

von **Antonia Lehmann**

OLG Stuttgart: Werbung für rezeptpflichtige Arzneimittel auf Apotheken-Homepage nicht zulässig

Das OLG Stuttgart hat entschieden (Urt. v. 27.09.2018 – Az.: 2 U 41/18), dass im Rahmen des Verkaufs von rezeptpflichtigen Arzneimitteln auf der Homepage einer Apotheke unzulässige Produktwerbung bereits dann vorliegt, wenn diese direkte Hinweise auf die namentlich genannten Arzneimittel, sowie eine Beschreibung der Präparate enthalte.

I. Ausgangslage

Die Parteien betreiben eine Apotheke im gleichen Ort. Der Beklagte verfügt zudem über eine Internetseite, auf welcher die Kunden sog. Defekturmittel rezeptpflichtig erwerben können, die in den Apotheken selbst hergestellt werden und ein besonderes Angebot des Beklagten darstellen. Auf der Homepage sind bei den Defekturmitteln weitere Informationen bzgl. dem Inhalt und der Möglichkeit der Kostenübernahme durch die Krankenkasse aufgeführt.



Sofort verfügbar,
volle Kostenkontrolle
und monatlich kündbar!

Spezielles Schutzpaket für Online-Apotheken

Schon für mtl. 9,90€

- ✓ Spezielle Rechtstexte für Apotheken
- ✓ Automatisierte Übertragung (Schnittstelle)
- ✓ Update-Service
- ✓ Selbstverständlich: Haftung

Im Jahre 2017 mahnte die Klägerin den Beklagten durch ihren Prozessbevollmächtigten ab und forderte diese unter Bezugnahme auf die streitgegenständlichen Auszüge aus dem Internetauftritt auf, eine Unterlassungserklärung abzugeben.

Nach Ansicht der Klägerin verstoße diese Gestaltung gegen das Verbot der Werbung für rezeptpflichtige Arzneimittel gem. § 10 I HWG, da hier weiterführende Informationen über die Präparate bereitgestellt werden. Zudem sei dem Domainnamen bereits ein werbender Hinweis auf die Produkte zu entnehmen.

Der Beklagte hat demgegenüber vorgetragen auch auf homöopathische Arzneimittel hingewiesen zu haben, welche auch ohne Rezept erworben werden können.

In der ersten Instanz wurde die Klage zunächst abgewiesen. Die Klägerin legte daher Berufung ein.

II. Die Entscheidung des OLG Stuttgart

Das OLG Stuttgart stufte das Handeln entgegen der Ansicht des LG als wettbewerbswidrig ein und stütze das Urteil auf §§ 3, 3a, 8 I, III UWG iVm. § 10 I HWG.

Bei den Parteien handele es sich um Mitbewerber iSd. § 8 III Nr. 1 UWG, welche solche Unternehmer umfasse, die als Anbieter von Waren in einem konkreten Wettbewerbsverhältnis stehen. Hierfür sei es ausreichend, wenn die Unternehmer gleiche oder gleichartige Waren oder Dienstleistungen innerhalb desselben Endabnehmerkreises absetzen versuchen und das Verhalten des einen den anderen in seinem Absatz behindern könne.

Weiterhin handle es sich bei den streitgegenständlichen Präparaten um verschreibungspflichtige Arzneimittel, welche eindeutig vom Wortlaut des § 10 HWG erfasst würden.

Grundsätzlich gelte für Arzneimittel ein weiterer Werbungsbegriff, unter welchen alle Maßnahmen zur Information, zur Marktuntersuchung und zur Schaffung von Anreizen mit dem Ziel, den Absatz des Arzneimittels zu fördern, fallen.

Der EuGH hat in seiner Entscheidung vom 05.05.2011, C-316/09 ausgeführt, dass nicht jegliche Information über verschreibungspflichtige Medikamente verboten sei. Vielmehr müsse die Werbung von der rein informatorischen Angabe abgegrenzt werden, zB. wenn ein überwiegendes Informationsinteresse für die Patienten bestehe und hierdurch gesundheitliche Risiken ausgeschlossen werden. Für ein wirtschaftliches Interesse an einer Vermarktung sei gerade erforderlich, dass Verhalten und Initiative des Herstellers auf seine Absicht hinweisen, den Absatz des Arzneimittels zu fördern.

Vorliegend handele es sich jedoch gerade nicht um eine solche rein informatorische Angabe, da die Präparate in den Suchergebnissen bei Google auch dann erscheinen, wenn nur nach der Apotheke gesucht werde und die Informationen zudem auch Angaben zum Absatz des Produkts enthielten.

Die Abgrenzung der produktbezogenen Werbung, welche dem Heilmittelwerbegesetz unterliege, von der Abgrenzung der nicht dem Heilmittelgesetz unterfallenden Unternehmenswerbung bestimme sich danach, ob nach dem Gesamterscheinungsbild der Werbung die Darstellung des Unternehmens oder die Anpreisung bestimmter Arzneimittel im Vordergrund stehe. Die bloße Unternehmenswerbung sei vom Anwendungsbereich des Heilmittelwerbegesetzes ausgeschlossen, da hier nicht die Gefahr bestehe, dass ein bestimmtes, in seinen Wirkungen und Nebenwirkungen vom Verbraucher nicht überschaubares Mittel ohne ärztliche Aufsicht oder missbräuchlich angewendet werde oder bei Arztbesuchen auf die Verschreibung eines bestimmten Mittels hinzuwirken.

Ebenfalls sei auch die Verwendung des Domainnamens unzulässig, da in diesem ein Wirkstoff der Präparate genannt werde und dem Verbraucher sofort klar sei, dass diese Produkte in der Apotheke erhältlich seien und damit für die Produkte geworben werde. Zwar sei dieser Bezug nicht unmittelbar bewirkt, da der Wirkstoff nicht mit einem konkreten Medikament in Verbindung zu bringen sei. Jedoch führe die Domain auf die Website der Beklagten, auf welcher die Präparate im Einzelnen aufgelistet sind. Der Hinweis auf die namentlich genannten Arzneimittel zeige gerade, dass der Beklagte den Absatz der Produkte steigern wolle. Zudem führe dies dazu, dass Verbraucher, welche nach einer Quelle zum Bezug von diesen Präparaten suchen, auf den Beklagten aufmerksam würden.

Autor:

Antonia Lehmann

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)