

"Pflanzliches Antibiotikum" ist irreführend

Was versteht man unter einem "pflanzlichem Antibiotikum" und wer darf wofür damit werben und wer nicht? Das Oberlandesgericht Celle ist dieser Frage nachgegangen.

Ein Arzneimittelhersteller warb für eines seiner apothekenpflichtigen aber nicht verschreibungspflichtigen Arzneimittel mit der Aussage "pflanzliches Antibiotikum" gegen Bakterien und Viren und gab im Rahmen weiterer auf der Internetseite zugänglicher Informationen unter der Überschrift „Anwendungsgebiete“ dessen vorbeugende Wirkung bzw. die seiner Inhaltsstoffe gegen Infekte an. Das Medikament ist zur Besserung von Beschwerden bei akuten entzündlichen Erkrankungen der Bronchien, Nebenhöhlen und ableitenden Harnwege zugelassen.

Ein Verein der pharmazeutischen Industrie hielt diese Werbung für irreführend und ging gegen den Hersteller wegen seiner Werbung mit "pflanzlichem Antibiotikum" vor.

Entscheidung des OLG Celle zum pflanzlichen Antibiotikum

Das OLG Celle ([Urteil vom 09.07.2015 - Az. 13 U 17/15](#)) beurteilte die Werbung als irreführend.

Ein rechtlich beachtlicher Teil der angesprochenen Verbraucher verstehe die Bezeichnung "pflanzliches Antibiotikum" dahin, dass es in einem umfassenden Anwendungsbereich ebenso wirksam sei, wie ein „klassisches“ verschreibungspflichtiges Antibiotikum. Es bestünde die Gefahr, dass Verbraucher aufgrund dieser Bezeichnung fälschlicherweise davon ausgehen, das Mittel helfe wie ein klassisches Antibiotikum und sich daher aufgrund falscher Vorstellung selbst therapieren statt einen Arzt aufzusuchen.

Allein der Hinweis auf die pflanzliche Herkunft des Medikaments genüge nicht, um den Durchschnittsverbraucher annehmen zu lassen, es handele sich um ein „milderes“ Arzneimittel, das nur bei „harmloseren“ Infekten einsetzbar sei.

Allerdings gebe es durchaus eine Verwendung des Begriffs "pflanzliches Antibiotikum" in Wissenschaft und Literatur, so dass man den Begriff nicht generell verbieten könne. Allerdings komme es bei einer entsprechenden Werbung maßgeblich darauf an, den eingeschränkten Wirkungsgrad und Anwendungsbereich einschließlich der Abgrenzung zu den „herkömmlichen Antibiotika“ angemessen und für den Verbraucher ohne weiteres ersichtlich herauszustellen.

Fazit

Der Begriff "pflanzliches Antibiotikum" ist nach Auffassung der Celler Oberlandesrichter zulässig, wenn in der Werbung im Zusammenhang mit diesem Begriff klar und deutlich Wirkungsgrad und Anwendungsbereich im Vergleich zu klassischen Antibiotika dargestellt wird.