



WettbewerbsRecht

Aktuelle Rechtsprechung zu § 7 Heilmittelwerbe-gesetz (HWG)

In der DOZ 08/2013 haben wir über ein Urteil des Landgerichts (LG) Lüneburg berichtet. Dieses hatte in der Ankündigung eines Augenoptikers, es gäbe bei dem Erwerb einer Brille oder von Brillengläsern in Sehstärke eine Armani-Einstärkenbrille oder eine Sonnenbrille in Sehstärke geschenkt, einen Verstoß gegen § 7 Abs. 1 HWG gesehen (Urteil vom 16.05.2013, Az. 7 O 18/13). Das beklagte Unternehmen hatte gegen die Entscheidung Berufung eingelegt. Das Oberlandesgericht (OLG) Celle hat die Berufung jedoch nun zurückgewiesen (Urteil vom 13.03.2014, Az. 13 U 106/13 rechtskräftig). In der Begründung führt der Senat aus, dass es für die Anwendung der Ausnahmeregelung des § 7 Abs. 1 Satz 1 Nr. 2b HWG (zulässiger Warenrabatt) nicht ausreicht, wenn zwei Produkte der gleichen Warengattung angehörten und die Zuwendung qualitativ gegenüber dem gekauften Produkt nicht abfalle. Vielmehr sei Gattungs- und Qualitätsidentität zu fordern, d.h. bei der Zuwendung müsse es sich um die Hingabe einer Menge der „verkauften“ Ware handeln. Die Frage, ob die Ausnahme des Mengenrabatts überhaupt auf individuell für den Käufer angefertigte Brillen Anwendung findet, hat das OLG Celle offen gelassen.

In einem weiteren, von der Wettbewerbszentrale auf entsprechende Beschwerde hin durchgeführten Prozess zum § 7 HWG läuft derzeit noch das Berufungsverfahren vor dem Schleswig-Holsteinischen OLG. In 1. Instanz hatte das LG Flensburg einem Augenoptiker die Werbung mit „Kauf 1 Nimm 2*“ *Sie kaufen eine Brille und bekommen eine Aktionssonnenbrille in gleicher Stärke dazu.“ wegen Verstoßes gegen § 7 Abs. 1 HWG untersagt (Urteil vom 12.03.2014, Az. 6 O 86/13). In den Urteilsgründen hatte es sich ausdrücklich von seiner früheren, gegenteiligen Auffassung zur „Sonnenbrille kostenlos“ distanziert. Hier bleibt abzuwarten, wie das OLG die Sache beurteilt. ■

**Rechtsanwältin Sabine Siekmann,
Wettbewerbszentrale Büro Hamburg**