

L 01

Notfallverhütung „Pille danach“: Informiert entscheiden, selbstbestimmt handeln

Anfrage der Abgeordneten Selin Arpaz, Ute Reimers-Bruns, Mustafa Güngör und Fraktion der SPD

Wir fragen den Senat:

1. Wie haben sich die Ausgabezahlen seit der Entbindung von der Rezeptpflicht für Notfallkontrazeptiva, genannt „die Pille danach“, im Land Bremen entwickelt?
2. Welche Möglichkeiten gibt es für Verbraucher:innen im Land Bremen, um über Notfallkontrazeptiva, sowie die Rezeptfreiheit informiert zu werden und wie bewertet der Senat diese Möglichkeiten?
3. Wie bewertet der Senat das geltende Werbeverbot für die sogenannte „Pille danach“, gemäß § 10 Absatz 2 des Heilmittelwerbegesetzes (HWG)?

Zu Frage 1:

Abverkaufszahlen von freiverkäuflichen Arzneimitteln werden nicht bundeslandspezifisch erfasst. Seitens der Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände (ABDA) wurde in 2024 eine Auswertung für ganz Deutschland erstellt. Daraus geht hervor, dass sich die Abverkaufszahlen seit 2015 bis einschließlich 2023 für Notfallkontrazeptiva um ca. ein Drittel erhöht haben.

Die Abgaben von Notfallkontrazeptiva mit Rezept sind dabei um mehr als 80 Prozent gesunken, während sich die Abgaben ohne Rezept nahezu verdoppelt haben.

Zu Frage 2:

Als niedrigschwellige erste Anlaufstelle zur Information über Notfallkontrazeptiva und die Verfügbarkeit ohne Rezept bieten sich die Apotheken an. Fragen zur Notfallkontrazeption können auch von Frauenärzt:innen oder Hausärzt:innen beantwortet werden. Darüber hinaus können sich Verbraucher:innen in Informationsstellen zur Familienplanung, wie z.B. ProFamilia, gezielt beraten lassen. Auch im Internet und auf Social Media gibt es niedrigschwellige und leichtverständliche Informationen auf den Seiten von Krankenkassen, Apothekerverbänden, Familienberatungsstellen, Verbänden von Frauenärzt:innen, Beratungsstellen für sexuelle Gesundheit sowie pharmazeutischen Herstellern.

Bei den online verfügbaren Informationen wird stets auch über die Rezeptfreiheit der Notfallkontrazeptiva informiert.

Die Informationsangebote sind zwar aus Sicht des Senats in vielfältiger und auch niedrigschwelliger Weise vorhanden, allerdings treten laut einer Umfrage der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung Informationsdefizite bei Verbraucher:innen auf. Das zeigt, dass die bestehenden Angebote bisher nicht alle Verbraucher:innen erreichen.

Zu Frage 3:

Werbung hat im Normalfall den Sinn einer Absatzförderung. Das Werbeverbot für freiverkäufliche Arzneimittel zur Notfallkontrazeption wurde 2015 über das Heilmittelwerbegesetz eingeführt um diesem Ziel entgegenzuwirken. Ein Notfallkontrazeptivum sollte kein „Ersatzverhütungsmittel“ sein, daher erschien ein Werbeverbot sinnvoll. Gesundheitliche Aufklärung der Verbraucher:innen war das vorrangige Ziel anstatt

Werbung. Die Praxis zeigt aber, dass das Wissen um die Rezeptfreiheit nicht ausreichend vorhanden ist und in der Zielgruppe der Bevölkerung zum Teil ein falsches Verständnis vom Wirkprinzip der „Pille danach“ besteht.

Dabei ist vor allem das Verständnis um das Wirkprinzip für eine sichere Anwendung wichtig. Die „Pille danach“ ist keine Abtreibungspille, sondern verschiebt nur den Eisprung. Sie wirkt nur in einem bestimmten Zeitfenster innerhalb des Zyklus und muss möglichst schnell nach dem Verhütungsnotfall eingenommen werden. Um im Notfall in einer Apotheke schnell Hilfe und Beratung zu erhalten, müssen Verbraucher:innen aber aktiv über das Wirkprinzip und die Freiverkäuflichkeit von Notfallkontrazeptiva Bescheid wissen.

Aufgrund der erkannten Informationsdefizite in der Bevölkerung haben sich verschiedene Organisationen Ende 2024 in einem offenen Brief an das BMG gegen das Werbeverbot ausgesprochen.

Das Pro und Contra sollte daher erneut sorgfältig abgewogen werden, da die Information in der Bevölkerung trotz aller niedrighschwelliger Beratungsangebote nicht ausreichend verbreitet ist. Eine Abkehr vom Werbeverbot, flankiert durch eine forcierte, gesundheitliche Aufklärung in den Quartieren, den Schulen oder den Medien, könnte hier Abhilfe schaffen.