von **Mag. iur Christoph Engel**

Unverbindliche Risikoempfehlung: Werbung für Arzneimittel unter Angabe einer UVP ist wettbewerbswidrig

Wer im Internet Medikamente und andere apothekenpflichtige Waren anbietet und dabei den Endpreis unter Angabe einer unverbindlichen Preisempfehlung (UVP) bewirbt, setzt sich einem juristischen Risiko aus: Neuerdings wird diese Vorgehensweise als irreführend im Sinne von § 5 UWG angesehen und abgemahnt.

Hintergrund

Unverbindliche Preisempfehlungen (UVP) werden in der Regel vom Hersteller ausgesprochen – bei Arzneimitteln findet eine solche Empfehlung jedoch meist gerade nicht statt. Vielmehr gilt hier die Arzneimittelpreisverordnung (AMPreisV), in der die Preisbildung für rezeptpflichtige Medikamente gesetzlich festgelegt wird. Die tatsächlichen Endpreise sind in der sogenannten Lauer-Taxe (ADBA-Artikelstamm bzw. „Große Deutsche Spezialitätentaxe“) zentral hinterlegt.

Wettbewerbsrechtliche Problematik

Diese „Apothekenpreise“ sind also keineswegs vom Hersteller empfohlen, und innerhalb des Anwendungsrahmens der AMPreisV auch keineswegs unverbindlich. Die Angabe einer UVP ist folglich falsch – und Werbeformeln wie

> *„Jurazepam – nur € 12,11 (UVP: € 15,99)“*

verstoßen – trotz Fehlens böser Absichten – bei entsprechender Auslegung gegen das Irreführungsverbot aus § 5 UWG, da der Endverbraucher (dem ja die Lauer-Taxe üblicherweise nicht geläufig ist) durch diese Werbung von falschen Tatsachen hinsichtlich der Preisbildung von Medikamenten ausgehen könnte.

Eine Rechtsprechung zu dieser Thematik existiert bislang nicht; gleichwohl wird in der pharmazeutischen Fachpresse bereits vor drohenden Abmahnungen gewarnt (vgl. z.B. DAZ). Diese Gefahr ist auch als durchaus ernst einzustufen, da gerade im Internet Abmahn-Sportler leichtes Spiel beim Auffinden fehlerhafter Angebote haben; es ist also durchaus damit zu rechnen, dass in nächster Zeit die Websites (und vor allem Webshops) von Apotheken gezielt nach „UVP“-Angeboten durchsucht werden.

Copyright © | **IT-Recht Kanzlei München** | Alter Messeplatz 2 | 80339 München | **Tel.** + 49 (0)89 13014330 | **Fax** +49 (0)89 130143360

Kommentar

Das Werberecht der Heilberufe gehört mit zu den kompliziertesten juristischen Materien – und hier findet sich ein Fall, in dem die entscheidende Norm aus dem „normalen“ Werberecht stammt. Den Tarif der Lauer-Taxe als „UVP“ auszuweisen erscheint ja auf den ersten Blick sogar naheliegend – dennoch ist diese Angabe wettbewerbswidrig und somit ein Risiko.

Abhilfe könnte hier durch eine abgeänderte Werbeformel geschaffen werden, z.B.

> *„Jurazepam – nur € 12,11 (Abgabepreis nach Lauer-Taxe: € 15,99)“*

oder schlicht

> *„Jurazepam – nur € 12,11“.*

In jedem Fall sollte die Bezeichnung „UVP“ schleunigst aus sämtlichen Werbematerialien und Angebotsseiten im Arzneimittelhandel verschwinden.

Autor:
Mag. iur Christoph Engel
(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)