

APOTHEKENWERBUNG IN ARZTPRAXEN

Gemäß § 11 Abs. 1 Apothekengesetz (ApoG) dürfen Apothekeninhaber und ihr Personal u. a. mit Ärzten keine Rechtsgeschäfte vornehmen oder Absprachen treffen, die u. a. die Zuführung von Patienten sowie Zuweisung von Verschreibungen zum Gegenstand haben. § 14 Abs. 1 der Berufsordnung untersagt ebenfalls, Vereinbarungen, Absprachen oder schlüssige Handlungen, die die Zuführung von Patienten oder die Zuweisung von Verschreibungen zum Gegenstand haben oder zur Folge haben können. Nach der Rechtsprechung kann ein Verstoß gegen die Vorschriften des § 11 ApoG sowie § 14 der Berufsordnung auch im Falle der Werbung einer Apotheke in einer Arztpraxis bzw. bei Ärzten gegeben sein.

Terminkarten

Das Landgericht Erfurt hat mit Urteil vom 10. Dezember 2003 in der Werbung einer Apotheke auf Terminkarten für einen Arzt einen Verstoß im Sinne des § 14 unserer Berufsordnung angenommen. Es heißt im Urteil des Landgerichtes Erfurt: „Durch eine solche Handlung kann nicht ausgeschlossen werden, dass die Apotheke allein dadurch, dass ein Patient eines Arztes bei der Ausgabe des Terminkärtchens an ihn auf die genannte Apotheke aufmerksam gemacht wird und bei ihm der Eindruck entsteht und das Interesse geweckt wird, ggf. diese Apotheke – bevorzugt – aufzusuchen. Dadurch kann dieses Handeln die Zuführung von Patienten sowie die Zuführung von Verschreibungen zur Folge haben.“

Weiterhin wurde bei den Terminkärtchen auch eine unlautere Werbung im Sinne des § 19 unserer Berufsordnung gesehen. Danach ist insbesondere verboten, eine besondere oder bevorzugte Stellung der eigenen Apotheke, der eigenen Person oder des Apothekenpersonals vorzutäuschen. Durch die streitbefangenen Terminkärtchen – so das Gericht – werde bei dem unbefangenen Patienten des Arztes, dem ein solches Kärtchen ausgehändigt wird, der objektive Eindruck erweckt, die angegebene Apotheke habe eine bevorzugte und besondere Stellung. Dies könnte sich aus den Adressangaben ergeben, dass die Apotheke in räumlicher Nähe des Arztes liege und von daher die Möglichkeit bestehe, diese bevorzugt aufzusuchen.

Diese Überlegung wird durch eine Entscheidung des BGH vom 13. Januar 2011 (Az. I ZR 111/08) bestätigt. Der BGH hat in diesem Falle den Begriff der Verweisung nach der ärztlichen Musterberufsordnung definiert. Der BGH erfasst unter dem Begriff der „Verweisung“ nun alle Empfehlungen (im weitesten Sinne), für bestimmte Leistungserbringer, die der Arzt von sich aus erteilt. Dazu zählt etwa die Empfehlung nur eines Anbieters durch Plakate, Flyer, Visitenkarten und Gutscheine oder die Empfehlung einer bestimmten Apotheke durch Rezeptaufdruck.

Wartezimmer TV

Auch die Werbung einer Apotheke auf einem im Wartezimmer eines Arztes befindlichen Bildschirm ist nach einer Entscheidung des OLG Frankfurt (Urteil vom 20. März 2014, Az.: 6 U 2/13) als Zuführung eines Patienten an den Apotheker / die Apotheke einzustufen, da eine solche Werbung aus der Sicht des Patienten nur als gezielte Empfehlung des Arztes für eine bestimmte (die werbende) Apotheke verstanden werden kann. Als Absprache über eine derartige Zuführung sei jede Handhabung zu sehen, bei der es mit Wissen und Wollen von Arzt und Apotheker zu einer Verlautbarung gegenüber den Patienten komme, die als Zuführung im genannten Sinne einzustufen sei.

Der Bundesgerichtshof (BGH) hat zwar die Entscheidung des OLG Frankfurt mit Urteil vom 12. März 2015 aufgehoben, allerdings vor dem Hintergrund, dass das Unternehmen, das für die Ausstrahlung der Programme / Werbespots im „Wartezimmer-TV“ verantwortlich war, nicht Normadressat des § 11 ApoG ist und demnach nicht wegen der gemäß § 11 ApoG unzulässigen Werbung in Anspruch genommen

werden kann. Normadressat des § 11 ApoG sei vielmehr die werbende Apotheke bzw. deren Inhaberin / Inhaber; nur diese könnten wegen der Werbung im „Wartezimmer-TV“ rechtlich in Anspruch genommen werden.