

Reclame

43

Aanprijzing gezondheidsproducten door BENU-apotheek is geen aanprijzing door een beroepsbeoefenaar

Reclame Code Commissie
16 april 2025, 2025/00063
Noot mw. mr. M. Meddens-Bakker

Reclame. Publieksreclame. Gezondheidsproducten. Apotheker. Aanbeveling van beroepsbeoefenaar.

[Code Aanprijzing Gezondheidsproducten art. 1, 17; Gnw art. 85; Handvest van de apotheker; Professioneel Statuut voor apothekers; Claimsverordening art. 12 aanhef en onder c]

Feiten: BENU maakt op haar website reclame voor gezondheidsproducten. Klager stelt dat dit niet mag, omdat BENU onder andere een apotheek is, en reclame voor gezondheidsproducten geen aanbeveling mag bevatten van beroepsbeoefenaren.

Uitspraak: De Reclame Code Commissie (RCC) volgt de interpretatie van de Keuringsraad dat met voornoemd verbod wordt bedoeld op een aanbeveling door een individuele beroepsbeoefenaar van een specifiek product. Daarvan is geen sprake. De RCC wijst de klacht af.

Verzoeker: Anoniem tegen

Verweerder: BENU

De bestreden uitingen

Het betreft uitingen op:

- a. www.benu.nl/gezondheid/vrouw-en-overgang/alles-over-de-overgang en
- b. www.benu.nl/gezondheid/vrouw-en-overgang/alles-over-de-overgang/klachten-tijdens-de-overgang-wat-u-moet-weten.

Ad a.

Hier staat onder de aanhef “Alles over de overgang” onder meer:

“Wat is de overgang?”

De overgang is een natuurlijke fase in het leven van elke vrouw en markeert het einde van de vruchtbare jaren. Tijdens de overgang neemt de productie van vrouwelijke hormonen, vooral oestrogeen, geleidelijk af. Dit kan leiden tot verschillende lichamelijke en emotionele veranderingen, zoals opvliegers of stemmingswisselingen. Het is belangrijk om goed geïnformeerd te zijn over deze fase en manieren te vinden om uzelf hierbij te ondersteunen.

(...)

Voor al deze klachten kunt u terecht bij uw apotheek voor persoonlijk advies. Bovendien biedt de BENU webshop diverse (in de vorm van een link:) zelfzorgproducten die kunnen helpen bij het verminderen van overgangssymptomen. Neem gerust een kijkje voor meer informatie”.

Ad b.

Hier worden onder kopjes als “Opvliegers en zweten – Verlichting van opvliegers en nachtelijk zweten” en “Stemmingswisselingen – Voor meer balans in uw humeur” diverse producten uit “onze webshop” aangeboden, zoals bijvoorbeeld “Ymea Overgang 8-in-1 Capsules” en “Lucovitaal Overgang Balans Tabletten”.

Samenvatting van de klacht

De uitingen betreffen reclame voor gezondheidsproducten als bedoeld in artikel 1 van de Code Aanprijzing Gezondheidsproducten (CAG). Verweerder (hierna ook: BENU) is een apotheek en profileert zich in deze reclame ook als apotheker.

Volgens artikel 17 CAG mag reclame voor gezondheidsproducten geen aanbeveling bevatten van een beroepsbeoefenaar, in dit geval een apotheker. BENU is de naam van een goed bekend staande apotheek-groep. Op de consument komt de aanbeveling dus over als die van een beroepsbeoefenaar, aldus klager.

Verder stelt klager het volgende.

Volgens artikel 82 van de Geneesmiddelenwet (Gw) is een apotheker een beroepsbeoefenaar die volgens artikel 85 Gw geen reclame mag maken voor geneesmiddelen die zonder recept ter hand mogen worden gesteld.

Naar de mening van klager maakt BENU verder misbruik van de in het Handvest van de apotheker van de KNMP gestelde vertrouwensrelatie met de patiënt, die uitgaat van de specifieke deskundigheid van de apotheek. Die deskundigheid wordt door BENU niet getoond - aldus klager - bij navraag door klager naar de wetenschappelijke achtergrond van de adviezen van BENU. Klager verwijst in dit verband naar de bij de klacht overgelegde e-mail van 6 november 2024 van BENU Webshop aan klager.

Klager wijst ten slotte op een "Disclaimer" waarin onder meer staat:

"Bovenvermelde uitingen zijn samengesteld door apothekers, redacteurs en content manager. BENU is meer dan een apotheek: zowel medicijnen, als medische hulpmiddelen als zelfzorgproducten", waarna een opsomming volgt van respectievelijk "Apotheek", "Hulpmiddelen" en "Zelfzorg", met daarachter -bij elk van deze drie verschillende B.V.s.

Zo staat achter "Apotheek": "BENU Apotheken B.V. en BENU-apotheken / BENU Nederland B.V."

en achter "Zelfzorg": "BENUshop / Retail E-commerce B.V."

Mocht BENU zich willen verschuilen achter de stelling dat de reclame afkomstig is van de zelfzorg-tak van BENU (en niet van de apotheek-tak), dan moet dit laatste kenbaar worden gemaakt in deze reclame.

Informatie Keuringsraad KOAG/KAG

De onderhavige reclame voor voedingssupplementen bij de overgang valt onder de competentie van de Keuringsraad en is voor zover de Keuringsraad heeft kunnen nagaan niet ter preventieve toetsing voorgelegd. Indien de reclame wel ter beoordeling zou zijn voorgelegd, zou de Keuringsraad de toelating niet hebben tegengehouden op grond van hetgeen klager aanvoert. Voor het overige heeft de Keuringsraad de betreffende reclame nu niet beoordeeld.

Apotheken mogen publieksreclame maken voor voedingssupplementen c.q. gezondheidsproducten, mits wordt voldaan aan de CAG.

Het aanprijzen van supplementen door een apotheek maakt nog niet direct dat in strijd met artikel 17 CAG wordt gehandeld. Pas als een apotheker in de betekenis van een individuele beroepsbeoefenaar één specifiek product aanbe-

veelt, zou sprake zijn van strijdigheid met artikel 17 CAG.

In dit geval maakt een keten van apotheekwinkels reclame voor verschillende supplementen van verschillende merken met de toepassing "overgang". In dat geval is geen sprake van strijdigheid met artikel 17 CAG.

Reactie van klager op informatie van Keuringsraad KOAG/KAG

In reactie op de informatie van de Keuringsraad KOAG/KAG merkt klager onder meer het volgende op.

Het aanbevelen van één product lijkt een probleem, maar het aanbevelen van meer producten niet. In klagers ogen maakt BENU misbruik van de positie als apotheek/apotheker om via de in het Handvest van de Apotheker en het Professioneel Statuut voor apothekers zo geroemde deskundigheid en de vertrouwensrelatie de cliënt te laten geloven dat de aanbevelen, in veler ogen zinloze producten, toch aan de man kunnen worden gebracht.

Als BENU deze reclame wil blijven maken, dan moet aan de consument heel duidelijk worden gemaakt dat de reclame niet afkomstig is van de apotheek-tak, maar van de zelfzorg-tak.

Het verweer

Anders dan klager stelt, profileert BENU zich in dit geval niet als apotheker.

BENU is niet uitsluitend een apothekersorganisatie. BENU is een merknaam en handelsnaam die wordt gebruikt voor apotheekdiensten, voor medische hulpmiddelen en voor zelfzorgproducten die onder andere via de BENU Webshop te verkrijgen zijn. Verwezen wordt naar: <https://www.benu.nl/over-benu>.

De pagina's waar klager aan refereert zijn geen specifieke "apotheekpagina's", maar algemene pagina's die doorlinken naar de BENU Webshop. De BENU Webshop wordt vervolgens geëxploiteerd door Retail E-commerce B.V. en niet door apothekers. Dat onderscheid wordt overigens ook helder gemaakt in de algemene voorwaarden, die consumenten moeten accepteren zodra ze een bestelling plaatsen.

Daarbij is er ook een verschil tussen een uiting van een apotheekketen en een uiting van een individuele apotheker, een persoon. BENU profileert zich niet als individuele apotheker. Op geen enkele

le webpagina staat: "Apotheker naam X beveelt product Y aan" of woorden van gelijke strekking. Los van de discussie of de uitingen worden gedaan door een apotheker of apothee keten, zijn de uitingen toelaatbaar. Klager noemt artikel 85 Gw, waaruit zou blijken dat er geen reclame mag worden gemaakt voor geneesmiddelen die zonder recept ter hand mogen worden gesteld. Verweerder geeft een andere lezing aan dit artikel. Artikel 85 Gw verbiedt publieksreclame voor geneesmiddelen die uitsluitend op recept ter hand mogen worden gesteld of zonder recept ter hand mogen worden gesteld en middelen bevatten als bedoeld in lijst I of II van de Opiumwet.

Op de website geeft verweerder openbare informatie en wordt verwezen naar zelfzorgproducten. Deze producten staan niet op lijst I of II van de Opiumwet, zodat daar wel publieksreclame voor mag worden gemaakt. De stelling van klager is dus onjuist.

Publieksreclame voor gezondheidsproducten is gebonden aan de CAG. Volgens de Keuringsraad zijn de aanprijzingen niet in strijd zijn met artikel 17 CAG. Van schending is pas sprake als de aanprijzing wordt gedaan door een apotheker in de betekenis van een individuele beroepsbeoefenaar die één specifiek product aanbeveelt. Daarvan is geen sprake. Dus al zou klager wordt gevolgd in zijn opmerking dat de uiting van BENU te zien is als een uiting van een apothee keten, dan is de uiting alsnog niet gedaan door een individuele apotheker die één specifiek product aanbeveelt. De uitingen zijn dus toegelaten.

Tot slot stelt klager dat BENU misbruik maakt van de in het Handvest van de Apotheker van de KNMP gestelde vertrouwensrelatie met de patiënt. Het Handvest en het Professioneel Statuut gelden voor individuele apothekers. De apothekers die in dienst zijn bij BENU doen er alles aan om te handelen in lijn met voornoemde documenten en onderschrijven de bepalingen uit deze documenten.

De uitingen op de website staan echter los van de behandelingsrelatie en daaruit voortvloeiende vertrouwensrelatie die een individuele apotheker met een individuele patiënt heeft. Verweerder ziet dan ook niet in waarom de website misbruik zou maken van die (individuele) vertrouwensrelatie.

Daarbij merkt verweerder op dat de content op de website zeer zorgvuldig op inhoud wordt gecontroleerd vóór publicatie en bij twijfel wordt voorgelegd aan de Keuringsraad.

De repliek

In reactie op het verweer merkt klager het volgende op.

BENU stelt dat BENU zich niet profileert als apotheker.

In de bij klagers reactie overgelegde 12 bijlagen is duidelijk dat BENU in haar reclame-uitingen wel degelijk steeds refereert aan de deskundigheid van de BENU-apotheker. Klager verwijst naar de door hem omcirkelde passages, met name de reclame over vitamine B12 (bijlage 5).

Schrijnend duidelijk is, aldus klager, dat de Benu Apotheek advies geeft over supplementen, dat wil zeggen gezondheidsproducten, die diezelfde Benu onder een andere tak van de organisatie met winst verkoopt.

Als Benu toch deze reclame wil blijven maken, dan moet Benu aan de consument heel duidelijk maken dat de reclame niet afkomstig is van de apothee keten, maar van de zelfzorg-tak.

Door gebruik te maken van 3 organisaties onder dezelfde naam wordt de onduidelijkheid voor de consument vergroot, en over dat onderscheid moet Benu meer duidelijkheid verschaffen aan de consument.

De redenatie dat men niet meer met een individuele apotheker te maken heeft als er sprake is van een apothee keten vindt klager bizar. Dit zou betekenen dat een apothee keten zich vrijuit mag begeven buiten de richtlijnen van met name de CAG en dat de individuele apothekers die bij die keten aangesloten zijn daarvoor niet verantwoordelijk zijn.

De stelling over interpretatie van artikel 85 Gw klopt, maar is in dit kader van minder belang, omdat de CAG in artikel 17 wel degelijk stelt dat een beroepsbeoefenaar (i.c. apothee keten) geen reclame mag maken c.q. aanbevelingen mag doen over gezondheidsproducten. In de CAG wordt geen onderscheid gemaakt of gezondheidsproducten wel of niet onder lijst I of II van de Opiumwet vallen.

Klager blijft bij de stelling dat BENU, als BENU reclame wil blijven maken voor gezondheidsproducten, veel duidelijker aan de consument moet maken dat de reclame niet afkomstig is van de te goeder naam en faam bestaande apothee keten.

De dupliek

Klager heeft bevestigd dat de in de klacht vervatte lezing van artikel 85 Gw onjuist is. Als artikel 85 Gw niet geschonden wordt of niet van toepassing

is, dan dient de klacht op dat punt afgewezen te worden.

In dit geval wordt voldaan aan het bepaalde in zowel het algemene gedeelte van de Nederlandse Reclame Code (NRC) als de CAG.

In de klacht van 31 januari 2025 wordt verwezen naar algemene informatie over overgangsklachten. Slechts een klein deel van de bij de klacht gevoegde bijlagen voldoet aan de definitie van reclame in de zin van artikel 1 NRC. De betreffende uitingen zien op gezondheidsproducten en moeten (dus) voldoen aan de CAG, in dit geval artikel 17.

Volgens de informatie van de Keuringsraad is een uiting pas in strijd is met artikel 17 CAG als het een uiting betreft van een individuele beroepsbeoefenaar die één product aanbeveelt. De door klager aangewezen webpagina's zijn - aldus de Keuringsraad - niet in strijd met artikel 17 CAG. Verweerder heeft geen reden om de juistheid van deze informatie in twijfel te trekken. Als één instantie duidelijkheid kan geven over de CAG, dan is het de Keuringsraad, aldus verweerder. De uitingen staan niet gelijk aan een aanbeveling van een individuele apotheker voor één product.

Overigens, als al geoordeeld wordt dat artikel 17 CAG ook ziet op uitingen van een apothekersorganisatie (zoals BENU), dan staat daarmee niet vast dat er op de website van verweerder aanbevelingen worden gedaan voor een product of voor producten. Verweerder is van mening dat er geen aanbevelingen worden gedaan en dat gehandeld wordt conform de CAG.

In de brief van 19 februari 2025 verwijst klager naar andere onderdelen van de website. Met name de verwijzingen naar het advies van een BENU apotheker acht klager problematisch. Verwijzingen naar een lokale (BENU) apotheker voor advies kunnen gezien worden als reclame in de zin van artikel 1 NRC, maar het betreft reclame voor de diensten van apothekers. Deze uitingen vallen niet onder de CAG, aldus verweerder, omdat er geen reclame wordt gemaakt voor gezondheidsproducten, maar voor professionele diensten.

Als klager bedoelt dat de verwijzing naar het advies van een apotheker maakt dat de uitingen op de website gelijkstaan aan aanbevelingen van apothekers of van een apothekersorganisatie, dan kan verweerder klager hierin niet volgen. Wat verweerder betreft wordt juist duidelijk gemaakt dat de uitingen op de website geen farmaceutisch ad-

vies inhouden en daarmee geen aanbevelingen betreffen van apothekers of apothekersorganisatie. Als een bezoeker van de website graag advies wil, dan wordt de bezoeker verwezen naar een apotheker. Op de website wordt geen enkel voorshot genomen op dat advies, aangezien dat tot de expertise van de apotheker behoort.

De mondelinge behandeling

Partijen hebben hun standpunten mondeling toegelicht, aan de hand van overgelegde pleitnota's. Op die toelichting zal, voor zover van belang, worden teruggekomen in het oordeel van de Commissie.

Het oordeel van de Commissie

1. Voor zover klager de klacht heeft gebaseerd op (i) artikel 85 Gw en (ii) het Handvest van de apotheker en het Professioneel Statuut voor apothekers overweegt de Commissie het volgende.

Ad i.

Hoewel klager in reactie op het verweer heeft meegedeeld dat -kort gezegd- de interpretatie van artikel 85 Gw van minder belang is, vat de Commissie klagers verwijzing naar artikel 85 Gw op in die zin dat artikel 85 aanhef en onder b Gw overtreden. Deze bepaling luidt:

“Publieksreclame is verboden voor geneesmiddelen die:

(..)

b. zonder recept ter hand mogen worden gesteld en middelen bevatten als bedoeld in lijst I of II van de Opiumwet”.

Aangezien in dit geval geen sprake is van reclame voor de in deze bepaling bedoelde geneesmiddelen, is deze bepaling in dit geval niet van toepassing.

Ad ii.

Het Handvest van de apotheker en het Professioneel Statuut voor apothekers zijn documenten betreffende de beroepsuitoefening door apothekers. Deze documenten maken geen deel uit van de NRC en zijn ook niet een wet als bedoeld in artikel 2 NRC. Daarom zal de Commissie de bestreden reclame niet aan deze documenten toetsen.

2. Zoals klager ter zitting desgevraagd aan de voorzitter van de Commissie heeft meegedeeld, moet de klacht (voor het overige) worden opgevat

in die zin dat artikel 17 CAG is overtreden. Deze bepaling luidt:

“Reclame mag niet direct of indirect een aanbeveling bevatten van wetenschapsbeoefenaren, beroepsbeoefenaren in de gezondheidszorg of bij het publiek bekende personen die door hun bekendheid en reputatie het gebruik van gezondheidsproducten zouden kunnen stimuleren”.

?In de Toelichting bij deze bepaling staat voor zover hier van belang:

“Beroepsbeoefenaren in de gezondheidszorg zijn in dit verband artsen, apothekers, drogisten, verloskundigen, verpleegkundigen en tandartsen, maar ook paramedici. De achtergrond van deze bepaling is dat het publiek een speciaal vertrouwen in onafhankelijke wetenschappers en beroepsbeoefenaren heeft waardoor een aanbeveling door hen onevenredig veel gewicht krijgt, terwijl daar bij wetenschappers die in dienst zijn van de adverteerder minder snel sprake van zal zijn”.

In dit geval dient de vraag te worden beantwoord of er in (één van) de bestreden uitingen sprake is van een aanbeveling door een beroepsbeoefenaar in de gezondheidszorg, meer in het bijzonder een apotheker, zoals bedoeld in artikel 17 CAG. De Commissie beantwoordt die vraag in negatieve zin en overweegt daartoe, wat betreft de verschillende hierboven omschreven uitingen a en b, het volgende.

Ad a.

In deze uiting wordt -voor zover hier relevant- in het kader van klachten tijdens de overgang onder meer gesteld:

“Voor al deze klachten kunt u terecht bij uw apotheek voor persoonlijk advies. Bovendien biedt de BENU webshop diverse (in de vorm van een link) zelfzorgproducten die kunnen helpen bij het verminderen van overgangssymptomen. Neem gerust een kijkje voor meer informatie”.

Deze uiting houdt onmiskenbaar een aanprijzing in van zelfzorgproducten die verkrijgbaar zijn bij de BENU webshop, maar van een aanbeveling door een apotheker als bedoeld in artikel 17 CAG is daarbij nog geen sprake. Dat BENU -zoals bij verweer is meegedeeld- een merk- en handelsnaam is die wordt gebruikt voor zowel zelfzorgproducten en medische hulpmiddelen als apotheekdiensten, maakt dat niet anders. Voor een aanbeveling door een beroepsbeoefenaar als bedoeld in artikel 17 CAG moet veeleer worden ge-

dacht aan het gebruik van een afbeelding van of een wervende uitspraak door een specifieke beroepsbeoefenaar, ter aanprijzing van een gezondheidsproduct.

Bij deze interpretatie van artikel 17 CAG neemt de Commissie in aanmerking dat, volgens de informatie van de Keuringsraad KOAG/KAG, pas sprake is van overtreding van artikel 17 CAG als een apotheker in de betekenis van een individuele beroepsbeoefenaar een product aanbeveelt, meer in het bijzonder één specifiek product. Verder acht de Commissie bij deze interpretatie van belang dat verweerder ter zitting heeft aangevoerd dat de CAG een uitwerking is van onder meer de zogenoemde Claimsverordening en dat in artikel 12 aanhef en onder c van deze verordening, voor zover hier van belang, staat:

“De volgende gezondheidsclaims zijn niet toegestaan:

(...)

c) claims waarin wordt verwezen naar aanbevelingen van individuele artsen of beroepsbeoefenaren op het gebied van de volksgezondheid (...).”

De stelling van klager ter zitting dat in artikel 82 Gw onder “beroepsbeoefenaar” naast “apotheker” onder meer wordt verstaan een “rechtspersoon als bedoeld in artikel 62, eerste lid, onderdeel d, derde lid” leidt niet tot een andere interpretatie van artikel 17 CAG dan de bovenstaande.

Ad b.

Deze uiting houdt duidelijk een aanprijzing in van met name genoemde en afgebeelde zelfzorgproducten in verband met de overgang, die verkrijgbaar zijn bij de BENU webshop. Van een aanbeveling door een apotheker zoals bedoeld in artikel 17 CAG is daarbij geen sprake, waarbij de Commissie verwijst naar hetgeen zij hiervoor over de uitleg van dit artikel heeft overwogen.

4. In reactie op het verweer dat BENU zich in de bestreden uitingen niet als apotheker, meer in het bijzonder niet als individuele apotheker profileert, heeft klager gesteld dat BENU zich wel degelijk als apotheker profileert. Ter onderbouwing van dit standpunt heeft klager 12 bijlagen overgelegd, met andere uitingen dan de hierboven onder “De bestreden uitingen” omschreven uitingen, en heeft klager verwezen naar in die bijlagen omcirkelde tekstgedeelten. Volgens klager wordt in de bewuste uitingen, over onder meer Vitamine D-supplementen, Calcium supplementen en hart-

kloppingen, steeds gerefereerd aan de deskundigheid van de BENU-apotheker op deze gebieden. Dat bovenbedoelde door klager overgelegde uitingen teksten bevatten als “Vraag uw apotheker om advies”, “Bezoek een BENU Apotheek bij u in de buurt voor deskundig advies. Onze apothekers staan voor u klaar” en “Bezoek een BENU Apotheek voor professioneel advies en betrouwbare supplementen die bijdragen aan uw gezondheid”, betekent nog niet dat de in dit dossier bestreden uitingen a en/of b, een aanbeveling bevatten door een apotheker zoals bedoeld in artikel 17 CAG. 5. Gelet op het bovenstaande wordt als volgt beslist.

De beslissing

De Commissie wijst de klacht af.

NOOT

Inleiding

BENU is een apotheekketen die op haar website gezondheidsproducten verkoopt. Op die website maakt zij ook reclame voor die producten. Dat mocht volgens klager niet. De Code Aanprijzing Gezondheidsproducten (CAG) stelt immers dat reclame voor gezondheidsproducten geen aanbeveling mag bevatten van een beroepsbeoefenaar. En een apotheker is een beroepsbeoefenaar.

Uitspraak

Klager diende een klacht in bij de Reclame Code Commissie (RCC). De klacht was onder andere gebaseerd op art. 85 Geneesmiddelenwet (het verbod op publieksreclame voor receptgeneesmiddelen), maar aangezien het hierbij ging om reclame voor gezondheidsproducten wordt de klacht op dat punt afgewezen.

Klager had zich ook beroepen op regelgeving voor apothekers, maar daar gaat de RCC niet over, dus ook op dat punt wordt de klacht afgewezen.

Waar de RCC wel over gaat, is de CAG. Art. 17 CAG stelt dat reclame voor gezondheidsproducten geen aanbeveling mag bevatten van een beroepsbeoefenaar. Volgens de Keuringsraad, die door de RCC om input is gevraagd, gaat het bij dat verbod echter om een individuele beroepsbeoefenaar die één specifiek product aanprijst. De basis voor deze uitleg wordt gevonden in de Claimsverorde-

ning, waar art. 17 CAG een uitwerking van is. Dat artikel bepaalt dat gezondheidsclaims waarin wordt verwezen naar ‘aanbevelingen van individuele artsen of beroepsbeoefenaren op het gebied van de gezondheidszorg’ niet zijn toegestaan. De RCC volgt deze interpretatie. Aangezien geen sprake is van een aanbeveling door een individuele apotheker van één specifiek product, wijst de RCC de klacht af.

Analyse

Individuele beroepsbeoefenaar, specifiek product

De uitspraak is interessant vanwege de interpretatie van het verbod op aanbevelingen door beroepsbeoefenaren. Dat verbod zien we namelijk niet alleen bij gezondheidsproducten (een zeer diverse categorie, waar onder andere voedings-supplementen, vitamines, kruiden, probiotica, crèmes en zalven onder vallen), maar ook bij vrij verkrijgbare geneesmiddelen en medische zelfzorghulpmiddelen. Reclame voor deze producten mag niet ‘direct of indirect een aanbeveling bevatten van wetenschapsbeoefenaren, beroepsbeoefenaren in de gezondheidszorg of bij het publiek bekende personen die door hun bekendheid en reputatie het gebruik van geneesmiddelen/gezondheidsproducten/medische zelfzorg hulpmiddelen zouden kunnen stimuleren’.¹

Volgens de Keuringsraad gaat het hierbij om een aanbeveling (1) door een individuele beroepsbeoefenaar, die (2) één specifiek product aanprijst. De basis voor deze interpretatie vindt de Keuringsraad in art. 17 Claimsverordening. Daarin zie ik het eerste aspect inderdaad terug, het tweede niet. Ik vraag me dus af waar de Keuringsraad zijn stelling op baseert dat het om een aanprijzing van één specifiek product moet gaan. Bovendien zie ik de duidelijke basis voor het woordje ‘individuele’ niet terug in de wetgeving waar de zelfreguleringscodes voor vrij verkrijgbare geneesmiddelen en medische zelfzorghulpmiddelen op zijn gebaseerd. Ik vraag me dus ook af of we hetzelfde verbod voor die producten op

1 Art. 17 Code Publieksreclame voor Geneesmiddelen 2019, art. 17 Code Aanprijzing Gezondheidsproducten (CAG) en Code (publieks)reclame voor Medische zelfzorg Hulpmiddelen (C(P)MH 2019) – de naam van de laatste code verschilt licht op de website van de Nederlandse Reclame Code en die van de Keuringsraad.

dezelfde manier moeten interpreteren. Moet het bij zelfzorggeneesmiddelen en medische zelfzorghulpmiddelen ook gaan om een aanbeveling door een individuele beroepsbeoefenaar van één specifiek product?

De onderhavige casus maakt duidelijk dat BENU een handelsnaam is die voor verschillende ondernemingen wordt gebruikt, waaronder een apotheek. Ik kan me wel vinden in de stelling van klager dat duidelijk moet zijn wie de reclame maakt. Een apotheek vertrouwt je misschien eerder dan een commerciële website. Als deze aan elkaar gekoppeld worden, gaan er dingen door elkaar lopen. Dit doet wellicht af aan de vertrouwensband die klager veronderstelt tussen klant en apotheeker. Hetzelfde zou gezegd kunnen worden wanneer een huisartsenpraktijk reclame maakt voor vrij verkrijgbare geneesmiddelen. Zolang het daarbij niet om een individuele huisarts gaat die reclame maakt voor een individueel product, zou dit mogen als we deze uitspraak volgen. Ik vraag me af of dat in lijn is met de bedoeling achter het verbod dat hier centraal staat.

Bekende personen

Dat verbod roept trouwens wel meer vragen op. Zoals: wie zijn 'bij het publiek bekende personen die door hun bekendheid en reputatie het gebruik van de betreffende producten zouden kunnen stimuleren'? Volgens de toelichting bij de betreffende artikelen gaat het om 'personen die weliswaar zelf geen wetenschapper of beroepsbeoefenaar zijn, maar wel een zeker vertrouwen van het publiek genieten, bijvoorbeeld acteurs die bekend zijn van een bepaalde doktersrol of personen met veel autoriteit en gezag'.

Ik vraag me af of deze toelichting nog voldoende actueel is. De tijd dat we bij dit artikel aan dr. Ross of McDreamy dachten is denk ik ingehaald door de vlucht die het fenomeen 'influencer' de afgelopen jaren heeft genomen. Tegenwoordig prijzen talloze influencers voedingssupplementen aan. Kennelijk werkt dat, terwijl onduidelijk is aan welke bijzondere status, kennis en/of ervaring deze mensen het kennelijk in hen gestelde vertrouwen ontlenen, anders dan hun populariteit, die vaak niets te maken heeft met het product dat zij aanprijzen.

DDMA² legt op de website www.influencerregels.com/mediawet uit aan welke regels influencers zich moeten houden bij het aanprijzen van voedingssupplementen en geneesmiddelen. Het gaat dan om de regels waaraan claims moeten voldoen. Ik vraag me af of we, gelet op de invloed die deze mensen hebben (*what's in a name*, tenslotte), influencers niet ook onder het verbod van art. 17 uit de verschillende codes zouden moeten scharen.

Influencers moeten zich houden aan de Reclamecode Social Media & Influencer Marketing (RSM). Deze code is met name gericht op het transparant maken van 'relevante relaties' tussen adverteerders en verspreiders, zodat voor de consument duidelijk is dat sprake is van een advertentie.

Maar wat nu, als een arts een eigen product aanprijst? Adverteerder en influencer vallen dan samen. Een bekend voorbeeld is dr. Leenarts, een dermatologe die haar eigen cosmeticalijn ontwikkelde. Voor cosmetica geldt voornoemd verbod overigens niet. Testimonials van influencers zijn daarbij zelfs expliciet toegestaan, mits de getuigenis gepresenteerd wordt als persoonlijke mening of indruk van het product en niet (tevens) de suggestie van een bepaalde deskundigheid wekt. Het verwijzen naar deskundigenverklaringen is bij cosmetica slechts toegestaan indien deze deskundigen iets verklaren of getuigen ten aanzien van het terrein waarop zij als deskundigen gelden.

In het geval van dr. Leenarts is het commerciële voordeel dat zij heeft van de verkoop van haar producten wel duidelijk, maar schuilt het risico mijns inziens in de dunne lijn tussen cosmetica en producten die niet door artsen mogen worden aanbevolen. Leenarts is eerder door de RCC op de vingers getikt voor het maken van medische claims voor haar cosmetica,³ en hoewel zij in die zaak stelde zich inmiddels goed te laten adviseren, heb ik zo mijn twijfels bij de verwijzingen op haar website naar aandoeningen als eczeem, psoriasis en rosacea in combinatie met bepaalde producten en het kopje 'waarom het werkt' (ook al staat daar dan niet dat het tegen deze aandoeningen werkt).

2 Data-Driven Marketing Association, de grootste branchevereniging voor marketing en data.

3 RCC 27 maart 2017, nr. 2017/00076.

Soms is de commerciële link echter minder duidelijk. The Migraine Clinic, de kliniek van de (onder migrainepatiënten) bekende neuroloog dr. Carpay, prijst op de website het voedingssupplement HXB aan, onderaan een pagina die kan worden gekwalificeerd als algemene informatie over voedingssupplementen. Bij HXB gaat het echter om een specifiek product inclusief link naar een pagina waar het product kan worden besteld. Eerder werd dit product aangeboden door Galeatus HXB, een onderneming die via het handelsregister kon worden gelinkt aan de zoon van Carpay, met wie hij The Migraine Clinic heeft opgezet. Het feit dat de huidige aanbieder van het product, Nutraflow, stelt de succesvolle formulering te hebben overgenomen 'van een vooraanstaand neuroloog' getuigt nog van deze band. Carpay noemt HXB ook in zijn (overigens zeer leeswaardige) boek *Migraine is geen hoofdpijn*. Transparantietechnisch gaat hier naar mijn mening toch iets mis. Zou het aanprijzen van HXB door The Migraine Clinic door de toets van de RCC komen? Hoewel opgericht door Carpay en zn. werken er inmiddels meerdere neurologen en migraineartsen bij The Migraine Clinic. Van een aanbeveling door een individuele beroepsbeoefenaar kun je, voor zover het de website betreft, dus niet spreken. Voor wat betreft het boek loopt Carpay waarschijnlijk vrij op de definitie van reclame: waarschijnlijk is hier geen sprake van een aanprijzing, maar van informatie. Toch zijn de grenzen hier smal.

De KNMG-Gedragscode voor artsen bevat een hoofdstuk dat ingaat op transparantie over belangen. Niet alleen wordt hierin verwezen naar de regels die gelden voor samenwerkingen met de farmaceutische en medtech-industrie, de gedragscode bevat ook de algemene regels om belangenverstrengeling te voorkomen waarbij de patiënt of het vertrouwen in de gezondheidszorg als geheel geschaad wordt en om transparant te zijn over alle samenwerkingen, werkzaamheden en belangen die relevant kunnen zijn.⁴ Hier zou je een soort #ad-verplichting voor artsen uit kunnen

afleiden als het gaat om het aanprijzen van eigen producten of online samenwerkingen.⁵

Ten slotte

Artsen roeren zich steeds meer in de (social) media. Vaak ten goede, zoals bij het initiatief #artenslaanalarm tegen vaperen.⁶ Maar wat als een arts reclame maakt voor een (al dan niet eigen) product waar de beroepsgemeenschap niet achter staat? Of zich uitlaat op de grens tussen gezondheidsinformatie en reclame voor receptgeneesmiddelen?

Het is opvallend dat de KNMG-handreiking Artsen en sociale media⁷ in het geheel niet ingaat op het verbod op publieksreclame voor receptgeneesmiddelen en de verboden op reclame door 'witte jassen' voor vrij verkrijgbare geneesmiddelen, gezondheidsproducten en medische zelfzorg-hulpmiddelen,⁸ al zou met name het eerstgenoemde verbod genoegzaam bekend mogen worden verondersteld. Hoewel in de handreiking Artsen en sociale media meerdere malen naar de KNMG-Gedragscode wordt verwezen, zou een specifieke verwijzing naar de hiervoor genoemde algemene regel om transparant te zijn over belangen in deze handreiking niet misstaan.

Aan de andere kant: je kunt ook doorslaan in de wens om transparantie te creëren over belangen. In de *Evaluatie Transparantieregister Zorg 2024* geeft het Instituut Verantwoord Medicijngebruik in overweging in een nieuw te creëren wettelijk transparantieregister ook het bezit van aandelen, opties en octrooien mee te nemen.⁹ Tegelijkertijd geven de onderzoekers mee dat wel rekening moet worden gehouden met de proportionaliteit van de te melden gegevens en de mogelijke negatieve gevolgen voor innovatie.

Zelf zou ik graag eens onderzoek zien naar de daadwerkelijke invloed op het rationele voor-

4 KNMG-Gedragscode voor artsen, p. 37. Hier zou je een soort #ad-verplichting voor artsen uit kunnen afleiden als het gaat om het aanprijzen van eigen producten of online samenwerkingen.

5 Hashtag 'ad' is de aanbevolen aanduiding om op social media duidelijk te maken dat sprake is van een 'relevante relatie' tussen influencer en adverteerder, bijvoorbeeld dat de influencer voor de post of story betaald krijgt of het product cadeau heeft gekregen.

6 <https://artenslaanalarm.nl/>.

7 <https://www.knmg.nl/actueel/dossiers/kwaliteit-en-veiligheid-2/social-media-2>.

8 Anders dan de ongeschreven Twitterregel 'geen reclameboodschappen' (p. 15).

9 <https://open.overheid.nl/documenten/6e3bb7f7-d541-4e7a-836e-c572ddf937c/file>.

schrijfgedrag als gevolg van financiële relaties. Want hoe transparant je ook bent: de regels omtrent financiële relaties zijn gebaseerd op het *vermoeden* dat financiële relaties bij het ontbreken van bepaalde voorwaarden en vanaf een bepaalde omvang een onoorbaar effect op het voorschrijfgedrag kunnen hebben. Bij mijn weten is nooit aangetoond dat financiële relaties op grote schaal invloed hebben op het voorschrijfgedrag, en al helemaal niet dat de patiënt door deze invloed zou worden geschaad, oftewel: dat financiële relaties daadwerkelijk invloed hebben op het rationele voorschrijfgedrag.¹⁰ Misschien moeten we daar eens mee beginnen, voor we een nieuw transparantieregister optuigen.

mw. mr. M. Meddens-Bakker
Advocaat, MOON legal & compliance, Hilversum

Zorgverzekeraars

44

Een zorgverzekeraar mag geen voorwaarden stellen voor vergoeding van een geneesmiddel die verder gaan dan de bijlage 2-voorwaarden

Rechtbank Den Haag
21 mei 2025, C/09/660269 / HA ZA 24-76,
ECLI:NL:RBDHA:2025:18738
(mr. P.M. de Keuning)
Noot mw. mr. dr. M.D.B. Schutjens

Zorgverzekeraar. Apotheken. Zorginkoopovereenkomst. Bijlage 2-voorwaarden. Dosering. Wanprestatie. Recept. Vergoeding van geneesmiddelen.

[BW art. 6:74, 6:162; Bzv art. 2.8; Bijlage 2 bij Rvz; Besluit Gnw art. 5 lid 1 aanhef en onder a]

Feiten: PCSK9-remmers zijn cholesterolverlagers. In bijlage 2 van de Regeling zorgverzekering staat – kort gezegd – dat bij bepaalde patiënten een PCSK9-remmer kan worden ingezet in combinatie met ezetimib (en eventueel een statine). Er staat niets vermeld over de dosering of de frequentie van ezetimib. Zorgverzekeraar Zilveren Kruis (ZK) heeft zorginkoopovereenkomsten gesloten met apothekers aangesloten bij de Nederlandse Farmaceutische Zorggroep (NFZ). ZK heeft declaraties afgekeurd die zagen op PCSK9-remmers omdat deze niet in combinatie met ezetimib in een dosering van 10 mg per dag waren voorgeschreven en vergoedingen van de apothekers teruggevorderd.

NFZ stelt dat ZK deze voorwaarde niet mag stellen en dat ZK onrechtmatig handelt dan wel toerekenbaar tekortschiet door tot terugvordering over te gaan.

Uitspraak: ZK mag geen extra eisen stellen aan vergoeding bovenop de bijlage 2-voorwaarden. De gestelde voorwaarden staan haaks op het (wettelijke en) contractuele uitgangspunt van gepast en doelmatig gebruik van medicatie. ZK mag op grond van de door haar zelf gestelde voor-

10 In 2023 concludeerde het NIVEL op basis van een literatuurstudie dat nog weinig bekend is over de financiële relaties tussen artsen en de industrie in de medische-hulpmiddelensector, en dat, hoewel zowel het gebruik als de keuze voor een hulpmiddel van een bepaalde fabrikant geassocieerd kan zijn met de financiële relatie tussen industrie en arts, niet kon worden vastgesteld of dit gevolgen heeft voor de kwaliteit van de zorg. Zie <https://www.nivel.nl/nieuws/literatuurstudie-wijst-uit-europa-weinig-bekend-over-betalingen-aan-artsen-door-medische>. Interessant, want het is nu juist deze industrie waarin aandelen en royalty's – waarvan nu wordt aanbevolen ook deze in een transparantieregister op te nemen – een grotere rol spelen. Volgens hetzelfde onderzoek zijn financiële relaties in de farmaceutische industrie wel uitgebreid bestudeerd. Evenwel is mij onderzoek waaruit blijkt dat deze relaties afdoen aan de kwaliteit van zorg niet bekend.