

‘Media hebben mazzel met lage boetes voor reclame’

Ingrijpen | De inspectie heeft media beboet die te positief zouden hebben geschreven over afslankmiddelen. Advocaat Marloes Meddens snapt die boetes wel.

Jeroen den Blijker
redactie gezondheid&zorg

Volgens de Inspectie Gezondheidszorg en Jeugd (IGJ) maakten verschillende media in hun artikelen reclame voor afslankmiddelen. Uitgevers als DPG Media (onder meer de *Volkskrant* en *AD*) en Mediahuis (de *Telegraaf*) werden beboet. Dit leidde tot grote verontwaardiging. De IGJ is op oorlogspad en beknot de persvrijheid, is het verwijt.

Advocaat Marloes Meddens, die al jaren vraagbaak is voor de farmaceutische industrie, ziet dat anders. Kennelijk zijn nu media aan de beurt, constateert zij, terwijl vroeger vooral de farmaceuten boetes opliepen. “Die zijn zich al veel langer bewust van het verbod op reclame zoals dat in de Geneesmiddelenwet is vastgelegd. Desondanks is het voor hen nog steeds zoeken naar waar precies de grens ligt tussen informeren enerzijds, en het reclame maken voor hun medicijn anderzijds.”

En eerlijk gezegd: die grens is ook lastig, vindt Meddens. “Daar heb ik een goedlopende praktijk mee opgebouwd”, zegt ze lachend. “Dan zeg ik tegen een klant: niet tien keer de merknaam melden, geen flashy folders... Maar zelfs dan kun je alsnog tot de conclusie komen: nee, dit kan niet, dit levert problemen op. Het is soms dus ook gewoon een onderbuikgevoel.”

Eigenlijk heeft de journalistiek al sinds 2009 te maken met het reclameverbod voor receptmedicijnen, zegt Meddens. Toen haalde de Deense auteur Frede Damgaard bakzeil bij het Hof van Justitie van de Europese Unie. Damgaard schreef over een alternatief geneesmiddel. “Damgaard was een onafhankelijk journalist en had geen commercieel belang bij zijn publicatie. Desondanks oordeelde het hof dat hij te veel positieve informatie had verspreid. Dat was dus reclame.”

Niet onbeperkt

Dat de IGJ nu media heeft beboet, heeft volgens Meddens niets te maken met censuur. “Beperking van de persvrijheid? Niemand heeft toch vooraf toestemming nodig voor een publicatie?”

Maar dat betekent ook weer niet dat je alles mag zeggen of schrijven, legt ze uit. “Het recht op vrije meningsuiting is niet onbeperkt. Daarbij gaat het ook om een afweging tussen verschillende grondrechten en kunnen wetten een beperkende rol spelen. Zoals dit keer de Geneesmiddelenwet.”

De journalistiek heeft al sinds 2009 te maken met het reclameverbod voor receptmedicijnen

‘Het gaat ver om de hele bijsluiter toe te voegen aan een artikel’

Marloes Meddens,
advocaat



Bovendien zijn de aan media opgelegde boetes relatief laag, zegt Meddens. Het normbedrag is 150.000 euro per overtreding, het maximum is 900.000 euro. Juist omdat de inspectie oog heeft voor het belang van de persvrijheid, zijn de boetes met 80 procent verlaagd. Zo kreeg uitgever DPG voor overtredingen die werden begaan door het tijdschrift *Flair* en regiokrant *De Stentor* een boete van 51.000 euro – een uitspraak die bij de rechter standhield en waartegen de uitgever in beroep is gegaan.

Flair, dat zich richt op jonge vrouwen, had bijvoorbeeld een afslankmiddel een ‘wondermiddel’ genoemd en het artikel op de voorpagina aangeprezen met de tekst ‘In week 1 raakte ik al 3 kilo kwijt’. Meddens: “De media hebben dus eigenlijk mazzel”.

Publieksreclame

Wie zoekt naar wat wel of niet door de beugel kan, moet vooral kijken naar het ‘totale plaatje’ van de boodschap, is de les van Meddens. Zo kijkt zij ook naar wat haar klanten haar voorleggen. “Niemand ligt wakker van een artikel in een wetenschappelijk tijdschrift als *Nature* dat de pluspunten van een medicijn in kaart brengt. De doelgroep van *Nature* is zo specifiek. Anders ligt dat als een journalist van een ander medium dat artikel kort samenvat voor een breed publiek. Die moet echt opletten dat het verbod op publieksreclame niet wordt overschreden.”

Het kan ook gebeuren dat een journalist over een geregistreerd middel schrijft: ‘het werkt ook tegen elf andere ziektes’, zonder die claim wetenschappelijk stevig te onderbouwen. “Dan denk ik ook: o jee, zo werk je dubieuze praktijken in de hand. Want er is een levendige zwarthandel in medicijnen en er zijn veel dubieuze klinieken. Juist de IGJ moet het belang van de volksgezondheid meewegen.”

De vraag is of het werkbaar is voor journalisten als ze nadrukkelijk alle bijwerkingen en contra-indicaties van een middel moeten opschrijven. Dat is immers te lezen in het vonnis waartegen DPG beroep heeft aangekend. Meddens: “Ik vind het lastig daarover te adviseren. Het gaat ver om de hele bijsluiter toe te voegen aan een artikel. Dan denk ik toch: het gaat vooral om de balans tussen positieve en negatieve bewoordingen. Die moet je bewaken, daarvoor ben je óók journalist.”

Misschien kan een artikel over afslankmiddelen ook maar beter niet in de *Flair* staan, zegt Meddens, als je het publiek van dat tijdschrift en de Geneesmiddelenwet in acht neemt. “Of laat gewoon een artikel vóór publicatie checken bij een jurist. Het is in feite zoals de rechter het verwoordde in dat DPG-vonnis: als de lezer na lezing van het artikel het idee krijgt: ja, dat middel wil ik, dan weet je dat je als journalist de grens tussen informeren en reclame hebt overschreden.”