

Werbung für Gesundheitsprodukte mit Google-Anzeigen

Wer sich heute im Internet werbewirksam präsentieren möchte, der kommt an der Schaltung von Google-Anzeigen (Google-Adwords) kaum vorbei. Dies gilt auch für Anbieter von Gesundheitsprodukten wie Arzneimitteln, Medizinprodukten, kosmetischen Mitteln, Biozid-Produkten und Lebensmitteln. Im streng regulierten Gesundheitsbereich ist die Nutzung von Google-Anzeigen jedoch nicht ohne Risiko. Dies bekam vor kurzem ein Anbieter von Arzneimitteln zu spüren. Dieser warb für ein Arzneimittel mit einer Google-Anzeige, bei der unter Verknüpfung mit dem Suchwort „Halsschmerzen“ das von ihm vertriebene Arzneimittel genannt wurde und zusätzlich der Hinweis „Hier finden Sie Tipps und Hilfe gegen Halsschmerzen und Erkältung“ unter Angabe der Homepage erfolgte. Ein Wettbewerbsverband störte sich an dieser Anzeige, da diese nicht die für die Arzneimittel erforderlichen Pflichtangaben, die sich aus dem Heilmittelwerbegesetz (HWG) ergeben, enthielt. Das Landgericht Mannheim dem Wettbewerbsverband gefolgt. So muss nach Ansicht des Gerichts jede Werbung für Arzneimittel die Pflichtangaben nach § 4 HWG enthalten. Dies gelte auch für Google-Anzeigen. Das Medium Internet erfordere nach Ansicht der Richter als solches nicht, es von den Voraussetzungen des § 4 HWG auszunehmen. Einschlägig sei auch nicht die Sonderregelung für audiovisuelle Medien in § 4 Abs. 5 HWG, nach der der Text mit den Pflichtangaben im Fernsehen vor neutralem Hintergrund gut lesbar wiederzugeben und gleichzeitig zu sprechen ist. Diese Ausnahmeregelung gelte nämlich für Werbung im Internet nur dann, wenn sie nach Art eines Videoclips in bewegten Bildern dargestellt werde, nicht dagegen auch dann, wenn sie in stehenden Bildern und Texten präsentiert werde. Auch auf die weitere Ausnahmeregelung in § 4 Abs. 6 HWG könne sich das Unternehmen nicht berufen. Nach dieser Vorschrift bedarf es der Pflichtangaben nicht, sofern eine sogenannte Erinnerungswerbung vorliegt. Diese liegt dann vor, wenn ausschließlich mit der Bezeichnung eines Arzneimittels oder zusätzlich mit dem Namen, der Firma, der Marke des pharmazeutischen Unternehmens oder dem Hinweis auf den Wirkstoff geworben wird. Zusätzliche Angaben führen aber aus dem Anwendungsbereich heraus, wenn sie einen in medizinischer Hinsicht relevanten Inhalt aufweisen. Diese Voraussetzungen sind nach Auffassung des Gerichts im vorliegenden Fall erfüllt, weil die Werbung „Halsschmerzen“ und „Erkältungen“ als Anwendungsgebiete enthalte, was ohne weiteres medizinisch relevant sei. Im Ergebnis bedarf es somit bei der Schaltung von Anzeigen für Arzneimittel der Angabe der Pflichtangaben, sofern nicht eine Erinnerungswerbung vorliegt.

Auch bei anderen Produkten wie kosmetischen Produkten, Medizinprodukten oder Biozid-Produkten ist Vorsicht geboten. Entsprechendes gilt für kosmetische Verfahren wie Fettbehandlungen, Faltenunterspritzung etc. Mit der Anzeige kann bereits ein konkretes Wirkversprechen verbunden sein, was sich wissenschaftlich belegen lassen muss. Vorsicht ist auch dann geboten, wenn man als Unternehmen bereits abgemahnt wurde und eine Unterlassungserklärung abgegeben hat. Möglicherweise fällt eine neue Google-Anzeige in die Unterlassungsverpflichtung, was eine Vertragsstrafe nach sich ziehen kann. Bei Biozid-Produkten ist zudem zu beachten, dass auch dort bestimmte Pflichthinweise erfolgen müssen. Auch hier stellt sich also die Frage, ob diese Hinweise bereits in der Google-Anzeige direkt auftauchen müssen oder ob eine Verlinkung reicht. Nichts zuletzt ist die allgemeine marken- und kennzeichenrechtliche Problematik zu beachten, wenn fremde Marken und Firmenkennzeichen als Adwords genutzt werden oder in den Anzeigen auftauchen. Hierzu gibt es eine Reihe von aktuellen Gerichtsentscheidungen.

Alles in allem sollte jeder Google-Anzeige eine sorgfältige rechtliche Prüfung vorausgehen. Anderenfalls drohen unangenehme Auseinandersetzungen mit Wettbewerbsverbänden und Konkurrenten.

Ihr Ansprechpartner:

Dr. Florian Meyer

DRM LEGAL

Neue ABC-Straße 8

20354 Hamburg

040 3571439-0

info@drmlegal.de