

Glücksspiel und Heilmittel

Autor: Simon Menke



Erlaubt: Glücksspiele von Arzneimittelherstellern, die der Unternehmenswerbung dienen

Glücksspiele werden eher selten zur Bewerbung von Pharmaprodukten eingesetzt. Liegt dies an einem gesetzlichen Verbot oder bestehen doch Möglichkeiten, die nicht hinreichend bekannt sind?

Das Heilmittelwerbeengesetz (HWG) verbietet es, außerhalb von Fachkreisen, zum Beispiel Ärzten, für Heilmittel mit Preisausschreiben, Verlosungen oder anderen Verfahren, deren Ergebnis vom Zufall abhängig ist, zu werben. Der Gesetzgeber will hierdurch eine unbedachte Verwendung von Medikamenten durch Verbraucher verhindern. Aufgrund dieses strikten Verbots wurde Unternehmen in der Vergangenheit die Veranstaltung von Glücksspielen gerichtlich untersagt. Ein Hersteller eines nicht verschreibungspflichtigen Präparats musste es unterlassen, dieses auf seiner Internetseite zu verlosen. Dies bedeutet nicht, dass Pharmahersteller gar keine Möglichkeit haben, Preisausschreiben, Verlosungen oder sonstige Glücksspiele durchzuführen.

So ist es rechtlich nicht zu beanstanden, wenn die Veranstaltung eines Glücksspiels objektiv nicht der Bewerbung eines spezifischen Präparats, sondern einer allgemeinen Unternehmenswerbung dient. Eine solche allgemeine Unternehmenswerbung liegt immer dann vor, wenn das Glücksspiel keinerlei Bezug zu einem bestimmten Präparat oder zu einer Gruppe von Heilmitteln aufweist. An einem solchen Bezug fehlt

es zum Beispiel, wenn ein Arzneimittelhersteller auf seiner Internetseite, der kein Hinweis auf die von dem Hersteller vertriebenen Produkte zu entnehmen ist, Verlosungen von Wochenendreisen durchführt. Hierdurch wird nicht ein spezifisches Arzneimittel, sondern das ganze Unternehmen an sich beworben. Dies ist erlaubt.

Es muss jedoch unbedingt sichergestellt werden, dass ein objektiver Betrachter die Werbemaßnahme nicht mit einem bestimmten Präparat gedanklich in Verbindung bringt. Das Vorhandensein einer solchen Verbindung wird sehr schnell bejaht. So soll es schon ausreichen, wenn in einem Preisausschreiben danach gefragt wird, welches Unternehmen ein bestimmtes Arzneimittel herstellt. Gleiches gilt für die Ankündigung von Preisausschreiben in Katalogen von Versandhandelsunternehmen, in denen auch Arzneimittel beworben werden. Bei der Konzeption von Glücksspielwerbungen ist daher hierauf ein besonderes Augenmerk zu legen.

Die Werbung für Medizinprodukte ist von dem Verbot ausgenommen. Medizinprodukte sind Gegenstände oder Stoffe, die der Erkennung, Verhütung oder Behandlung von Krankheiten auf

physikalischem oder mechanischem Wege dienen. Hierunter fallen Fieberthermometer, Röntgengeräte und Sehhilfen. Bei einer Glücksspielwerbung für Medizinprodukte muss das werbende Unternehmen lediglich die allgemein gültigen Regeln beachten. Diese sehen insbesondere vor, dass eine klare und eindeutige Angabe der Teilnahmebedingungen zu erfolgen hat. Darüber hinaus darf durch das Gewinnspiel die Rationalität der Verbraucherentscheidung nicht „ausgesetzt“ werden. Diesbezüglich ist die Rechtsprechung jedoch nicht sehr streng. Daher ist es zulässig, Medizinprodukte mit wertvollen Gewinnen zu bewerben. Mittlerweile ist es nach einer Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs erlaubt, die Teilnahme an einem Gewinnspiel von dem Erwerb eines Medizinprodukts abhängig zu machen.

Das im HWG befindliche Verbot der Veranstaltung von Glücksspielen zu Werbezwecken ist zwar weitreichend, aber nicht allumfassend. Bei der Inanspruchnahme der dargelegten Ausnahmen muss jedoch genauestens darauf geachtet werden, dass ausschließlich Medizinprodukte beworben werden oder dass ein Zusammenhang zwischen dem Glücksspiel und einem Heilmittel nicht hergestellt werden kann. ←

AUTOR

Simon Menke ist Rechtsanwalt bei der Kanzlei Dr. Bahr in Hamburg.
Kontakt: menke@dr-bahr.com