

# Internetwerbung nur mit Pflichtangaben

Der Bundesgerichtshof (BGH) hat entschieden (Urteil v. 29.4.2010 - Az.: I ZR 202/07), dass eine Arzneimittelwerbung im Internet auch dann die Pflichtangaben beinhalten muss, wenn der Werbetext sich nach längerer Zeit verändert.

Autor: Simon Menke

Grundsätzlich müssen in jeder Werbung für Arzneimittel die in § 4 HWG gesetzlich vorgeschriebenen Pflichtangaben wiedergegeben sein. Hiervon scheint ein beachtlicher Anteil der Werbenden bis heute keine ausreichende Kenntnis erlangt zu haben. Anders lässt sich der Umstand, dass im Zusammenhang mit dem Pflichtangabenverstoß immer wieder Rechtsstreitigkeiten geführt werden, nicht erklären.

In der Praxis häufig anzutreffen sind Arzneimittelwerbungen für nicht verschreibungspflichtige Arzneimittel, die sich an Verbraucher richten. Eine Werbung verschreibungspflichtiger Arzneimittel gegenüber Verbrauchern ist übrigens verboten.

Eine Ausnahme von dem Erfordernis der Wiedergabe der Pflichtangaben in Verbraucherwerbungen ist dann gegeben, wenn eine Werbung in audiovisuellen Medien



wie dem Fernsehen erfolgt. Dann muss lediglich der allseits bekannte Hinweis „Zu Risiken und Nebenwirkungen lesen Sie die Packungsbeilage und fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker“ erfolgen.

Diesbezüglich hat der BGH nun entschieden, dass diese Ausnahme bei einer Werbung im Internet nur dann greift, wenn die Reklame in Art eines Videoclips in Bildern dargestellt wird. In dem vom BGH beurteilten Sachverhalt bewarb das beklagte Pharmazieunternehmen von ihm hergestellte Arzneimittel im Internet. Die Werbung beinhaltete unter anderem folgende Angaben:

- „Breites Anwendungsspektrum:
- bei Arthrose
  - bei rheumatischer Arthritis
  - bei akuter Gichtarthritis“.





## Pflichtangaben in Arzneimittelwerbungen

### I. Stets erforderliche Informationen:

- Bezeichnung des Arzneimittels
- zugelassene Anwendungsgebiete
- bei Monopräparaten die Angabe „Wirkstoff: ...“
- Warnhinweise, falls für die Verpackung vorgeschrieben
- Wartezeit bei Tierarzneimitteln

### II. Zusätzliche Informationen bei Fachkreiswerbung

- Name und Sitz des Herstellers
- Zusammensetzung des Arzneimittels
- Gegenanzeigen
- Nebenwirkungen
- ggf. Verschreibungspflicht

### III. Verbraucherwerbung

Bei Verbraucherwerbungen bedarf es neben den stets erforderlichen Informationen (I.) folgenden Hinweises:  
 „Zu Risiken und Nebenwirkungen lesen Sie die Packungsbeilage und fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker“.

### IV. Form der Pflichtangaben

Die Angaben müssen von der Werbeaussage  
 - deutlich abgesetzt,  
 - abgegrenzt und  
 - gut lesbar sein.  
 Die Pflichtangaben müssen außerdem dem Präparat zugeordnet werden können.

Nach einiger Zeit veränderte sich die Werbeanzeige dahingehend, dass folgender Satz zu lesen war: „Mehr Informationen mit einem Klick!“ Weitere Informationen wie solche über die stoffliche Zusammensetzung des Medikaments erschienen nicht. Hierin sah der Kläger, ein Wettbewerbsverband, einen Verstoß gegen das Pflichtangabenanfordernis.

Der BGH gab dem Kläger diesbezüglich Recht. Trotz des Umstands, dass in dem zu beurteilenden Fall nach und nach unterschiedliche Texte eingeblendet wurden, habe eine Werbung in audiovisuellen Medien nicht vorgelegen. Die streitgegenständliche Werbung sei mit einer Werbung in Printmedien zu vergleichen, bei der die Pflichtangaben grund-

sätzlich getätigt werden müssen. Es gebe keinen Grund dafür, eine Ausnahme von dem Erfordernis der Wiedergabe der Pflichtangaben zu machen, da in dem vorliegenden Fall – anders als bei den klassischen audiovisuellen Medien, zum Beispiel dem Fernsehen oder dem Rundfunk – eine Möglichkeit der Wiedergabe bestehe.

Die dargestellte Entscheidung des BGH bestätigt die schon zuvor von verschiedenen Oberlandesgerichten vertretene Auffassung, dass das Internet an sich nicht unter den Begriff der audiovisuellen Medien fällt. Online-Arzneimittelwerbungen müssen daher grundsätzlich die Pflichtangaben beinhalten.

Des Weiteren erfolgt eine Klarstellung des BGH dahingehend, dass dies auch dann gilt, wenn eine Werbung nicht durch die Wiedergabe starrer, sondern mittels periodisch wechselnder Bilder erfolgt. Diejenigen, die Arzneimittel im Internet ohne eine Wiedergabe der Pflichtangaben bewerben wollen, können dies jedoch unter Verwendung eines Videoclips, der einem Fernsehspot entspricht, tun. In allen anderen Fällen ist bei der Erstellung der Werbung stets an das Pflichtangabenanfordernis zu denken. ←

**Simon Menke**

ist Rechtsanwalt bei der Kanzlei Dr. Bahr in Hamburg.

Kontakt: [menke@dr-bahr.com](mailto:menke@dr-bahr.com)

