

von Rechtsanwalt **Dr. Daniel S. Huber**

Werbung für Arzneimittel – Teil 3 – Irreführung verboten!

Irreführende Werbung ist nicht nur wettbewerbsrechtlich verboten, sondern auch arzneimittelrechtlich. Dies ist keine unnötige Doppelung des Schutzes der Verbraucher vor irreführender Werbung, sondern hat rechtlich unterschiedliche Konsequenzen. Lesen Sie dazu jetzt mehr im 21. Teil der [Serie der IT-Recht Kanzlei über die rechtlichen Aspekte der Werbung im Internet](#).

Pflichtangaben, Erinnerungswerbung und noch mehr

Im [ersten Teil des Beitrags](#) ging es um die Frage, wann das Heilmittelwerbegesetz (HWG) Anwendung findet und welche Pflichtangaben Werbung für Arzneimittel enthalten muss. Der [zweite Teil](#) beschäftigte sich mit der sog. Erinnerungswerbung bei Arzneimitteln, bei der die Pflichtangaben ausnahmsweise weggelassen werden dürfen.

Im dritten Teil des Beitrags geht es nun um weitere werberechtliche Regelungen des Arzneimittelwerberechts, wie etwa dem Verbot irreführender Werbung für Arzneimittel oder der Zulässigkeit von Arzneimittelwerbung in bestimmten Zusammenhängen.

Das Verbot der irreführenden Werbung

Nach § 3 HWG ist irreführende Werbung im Rahmen des Arzneimittelrechts verboten. Dieses Verbot tritt ganz grundsätzlich neben das wettbewerbsrechtliche Verbot irreführender Werbung, da § 17 UWG bestimmt, dass das Gesetz des unlauteren Wettbewerbs (UWG) unberührt bleibt. Auf den ersten Blick mag es überflüssig erscheinen, das Verbot irreführender Werbung sowohl wettbewerbsrechtlich (UWG), als auch arzneimittelrechtlich (HWG) zu statuieren. Jedoch hat dies deshalb seine Berechtigung, da sich aus den verschiedenen gesetzlichen Regelungen auch verschiedenen Rechtsfolgen bzw. Anspruchsberechtigte ergeben. So bestehen nach dem UWG bei Gesetzesverstößen insbesondere wettbewerbsrechtliche Unterlassungsansprüche, während nach dem HWG vor allem Bußgelder drohen.

Konkretisierung: falsche Wirksamkeit

Irreführende Werbung ist nach § 3 HWG ganz generell verboten. Etwas präzisiert wird dieses generelle Verbot durch Regelbeispiele, die ebenfalls in § 3 HWG enthalten sind. So liegt eine Irreführung insbesondere dann vor, wenn Arzneimitteln, Medizinprodukten etc. eine therapeutische Wirksamkeit oder Wirkungen beigelegt werden, die sie nicht haben. Suggestiert die Werbung – etwa auf Plakaten, auf Handzetteln (Flyern) oder auch im Internet – dass ein Arzneimittel bei Bauchschmerzen starke Linderung verschaffen soll, obwohl es nur bei Gelenk- und nicht bei Bauchschmerzen hilft, so liegt eine Irreführung in diesem Sinne vor.

Ein falscher Eindruck genügt

Eine Irreführung liegt nach § 3 Satz 2 Nr. 2 HWG auch dann vor, wenn fälschlich der Eindruck erweckt wird, dass ein Erfolg (also insbesondere eine erfolgreiche Behandlung bzw. Anwendung des Arzneimittels) mit Sicherheit erwartet werden kann, bei bestimmungsgemäßem/längerem Gebrauch keine schädlichen Wirkungen eintreten oder die Werbung nicht zu Zwecken des Wettbewerbs veranstaltet wird. Bei allen drei Varianten der Nr. 2 genügt es, dass die Werbung die jeweilige falsche/unwahre Tatsache suggeriert. Nicht erforderlich ist, dass die Werbung explizit darauf ausgerichtet ist, diesbezügliche falsche Informationen zu verbreiten, also dies von demwerbenden so beabsichtigt ist.

Beispiel:

“

Auf einem Werbeplakat heißt es: „Kopfschmerzen ade – eine Tablette und die Schmerzen sind sofort passe“.

”

Wenn es nicht stimmt, dass in jedem Fall die Kopfschmerzen sofort nach der Einnahme der Tablette abklingen, so verstößt diese Werbung gegen § 3 HWG. Denn es ist nicht notwendig, dass in der Werbung ausdrücklich gesagt wird, dass der Erfolg des Arzneimittels „immer“ oder „stets“ eintritt. Vielmehr genügt es, wenn lediglich ein entsprechender Eindruck entsteht, unabhängig davon, ob die Werbung bzw. der Werbende diesen Eindruck erwecken wollte.

Unwahrheiten und Täuschungen

Nach § 3 Satz 2 Nr. 3 HWG liegt schließlich eine Irreführung auch dann vor, wenn der Werbende unwahre oder zur Täuschung geeignete Angaben über die Zusammensetzung von Arzneimitteln (..) oder die Art und Weise einer Behandlung oder über die Person, Vorbildung, Befähigung oder Erfolge des Herstellers, Erfinders oder der für sie tätigen oder tätig gewesenen Personen macht. Wie generell in § 3 HWG gilt auch hier ein objektiver Maßstab. Dies bedeutet, dass es nicht darauf ankommt, ob der Werbende wusste oder gar beabsichtigt hat, dass er unwahre oder täuschungsg geeignete Angaben verbreitet. Es genügt, dass die Angaben objektiv unwahr oder zur Täuschung geeignet sind.

Das Verbot der Werbung für nicht zugelassene Arzneimittel

§ 3 a HWG erklärt Werbung für nicht zugelassene Arzneimittel für unzulässig:

“

„Unzulässig ist eine Werbung für Arzneimittel, die der Pflicht zur Zulassung unterliegen und die nicht nach den arzneimittelrechtlichen Vorschriften zugelassen sind oder als zugelassen gelten. Satz 1 findet auch Anwendung, wenn sich die Werbung auf Anwendungsgebiete oder Darreichungsformen bezieht, die nicht von der Zulassung erfasst sind.“

”

Damit soll u.a. verhindert werden, dass Medikamente beworben werden können, die in Deutschland nicht zugelassen sind und deshalb auch nicht vertrieben werden dürfen. Dies soll die Bevölkerung davor schützen, dass sie sich aufgrund der Werbung für solche – womöglich gefährliche und schädliche – Arzneimittel interessiert und diese möglicherweise illegal und/oder aus dem Ausland bzw. über das Internet bezieht.

Fazit

Durch das arzneimittelrechtliche Irreführungsverbot sollen Verbraucher davor geschützt werden, dass reißerische bzw. unwahre Werbung bei ihnen Erwartungen weckt, die das entsprechende Arzneimittel nicht halten kann. Arzneimittel sind keine Produkte wie alle anderen, da sie zum einen bei falscher Anwendung oder Dosierung gefährlich sein oder abhängig machen können.

Den 22. Teil der [Serie der IT-Recht Kanzlei zu den rechtlichen Aspekten der Werbung im Internet](#) können Sie an dieser Stelle am 3.8.2010 lesen!

Autor:

RA Dr. Daniel S. Huber

Rechtsanwalt