

## Newsletter Medizinrecht

Mai 2025

---

Sehr geehrte Damen und Herren,  
liebe Mandanten,

für den aktuellen Newsletter haben wir für unsere Mandanten die Literatur und die wichtigsten Gerichtsentscheidungen aus dem vergangenen Monat gesichtet. Folgende Themen und Entscheidungen haben wir für Sie aufbereitet:

### **Produkt-Klassifizierung einer dermatologischen Diagnose-App**

Eine App, bei deren Nutzung Informationen zu Diagnosezwecken an den behandelnden Arzt geleitet werden können, kann nicht als Medizinprodukt der Risikoklasse I zugerechnet werden. Unmaßgeblich ist, ob die Software selbst Diagnosen erstellt oder Informationen generiert, produziert, hervorbringt oder herstellt, so das Oberlandesgericht (OLG) Hamburg.

Der App- Betreiber bot im Google Play Store und Apple App Store die Softwareapplikation mit der Bezeichnung als CE-Medizinprodukt nach DR 2017/745 an und ordnete nach eigenen Angaben die App der Risikoklasse I zu.

Patienten konnten Hautärzten über die App Bilder von Hautleiden schicken und einen in der App integrierten Anamnese-Fragebogen ausfüllen sowie personenbezogene Daten angeben, was den mit dem App-Unternehmen kooperierenden Ärzten ermöglichte, in Kontakt mit dem Patienten zu treten.

Das Gericht stellte fest, dass aufgrund der Funktionsweise der App, die in der Sammlung und Speicherung von medizinischen Informationen (Anamnese-Bogen, Lichtbilder von Hautveränderungen etc.) bestand, die App als Medizinprodukt zur Klasse ab IIa zugeordnet werden, bei den ein besonderes Konformitätsbewertungsverfahren vor dem Inverkehrbringen vorausgesetzt wird.

*Quelle: OLG Hamburg, Urteil vom 20.06.2024 – 3 U 3/24*

### **„Rezeptsammelstelle“ über Internetplattformen?**

Stellt der Betreiber einen Internet-Marktplatz Apotheken zur Abwicklung von Verkaufsvorgängen über nicht verschreibungspflichtige Arzneimittel zur Verfügung und bemisst sich die Vergütung für diese Dienstleistung an dem pro Transaktion erwirtschafteten Umsatz oder Gewinn der Apotheke, ist die Kooperation dann iSd § 8 S. 2 ApoG zulässig, wenn im Vergleich des Gesamtumsatzes der Apotheke der Umsatz auf Marktplattform einen geringen Teil ausmacht, so hat der Bundesgerichtshof (BGH) in seiner aktuellen Entscheidung ausgeurteilt.

Das niederländische Plattformanbieter bot seine Plattform den Apotheken auch das Einlösen von e-Rezepten an, was die Kunden und User des Onlinemarktplatzes ermöglichte, rezeptpflichtige Arzneimittel von den Apotheken direkt zu erhalten. Die Dienstleistung wurde mit einer monatlichen nicht umsatzabhängigen Grundgebühr von EUR 399,00 von den teilnehmenden Apotheken vergütet. Auf Bestellung von Produkten, die apothekenpflichtig, aber nicht verschreibungspflichtig waren, hat das Unternehmen eine zusätzliche Transaktionsgebühr in Höhe von 10 % des Nettoverkaufspreises erhoben.

Die Richter sahen in der Ausgestaltung der Kooperation keine unzulässige Rezeptsammelstelle, weil keine Anhaltspunkte für eine verdeckte Erfolgsprovision vorlagen; dies wäre der Fall, wenn die geforderte Vergütung im Hinblick auf den Leistungsumfang überhöht wäre, was bei EUR 399,00 EUR nicht der Fall ist.

Die Entscheidung des BGH ist erfreulich und war notwendig vor dem Hintergrund der

Beanstandungspraktiken einiger Aufsichtsbehörden bundesweit, die vor der zitierten Entscheidung solche Kooperationen nach § 8 ApoG und § 24 ApBetrO für unzulässig gesehen haben.

Quelle: BGH-Urteil vom 20.2.2025 – I ZR 46/24

### **Werbung über ärztliche Fernbehandlung zur Verschreibung von Arzneimittel zur Gewichtsreduktion**

Die Werbung für Fernbehandlungen zur Verschreibung von Arzneimitteln zur Gewichtsreduktion, die lediglich auf der Prüfung eines inline ausgefüllten Fragebogens basiert, verstößt gegen § 9 HWG, da sie nicht den allgemein anerkannten sachlichen Standards entspricht und einen persönlichen ärztlichen Kontakt erfordert, so das Landgericht (LG) München in einer aktuellen Entscheidung.

Überdies hat das Gericht entschieden, dass die Werbung für verschreibungspflichtige Arzneimittel, die sich an den allgemeinen Verbraucher richtet, gegen § 10 HWG verstößt, da sie nur bei Fachkreisen zulässig ist. Dies gilt auch dann, wenn das erworbene Präparat nicht namentliche genannt ist (hier. „Abnehmspritze“), durch die Werbung jedoch der Absatz bestimmter Arzneimittel gefördert wird, da die angesprochenen Verkehrskreise aufgrund der Angabe des Indikationsgebiets der Anzeige entnehmen können, es werde für bestimmte einzelne Arzneimittel geworben.

Im vorliegenden Fall handelte es sich um ein Unternehmen, welches Werbung für eine Injektion zur Gewichtsreduktion mit einem Rabatt betrieb. Wenn ein potenzieller Patient auf die Werbung online anklickte, wurde der Nutzer auf einen Link mit der Überschrift „Online-Fragebogen“ weitergeleitet. Nach dem Ausfüllen des Fragebogens konnte der Patient eine der angebotenen Abnehmspritzen, welche verschreibungspflichtige Arzneimittel waren, aussuchen und sodann bestellen. Im gesamten Bestellprozess war eine Kommunikation mit einem Arzt, etwas im Wege einer angebotenen Videosprechstunde, nicht vorgesehen.

Quelle: LG München I, Urteil vom 3.3.2025 – 4 HK O 15458/24

Mit freundlichen Grüßen



Joachim Messner und Milana Sönnichsen

---

**Impressum:** Messner Rechtsanwälte | Joachim Messner | Jean-Pierre-Jungels-Straße 6 | 55126 Mainz | Tel: 061 31 – 96 05 7-0 | Fax: 061 31 – 96 05 7 - 62 | USt.ID: DE306477769 | E-Mail: [info@messner-rechtsanwaelte.de](mailto:info@messner-rechtsanwaelte.de) | Internet: [www.messner-rechtsanwaelte.de](http://www.messner-rechtsanwaelte.de)

[Newsletter weiterempfehlen](#)