

Marketing für Borderline-Produkte

Rechtssicher & erfolgreich!

Die Themen

- Die Risikoabwägung bei der Einstufung
- Die Health-Claims-Verordnung verstehen und in der Praxis anwenden
- Die Bedeutung von Borderline-Produkten in der Praxis
- Marketingstrategien für Gesundheitsprodukte
- Rechtsfolgen bei Verstößen
- Fallstudie: Alles eine Frage des Designs?

Mit Update: Leitlinien
der Kommission und
aktuelle Rechtsprechung!

Ihre Referenten

Dr. Judith Barwig
Boehringer Ingelheim
GmbH, Ingelheim

Judith Elbert
Dr. Willmar Schwabe GmbH
& Co. KG, Karlsruhe

Dr. Kirsten Plaßmann
Kügelrechtsanwälte,
Stuttgart

Ziel des Seminars

Produkte mit Gesundheitsbezug gewinnen immer mehr an Bedeutung, sei es als Nahrungsergänzungsmittel, diätetisches Lebensmittel, Functional Food oder Arzneimittel. In welche dieser Kategorien ein Produkt letztendlich eingeordnet wird, hängt von verschiedenen Faktoren ab und hat weitreichende Konsequenzen für das weitere Vorgehen, zum Beispiel im Hinblick auf die Marktzugangsvoraussetzungen. Was aber tun, wenn ein Produkt Merkmale mehrerer Kategorien aufweist?

Dieses fachlich-/juristische Update bringt Sie auf den aktuellen Stand unter anderem hinsichtlich

- der besonderen Anforderungen an die Vermarktung und den Vertrieb von Borderline-Produkten
- der Rolle der Health-Claims-Verordnung: Welche Grenzen sind bei den Formulierungen zu beachten?

Zum tieferen Verständnis der Materie und Lernkontrolle findet ein ca. zweistündiger Workshop statt, an dessen Ende ein qualifizierendes Zertifikat durch die Workshop-leiter ausgegeben wird.

Teilnehmerkreis

Fach- und Führungskräfte der pharmazeutischen, Lebensmittel-, Kosmetik- oder Medizinprodukte-Industrie, die sich mit Borderline-Produkten und deren Vermarktung beschäftigen.

Ihre Referenten



Dr. Judith Barwig
Boehringer Ingelheim
GmbH, Ingelheim

Rechtsanwältin, Corporate Department
Legal/PM



Judith Elbert
Dr. Willmar Schwabe GmbH
& Co. KG, Karlsruhe

Senior Global Product Manager



Dr. Kirsten Pläßmann
Kügelrechtsanwälte,
Stuttgart

Rechtsanwältin

Teilnehmerbegrenzung

Die Begrenzung auf 20 Teilnehmer ist die Grundlage einer sinnvollen Fortbildungskonzeption. Sie gewährleistet eine intensive Aussprache und damit eine praxisnahe und umfassende Information sowie das Eingehen auf individuelle Interessen der Teilnehmer.

Bringen Sie Licht in die Grauzone!

Ihr Programm von 9.00-17.00 Uhr

Borderline-Produkte - Die Risikoabwägung bei der Einstufung

- Übersicht - "Die üblichen Verdächtigen": Lebensmittel des allgemeinen Verzehrs, Nahrungsergänzungsmittel, Diätetische Lebensmittel, Novel Food, Functional Food, Arzneimittel, Medizinprodukte
- Darstellung der wesentlichen gesetzlichen Einstufungsmerkmale
- Anfrage beim BfArM: Ja oder Nein?
- "Switch" von Produkten
- Rechtsprechung - Ein Update: Gingko, Zimt, Macrogol, TCM, Kräuter-/Gewürztees und -extrakte, Enzyme, Schlankheitsmittel

Nach der Einstufung ist vor der Vermarktung - Die Verordnung über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben in der Praxis effektiv nutzen

- Wann ist ein Claim ein Claim? - Claims vs. Beschaffenheitsangabe
- "Gilt" die Verordnung schon? Derzeitige Rechtslage und Übergangsregelungen, Ausblicke
- Aktuelle Rechtsprechung
- Flexibilität im Wording?
- Das Gemeinschaftsregister - Selbstbedienungstheke für "Claims"?
- Update zum zweiten und dritten Teil der Liste
- Positives/negatives EFSA-Gutachten - Praktische Bedeutung für mein Marketing-Konzept?
- Wissenschaftliche Absicherung - Rückgriff auf Literatur? Metaanalysen? Anforderungen an das Studiendesign

Marketingstrategien für Gesundheitsprodukte

- Struktur und Strategie für das Produktportfolio
- Bedeutung von Borderline-Produkten in der Praxis
- Wie wichtig ist ein Gesundheitsimage?

Beanstandungen von Behörden und Wettbewerbern - Rechtsfolgen bei Verstößen

- Der Angriff durch Wettbewerber: Abmahnung, Unterlassung, einstweilige Verfügung, Schutzschrift, Ordnungsmittelfestsetzung
- Beanstandungen von Behörden: Sachverhaltsaufklärung, Behördenzuständigkeit, Anhörung, Stellungnahme, Gespräche, Gerichtsverfahren

Workshop und Checkliste

Die Teilnehmer bearbeiten in Kleingruppen konkrete Praxis-Fälle und präsentieren diese anschließend. Dies dient dem tieferen Verständnis der Materie und der Lernkontrolle.

- Fallstudie - Alles eine Frage des Designs? Studiendesign, Inhaltsstoffe, Produktnamen, Zielgruppen, Verpackungsdesign und Werbung
- Die Checkliste zur rechtssicheren Vermarktung Ihres Produktes

Anmeldung unter
anmeldung@forum-institut.de oder
Fax +49 6221 500-555

Anmeldeformular

Ja, ich nehme teil am Seminar

Marketing für Borderline-Produkte

Ich bin an weitergehenden Informationen über FORUM-Veranstaltungen interessiert und damit einverstanden, dass mir diese auch per E-Mail übermittelt werden.

Name, Vorname

Position/Abteilung

Firma

Straße

PLZ/Ort/Land

Telefon

E-Mail

Ansprechpartner/in im Sekretariat

Datum, Unterschrift

So melden Sie sich an

■ **Anmelde-Hotline: +49 6221 500-501**
■ **Tagungs-Nr. 13 06 290**

■ **Internet:**
www.forum-institut.de

■ **Termin/Veranstaltungsort:**
Donnerstag, 27. Juni 2013 in Frankfurt
8.30 Uhr Registrierung; 9.00-17.00 Uhr Seminar
Adina Apartment Hotel Frankfurt neue Oper
Wilhelm-Leuschner-Str. 6 · 60329 Frankfurt
Tel. +49 69 24 74 74 0 · Fax +49 69 24 74 74 599

■ **Gebühr:**
€ 950,00 (+ gesetzl. MwSt.) inklusive umfangreicher Dokumentation, Arbeitsessen, Erfrischungen und Kaffeepausen.

■ **Zimmerreservierung:**
Für FORUM-Teilnehmer steht ein begrenztes Zimmerkontingent zu Vorzugskonditionen zur Verfügung. Bitte beachten Sie, dass das Kontingent automatisch 4 Wochen vor Veranstaltungsbeginn verfällt. Bitte nehmen Sie die Reservierung direkt im Hotel unter Berufung auf das FORUM-Kontingent vor.

Rückfragen und Information



Für Ihre Fragen zum Seminar und unserem gesamten Programm stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

Vanessa Schlenga
Konferenzmanagerin Pharma
Tel. +49 6221 500-695
v.schlenga@forum-institut.de

AGB

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen (Stand: 01.12.2011), die wir auf Wunsch jederzeit übersenden und die im Internet unter www.forum-institut.de/agb eingesehen werden können.