

Medikament mit Zusatz „Akut“ – Wie lange darf es bis zur Wirkung dauern?

Eigener Leitsatz:

Wirbt ein Pharmaunternehmen für ein Medikament mittels der Bezeichnung "Akut", erwartet der durchschnittliche Verbraucher schnelle Abhilfe und Linderung der Beschwerden. Damit muss eine Besserung der Beschwerden auch innerhalb der nächsten 20-60 Minuten nach Einnahme eintreten können. Tritt die Wirkung jedoch erst einen Tag nach Einnahme ein, ist darin eine erhebliche zeitliche Verzögerung zu sehen und somit eine für den Kunden irreführende Werbung zu erkennen.

Landgericht München I

Pressemitteilung Nr. 37/09 vom 16.12.2009

Az.: 7 O 17092/09

Sauer aufgestoßen ist einem Verband, der sich die „Lauterkeit des Wettbewerbs“ zur Aufgabe gemacht hat, die Werbung eines Pharmaunternehmens für ein Medikament gegen Sodbrennen, also „saurer Aufstoßen“.

Das Pharmaunternehmen hatte ein Mittel gegen „Sodbrennen und saurer Aufstoßen“ mit der Bezeichnung „akut“ angeboten. Das nicht verschreibungspflichtige Medikament wirke aber – so der Verband – erst einen Tag nach der Einnahme und damit nur mit erheblicher zeitlicher Verzögerung. Daher wollte der Verband den seiner Ansicht nach „irreführenden“ Namenszusatz „akut“ per einstweiliger Verfügung untersagen lassen. Dem widersprach der Arzneimittelhersteller: Bereits eine Stunde nach der Einnahme könnte eine Besserung der Beschwerden eintreten, spätestens jedoch nach 1 ½ bis 3 Stunden.

Das Landgericht München I folgte nun der Argumentation des Wettbewerbsverbandes und verbot die Bezeichnung „akut“ für das fragliche Arzneimittel. Die durch die Werbung angesprochenen Verbraucher – so die Richter der 7. Zivilkammer – würden angesichts des Zusatzes „akut“ schnell Abhilfe erwarten. Als schnell sah die Kammer eine Wirkung innerhalb eines Zeitraums von 20 Minuten bis zu einer Stunde an. Der Beginn einer Beschwerdenbesserung nach einer Stunde widerspreche also den durch die Werbung geweckten Verbrauchererwartungen.