Gericht:	OLG Frankfurt 6. Zivilsenat
Entscheidungsdatum:	21.11.2025
Aktenzeichen:	6 U 274/25
ECLI:	ECLI:DE:OLGHE:2025:1121.6U274.25.00
Dokumenttyp:	Beschluss
Quelle:	HESSEN
Normen:	§ 719 ZPO, § 7 HWG, § 538 Abs 2 S 1 Nr 1 ZPO, § 129 Abs 3 S 3 SGB, Art 34 AEUV ... mehr

---

Keine einstweilige Einstellung der Zwangsvollstreckung bei nicht offensichtlich fehlerhafter Entscheidung

Leitsatz

1. Eine einstweilige Einstellung Zwangsvollstreckung nach § 719 ZPO kommt nur in Betracht, wenn offensichtlich ist, dass das angegriffene Urteil keinen Bestand haben wird.
2. Jedenfalls im Verfahren des einstweiligen Rechtsschutzes, in dem eine Zurückverweisung nach § 538 Abs. 2 S. 1 Nr. 1 ZPO grundsätzlich nicht in Betracht kommt, kommt eine Einstellung nicht in Betracht, wenn das Urteil mit anderer Begründung aufrechterhalten werden könnte.
3. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt ist davon auszugehen, dass § 129 Abs. 3 S. 3 SGB V eine gegen Art. 34 AEUV verstoßende Behinderung des Marktzugangs darstellt und daher gegen im EU-Ausland ansässige Apotheken nicht anwendbar war ist.
4. Ob der von einer Apotheke gewährte Bonus beim Kauf von Medikamenten, der für zukünftige Käufe verschreibungspflichtiger Medikamente eingesetzt werden kann, aber im Falle der Nichteinlösung periodisch auf das Bankkonto des Kunden ausgezahlt wird, um eine Zuwendung im Sinne von § 7 Abs. 1 Nr. 2a UWG handelt, ist als offen anzusehen.

Anmerkung

Die Entscheidung ist nicht anfechtbar.

Verfahrensgang

vorgehend LG Frankfurt, 19. September 2025, 3-12 O 73/25, Urteil

Tenor

Der Antrag auf vorläufige Einstellung der Zwangsvollstreckung wird zurückgewiesen.

Gründe

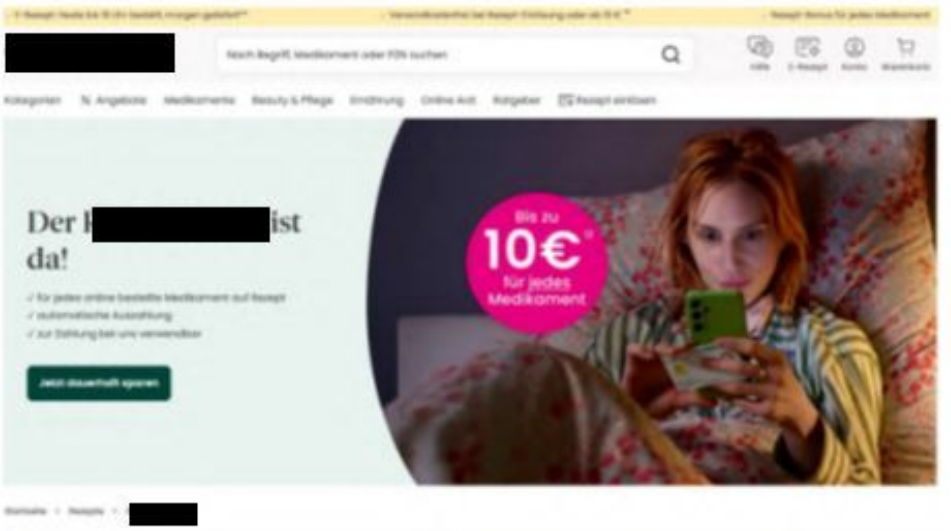
I.

Die Parteien streiten im Eilverfahren um die Zulässigkeit von Werbeaussagen.

Die Antragstellerin ist die Interessenvertretung der niedergelassenen Apotheken im Kammerbezirk U. Die Antragsgegnerin ist eine Versandapotheke. Sie hat ihren Sitz in den Niederlanden und vermarktet in Deutschland verschreibungspflichtige Medikamente („Rx-Arzneimittel“), rezeptfreie Arzneimittel („OTC“ / „over-the-counter-Arzneimittel“)

und Kosmetik- und Körperpflegeprodukte („BPC“ / „beauty-and-personal-care-Produkte“) über die Internetdomain www.(...).de und über eine App für mobile Endgeräte.

Unter dem Link www.(...).de warb die Antragsgegnerin seit dem Urteil des BGH vom 17.07.2025, Az. I ZR 74/24, für einen „...“ in Höhe von „Bis zu 10 € für jedes Medikament“ wie nachfolgend eingeblendet:



Der Bonus ist je nach Medikamentenpreis gestaffelt und beträgt zwischen 1 € bis 15 €, wie aus dem nachfolgend eingeblendeten Screenshot der Internetseite der Antragsgegnerin ersichtlich ist:



Der Bonus wird sowohl auf Kassen- als auch auf Privatrezepte gewährt und auf dem Kundenkonto gutgeschrieben. Er kann vom Kunden bei einer weiteren Online-Bestellung zur Verrechnung eingesetzt werden; geschieht dies nicht, wird der Gesamtbetrag des Kundenkontos am Quartalsende automatisch per Banküberweisung an den Kunden ausgezahlt.

Das Landgericht hat die Werbung mit der Begründung verboten, sie verstoße gegen § 7 Abs. 1 S. 1 HWG. Denn es handele sich um eine Zuwendung im Sinne von § 7 Abs. 1 S. 1 HWG. Diese Zuwendung sei nicht ausnahmsweise nach § 7 Abs. 1 S. 1, Nr. 2a HWG zulässig, weil der Bonus kein „Barrabatt“ sei. Gegenüber gesetzlich Versicherten sei der Bonus darüber hinaus gem. § 7 Abs. 1 S. 1 HS 2 Nr. 2 HWG unzulässig, weil er entgegen

der Preisvorschrift des § 129 SGB V gewährt werde. § 129 SGB V sei nicht unionsrechtswidrig.

Hiergegen richtetet sich der Antrag auf vorläufige Einstellung der Zwangsvollstreckung.

II.

Der zulässige Antrag der Antragsgegnerin nach § 719 ZPO hat in der Sache keinen Erfolg.

Nach §§ 719 Abs. 1, 707 Abs. 1 S. 2 ZPO kann das Berufungsgericht die einstweilige Einstellung der Zwangsvollstreckung anordnen, wenn die Vollstreckung dem Schuldner einen nicht zu ersetzenden Nachteil bringen würde und nicht ein überwiegendes Interesse des Gläubigers entgegensteht. Grundsätzlich darf den auf der mündlichen Verhandlung eines Eilverfahrens beruhenden Maßnahmen nicht durch eine noch summarischere Entscheidung - ohne mündliche Verhandlung - die Wirkung genommen werden (vgl. Berneke/Schüttpelz, Die einstweilige Verfügung in Wettbewerbssachen, 4. Auflage, Rn. 454). Dies rechtfertigt sich daraus, dass das Eilverfahren nur vorläufige Regelungen enthält und auf Grund einer kursorischen Prüfung abgeschlossen wird und der Charakter dieser vorläufigen Regelung unterlaufen würde, wenn die - noch vordergründigere - Prüfung im Verfahren auf vorläufige Einstellung der Zwangsvollstreckung bei bloßen Zweifeln gegenüber dem erlassenen Verbot dazu führen könnte, eine einstweilige Regelung außer Kraft zu setzen. In derartigen Fallkonstellationen kommt eine Einstellung der Zwangsvollstreckung nur in den seltenen Ausnahmefällen in Betracht, in denen offensichtlich ist, dass das angefochtene Urteil keinen Bestand haben wird (vgl. Berneke/Schüttpelz, Die einstweilige Verfügung in Wettbewerbssachen, 4. Auflage 2018, Rn. 454 m.w.N.; OLG Düsseldorf GRUR 2024, 239).

Diese strengen Anforderungen an eine einstweilige Einstellung der Zwangsvollstreckung sind hier nicht erfüllt.

Die bestehenden Bedenken im Hinblick auf einen Verstoß gegen § 313 Abs. 1 ZPO führen nicht zu einer Einstellung der Zwangsvollstreckung.

Nach § 313 Abs. 1 ZPO muss ein Urteil Entscheidungsgründe enthalten. Für den Inhalt der Entscheidungsgründe stellt § 313 Abs. 3 ZPO die Anforderung auf, dass diese eine kurze Zusammenfassung der Erwägungen enthalten müssen, auf denen die Entscheidung in tatsächlicher und rechtlicher Hinsicht beruht. Die Gerichte müssen dabei nicht jedes Vorbringen in den Gründen der Entscheidung ausdrücklich bescheiden. Sie müssen aber zu einer Frage, die für das Verfahren von „zentraler“ Bedeutung ist und zu dem es entsprechenden Parteivortrag gibt, in den Entscheidungsgründen Stellung nehmen (stRspr, exemplarisch BVerfG NJW 2009, 1584 Rn. 14; NJW-RR 1995, 1033, 1034; BGH NJW 2019, 2477 Rn. 6). Versäumt das Gericht eine ausreichende Begründung zu diesem Parteivorbringen, liegt darin ein Verstoß gegen den Anspruch auf rechtliches Gehör (Art. 103 Abs. 1 GG) und das Urteil ist mangelhaft (stRspr, exemplarisch BGH NJW 2019, 2477 Rn. 6).

Die Antragsgegnerin weist zu Recht darauf hin, dass die Begründung des Landgerichts zu den streitentscheidenden Fragen eher kursorisch ausfällt und insbesondere die Frage, ob unter Berücksichtigung der Rechtsprechung des EuGH und des BGH sowie des

Schutzzwecks der Norm auch ein automatisch ausgezahltes Guthaben nicht unter die Ausnahmeregelung des § 7 I S. 1 HS 1 Nr. 2 lit. a HWG fällt, nicht behandelt wird.

Ob die Anforderungen an § 313 Abs. 1 ZPO hier noch eingehalten sind, kann allerdings dahinstehen.

Dies hätte nämlich nicht zur Folge, dass das Urteil des Landgerichts aufzuheben wäre.

Fehler bei Abfassung der Urteilsgründe können die Berufung begründen. Fehlen die Entscheidungsgründe völlig, ist das Urteil mit einem wesentlichen Verfahrensmangel behaftet, der die Berufung (§ 538 Abs. 2 S. 1 Nr.2) begründet (BGH BeckRS 2016, 08338). Der fehlenden Begründung des Urteils ist der Fall gleichzusetzen, dass die Entscheidungsgründe unverständlich und verworren oder so lückenhaft sind, dass die rechtlichen Erwägungen des Gerichts nicht nachvollzogen werden können (Vgl. BVerwG NJW 2003, 1753). Das Urteil muss auch aufgehoben werden, wenn in den Entscheidungsgründen von einem anderen Sach- und Streitstand ausgegangen wird als von dem, der sich aus dem Tatbestand ergibt, und wenn eine am richtigen Sach- und Streitstand orientierte Beurteilung zu einem anderen rechtlichen Ergebnis geführt hätte. (MüKoZPO/Musielak/Hüntemann, 7. Aufl. 2025, ZPO § 313 Rn. 21).

Eine (Aufhebung und) Rückverweisung nach § 538 II 1 Nr. 1 ZPO kommt allerdings im Eilverfahren grundsätzlich nicht in Betracht (OLG Karlsruhe GRUR 1978, 116 sub I.; BeckOGK/Stackmann, 1.10.2025, ZPO § 538 Rn. 8; OLG Dresden BeckRS 2012, 01203 mwN; Harte-Bavendamm/Henning-Bodewig/Retzer § 12 Rn. 496; Berneke/Schüttpelz Rn. 447 aE; Stein/Jonas/Althammer § 538 Rn. 2; Cepl/Voß/Cassardt, 3. Aufl. 2022, ZPO § 538 Rn. 1-3).

Ob - wie die Antragsgegnerin unter Verweis auf die Rechtsprechung einiger Oberlandesgerichte meint - die Zwangsvollstreckung auch einzustellen ist, wenn das Urteil mit anderer Begründung aufrechterhalten werden könnte, kann dahinstehen, da dies jedenfalls für das Eilverfahren nicht gelten kann. In diesem Fall sind die Besonderheiten des Eilverfahrens zu berücksichtigen, in denen der Antragstellerin nicht zugemutet werden kann, die Vollstreckung aus einem im Ergebnis rechtmäßigen Urteil einzustellen, das mit anderer Begründung aufrechterhalten werden könnte.

Materiell-rechtlich kann nicht davon ausgegangen werden, dass die Entscheidung des Landgerichts im Hinblick auf den Tenor zu 1. (Unterlassungsanspruch nach § 3a UWG i.V.m. § 7 Abs. 1 S. 1 HWG) offensichtlich keinen Bestand haben kann.

Der Anwendbarkeit von § 7 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 HWG würde zwar nicht § 129 Abs. 3 S. 3 SGB V entgegenstehen.

Der Bundesgerichtshof hat zur Vorgängerreglung in § 78 Abs. 1 S. 4 AMG entschieden, dass dieser „jedenfalls im Zeitpunkt der Bewerbung und Durchführung der beanstandeten Rabattaktionen im Jahr 2012“ mit der Regelung in Art. 34 und 36 AEUV nicht in Einklang stand und daher gegenüber der in den Niederlanden ansässigen Bekl. nicht anwendbar war (BGH GRUR 2025, 1404, Rnr. 21 - Arzneimittel-Check).

Gleichzeitig hat der Bundesgerichtshof zwar ausgeführt, dass die Beurteilung des EuGH im Vorabentscheidungsverfahren „Deutsche Parkinson Vereinigung“ (EuGH GRUR 2016, 1312) maßgeblich darauf beruhte, dass das vorlegende Gericht keine Feststellungen zu einer gleichmäßigen und flächendeckenden Arzneimittelversorgung der Bevölkerung in

Deutschland einschließlich der ländlichen Gebiete und zur Bedeutung der arzneimittelrechtlichen Preisbindungsvorschriften in diesem Zusammenhang getroffen hatte (vgl. BGH GRUR 2017, 635 Rn. 47 u. 48 - Freunde werben Freunde; BGH GRUR 2018, 1271 Rn. 28-31- Applikationsarzneimittel; BGH GRUR 2020, 550 Rn. 20 - Sofort-Bonus II). Der EuGH ist gem. Art. 267 AEUV, der auf einer klaren Trennung der Aufgaben zwischen den nationalen Gerichten und dem Gerichtshof beruht, nur befugt, sich auf der Grundlage des ihm vom nationalen Gericht unterbreiteten Sachverhalts zur Auslegung oder zur Gültigkeit einer Unionsvorschrift zu äußern. In diesem Rahmen ist es nicht Sache des Gerichtshofs, sondern des nationalen Gerichts, die dem Rechtsstreit zugrunde liegenden Tatsachen festzustellen und daraus die Schlussfolgerungen für die von ihm zu erlassende Entscheidung zu ziehen (EuGH EuZW 1994, 762 Rn. 16 f. - AC-ATEL Electronics, mwN; EuGH EuZW 2017, 778 Rn. 45 - Wereldhave Belgium u. a.). Es ist daher nach Ansicht des Bundesgerichtshofs grundsätzlich nicht ausgeschlossen, dass in einem anderen Verfahren, in dem die Frage der Vereinbarkeit des deutschen Arzneimittelpreisrechts mit dem Primärrecht der Europäischen Union in Streit steht, Feststellungen zu einer gleichmäßigen und flächendeckenden Arzneimittelversorgung der Bevölkerung in Deutschland nachgeholt werden können, und dass sich hieraus neue tatsächliche Gesichtspunkte ergeben, die den EuGH dazu veranlassen können, die bereits vorgelegte Frage vor diesem neuen Hintergrund abweichend zu beantworten. Tragen die Parteien mithin in einem anderen Verfahren zur Geeignetheit der deutschen Regelung der arzneimittelrechtlichen Preisbindung für eine flächendeckende und gleichmäßige Arzneimittelversorgung in schlüssiger Weise vor und werden entsprechende Feststellungen getroffen, kommt ein erneutes Vorabentscheidungsersuchen in Betracht (vgl. BGH GRUR 2017, 635 Rn. 48 - Freunde werben Freunde; BGH GRUR 2018, 1271 Rn. 32 - Applikationsarzneimittel; BGH GRUR 2020, 550 Rn. 20 - Sofort-Bonus II).

Mit Urteil vom 06.11.2025 (I ZR 182/22) - Gutscheinwerbung II hat der Bundesgerichtshof allerdings ausgeführt, dass für eine erneute Vorlage zur Klärung der Frage, ob die in § 78 Abs. 1 S. 4 AMG aF vorgesehene Arzneimittelpreisbindung erforderlich ist, um die gebotene flächendeckende und gleichmäßige Versorgung der Bevölkerung mit Arzneimitteln sicherzustellen und das finanzielle Gleichgewicht des Systems der gesetzlichen Krankenversicherung abzusichern, kein Anlass besteht. Nach den Feststellungen im dortigen Ausgangsverfahren war ein im Jahr 2018 an die Bundesregierung gerichtetes Auskunftsersuchen des Oberlandesgerichts München bis zur Entscheidung in der Berufungsinstanz unbeantwortet geblieben. Die Beklagte habe keine Anhaltspunkte dafür vorgetragen, dass ein weiteres Auskunftsersuchen erfolgversprechend wäre. Eine weitere Aufhellung der mittlerweile außer Kraft getretenen Regelung in § 78 Abs. 1 S. 4 AMG zugrundeliegenden wirtschaftlichen, statistischen und gesundheitspolitischen Datenlage sei nicht zu erwarten (vgl. auch BGH, Urteil vom 17. Juli 2025 - I ZR 74/24, GRUR 2025, 1404 [juris Rn. 52 bis 60] = WRP 2025, 1159 - Arzneimittel-Check).

Es ist nicht erkennbar, dass für die inhaltsgleiche Regelung des § 129 Abs. 3 S. 3 SGB V anderes gelten sollte, so dass davon auszugehen ist, dass die Arzneimittelpreisbindung - derzeit - nicht zu Lasten der Antragsgegnerin angewendet werden darf, soweit sich die in § 129 Abs. 3 S. 3 SGB V vorgesehene Festlegung einheitlicher Abgabepreise als absolutes Verbot des Preiswettbewerbs erweist und sich als solches auf die Antragsgegnerin - eine in einem anderen Mitgliedstaat als der Bundesrepublik Deutschland ansässige Apotheke - stärker auswirkt als auf im deutschen Hoheitsgebiet ansässige Apotheken, weil

dies eine gegen Art. 34 AEUV verstoßende Behinderung des Marktzugangs darstellt (BGH aaO, Rnr. 31).

Nach § 7 Abs. 1 S. 1 HWG ist es unzulässig, Zuwendungen und sonstige Werbegaben (Waren oder Leistungen) anzubieten, anzukündigen oder zu gewähren oder als Angehöriger der Fachkreise anzunehmen, es sei denn, es liegt einer der in § 7 Abs. 1 S. 1 Hs. 2 HWG gesetzlich geregelten Ausnahmefälle vor. Von dem Verbot ausgenommen sind danach - was hier allein in Betracht kommt - Zuwendungen oder Werbegaben in einem bestimmten oder auf bestimmte Art zu berechnenden Geldbetrag (§ 7 Abs. 1 S. 1 Nr. 2a HWG). Allerdings bleiben bei beiden Ausnahmen Zuwendungen oder sonstige Werbegaben für Arzneimittel unzulässig, soweit sie entgegen den Preisvorschriften gewährt werden, die aufgrund des Fünften Buches Sozialgesetzbuch (so die seit dem 15. Dezember 2020 geltenden Fassungen) - gelten (§ 7 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 TeilS. 2 HWG).

Das Landgericht hat zu Recht eine produktbezogene Werbung nach § 7 Abs. 1 HWG bejaht.

aa) Einbezogen in den Geltungsbereich dieses Gesetzes ist nur die produktbezogene Werbung (Produkt- und Absatzwerbung) und nicht die allgemeine Firmenwerbung (Unternehmens- und Imagewerbung), durch die ohne Bezugnahme auf bestimmte Arzneimittel für Ansehen und Leistungsfähigkeit des Unternehmens allgemein geworben wird. Die Beantwortung der für die Anwendbarkeit des Heilmittelwerbegesetzes entscheidenden Frage, ob die zu beurteilende Werbung Absatz- oder Firmenwerbung ist, hängt maßgeblich davon ab, ob nach dem Gesamterscheinungsbild der Werbung die Darstellung des Unternehmens oder aber die Anpreisung bestimmter oder zumindest individualisierbarer Produkte im Vordergrund steht. Auch eine Werbung für das gesamte Warensortiment der Apotheke kann produktbezogen sein. Es gibt keinen überzeugenden Grund, den vom Gesetzgeber im Bereich der Heilmittelwerbung als grundsätzlich unerwünscht angesehenen Anreiz einer Wertreklame gerade dann hinzunehmen, wenn diese Form der Reklame für eine besonders große Zahl von Heilmitteln eingesetzt wird (stRspr; vgl. nur BGH, GRUR 2022, 391 Rn. 35 - Gewinnspielwerbung II, m. w. N.; GRUR 2023, 1318 Rn. 23 - Gutscheinwerbung).

bb) Die angegriffenen Werbemaßnahmen zielen auf das gesamte Sortiment der Antragsgegnerin und sind deshalb produktbezogen. Es handelt sich nicht lediglich um dem Anwendungsbereich des Heilmittelwerbegesetzes nicht unterfallende unternehmensbezogene Werbung. Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union stellt die Werbung einer Apotheke für den Erwerb verschreibungspflichtiger Arzneimittel, mit der allein die Entscheidung für die Apotheke beeinflusst werden soll, bei der ein Kunde bereits verschriebene rezeptpflichtige Arzneimittel bezieht, keine Werbung für Arzneimittel im Sinne der RL 2001/83/EG dar, sondern eine nicht von dieser Richtlinie erfasste Werbung für die Apotheke (EuGH, GRUR 2025, 424 - Apothekerkammer Nordrhein, mwN). Hieraus folgt jedoch nicht, dass eine solche Werbung nicht in den Anwendungsbereich des Heilmittelwerbegesetzes fällt. Aus der in § 7 HWG geregelten Gegenausnahme für (preisgebundene) verschreibungspflichtige Arzneimittel ergibt sich zweifelsfrei, dass das Heilmittelwerbegesetz auch die Werbung für verschreibungspflichtige Arzneimittel erfasst. Die Gegenausnahme ist zwar nicht auf den Versand verschreibungspflichtiger Arzneimittel aus einem anderen EU-Mitgliedstaat, wohl aber auf die Abgabe (auch im Wege des Versands) innerhalb Deutschlands anwendbar. Der Bundesgerichtshof hat bereits entschieden, dass der RL 2001/83/EG und dem Heilmittelwerbegesetz unterschiedliche Begriffe der „Werbung für Arzneimittel“ zugrunde liegen und das Heilmittelwerbe-

gesetz anders als die RL 2001/83/EG auch Werbung einer Apotheke für den Erwerb verschreibungspflichtiger Arzneimittel umfasst (BGH, GRUR 2022, 391 - Gewinnspielwerbung II).

Es liegt auch eine Werbegabe vor.

Der Begriff der Werbegabe in § 7 Abs. 1 S 1. HWG ist mit Blick auf den Zweck der dortigen Regelung, durch eine weitgehende Eindämmung von Werbegeschenken im Heilmittelbereich der abstrakten Gefahr einer hiervon ausgehenden unsachlichen Beeinflussung zu begegnen, weit auszulegen. Er erfasst grundsätzlich jede aus der Sicht des Empfängers nicht berechnete geldwerte Vergünstigung. Eine Werbegabe setzt demnach voraus, dass die Zuwendung aus der Sicht des Empfängers unentgeltlich gewährt wird; er muss diese als ein Geschenk ansehen (vgl. BGH, GRUR 2022, 391 Rn. 41 - Gewinnspielwerbung II, m. w. N.; GRUR 2023, 1348 Rn. 26 - Gutscheinwerbung). Der im Streitfall zu beurteilende „Bonus“ erfüllt diese Voraussetzung ohne weiteres.

Bei den in der angegriffenen Werbemaßnahme ausgelobten Boni handelt es sich auch nicht um eine geringwertige Kleinigkeit i. S. d. § 7 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 Hs. 1 Fall 2 HWG. Ihr Wert überschreitet die für Publikumswerbung bei 1 EUR liegende Schwelle der Geringwertigkeit (vgl. BGH, GRUR 2015, 813 Rn. 21 - Fahrdienst zur Augenklinik, m. w. N.; BGH, GRUR 2023, 1318 Rn. 27 - Gutscheinwerbung).

Ob es sich bei dem Bonus um eine Zuwendung handelt, die in einem bestimmten oder auf bestimmte Art zu berechnenden Geldbetrag im Sinne der Ausnahme des § 7 I 1 Nr. 2a UWG gewährt wird, ist als offen anzusehen.

aa) Eine in einem bestimmten Geldbetrag gewährte Werbegabe im Sinne des § 7 Abs. 1 S. 1 Hs. 2 Nr. 2a HWG ist die Zuwendung einer zahlenmäßig bestimmten Geldsumme, über deren Höhe infolge ihrer Bestimmtheit beim Publikum kein Zweifel aufkommen kann (BeckOK.HWG/ Doepner/Reese, 14. Edition [Stand 1. Mai 2025], § 7 Rn. 603). So verhält es sich etwa bei der Auslobung einer Bankgutschrift in Höhe von 10 € für die Werbung eines Neukunden (vgl. BGH, GRUR 2017, 635 - Freunde werben Freunde), eines „Sofort-Bonus“, der mit der gesetzlichen Zuzahlung verrechnet wird (vgl. BGH, Urteil vom 26. Februar 2014 - I ZR 79/10, GRUR 2014, 593 - Sofort-Bonus), der Rückvergütung des Kaufpreises für ein Medizinprodukt (OLG Hamburg, GRUR-RR 2019, 486; OLG Köln, WRP 2022, 368) oder eines „Beauty Bonus“ in Höhe von 50 € für die Anrechnung auf die Erstbehandlung mit einem Medizinprodukt (LG Hamburg, PharmR 2011, 487).

bb) Ob die im Streitfall zu beurteilende Gutschrift diese Bedingung erfüllt, kann nicht mit der im Verfahren nach § 719 ZPO erforderlichen Sicherheit angenommen werden.

Nach Auffassung des BGH ist der Ausnahmetatbestand des § 7 Abs. 1 S. 1 Nr. 2a HWG dahin auszulegen, dass ihm allein unmittelbar wirkende Preisnachlässe und Zahlungen, nicht aber auf einen Geldbetrag oder einen prozentualen Rabatt lautende Gutscheine für den nachfolgenden Erwerb weiterer Produkte unterfallen (BGH I ZR 182/22, Urteil vom 06.11.2025, - Gutscheinwerbung II, GRUR-RS 2025, 30142). Eine Beschränkung des Ausnahmetatbestands des § 7 Abs. 1 S. 1 Nr. 2a HWG auf unmittelbar wirkende Preisnachlässe und Zahlungen legt schon der Wortlaut der Vorschrift nahe, der verlangt, dass die Zuwendung oder Werbegabe „in einem (…) Geldbetrag (…) gewährt“ wird. Diese Formulierung ist naheliegenderweise so zu verstehen, dass ein Geldbetrag ausgezahlt oder zumindest vom Rechnungsbetrag abgezogen wird. Dieses Verständnis entspricht in be-

sonderer Weise dem Schutzzweck des § 7 Abs. 1 HWG, im Zusammenhang mit dem Erwerb von Heilmitteln der auch nur abstrakten Gefahr einer unsachlichen Beeinflussung der Werbeadressaten entgegenzuwirken (BGH aaO). Zwar trifft es zu, dass ein Verbraucher über den Wert eines betragsmäßig bezeichneten Gutscheins für einen zukünftigen Einkauf im Bilde ist und deshalb keine Fehleinschätzung des Werts der Werbegabe droht (zu diesem Motiv der Privilegierung von Geldrabatten vgl. BGH, GRUR 2009, 1082 [juris Rn. 9 und 11] - DeguSmiles & more). Soweit durch einen solchen Rabattgutschein ein Anreiz für den Erwerb weiterer Heilmittel geschaffen wird, ist allerdings der weitere Schutzzweck des Heilmittelwerberechts berührt, einer unkritischen Selbstmedikation und einem womöglich gesundheitsgefährdenden Zuviel- und Fehlgebrauch von Heilmitteln entgegenzuwirken (zu diesem Schutzzweck vgl. BeckOK.HWG/Doepner/Reese aaO § 7 Rn. 364 f.; Prütting/Mand aaO § 7 HWG Rn. 3). Durch die Zuordnung von Rabattgutscheinen für zukünftige Erwerbsvorgänge unter den Begriff der Zuwendung oder Werbegabe, die nur als geringwertige Kleinigkeit zulässig sind, wird diesem weiteren Schutzzweck in besonderer Weise Rechnung getragen, weil von geringwertigen Rabattversprechen auch nur eine verminderte Anreizwirkung ausgeht. (BGH aaO). Mit Blick auf für den Heilmittelerwerb ausgelobte Rabattgutscheine für den Einkauf bei Anbietern anderer Waren vermindert diese Einordnung schon die Gefahr einer unsachlichen Motivation des Erstkaufs von Heilmitteln. Die Unsachlichkeit liegt darin, dass - im Gegensatz zu zulässigen Barrabatten - nicht mit der Herabsetzung des Preises für das gewünschte Heilmittel, sondern mit einem Vorteil beim Erwerb anderer Waren geworben wird, der in keinerlei Zusammenhang mit dem Erwerb des Heilmittels steht (BGH aaO - Gutscheinwerbung II; BGH, GRUR 2025, 1416 - PAYBACK; aA BeckOK.HWG/ Doepner/Reese aaO § 7 Rn. 603c bis 603e; Prütting/Mand aaO § 7 HWG Rn. 92; Deckers, MedR 2024, 110, 111; Reese, MPR 2024, 121, 129 f.).

Die klare Abgrenzung zwischen Barrabatt im Sinne des § 7 Abs. 1 S. 1 Hs. 2 Nr. 2a HWG und (sonstiger) Werbegabe im Sinne des § 7 Abs. 1 S. 1 Hs. 2 Nr. 1 HWG, die (auch in Form eines Rabattversprechens) nur als geringwertige Kleinigkeit zulässig ist, dient zugleich der Rechtssicherheit (vgl. BGH, GRUR 2023, 1318, Rn. 37 - Gutscheinwerbung I).

Die vorliegende Aktion der Antragsgegnerin gewährt keine unmittelbare Zahlung an den Kunden, sondern eine Gutschrift auf ein Kundenkonto. Diese angesammelten Boni können auch zum Bestellen neuer (auch nicht verschreibungspflichtiger) Medikamente eingesetzt werden; geschieht dies nicht, werden sie am Quartalsende automatisch auf das Bankkonto des Kunden überwiesen. Ob dieser Bonus einen zulässigen Sofortrabatt darstellt oder einen unzulässigen Gutschein für den nachfolgenden Erwerb, ist im Verfahren nach § 719 ZPO nicht mit der erforderlichen Offensichtlichkeit zu entscheiden. Zwar führt die Ausgestaltung des Bonus dazu, dass der Kunde diesen ohne weiteres eigenes Zutun am Quartalsende ausgezahlt bekommt. Es handelt sich jedoch nicht um einen „sofortigen“ Bonus im Sinne des Wortlauts von § 7 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 HWG, sondern einen Bonus, der für - später - Erwerbsvorgänge eingesetzt werden kann oder - später - ausgezahlt wird. Die Anreizwirkung für den Erwerb weiterer Heilmittel, die das Verbot des § 7 Abs. 1 S. 1 HWG rechtfertigt, wird zwar dadurch abgemildert, da der Kunde die Auszahlung auf sein Konto durch Zuwarten erreichen kann; sie tritt aber nicht völlig in den Hintergrund, da der auf dem Kundenkonto verbleibende Bonus zu einem weiteren Besuch der Apotheke dient. Ob dies dann nur das „wie“ des Medikamentenkaufs (und damit die nicht als Werbung für ein Arzneimittel anzusehende nachgelagerten Entscheidung für die Apotheke, bei der der Kunde das Arzneimittel kauft, vgl. EUGH GRUR 2025, 424 Rn. 36 - Apothekerkammer Nordrhein) oder auch das „ob“ des Kaufs eines Medikaments betrifft,

ist jedenfalls im Verfahren des § 719 ZPO nicht mit der erforderlichen Eindeutigkeit zu entscheiden, sondern bleibt der Entscheidung über die Berufung vorbehalten.

Es ist auch nicht erkennbar, dass der Antragsgegnerin ein nicht zu ersetzender Nachteil drohen könnte. Soweit die Antragsgegnerin meint, ihr werde der Preiswettbewerb unmöglich gemacht, übersieht sie, dass die Unterlassungsverfügung nur die konkrete angegriffene Werbung für den Rabatt in der konkret beworbenen Form betrifft. Andere Formen der Preiswerbung sind hiervon offensichtlich nicht betroffen.