



# Informationsbeauftragter: Freigabesysteme im Detail

Elektronische Freigaben versus Papierfreigaben

*Elisabeth Zinggrebe*

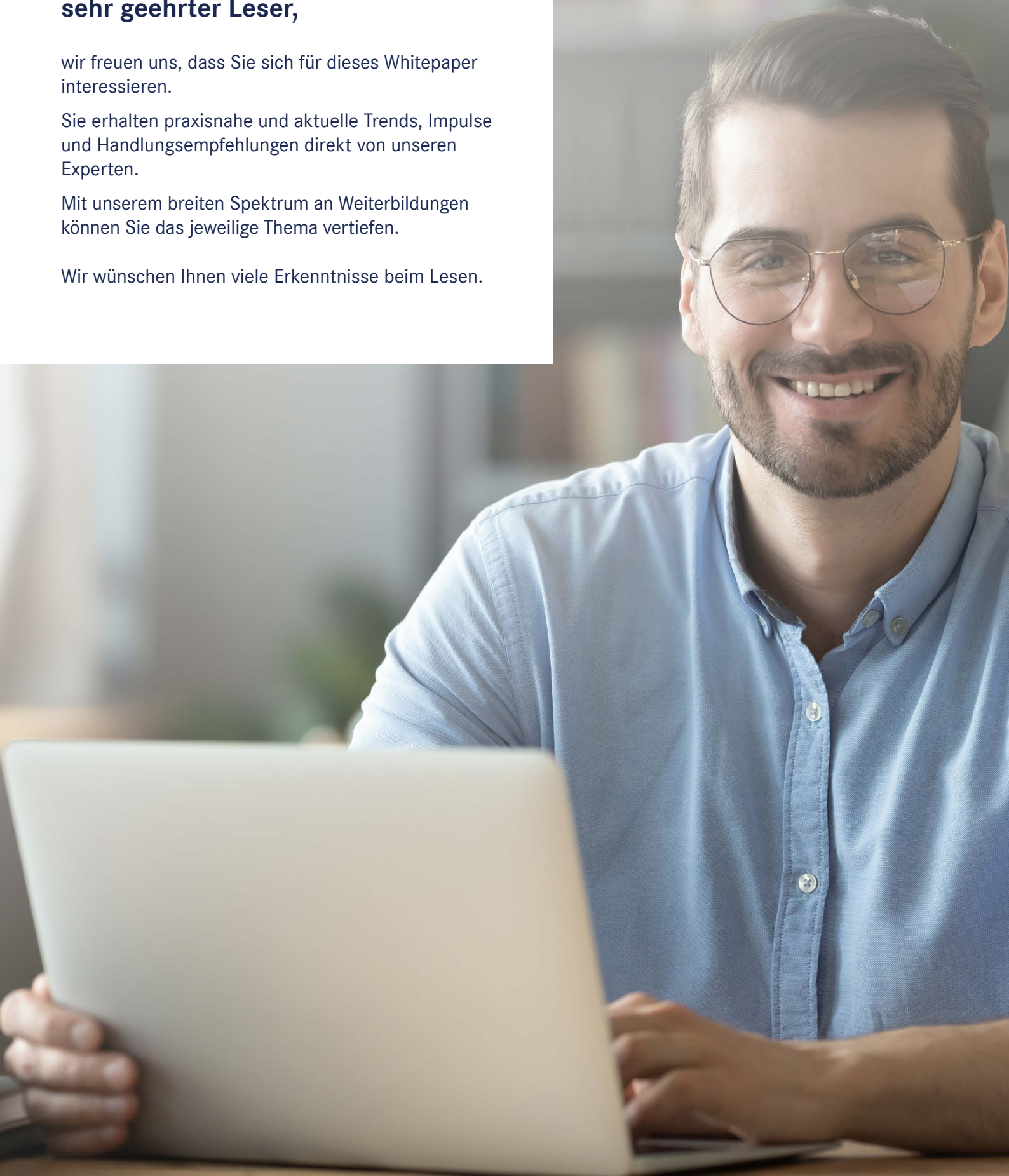
## **Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,**

wir freuen uns, dass Sie sich für dieses Whitepaper interessieren.

Sie erhalten praxisnahe und aktuelle Trends, Impulse und Handlungsempfehlungen direkt von unseren Experten.

Mit unserem breiten Spektrum an Weiterbildungen können Sie das jeweilige Thema vertiefen.

Wir wünschen Ihnen viele Erkenntnisse beim Lesen.



# Freigabesysteme im Detail

## Elektronische Freigaben / IT-Systeme

Optimalerweise unterstützen Systeme die Prozesse/Compliance im Unternehmen. Bezogen auf zB das Werbemittelfreigabesystem, mit dem Ihr Unternehmen arbeitet, sollten Sie folgende Fragestellungen prüfen und beeinflussen können:

- Validierung
- Erlaubt das System Änderungen an den Dokumenten nach Freigabe oder sogar schon während Freigabe?
- Vergibt das System eindeutige Nummern für Freigaben?
- Wie ist der Zugang der Mitarbeiter zur Nutzung des Systems geregelt?
- Wie sieht die Schulung für das System aus?
- Wie erfolgt die Wiedervorlage von freigegebenem Material?
- Wie erfolgt der Automatismus (gibt es überhaupt einen), wenn Material im System auf nicht mehr zu verwenden gesetzt wird?
- Welche anderen Schnittstellen hat das System?
- Wie erfolgt die Archivierung?
- Archivierungsdauer?



Optimalerweise ist der IB der Super-User für das lokale Freigabesystem

## Papierfreigaben

Hier sollten Sie folgende Fragestellungen prüfen und beeinflussen können:

- Methode (Laufzettel)?
- Mehrseitige Materialien – Abzeichnung aller Einzelblätter
- Umgang mit Kommentaren, Leserlichkeit, Zuordenbarkeit?
- Geschwindigkeit des Umlaufs?
- Wie / Wo erfolgt die Archivierung?
- Archivierungsdauer?
- Identifikation von Freigaben und Zuordnung zu Werbemittel im Markt

## Überblick, Tracking, Lagerung und Vernichtung von Werbemitteln

Wichtige Aspekte sind hierbei:

- Wie behalten Sie den Überblick über derzeit genehmigten Werbemittel, und jene, die in Verkehr sind?
- Wie Identifikation der Werbemittel im Markt – wichtig bei Abmahnung und „Rückruf“ – Aufbringung ID aus Werbemitteln?
- Wie erfolgt die Kommunikation bei Vernichtung von Werbemitteln bis zur letzten Ebene (inklusive Außendienst)?
- Wie lassen Sie sich dies bestätigen?

## Wichtige Gesetze / Kodices auf einen Blick

### AMG (Vierzehnter Abschnitt, Informationsbeauftragter)

[https://www.gesetze-im-internet.de/amg\\_1976/](https://www.gesetze-im-internet.de/amg_1976/)

### UWG (insbesondere §6 Vergleichende Werbung)

[https://www.gesetze-im-internet.de/uwg\\_2004/](https://www.gesetze-im-internet.de/uwg_2004/)

### HWG

<https://www.gesetze-im-internet.de/heilmwerg/>

### Urteile OLG Hamburg

<https://www.landesrecht-hamburg.de/bsha/search>

### FSA Kodex: (3. Abschnitt Werbung)

<https://www.fsa-pharma.de/de/der-fsa/ueber-uns/kodizes-auf-einen-blick>

## Passende Weiterbildungen finden Sie hier:

### Seminare zu Pharma & Healthcare

Wir bieten Ihnen maßgeschneiderte Weiterbildungsoptionen für die gesamte Healthcare-Branche. Wir konzipieren unsere Weiterbildungen gründlich recherchiert und nach didaktischen Gesichtspunkten. Dabei arbeiten wir nach den IMI-Qualitätskriterien und garantieren fachlich hochwertige Weiterbildung für Ihren Erfolg. [Jetzt informieren.](#)

### e-Learning – Klicken und Lernen

Das FORUM Institut bietet mit hochwertigen e-Learning-Programmen eine flexible Weiterbildungsform. Entscheiden Sie selbst, wann und wo Sie lernen. [Jetzt gratis testen.](#)

### Inhouse-Seminare – Maßgeschneiderte Lösungen

Alle unsere Seminare eignen sich auch hervorragend als [Inhouse-Training](#). Jetzt individuelles [Angebot anfordern](#).