

Ihr gutes Recht

Rechts-
anwälte
und
Kanzleien
stellen
sich vor

Keine Werbegeschenke bei der Ausgabe verschreibungspflichtiger Medikamente!

Der Bundesgerichtshof entschied kürzlich in zwei ähnlich gelagerten Fällen über die Frage, ob beim Erwerb verschreibungspflichtiger Medikamente die Beigabe eines Werbegeschenks wettbewerbsrechtlich zulässig ist (Urteil v. 06.06.2019, Az.: I ZR 206/17 und I ZR 60/18).

Kläger war in beiden Fällen die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V.

Die Beklagten sind jeweils Betreiber einer Apotheke. In dem Verfahren I ZR 206/17 händigte die Beklagte ihren Kunden bei Erwerb eines verschreibungspflichtigen Medikamentes einen Brötchen-Gutschein aus, der in einer nahegelegenen Bäckerei eingelöst werden konnte.

Der Kläger verlangte von der Beklagten, es zu unterlassen, den Erwerb eines verschreibungspflichtigen Medikamentes mit der Zugabe eines Brötchen-Gutscheins zu verknüpfen. Das Landgericht gab der Klage statt. Die Berufung der Beklagten

blieb ohne Erfolg. Gegenstand des Verfahrens I ZR 60/18 ist ein ähnliches Verhalten. Der Beklagte gab den Kunden bei Erwerb eines verschreibungspflichtigen Medikamentes jeweils einen Ein-Euro-Gutschein hinzu, der bei einem weiteren Einkauf in der Apotheke eingelöst werden konnte.

Der Kläger verlangte auch hier die Unterlassung des vorstehend geschilderten Verhaltens.

Die erste Instanz gab dem Kläger Recht. Der Beklagte war jedoch mit der Berufung erfolgreich, denn das Oberlandesgericht wies die Unterlassungsklage ab.

Der Bundesgerichtshof bejaht jeweils einen Unterlassungsanspruch des Klägers. Sowohl die Zugabe eines Brötchen-Gutscheins als auch die Zugabe eines Ein-Euro-Gutscheins bei Erwerb eines verschreibungspflichtigen Medikamentes verstoße gegen die geltenden Preisbindungs Vorschriften (§§ 3, 3a UWG i.V.m. § 7 Abs. 1 S. 1 HWG, § 78 Abs. 2, Abs. 3



Kathrin Herking
Rechtsanwältin

AMG). Das Heilmittelwerbe-gesetz (HWG) verbiete grundsätzlich eine sogenannte Wertreklame. Hierbei handele es sich um eine Marktverhaltensregel im Sinne des Wettbewerbsrechtes. Ein Verstoß könne daher einen wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruch begründen. Mit § 7 Abs. 1 S. 1 HWG solle der abstrakten Gefahr begegnet werden, dass Verbraucher bei der Entscheidung, ob und gegebenenfalls welche Heilmittel sie in Anspruch nehmen, durch Aussicht auf Werbegaben unsachlich beeinflusst werden. Entgegen den Preisvorschriften des Arzneimit-

telgesetzes gewährte Wertgaben sind nach § 7 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 HS. 2 HWG generell verboten. Damit soll insbesondere ein ruinöser Preiswettbewerb zwischen den Apotheken verhindert und eine flächendeckende und gleichmäßige Versorgung der Bevölkerung mit Arzneimitteln sichergestellt werden.

Der Verstoß gegen die vorgenannte Marktverhaltensvorschrift sei auch geeignet, die Interessen der Marktteilnehmer spürbar zu beeinträchtigen. Hieran ändere auch nichts, dass es sich bei beiden Gutscheinen lediglich um Werbegaben von geringem Wert handelt. Denn der Gesetzgeber gehe davon aus, dass jede gesetzlich verbote-

ne Abweichung von dem Apothekenabgabepreis geeignet ist, einen unerwünschten Preiswettbewerb zwischen den Apotheken auszulösen. Die gesetzliche Regelung sei insoweit eindeutig. Sie dürfe nicht dadurch unterlaufen werden, dass der Verstoß als nicht spürbar eingestuft und aus diesem Grund als nicht wettbewerbswidrig angesehen wird.

Apotheker sollten es nun tunlichst vermeiden, die Ausgabe eines verschreibungspflichtigen Medikamentes mit einem Geschenk zu kombinieren. Das Verbot gilt jedoch nicht für Einkäufe, die keinen arzneimittelrechtlichen Preisbindungen unterliegen.

K a h l e r t
P a d b e r g

Rechtsanwälte | Fachanwälte
Partnerschaft mbB