



Von unzulässigen Zuwendungen und zulässigen Paketpreisen

Das Zuwendungsverbot des Paragraphen 7 Heilmittelwerbegesetz (HWG) war an dieser Stelle lange kein Thema mehr. Aus aktuellem Anlass möchten wir aber wieder einmal darauf zu sprechen kommen. Grund dafür ist, dass bei der Wettbewerbszentrale eingehende Anfragen erkennen lassen, dass es für den werbenden Hörakustiker manchmal schwierig ist, eine mit Paragraph 7 HWG im Einklang stehende Werbung zu gestalten. Dazu möchten wir folgende Tipps geben:

Bei der Gestaltung der eigenen Werbung sollte man sich unter anderem an dem orientieren, was der Bundesgerichtshof (BGH) 2014 zum unzulässigen Angebot einer kostenlosen Zweitbrille festgestellt hat (BGH, Urteil vom 06.11.2014, Az. I ZR 26/13 – kostenlose Zweitbrille). Nach Auffassung des BGHs stellte die Werbung im konkreten Fall das Angebot einer zu einem bestimmten Preis zu erwerbenden Brille nebst einer zu verschenkenden Zweitbrille dar und kein Leistungspaket aus zwei Brillen zu einem Komplettpreis. Ein solches „Leistungspaket“ sieht der BGH aber im Gegensatz zu einer „geschenkten“ Zweitbrille als zulässig an.

Die eigene Werbung für eine Kombination aus mehreren Produkten sollte daher das Leistungspaket und den dafür berechneten Komplettpreis hervorheben, etwa mittels Formulierungen wie – bei identischen Produkten – „2 zum Preis von 1“, „im Paket“, „zum Komplettpreis in Höhe von“ beziehungsweise „inklusive“. In einer solchen Werbung zusätzlich verwendete Begriffe wie „gratis“, „kostenlos“ oder „geschenkt“ dürfen den Paketcharakter dabei nicht in den Hintergrund treten lassen und sollten in diesem Zusammenhang eher zurückhaltend eingesetzt werden.

Eine Rechtsberatung im Einzelfall können diese Tipps natürlich nicht ersetzen, eventuell aber eine Idee davon vermitteln, wie eine Werbung im Hinblick auf das Zuwendungsverbot zu gestalten ist.

*Sabine Siekmann ·
Wettbewerbszentrale Büro Hamburg*