



WETTBEWERBSRECHT

OLG Karlsruhe: Payback-Punkte für die Vorbestellung von Rx-Arzneimitteln sind unlauter

von RA Andreas Frohn LL.M., Kanzlei am Ärztehaus, Köln

Werden einem Apothekenkunden, der sich mittels einer ärztlichen Verordnung über eine App an eine ihm örtlich genehme Apotheke wendet und dort rezeptpflichtige Arzneimittel vorbestellt, 50 Bonuspunkte mit einem Gegenwert von 0,50 Euro für diese Vorbestellung gutgeschrieben, ist dies keine reine Unternehmens- und Imagewerbung, sondern eine produktbezogene Arzneimittelwerbung (Oberlandesgericht [OLG] Karlsruhe, Urteil vom 12.10.2022, Az. 6 U 108/21).

Sachverhalt

Das Landgericht Mannheim verurteilte einen Großhändler auf Antrag der Wettbewerbszentrale dazu, es zu unterlassen, die Vorbestellung von Arzneimitteln bei Partnerapotheken über eine App mit der Gutschrift von 50 Payback-Punkten beim Erwerb der Arzneimittel zu belohnen. Der unterlegene Großhändler legte Berufung gegen die Entscheidung ein, hatte damit vor dem OLG Karlsruhe aber keinen Erfolg.

Entscheidungsgründe

Das OLG bestätigt die Auffassung der Vorinstanz, dass das Ausloben der Payback-Punkte für die Vorbestellung von Arzneimitteln eine dem Anwendungsbereich des Heilmittelwerbegerichts unterfallende produktbezogene Absatzwerbung ist. Zwar sei kein konkreter Produktbezug vorhanden. Es sei aber – im Einklang mit der höchstrichterlichen Rechtsprechung – nicht einzusehen, warum das Bewerben eines gesamten Arzneimittelsortiments gegenüber der Bewerbung einzelner Arzneimittel privilegiert werden solle. Auch eine Entschädigung für Unannehmlichkeiten rechtfertige die Zugabe nicht. Es sei schon der Werbung nicht zu entnehmen, dass der Kunde für eventuelle Unannehmlichkeiten, wie z. B. eine aktuelle Nichtverfügbarkeit des gewünschten Präparats vor Ort, entschädigt werden solle. Vielmehr stelle die streitige Maßnahme eine Verletzung der Preisbindungsvorschriften dar, da rezeptpflichtige Arzneimittel aus Kundensicht durch die Gutschrift der Payback-Punkte letztlich günstiger abgegeben würden als der einheitliche Apothekenabgabepreis dies erlaube.

Anmerkung

Die Berufungsentscheidung bietet gegenüber dem erstinstanzlichen Urteil nur wenig neue Erkenntnisse. Die Frage, inwieweit die Bewerbung eines gesamten Sortiments als produktbezogene Absatzwerbung einzustufen ist und damit den Weg ins Heilmittelwerbegezet (HWG) eröffnet, beantworten die Karlsruher Richter genauso, wie dies bereits das LG Mannheim getan hatte. Jedenfalls im Bereich der Absatzwerbung sollte diese Richtschnur bei eigenen Marketingentscheidungen stets beachtet werden. Zuwendungen und Vergünstigungen im Bereich verschreibungspflichtiger Arzneimittel sind (auch weiterhin) mit äußerster Zurückhaltung zu konzipieren.

Preisbindungs-
vorschriften
werden verletzt

Vorsicht bei
Zuwendungen und
Vergünstigungen für
Rx-Arzneimittel