

Nachhaltigkeitswerbung im Gesundheitsmarkt

Die EmpCo verschärft die Regeln für grüne Werbeclaims

„Nachhaltig“, „klimafreundlich“ oder „grün“ – mit solchen Aussagen müssen Unternehmen im Gesundheitsmarkt künftig noch vorsichtiger umgehen. Neue Vorgaben im UWG verschärfen die Anforderungen an Umwelt- und Nachhaltigkeitsclaims und können sowohl Werbung gegenüber Verbrauchern als auch den B2B-Bereich betreffen.

Text — Alexander Feitzinger

Im Gesundheitsbereich gibt es in Deutschland bereits vielfältige und umfangreiche Werbebegrenzungen, die aus verschiedenen Vorschriften resultieren. Berufsordnungen der jeweiligen Landesärztekammern oder Landesapothekerkammern verbieten irreführende und reißerische Werbung ebenso wie die Beauftragung Dritter zu solcher Werbung. Verstöße können durch die berufsständischen Kammern oder spezielle Berufsgerichte verfolgt werden. Hersteller, Importeure und Händler dürfen für Medizinprodukte nur in einer solchen Art und Weise werben, dass es zu keiner Irreführung hinsichtlich der Zweckbestimmung, Sicherheit oder Leistung eines Medizinprodukts kommen kann. Dies ergibt sich aus Artikel 7 der Medizinprodukte-Verordnung.

Das Heilmittelwerbeengesetz (HWG) beschränkt Werbung für Arzneimittel und Medizinprodukte und verbietet u.a. unwahre Wirkaussagen.

Das UWG hingegen geht weiter als das HWG und erfasst sämtliche geschäftlichen Handlungen. Es soll allgemein unlautere Geschäftspraktiken einschränken. Zu diesen unlauteren Geschäftspraktiken gehören Werbemaßnahmen wie Cold Calls oder irreführende Werbung. Auch das Abwerben von Kunden oder Mitarbeitern kann eine unlautere Geschäftshandlung darstellen.

Die Aufgabe der Verfolgung von Verstößen gegen das HWG oder das UWG kommt Verbänden (z.B. Verbraucherzentralen oder der Wettbewerbszentrale), aber auch Unternehmen im Konkur-

renzverhältnis zum Werbenden zu. Mitbewerber haben häufig ein besonderes Verfolgungsinteresse.

Erweiterung des Verbotskatalogs des UWG

Basierend auf der EmpCo-Richtlinie (EU) 2024/825¹ wird zum 27.09.2026 der Verbotskatalog irreführender geschäftlicher Handlungen in § 5 UWG, eine Fallgruppe unlauterer Geschäftspraktiken, erweitert und präzisiert. Auch die Liste von Werbemaßnahmen, die gegenüber Verbrauchern stets unzulässig sind und im Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG aufgelistet sind, wird um einige Varianten erweitert.

...

Der komplette zweiseitige Beitrag kann unter <https://online.otto-schmidt.de/db/dokument?id=esgz1492390> abgerufen werden (als ESGZ-Abonnent kostenfrei, als Nicht-Abonnent kostenpflichtig).

¹ Der vollständige Titel der Richtlinie lautet „Empowering Consumers for the Green Transition Directive through better protection against unfair practices and through better information“, woraus die Abkürzung „EmpCo“ resultiert. Verbraucher und sonstige Marktteilnehmer, also auch Unternehmer, sollen stärker vor sog. Greenwashing geschützt werden, vor Täuschung oder Irreführung in den ESG-Bereichen.