

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

20

HeilmittelwerbeG § 4 Abs. 1 und 5; UWG § 1

"Arzneimittel-Preisangaben"

Das HeilmittelwerbeG enthält - auch für eine
Erinnerungswerbung im Sinne des § 4 Abs. 5 HWG -
kein Verbot der Werbung mit Preis- und Mengenangaben.

BGH, Urt. v. 9. Juni 1982 - I ZR 87/80 - OLG Schleswig
LG Kiel

20

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 87/80

URTEIL

Verkündet am
9. Juni 1982
Führinger
Justizangestellte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Apotheker Dr. Claus S [REDACTED], H [REDACTED] Straße [REDACTED],
K [REDACTED],

Kläger und Revisionskläger,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte Dr. [REDACTED]
und Dr. [REDACTED] -

g e g e n

Firma N [REDACTED] S [REDACTED] W [REDACTED]-GbH, vertreten
durch die Geschäftsführer Udo D [REDACTED] und Erhard G [REDACTED],
V [REDACTED] Weg, L [REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 9. Juni 1982 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Alff, Dr. Merkel, Dr. Piper und Dr. Erdmann

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 6. Zivilsenats des Schleswig-Holsteinischen Oberlandesgerichts in Schleswig vom 1. April 1980 wird auf Kosten des Klägers zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Beklagte betreibt Supermärkte, in denen sie auch nichtapothekenpflichtige Arzneimittel verkauft. In einer Zeitungsanzeige warb sie für eines dieser Präparate in folgender Weise:

"Klosterfrau Melissengeist 155 ml. 8,99".

Der Kläger, ein Apotheker, hat diese Werbung als Verstoß gegen § 4 Abs. 1 des Gesetzes über die Werbung auf dem Gebiete des Heilwesens (Heilmittelwerbegesetz, HWG) und zugleich als wettbewerbswidrig im Sinne des § 1 UWG beanstandet: Nach § 4 Abs. 1 und 3 HWG sei die Beklagte verpflichtet, neben der Bezeichnung des Arzneimittels auch den Namen oder die



Firma und den Sitz des pharmazeutischen Unternehmens sowie die Anwendungsgebiete anzugeben. Um eine Erinnerungswerbung, die nach § 4 Abs. 5 HWG von dieser Verpflichtung freigestellt sei, handele es sich vorliegend nicht, da die Beklagte nicht ausschließlich mit der Bezeichnung des Präparats, sondern auch mit Angaben über Menge und Preis geworben habe. Eine solche Werbung sei mit Wortlaut und Sinn des § 4 Abs. 5 HWG nicht zu vereinbaren, der nur die Industrie, nicht aber den Einzelhandel, der Preiswettbewerb treibe, von den Informationspflichten des § 4 Abs. 1 HWG freistelle. Preis- und Mengeninformationen wie hier verstießen gegen das gesetzgeberische Ziel, durch Versachlichung der Werbung einem unkontrollierten Arzneimittelkonsum entgegenzuwirken.

Der Kläger hat beantragt,

die Beklagte unter Androhung von Ordnungsmitteln zu verurteilen, es zu unterlassen, Werbung für das Arzneimittel Klosterfrau Melissengeist in Zeitungsanzeigen zu machen, ohne die nach § 4 Heilmittelwerbegesetz vorgeschriebenen Angaben hinzuzufügen, nämlich:

1. den Namen oder die Firma und den Sitz des pharmazeutischen Unternehmens,
 2. die Bezeichnung des Arzneimittels,
 3. die Anwendungsgebiete,
- es sei denn, daß ausschließlich mit der Bezeichnung des Arzneimittels geworben werde.

Die Beklagte hat Klageabweisung beantragt und dazu ausgeführt: Die angegriffene Zeitungsanzeige sei eine

zulässige Form der Erinnerungswerbung. § 4 Abs. 5 HWG beziehe sich allein auf medizinisch bedeutsame Informationen im Sinne des Abs. 1 dieser Vorschrift, jedoch nicht auf Preisangaben, die das medizinische Informationsinteresse des Verbrauchers nicht berührten.

Das Landgericht hat die Beklagte antragsgemäß verurteilt. Zur Begründung hat es ausgeführt: Um eine von den Vorschriften des § 4 Abs. 1 HWG befreite Erinnerungswerbung im Sinne des Abs. 5 dieser Bestimmung handele es sich nur dann, wenn ausschließlich mit der Bezeichnung eines Arzneimittels oder zusätzlich mit dem Namen oder der Firma oder dem Warenzeichen des pharmazeutischen Unternehmens geworben werde. Das sei nach dem eindeutigen Wortlaut dieser Bestimmung nicht der Fall, wenn - wie hier - die Werbung mit Angaben über Preis und Menge der Ware verbunden werde. Darüber hinaus enthalte die angegriffene Anzeige auch deshalb keine Erinnerungswerbung im Sinne des § 4 Abs. 5 HWG, weil sie nicht ausschließlich die Erinnerung an das Präparat wachhalten solle, sondern mit den Angaben zu Preis und Menge auch dazu diene, den Kaufentschluß des Lesers zu beeinflussen.

Auf die Berufung der Beklagten hat das Oberlandesgericht dieses Urteil abgeändert und die Klage abgewiesen. Mit der - zugelassenen - Revision verfolgt der Kläger seinen bisherigen Antrag weiter. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht führt aus: Das angegriffene Inserat stehe zu den Bestimmungen des Heilmittelwerbe-
gesetzes nicht in Widerspruch. Zwar unterfalle Klosterfrau
Melissengeist als registriertes Arzneimittel im Sinne des
§ 2 Abs. 4 des Arzneimittelgesetzes grundsätzlich den Vor-
schriften des § 4 Abs. 1 HWG über bestimmte Pflichtangaben.
Für die hier in Rede stehende Werbung gelte das aber nicht.
Bei ihr handele es sich um eine Erinnerungswerbung im Sinne
des § 4 Abs. 5 HWG, für die es unschädlich sei, wenn neben
der Bezeichnung des Präparats auch Angaben über Preis und
Menge gemacht würden. Die zulässige und gebotene Auslegung
dieser Vorschrift anhand des Normzwecks und des Bedeutungs-
zusammenhangs ergebe, daß sich § 4 HWG bei der Definition
des Begriffs der Erinnerungswerbung in Abs. 5 dieser Vor-
schrift ausschließlich auf die medizinisch relevanten Werbe-
angaben des Abs. 1 beziehe, aber nicht auf Preis- und Mengen-
angaben. Das Heilmittelwerbe-gesetz ziele auf den Schutz der
Volksgesundheit. Dem diene die Verpflichtung, den Verbrau-
cher mit den in § 4 Abs. 1 HWG genannten Sachangaben über
die angebotenen Arzneimittel im einzelnen zu unterrichten.
Eine Ausnahme davon habe der Gesetzgeber mit § 4 Abs. 5 HWG
für den Fall gemacht, daß - im Rahmen einer Erinnerungswer-
bung - ausschließlich mit der Bezeichnung eines Arzneimit-
tels oder zusätzlich mit dem Namen, der Firma oder dem Wa-
renzeichen des pharmazeutischen Unternehmers geworben werde.
Im Hinblick auf diesen Gesetzeszusammenhang und dem an me-
dizinisch-gesundheitlicher Information des Arzneimittelkun-
den orientierten Zweck des Heilmittelwerbe-gesetzes könne es
sich bei den Angaben, mit denen danach nicht geworben werden

dürfe, um den Charakter der Erinnerungswerbung zu erhalten, immer nur um Sachangaben handeln, die das medizinische Informationsinteresse des Verbrauchers berührten. Zusätzliche Angaben über Preis und Menge gefährdeten die Gesundheit des Arzneimittelkonsumenten nicht und liefen auch dessen sonstigen Interessen nicht zuwider. Vielmehr habe auch der Arzneimittelkunde in aller Regel ein berechtigtes Interesse an der Angabe von Preisen und einer sich daraus ergebenden Belebung des Preiswettbewerbs. Soweit Preisangaben zum Kauf von Arzneimitteln anreizen könnten, würden die Zielvorstellungen des Heilmittelwerbegesetzes, das sich mit Fragen der Preisangabe überhaupt nicht befasse, dadurch nicht in Frage gestellt.

II. Die gegen diese Beurteilung gerichteten Angriffe der Revision haben keinen Erfolg. Zutreffend hat das Berufungsgericht einen Verstoß der Beklagten gegen § 4 Abs. 1 HWG verneint. Mit Recht ist es dabei davon ausgegangen, daß Gegenstand der beanstandeten Anzeige eine Erinnerungswerbung ist, auf die § 4 Abs. 1 HWG keine Anwendung findet (§ 4 Abs. 5 HWG). Die Ansicht, daß Preis- und Mengenangaben mit einer Erinnerungswerbung i. S. des § 4 Abs. 5 HWG nicht zu vereinbaren seien, findet im Heilmittelwerbegesetz keine Stütze.

1. Nach den Feststellungen des Berufungsgerichts handelt es sich bei dem Präparat Klosterfrau Melissengeist um ein Arzneimittel im Sinne des § 2 Abs. 4 AMG, das den Vorschriften des Heilmittelwerbegesetzes unterfällt (§ 1 Abs. 1 Nr. 1 HWG). Diese Feststellungen geben zu rechtlichen Bedenken keinen Anlaß und werden von den Parteien auch nicht beanstandet.

2. Die Revision ist der Ansicht, daß eine Werbung für Arzneimittel unter Angabe von Preisen mit den Bestimmungen des Heilmittelwerbegesetzes und der vom Gesetzgeber damit verfolgten Absicht unvereinbar sei, weil durch eine solche Werbung der Konsum von Arzneimitteln, für den es keine medizinische Notwendigkeit gebe, erheblich gefördert werde. Damit werde das Ziel des Gesetzes unterlaufen, einem unkontrollierten Arzneimittelverbrauch entgegenzuwirken und die Werbung für Arzneimittel von einer ausreichenden Information über Indikation und Gegenindikation und ähnlich wichtige Angaben abhängig zu machen.

Diesen Ausführungen der Revision kann nicht gefolgt werden. Zwar ist es Sinn und Zweck des Heilmittelwerbegesetzes, durch bestimmte Beschränkungen der Werbung für Arzneimittel die Gesundheit des einzelnen und die Volksgesundheit zu schützen (siehe die amtl. Begründung zum Heilmittelwerbegesetz, BT-Drucks. IV/1867, S. 5, 6). Indessen entspricht es nicht der gesetzgeberischen Absicht, zur Erreichung dieser gesundheitspolitischen Ziele den Absatz von Arzneimitteln grundsätzlich und generell einzuschränken und aus diesem Grunde die Werbung für Arzneimittel allgemein oder hinsichtlich Preis- und Mengenangaben zu untersagen. Der Gesetzgeber ist davon ausgegangen, daß zwar die Hersteller und Vertreiber von Arzneimitteln den Werbebeschränkungen des Heilmittelwerbegesetzes unterliegen, daß sie aber im übrigen das Recht haben, im Rahmen ihrer Berufsausübung die Verbraucher über ihre Erzeugnisse zu unterrichten, um deren Absatz zu fördern (siehe die amtl. Begründung zum Heilmittelwerbegesetz, BT-Drucks. IV/1867, S. 5). Demgemäß setzen die Vorschriften des § 4 Abs. 1 - 3 HWG die Zulässigkeit auch solcher Werbean-

gaben voraus, die über die in § 4 Abs. 1 HWG vorgeschriebenen Angaben hinausgehen (vgl. § 4 Abs. 4 HWG). Dazu gehören auch Angaben über Preis und Menge von Arzneimitteln.

3. Von dieser Gesetzeslage, mit der Preis- und Mengenangaben nicht in Widerspruch stehen, machen die Vorschriften des § 4 Abs. 5 HWG über die Erinnerungswerbung keine Ausnahme. Dem steht, wie das Berufungsgericht zutreffend erkannt hat, der Wortlaut dieser Bestimmung nur scheinbar entgegen. Zwar liegt nach § 4 Abs. 5 HWG eine Erinnerungswerbung nur dann vor, wenn ausschließlich mit der Bezeichnung eines Arzneimittels oder zusätzlich mit dem Namen, der Firma oder dem Warenzeichen des pharmazeutischen Unternehmens geworben wird. Daraus kann aber nicht hergeleitet werden, daß mit den Vorschriften des § 4 Abs. 1 HWG in Einklang stehende Preis- und Mengenangaben bei der Erinnerungswerbung im Sinne des § 4 Abs. 5 HWG unzulässig seien. Wie der Gesetzeszusammenhang mit § 4 Abs. 1 HWG ergibt, bezieht sich § 4 Abs. 5 HWG hinsichtlich solcher Werbeangaben, die nicht vorliegen dürfen, damit der Charakter der Erinnerungswerbung gewahrt bleibt, allein auf die in § 4 Abs. 1 HWG genannten medizinisch-relevanten Angaben, jedoch nicht auf Preis- und Mengenangaben. Ziel des § 4 Abs. 1 HWG ist es, den Verbraucher vollständig über bestimmte Sachaussagen wie Zusammensetzung, Indikation und Gegenindikation eines Arzneimittels zu unterrichten, wenn die Werbung überhaupt Angaben in dieser Richtung enthält. Dadurch soll der Verbraucher in die Lage versetzt werden, sich über die in der Werbung angesprochene Zusammensetzung, Wirkungsweise oder sonstige Bedeutung des Arzneimittels klar zu werden und einen sachlich fundierten Kaufentschluß treffen zu können (siehe die amtl. Begründung zum Entwurf eines Gesetzes zur

Neuordnung des Arzneimittelrechts, BT-Drucks. VII/3060, S. 67; Bericht des Ausschusses für Jugend, Familie und Gesundheit, BT-Drucks. VII/5091, S. 23). Enthält aber die Werbung keinerlei Sachangaben in medizinisch-gesundheitlicher Hinsicht und geht es allein um die Ankündigung eines Arzneimittels ausschließlich unter seiner Bezeichnung oder zusätzlich unter dem Namen, der Firma oder dem Warenzeichen des pharmazeutischen Unternehmens oder wird das Arzneimittel in dieser Weise lediglich feilgehalten, ohne daß damit Hinweise auf Eigenschaften und Verwendungsmöglichkeiten oder ähnlich wichtige Angaben verbunden werden, so bedarf es der in § 4 Abs. 1 HWG genannten Sachangaben nicht, wie § 4 Abs. 5 HWG unter Anknüpfung an § 4 Abs. 1 HWG ausdrücklich bestimmt. Sinn dieser Regelung ist es, die in § 4 Abs. 1 HWG geforderten Angaben dann entbehrlich zu machen, wenn es sich um eine von jeglichen Hinweisen auf die medizinisch-gesundheitliche Bedeutung des Präparats freie Werbung handelt, die allein von der Erinnerung beim Publikum ausgeht und bei der die Gefahr einer unzutreffenden oder irreführenden Einschätzung des Arzneimittels durch den Verbraucher aufgrund unvollständiger oder lückenhafter Informationen regelmäßig ausgeschlossen erscheint. Mit dieser Regelung, die allein darauf abstellt, ob die Werbung Sachangaben in medizinisch-gesundheitlicher Hinsicht enthält, stehen Preis- und Mengenangaben, denen insoweit keine Bedeutung zukommt, nicht in Widerspruch. Die gesundheitspolitischen Ziele des HWG werden durch solche Werbeaussagen in den Fällen des § 4 Abs. 5 HWG ebensowenig berührt wie bei einer Werbung, die die Angaben nach § 4 Abs. 1 HWG mit Preis- und Mengenangaben verbindet.

III. Die angegriffene Werbeaussage, die außer mit Preis- und Mengenangaben ausschließlich mit der Bezeichnung des Arzneimittels wirbt, läßt danach keinen Gesetzesverstoß erkennen. Mit Recht hat daher das Berufungsgericht die Klage abgewiesen.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 97 Abs. 1 ZPO.

v. Gamm

Alff

Merkel

Piper

Erdmann