

Deutsche Vereinigung  
für gewerblichen Rechtsschutz  
und Urheberrecht e.V.

Deutsche Vereinigung für gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht  
Theodor-Heuss-Ring 19-21 • 50668 Köln

---

Bundesministerium der Justiz  
z.H. Frau Regierungsdirektorin  
Cornelia Rudloff-Schäffer  
- Referat III B 5 -  
11015 Berlin

Bundesministerium für Gesundheit  
z. H. Herrn Ministerialdirigent  
Dr. Hermann Pabel  
- U 11 -  
Postfach  
53108 Bonn

Sitz Berlin  
Hauptgeschäftsstelle Köln

50668 Köln, den **20.03.2001**  
Theodor-Heuss-Ring 19-21  
Telefon (0221) 77 16-151  
Telefax (0221) 77 16-205  
e-mail: [office@grur.de](mailto:office@grur.de)

Ihr Zeichen:

Unser Zeichen:  
(Bei der Antwort bitte angeben)

**Entwurf eines Gesetzes zur Aufhebung der ZugabeVO  
hier: Auswirkungen auf § 7 HWG**

Sehr geehrte Frau Rudloff-Schäffer,  
sehr geehrter Herr Dr. Pabel,

die Deutsche Vereinigung für gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht steht dem Formulierungsvorschlag des Bundesgesundheitsministeriums für eine Neufassung von § 7 Abs. 1 Satz 1 HWG positiv gegenüber, da dieser Vorschlag insgesamt ausgewogen und sachgerecht ist. Lediglich folgende Anmerkungen scheinen angezeigt:

**Ad Nr. 1:** Insoweit wäre es wünschenswert, wenn seitens des Gesetzgebers – zumindest in der Begründung – die Erwartung zum Ausdruck gebracht wird, daß sich die heilmittelwerberechtliche Rechtsprechungspraxis tendenziell von der sehr engherzigen zugaberechtlichen Rechtsprechungspraxis zur Wertgrenze gemäß § 2 Abs. 2a ZugabeVO löst und eigenständige Kriterien entwickelt.

**Ad Nr. 2:** Durch die Verwendung des Tatbestandsmerkmals "Zugabe" wird auf der Ebene der Ausnahmetatbestände mittelbar das Akzessorietätsmerkmal eingeführt und damit dieser Ausnahmetatbestand auf die Gewährung von Geld- und Naturalrabatten beschränkt. Pharmaunternehmen und sonstigen Anbietern von heilmittelwerberechtlich relevanten Waren und Dienstleistungen bleibt damit die Möglichkeit versperrt, mit nicht-akzes-sorischen Geldzuwendungen Entscheidungen von Werbeadressaten zu beeinflussen, beispielsweise das Ordnungsverhalten der Ärzteschaft zu korrumpieren (vgl. zu der bislang wohl existenten Lücke Doepner, Heilmittelwerbe-gesetz-Kommentar, 2. Aufl., § 7 Rdnr. 17).

Wenn dieser Ausnahmetatbestand nicht auf der Endverbraucherstufe gelten soll, ließe sich dies sprachlich vielleicht klarer durch eine Benennung der Adressaten zum Ausdruck bringen (z.B. "die Zugabe zur Warenlieferung gegenüber Wiederverkäufern und gewerblichen Abneh-mern ..."). Bei einer solchen Gesetzesfassung bedürfte es keiner Definition der die Zugabe gewährenden Unternehmen. Will man jedoch eine Gesetzestechnik, wie bislang vorgesehen, beibehalten, so wäre zu beachten, daß der auf der Herstellerebene verwandte arzneimittel-rechtlich definierte Begriff "pharmazeutischer Unternehmer" u.E. einer Ergänzung bedürfte, weil dieses Tatbestandsmerkmal für die sonstigen Heilmittel i.F.v. § 1 nicht einschlägig wäre (Alternativvorschlag: "eines pharmazeutischen Unternehmers, Herstellers oder eines Großhändlers").

**Ad Nr. 4:** Hier fehlt zuvor eine Nr. 3. Bei diesem Ausnahmetatbestand erscheint es fraglich, ob der Rückgriff auf den Zugabebegriff richtig ist. § 7 Abs. 1, 1. Halbsatz HWG stellt generell auf Zuwendungen und sonstige Werbe-gaben ab. Zudem dürften nicht-akzes-sorisch gewährte Formen von handelsüblichem Zubehör und handelsüblichen Nebenleistungen heil-mittelwerberechtlich weniger bedenklich sein als Kopplungsgeschäfte.

Insofern wäre es wohl überlegenswert, an dieser Stelle statt des Tatbestandsmerkmals "Zugabe" dasjenige der "Werbegabe" zu verwenden, wobei in der Gesetzesbegründung klargestellt werden sollte, daß dieser Begriff auch das Tatbestandsmerkmal "Zuwendungen" mit einschließt."

Dr. Gloy  
Präsident

Dr. Loschelder  
Generalsekretär