, welche nicht über eine Gewerbeberechtigung zum Großhandel mit Arzneimitteln verfügen.

IV. Abschnitt

§ 23. Verstöße gegen die allgemeinen Pflichten (§§ 1, 2, 9, 11) und die speziellen Vorschriften (§§ 3 bis 7, 10, 12 bis 22 und 22a) der Berufsordnung unterliegen dem Disziplinarrecht der §§ 39 bis 71 des Apothekerkammergesetzes 2001.

§ 24. Die Berufsordnung gilt sinngemäß auch für Mitglieder der Apothekerkammer, die nicht Apotheker sind. Soweit personenbezogene Bezeichnungen in der Berufsordnung in männlicher Form angeführt sind, beziehen sie sich auf Frauen und Männer in gleicher Weise. Bei Anwendung auf bestimmte Personen ist die jeweils geschlechtsspezifische Form zu verwenden.

§ 25. (1) Die Berufsordnung tritt mit 1. April 2009 in Kraft.

(2) Die Feststellungen der Berufssitte des Apothekerstandes auf Grund der Beschlüsse des Vorstandes der Österreichischen Apothekerkammer vom 5. Dezember 1953, 22. Mai 1959, 8. Mai 1964 und 26. November 1975 treten am 31. März 2009 außer Kraft. Auf Sachverhalte bis zum 31. März 2009 die zu Disziplinaranzeigen führen, oder zu diesem Zeitpunkt bereits anhängige Disziplinarverfahren sind die Feststellungen der Berufssitte anzuwenden.

(3) § 22a und § 23 in der Fassung des Beschlusses vom 11. Juni 2012 treten mit 1. Juli 2012 in Kraft.

(4) § 18 Abs. 3 Z 5 in der Fassung des Beschlusses vom 30. November 2016 tritt mit 1. Jänner 2017 in Kraft.

ERLÄUTERUNGEN

Allgemeines

Der öffentlichen Apotheke obliegt die ordnungsgemäße Arzneimittelversorgung der Bevölkerung (Apothekengesetz; § 1 Apothekenbetriebsordnung 2005). Die Apothekerinnen und Apotheker erfüllen damit eine öffentliche Aufgabe im Gesundheitswesen und üben einen freien Gesundheitsberuf aus. § 1 ABO 2005 umschreibt die Aufgaben der öffentlichen Apotheken.

Entsprechend der besonderen Verantwortung dieser Aufgaben ermächtigt das Apothekerkammergesetz 2001 die Apothekerkammer im Wege einer Berufsordnung, Berufspflichten für Apotheker mit der Zielsetzung, das besondere Vertrauen, das die Bevölkerung in die Apotheker setzt, zu schützen und dem Kunden- und Konsumenteninteresse zu dienen, zu erlassen.

Gemäß § 25 Apothekerkammergesetz erlässt die Delegiertenversammlung Richtlinien zur Ausübung des Apothekerberufes (Berufsordnung). Die Berufsordnung hat insbesondere Bestimmungen über

1. das aus Standesrücksichten gebotene Verhalten gegenüber der Berufsvertretung, Kollegen und Dritten,
2. die Unzulässigkeit von Tätigkeiten, die mit der beruflichen Tätigkeit eines Apothekers oder mit der Ehre und dem Ansehen der Apothekerschaft unvereinbar sind,
3. die im gesundheitspolitischen Interesse und im Hinblick auf die Besonderheit des Apothekerberufes erforderliche Beschränkung der Werbung,
4. die Verpflichtung, sich beruflich fortzubilden und sich über die für die Berufsausübung geltenden Vorschriften zu unterrichten, sowie über den Umfang der Fortbildung,
5. über unverbindliche Entlohnungen für Apothekerleistungen, wobei der Leistung und dem Aufwand sowie den gesamtwirtschaftlichen Verhältnissen Rechnung zu tragen ist und
6. die Verschwiegenheitspflicht der Apotheker

zu enthalten.

Der Apotheker ist – so die Erläuterungen zum Apothekerkammergesetz 2001 – verpflichtet, sich gegenüber allen Berufsangehörigen kollegial zu verhalten und mit allen im Gesundheitswesen tätigen Personen und den dafür bestehenden Einrichtungen zum Wohl der Menschen und der Allgemeinheit zusammen zu arbeiten. Er hat sein Verhalten innerhalb und außerhalb der beruflichen Tätigkeit so einzurichten, dass er der Integrität und dem Vertrauen gerecht wird, welches der Apothekerberuf erfordert.

Die Werbebeschränkungen der Berufsordnung verfolgen insbesondere die Zielsetzung, das berufliche Verantwortungsgefühl der Apotheker bei der Erfüllung ihrer Aufgaben und das Vertrauen der Öffentlichkeit in die Integrität des Berufsstandes zu stärken, und dem Mehrverbrauch oder Fehlgebrauch von Arzneimittel entgegen zu wirken. Die Bevölkerung darf darauf vertrauen, dass Apotheker sich nicht vom Gewinnstreben beherrschen lassen, sondern ihre Verantwortung im Rahmen der Gesundheitsberufe wahrnehmen.

Darüber hinaus führen Bestimmungen der Berufsordnung bestehende gesetzliche Verpflichtungen, wie die Verschwiegenheitspflicht oder die Verpflichtung zu beruflichen Fortbildung näher aus.

Zielsetzung der Berufsordnung ist es insbesondere,

- a) das bestehende menschliche Ansehen durch Verpflichtung auf ethische und berufsethische Grundsätze, die über den Rahmen gesetzlich festgelegter Mindestanforderungen hinausgehen, zu bewahren und auszubauen,
- b) das bestehende wissenschaftliche Ansehen durch laufende Fortbildung der beruflichen Kenntnisse und Fähigkeiten zu bewahren und auszubauen,
- c) das darauf gründende Vertrauen zu sichern,
- d) eine sachgerechte Information der Apotheke über ihre Leistungen zu ermöglichen und
- e) der Erhaltung der Apotheke als entscheidendem Nahversorger des Gesundheitswesens zu dienen.

Verstöße gegen die Berufsordnung stehen unter disziplinarstrafrechtlicher Sanktion.

Der I. Abschnitt der Berufsordnung enthält die allgemeinen Pflichten der Apotheker. Besonders hervorzuheben sind dabei die Fortbildungsverpflichtung, die Verschwiegenheitspflicht und die Information und Beratung.

Zu § 4:

Zur Information und Beratung führen die Erläuterungen zur Apothekenbetriebsordnung 2005 näher aus:

„Die bisherige ABO enthielt *expressis verbis* keine Verpflichtung der Apothekerin/des Apothekers zur Information und Beratung. Dies bedeutet jedoch nicht, dass die Informationsverpflichtung rechtlich nicht schon bisher bestanden hätte, ist diese doch als zivilrechtliche, vertragliche Nebenpflicht – als Schutz- und Sorgfaltspflicht des Schuldners der Leistung – einzustufen. Durch die nunmehrige Festschreibung wird daher eine bisher bestehende vertragliche Nebenpflicht konkretisiert. Die Information und Beratung des Arzneimittelfachmannes Apotheker über Arzneimittel ist eine Aufgabe im Rahmen der ordnungsgemäßen Arzneimittelversorgung der Bevölkerung.

Die Informations- und Beratungspflicht ist inhaltlich und umfangmäßig begrenzt. Die Hauptzielsetzung liegt in der Gewährleistung der Arzneimittelsicherheit.

Lehnt eine Kundin/ein Kunde eine Information oder Beratung ab bzw. ist aus ihrem/seinem Verhalten zu entnehmen, dass sie/er darauf keinen Wert legt, so besteht keine umfassende Verpflichtung der Apothekerin/des Apothekers über die im Interesse der Arzneimittelsicherheit unumgänglich notwendige Information hinaus.

In diesem Zusammenhang ist auf die Funktion der Gebrauchsinformation bei Arzneyspezialitäten zu verweisen, die in einer für den Laien verständlichen Form abgefasst ist und eine patientenorientierte Information bietet. Es wird daher in der Regel ausreichen, die Kundinnen/Kunden auf die Gebrauchsinformation zu verweisen, sofern sich nicht aus konkreten Umständen ein weitergehender Informationsbedarf ableiten lässt.

Die Abgabe des Arzneimittels würde eine Beratung beispielsweise dann erforderlich machen, wenn eine Gebrauchsinformation nicht vorliegt (z.B. auch bei magistralen Rezepturen) und den Kundinnen/Kunden die zur sachgerechten Anwendung erforderlichen Informationen zu geben sind.

Im Rahmen der Informations- und Beratungstätigkeit ist naturgemäß aus der Fülle der vorhandenen Informationen nach sachlichen Gesichtspunkten unter Bedachtnahme auf die jeweilige Situation des zu Informierenden auszuwählen und zu gewichten. Dabei stehen Arzneimittelsicherheit und sachgerechte Anwendung im Vordergrund.“

Im Notfall ist die Information und Beratung auf telefonischem Weg als unmittelbare persönliche Beratung im Sinne des Abs. 2 zu verstehen.

Näher erläutert werden die Abschnitte II und III.

Zu § 12:

Die Bestimmung regelt die Grundsätze und Zielsetzungen der Marktkommunikation und Werbung der Apotheken unter Berücksichtigung des Umstandes, dass der Apotheker nicht nur Angehöriger eines Gesundheitsberufes, eines freien Berufes, sondern zugleich auch Unternehmer ist.

Rezeptpflichtige Arzneimittel dürfen nicht beworben werden. Bei Arzneimitteln sind außerdem die Pflichtangaben nach dem Arzneimittelgesetz zu beachten, insbesondere der Warnhinweis. Sofern es sich ausschließlich um die sogenannte Erinnerungswerbung handelt, das ist Werbung, die ausschließlich aus der Bezeichnung einer Arzneispezialität besteht, müssen die Pflichtangaben nicht enthalten sein. Zu beachten ist u.a. auch das Preisauszeichnungsgesetz. Sichtbar ausgestellte Sachgüter, etwa im Schaufenster, sind mit ihren Preisen auszuzeichnen.

§ 9 a Abs. 1 Z 1 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), BGBl. Nr. 448/1984 i.d.g.F., verbietet das Ankündigen von unentgeltlichen Zugaben, ausgenommen solche von geringem Wert, in öffentlichen oder für einen größeren Personenkreis bestimmten Mitteilungen.

Die bloße Gewährung von Rabatten oder Skonti ist – unabhängig von der Frage, ob wirtschaftlich sinnvoll und als Marketinginstrument für eine Apotheke geeignet – im Nebensortiment zulässig. Für Arzneimittel sind Rabatte, soweit die Abgabe nicht für Rechnung der Krankenversicherungsträger erfolgt, ebenfalls nicht verboten. Als unzulässig anzusehen wäre hingegen die Gewährung von Rabatten bei Abgabe von Arzneimitteln auf Rechnung der Sozialversicherungsträger, etwa durch einen teilweisen oder gänzlichen Verzicht auf die Rezeptgebühr. Ein Verzicht auf die Rezeptgebühr oder Teile derselben widerspricht § 6 des Apothekergesamtvertrages, wonach die Apotheker die Rezeptgebühr oder den Kostenanteil einzuheben **haben**. Ein Verzicht würde die Zweckbestimmung von Rezeptgebühr bzw. Kostenanteil unterlaufen.

Zu § 13:

Apotheker können als Kolumnenautor oder als Interviewpartner in jedem Medium auftreten. Dabei sind die Zielsetzungen des § 12 Abs. 1, wie der Ausbau des menschlichen und

wissenschaftlichen Ansehens des Apothekers, die Vertrauenssicherung oder der Nahversorgungsauftrag im Auge zu behalten.

Bei redaktionellen Beiträgen darf eine Verbindung zu einer bestimmten Apotheke nicht zum Ausdruck kommen, indem mehr als der Autorenname und Berufsort des Apothekers angegeben wird.

Wirkt ein Apotheker an Beiträgen eines Mediums mit, hat er sich dafür mit allen zumutbaren Mitteln einzusetzen, dass die gestaltenden Redakteure keine unzulässige Werbewirkung hervorrufen.

Gerade im Gesundheitsbereich ist medienethisch eine klare Unterscheidbarkeit von redaktionellen Beiträgen und Werbung erforderlich, weshalb dieser Gesichtspunkt auch in der Berufsordnung der Apotheker berücksichtigt wird.

Der Apotheker ist demnach auch verpflichtet, redaktionelle Beiträge, an denen er mitgewirkt hat, zu überprüfen. Er muss sicherstellen, dass seine Äußerungen richtig wiedergegeben und keine wettbewerbs- oder berufsrechtswidrigen Aussagen getätigt werden. Der Apotheker darf an einer unzulässigen Werbung durch einen Dritten nicht mitwirken, er ist unter Umständen sogar verpflichtet, dafür Sorge zu tragen, dass unzulässige Werbung für seine Apotheke durch Dritte unterlassen wird.

Redaktionelle Presseberichte über eine Apotheke sind möglich, etwa wenn ein objektives Informationsinteresse des Lesers gedeckt wird und die Apotheke, über die berichtet wird, den redaktionellen Bericht weder veranlasst noch verdeckt bezahlt hat. Geht eine Berichterstattung auf das finanzielle Engagement eines Apothekers zurück, ist sie nur dann zulässig, wenn der Bericht auch als Werbung gekennzeichnet ist. Gemäß § 26 Mediengesetz sind Ankündigungen, Empfehlungen sowie sonstige Beiträge und Berichte, für deren Veröffentlichung ein Entgelt geleistet wird, in periodischen Medien als „Anzeige“, „entgeltliche Einschaltung“ oder „Werbung“ zu kennzeichnen, es sei denn, dass Zweifel über die Entgeltlichkeit durch Gestaltung oder Anordnung ausgeschlossen werden können.

Zu § 15:

Zu § 15 ist anzumerken, dass Veranstaltungen der Apotheke oder in den Apothekenräumen ausschließlich im Nahversorgungsbereich sowie in den im § 15 sonst angeführten Werbemitteln mit einem Hinweis auf eine Apotheke angekündigt werden. Daher sind in weiter verbreiteten Medien auch parallel geschaltete Anzeigen, die den Bezug zu einer Apotheke herstellen, unzulässig.

Zu § 16:

§ 16 erlaubt unter Beachtung bestimmter Bedingungen die Gemeinschaftswerbung von Einkaufszentren mit einer Apotheke.

Zu § 18:

Unzulässig ist Werbung, die den produktspezifischen Beschränkungen der in Abs. 1 Z 1 angeführten Gesetzesbestimmungen widerspricht.

Die Werbebeschränkungen des Arzneimittelgesetzes gelten in vollem Umfang auch für Apotheken. Jede Zurschaustellung von Arzneimitteln, z.B. auch Originalhandelspackungen von Arzneispezialitäten oder Arzneimitteln des Arzneibuches mit ihrer Bezeichnung, in Schaufenstern von Apotheken und in der Offizin und jede Art der Ankündigung in Druckschriften fällt unter die Werbebeschränkungen des Arzneimittelgesetzes (§§ 50 bis 56a). Davon ausgenommen ist lediglich die Aufbewahrung von Arzneimitteln in der Offizin, wenn es sich um Originalhandelspackungen handelt, oder auf dem Behältnis, das zur Aufbewahrung dient, nur die Bezeichnung des Arzneimittels, der Preis oder die nach der Apothekenbetriebsordnung oder dem Arzneibuch erforderlichen Angaben enthalten sind.

Gemäß § 59 Abs. 9 Arzneimittelgesetz ist auch Apotheken die Abgabe von Arzneimitteln im Versandhandel verboten.

Für Lebensmittel, diätetische Lebensmittel, Nahrungsergänzungsmittel und Zusatzstoffe ist das Verbot krankheitsbezogener Angaben zu beachten. Bei diätetischen Lebensmitteln sind Angaben über den diätetischen Zweck zulässig.

Für Medizinprodukte bestehen ebenfalls Werbebeschränkungen (§§ 102 ff Medizinproduktegesetz). Analog den Bestimmungen im Arzneimittelgesetz dürfen Medizinprodukte, die einer ärztlichen Verschreibungspflicht unterliegen, bei Verbrauchern nicht beworben werden.

Gemäß § 28 Chemikaliengesetz 1996 darf Werbung für gefährliche Stoffe, Zubereitungen oder Fertigwaren nicht in einer Art betrieben werden, die zu falschen Vorstellungen über deren Gefährlichkeit führen oder zu deren unsachgemäßer Verwendung verleiten kann.

Z 2 des Abs. 1 verweist auf § 1 Abs. 6 Apothekenbetriebsordnung 2005, welcher dem Apotheker marktschreierische und aufdringliche Werbung untersagt.

Wer im geschäftlichen Verkehr eine unlautere Geschäftspraktik oder sonstige unlautere Handlung anwendet, kann auf Unterlassung und Schadenersatz in Anspruch genommen werden (§ 1 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb – UWG, BGBl. Nr. 448/1984 i.d.g.F.).

Unlauterkeit ist ein unbestimmter Begriff, der nach den Umständen des Einzelfalles konkretisiert werden muss. Der wettbewerbswidrige Charakter eines Verhaltens ergibt sich aus der zusammenfassenden Beurteilung von Inhalt, Motiv und Zweck, und zwar ohne Rücksicht auf die subjektiven Meinungen des Verletzers oder Verletzten.

Unter Marktschreierischer Werbung versteht man übertriebene Reklame. Nach UWG bedenklich wäre lediglich irreführende marktschreierische Werbung. Die Berufssitte untersagt darüber hinaus jede Form von marktschreierischer Werbung.

Marktschreierische Reklame wären beispielsweise Hinweise wie „zu Preisen wie noch nie“, „billigere Antibabypille“, „Die X-Apotheke, immer einen Schritt voraus!“, „X-Apotheke – denn Apotheke ist nicht gleich Apotheke!“, „bestsortierte Apotheke!“ oder „... die Apotheke für kluge Köpfe“ oder die Verwendung der Domain „www.beste-apotheke.at“ für die Web-Site der Apotheke.

Irreführende Werbung ist auch allgemein wettbewerbsrechtlich unzulässig (§ 2 UWG). Verwandte Bestimmungen sind § 6 Arzneimittelgesetz, § 102 Medizinproduktegesetz, § 7 Abs. 1 lit. c Lebensmittelgesetz oder § 18 Abs. 2 Unternehmensgesetzbuch. § 6 Arzneimittelgesetz verbietet, Arzneimittel in Verkehr zu bringen, die den Tatsachen nicht entsprechende Angaben oder sonst zur Verfügung geeignete Bezeichnungen oder Aufmachungen aufweisen. Nach § 102 Medizinproduktegesetz ist es verboten, Medizinprodukte mit Kennzeichnungen oder Aufmachungen zu versehen oder über diese Angaben zu machen, die den Tatsachen nicht entsprechen oder zur Irreführung geeignet sind. § 5 Abs. 2 Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetz verbietet es, Lebensmittel, Nahrungsergänzungsmittel und Zusatzstoffe in Verkehr zu bringen, die irreführend bezeichnet sind. § 18 Abs. 2 Unternehmensgesetzbuch verbietet Zusätze zur Firma, die geeignet sind, eine Täuschung über die Art oder den Umfang des Geschäfts oder die Verhältnisse des Geschäftsinhabers herbeizuführen.

Irreführend wäre z.B., wenn eine Apotheke in ihrer Bezeichnung den Zusatz „Haus der Gesundheit“ oder „Gesundheitszentrum“ oder „Die Gesundheitsapotheke“ führt, weil damit eine bevorzugte oder besondere Stellung dieser Apotheke suggeriert wird.

Übertriebene Behauptungen sind nach der Berufssitte als marktschreierisch generell unzulässig, auch wenn die Übertreibung von den angesprochenen Verkehrskreisen als nicht ernst gemeint erkannt wird. Eine übertriebene Behauptung, die implizit unter Umständen sogar andere Apotheken herabsetzt, wäre der Hinweis „... die Apotheke für kluge Köpfe“.

Unzulässig, weil irreführend, sind auch die Firmenzusätze „Total Vital“, „Wellness“ oder „Beauty“, weil sie das Nebensortiment und die damit zusammenhängenden Dienstleistungen zu sehr in den Vordergrund stellen. Im Zentrum der Funktion der Apotheke bzw. des Tätigkeitsbereiches der Apotheker steht die Arzneimittelversorgung. Das Nebensortiment und die damit zusammenhängenden Dienstleistungen dürfen keinen Umfang erreichen, welcher das Erscheinungsbild der Apotheke in Richtung „Drugstore“ verändert. Auch die Bezeichnungen „Sportapotheke“ oder „Fitnessapotheke“ sind im Firmenwortlaut nicht zulässig.

Unzulässig wäre z.B. „Die Grazer Apotheke für internationale Arzneimittel“, zulässig hingegen ein Hinweis „Besorgung internationaler Arzneimittel“.

Die Berufsordnung verbietet in § 18 Abs. 3 Z 5 die Preiswerbung für Arzneimittel. Rabattwerbung ist in genau bestimmter Weise zulässig, nämlich für bestimmte Marken. Damit sind einerseits Preisaktionen von Anbietern des Nebensortiments möglich. Andererseits darf eine Apotheke nicht einen Rabatt im Sinn eines Ausverkaufs oder sonst auf alle oder bestimmte Warengruppen ausloben.

Abs. 3 Z 5 wurde durch Beschluss der Delegiertenversammlung vom 30. November 2016 mit Inkraft-treten 1. Jänner 2017 (§ 25 Abs. 4) neu gefasst.

Auf Grund des bisher geltenden § 18 Abs. 3 Z 5 war „Preiswerbung für Arzneimittel unbeschadet der Preisauszeichnungspflichten“ unzulässig. Keine Preisauszeichnungspflicht besteht jedoch z.B. bei der Darstellung von Arzneimitteln auf Websites oder in Werbeprospekten.

Um reine Preisangaben auch dann zu ermöglichen, wenn keine Verpflichtung zur Preiskennzeichnung besteht, wurde Abs. 3 Z 5 dahingehend geändert, dass das Wort „Preisauszeichnungspflichten“ durch das Wort „Preisauszeichnung“ ersetzt wurde. Für Arzneimittel ist daher die reine Angabe der Verkaufspreise (ohne Bewerbung von Rabatten, Angabe von Stappreisen etc.) für Arzneimittel auch auf Werbeprospekten oder auf der Website der Apotheke zulässig.

Die Bewerbung von Arzneimitteln mit Rabatten, Aktionspreisen, Stappreisen etc. bleibt nach der Berufsordnung unbeschadet der Werbebeschränkungen für Arzneimittel durch § 18 Abs. 3 Z 5 verboten. Unzulässig wäre z.B. auch eine Auszeichnung reduzierter Arzneimittelpreise mit dem Hinweis "Preise wie die Versandapotheke XY".

Zu § 19:

Geregelt werden die durch Apotheker einsetzbaren Werbemittel. Nicht angeführte oder neue Werbemittel dürfen nur auf Grund einer Zustimmung des Präsidiums der Österreichischen Apothekerkammer verwendet werden (§ 20). Gemeinschaftswerbung kann mit Zustimmung der zuständigen Landesgeschäftsstelle der Apothekerkammer darüber hinausgehen (§ 17).

Werden die in Abs. 1 angeführten Werbemittel benutzt, sind selbstverständlich die Regeln über die Werbeinhalte zu beachten.

Zur Werbung in der Apotheke gehört auch die Schaufensterwerbung. Ein attraktiv dekoriertes Schaufenster sorgt für den ersten Kundenkontakt und ist die „Visitenkarte“ einer Apotheke. Es sind insbesondere die Vorschriften des Arzneimittelgesetzes zu beachten.

Zeitungsinserate sind für Apotheken grundsätzlich erlaubt. Wirkt die Anzeige nach ihrem Inhalt oder ihrer Aufmachung, Form und Größe marktschreierisch oder übertrieben, ist sie gemäß § 18 Abs. 1 Z 2 verboten.

Zulässig sind Anzeigen in Telefonbüchern (Gelbe Seiten) und auf Stadtplänen.

Rezeptformulare für einen Arzt mit Aufdruck des Firmenwortlautes und der Adresse einer Apotheke sind nicht als Druckschriften im Sinne des § 19 Abs. 1 Z 1 anzusehen.

In Abs. 1 Z 2 wird hinsichtlich der Zulässigkeit der Werbemittel bewusst nicht an ein Einzugsgebiet, Postzustellgebiet oder den Standortbegriff gemäß § 9 Apothekengesetz angeknüpft, sondern an die Entfernungskomponente.

Kundenzeitschriften sind ein zulässiges Werbemittel, wenn diese nur in der Apotheke verteilt, ohne Anschrift nur an die der aussendenden Apotheke näher gelegene Haushalte, oder mit Anschriften ausschließlich an Kunden versendet werden, die sich mit Zusendungen der Apotheke ausdrücklich einverstanden erklärt haben. Eine solche Einverständniserklärung wäre nach dem geltenden Datenschutzrecht zwar nicht erforderlich, sie entspricht aber dem ethischen Standard, mit dem Apotheker mit Kundendaten umgehen.

Kundenzeitschriften einer bestimmten Apotheke dürfen nicht in Arztpraxen aufliegen.

Aus Z 6 des Abs. 1 ergibt sich die Unzulässigkeit der Straßenbahn- oder Taxiwerbung.

Nicht unter die Werbebestimmungen fällt die zulässige Kennzeichnung eigener apothekenbetrieblicher Kraftfahrzeuge.

In der Apotheke dürfen Kunden geringwertige Werbegeschenke gewährt werden, wie z.B. Warenproben, Kalender, Kugelschreiber. Die Ankündigung von Geschenken außerhalb der Apotheke ist jedoch nur in zugelassenen Postwurfsendungen, Informationsbriefen und Kundenzeitungen zulässig.

In § 19 Abs. 1 nicht genannte Werbung, wie Radio- und Fernsehwerbung, Kinowerbung oder Internet-Werbebanner, ist der Gemeinschaftswerbung vorbehalten. Die Verwendung dieser Werbemittel durch einen einzelnen Apotheker wird der Zielsetzung der Nahversorgung durch Apotheken nicht gerecht.

Für die einzelne Apotheke wäre Internetwerbung von Apotheken mit einem Werbebanner (= meist animierte Werbeflächen) auf anderen Web-Sites oder das Spamming (= „Zumüllen“), das ist das Überfluten von Newsgroups, Mailboxen, Online-Foren etc. mit Nachrichten, z.B. Werbesendungen, ebenfalls als marktschreierische Werbung anzusehen.

§ 107 Abs. 2 Telekommunikationsgesetz 2003, BGBl. I Nr. 70/2003, normiert ein Verbot der Zusendung elektronischer Post – einschließlich SMS – an Verbraucher im Sinne des Konsumentenschutzgesetzes zu Werbezwecken oder als Massensendung (an mehr als 50 Empfänger), wenn keine vorherige Einwilligung des Empfängers vorliegt. Hat der Absender die Kontaktinformation in Zusammenhang mit einem Verkauf oder einer Dienstleistung an seine Kunden erhalten und wird die Nachricht zur Direktwerbung für eigene ähnliche Produkte oder Dienstleistungen übermittelt, ist die Zusendung gemäß § 107 Abs. 3 Telekommunikationsgesetz auch ohne ausdrückliche vorherige Einwilligung des Empfängers zulässig. Der Empfänger muss nur sowohl bei der Datenerhebung als auch bei jeder Werbung die Möglichkeit haben, die Nutzung seiner Daten kosten- und problemlos abzulehnen. Für Apotheken, die ihren Kunden elektronische Post zusenden, ist jedoch nach § 19 Abs. 1 Z 3 stets die vorherige Einwilligung der Empfänger zu verlangen, weil die Werbung ansonsten als marktschreierisch zu qualifizieren ist.

Marktschreierische Werbung wären auch unerbetene Anrufe oder Telefaxe zu Werbezwecken. Derartige Werbung verbietet im Übrigen auch § 107 Abs. 1 Telekommunikationsgesetz 2003, wenn sie ohne vorherige Einwilligung des Teilnehmers erfolgt.

Die in Abs. 2 angeführten Werbemittel beeinträchtigen das Ansehen der Apotheke.

Zu § 20:

Entscheidungen des Präsidiums über zulässige Werbemittel sind entsprechend kundzumachen.

Zu § 21:

In Abs. 1 werden Beispiele verbotener Rechtswidrigkeiten bei der Arzneimitteldispensation angeführt. Die freie Apothekenwahl (Z 1) ist jedenfalls bei sittenwidrigem Druck auf die Entscheidung des Patienten oder bei anderen "Rezeptumleitungen" beeinträchtigt.

Zur unerlaubten Werbung gehört die Werbung bei Ärzten, erst recht das Gewähren einer Vergütung an einen Arzt, der seine Patienten dafür an eine bestimmte Apotheke verweist.

Die Werbung für eine Apotheke auf Rezeptvordrucken, die einem Arzt überlassen werden, auch wenn nur Firmenwortlaut und Adresse aufgedruckt sind, ist unzulässig gemäß § 18 Abs 3 Z 11, weil die Apotheke dadurch den Arzt veranlasst, seinen Patienten direkt oder zumindest indirekt den Besuch dieser Apotheke nahezu legen. Die Patienten könnten den Aufdruck einer bestimmten Apotheke auf dem Arztrezept als stillschweigende Empfehlung des Arztes, diese Apotheke aufzusuchen, verstehen. Die freie Apothekenwahl würde damit in unlauterer Weise zumindest beeinflusst.

Gemäß § 8 a Apothekengesetz dürfen dringend benötigte Arzneimittel an Patienten durch „apothekeneigene Zustelleinrichtungen“ innerhalb eines Umkreises von vier Straßenkilometern von der Betriebsstätte der Apotheke zugestellt werden. Alle übrigen Einrichtungen zum Zwecke des organisierten Einsammelns von Rezepten und der Abgabe der darauf verordneten Arzneimittel außerhalb der Apotheke (Rezeptsammelstelle) sind nicht zulässig. Nach dem Durchführungserlass des Bundesministeriums für Gesundheit und Umweltschutz vom 5. Juli 1985, Zl. IV-51.301/13-4/85, obliegt die Organisation der apothekeneigenen Zustelleinrichtungen den in Frage kommenden Apotheken im Einvernehmen mit der zuständigen Landesgeschäftsstelle der Österreichischen Apothekerkammer. Gemäß § 2 des Regulativs „apothekeneigene Zustelleinrichtung“ (Beschluss des Geschäftsführenden Ausschusses vom 21. Jänner 1987) dürfen apothekeneigene Zustelleinrichtungen nur mit schriftlicher Genehmigung der örtlich zuständigen Landesgeschäftsstelle der Österreichischen Apothekerkammer unterhalten werden. Die Ankündigung entsprechend genehmigter „apothekeneigener Zustelleinrichtung“ ist naturgemäß zulässig.

In begründeten Einzelfällen, etwa bei der Neueröffnung von Apotheken im ländlichen Raum, kann z.B. die Ankündigung einer Gratis-Hauszustellung von Arzneimitteln im Notfall gemäß Abs. 3 Z 2 erlaubt werden.

In Abs. 2 wird klargestellt, dass sich das wettbewerbsrechtliche Verbot von (Gratis-)Zugaben auf die Neukonfektionierung erstreckt.

Zu § 22:

Die Beziehungen zwischen den Krankenversicherungsträgern und den Apothekern sind durch einen Gesamtvertrag zu regeln (§ 348 a) ASVG. Dieser Gesamtvertrag wurde durch den Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger und der Österreichischen Apothekerkammer abgeschlossen. Einzelvereinbarungen von Apothekern mit Krankenkassen sind im ASVG nicht vorgesehen. Gemäß § 350 Abs. 4 ASVG obliegt die Wahl der Apotheke dem Versicherten (Anspruchsberechtigten); die Zuweisung an eine bestimmte Apotheke ist unzulässig.

Die Verrechnung ärztlicher Verschreibungen mit Sozialversicherungsträgern erfolgt auf Grund des Gehaltskassengesetzes 2001 über die Pharmazeutische Gehaltskasse für Österreich. Auf Grund des ASVG ist der Apotheker auch verpflichtet, Rezeptgebühren und Kostenanteile einzuheben.

Diese Bestimmungen werden auch als Berufspflichten festgelegt und unterliegen Verstöße dem Disziplinarrecht (§ 22).

Zu § 25:

Die bisherigen Feststellungen der Berufssitte auf Grund der Beschlüsse des Vorstandes der Österreichischen Apothekerkammer treten mit Inkrafttreten der neuen Berufsordnung außer Kraft. Die bisherigen Feststellungen der Berufssitte sind allerdings noch auf jene Anzeigen anzuwenden, die Sachverhalte bis zum 31. März 2009 betreffen.