

WETTBEWERBSRECHT

Werbung für Bleaching – Zulässigkeit und Grenzen

von RA Anno Haak, LL.M. Medizinrecht, Bonn, lennmed.de

| Das Bleaching ist eine durchaus einträgliche Behandlung an der Peripherie heilkundlich-zahnärztlicher Tätigkeit. Bisweilen ist dem Bleaching eine streng zahnmedizinische Indikation beizumessen, etwa wenn es im Zuge einer Wurzelbehandlung zur ungewünschten Verfärbung kam. In der Mehrzahl der Fälle dürfte es aber um rein kosmetische Zwecke gehen. Patienten wünschen in diesen Fällen aus ästhetischen Gründen eine Aufhellung der Zähne. Der Beitrag befasst sich mit den Grenzen zulässiger Werbung für das Bleaching. |

Grundsatz: Bleaching ist Zahnheilkunde

Vorweg ist darauf hinzuweisen, dass Bleaching der Ausübung der Zahnheilkunde unterfällt – und zwar unabhängig von der ggf. rein kosmetischen Zielsetzung. Denn die vor Beginn einer Behandlung vorzunehmende Feststellung, ob eine Verfärbung Krankheitswert hat oder nur optisch störend ist, kann nur ein approbierter Zahnarzt treffen (Oberlandesgericht [OLG] Frankfurt, Urteil vom 01.03.2012, Az. 6 U 264/10). Daraus folgt: Wer für Bleaching wirbt, wirbt für zahnmedizinische Behandlung. Damit unterliegt Werbung für Bleaching auch den Restriktionen der Heilberufekammergesetze der Länder und der darauf basierend von den Kammern erlassenen Berufsordnungen.

Daher **Achtung**: Man hüte sich davor zu versuchen, die berufsrechtlichen Vorgaben wie „persönliche Leistungserbringung“ mit der Einrichtung von „Kosmetikstudios“ oder Ähnlichem zu umgehen, in denen dann nicht approbiertes Personal Behandlungen wie Bleaching oder Airflow-PZR durchführt. Das kann nicht nur für den Zahnarzt wegen der Vermischung heilkundlicher mit gewerblicher Tätigkeit standesrechtliche Konsequenzen haben, sondern auch für das Personal. Diesem drohen bei fehlender ständiger Aufsicht durch einen Zahnarzt sogar strafrechtliche Konsequenzen, weil sie dann Zahnheilkunde ausüben, ohne im Besitz einer Approbation zu sein (vgl. Amtsgericht Nürtingen, Urteil vom 17.03.2011, Az. 16 Cs 115 Js 93733/08).

Generelle Zulässigkeit und Begrenzungen von Werbung

Zahnärzten ist als Teil ihrer Berufsausübungsfreiheit aus Art. 12 Grundgesetz (GG) Werbung für ihre Tätigkeit und ihre Praxen grundsätzlich erlaubt. Sie sind dabei auch nicht auf bestimmte Werbeträger beschränkt. Ebenso wenig sind bestimmte Werbeträger verboten. So ist etwa seit gut 15 Jahren unstrittig, dass Onlinewerbung – z. B. auf der eigenen Homepage – erlaubt ist (vgl. Bundesverfassungsgericht, Beschluss vom 17.07.2003, Az. 1 BvR 2115/02).

Indes muss Werbung für zahnärztliche Behandlungen „sachangemessen“ sein. D. h., die Werbung muss stets einen informierenden Charakter haben und sie darf nicht reißerisch sein. Mit den Beschränkungen soll einer voll-



Wer für Bleaching wirbt, wirbt für zahnmedizinische Behandlung

Werbung für Bleaching auf eigener Homepage ist erlaubt ...

... sie muss aber „sachangemessen“ sein

ständigen „Kommerzialisierung“ des Zahnarztberufs vorgebeugt und das Gemeingut der „Volksgesundheit“ geschützt werden.

Außerdem sind die allgemeinen Grenzen zulässiger Werbung einzuhalten. D. h., Werbung darf nicht irreführend sein und sie darf nicht gegen so genannte Marktverhaltensregeln verstoßen. Zu diesen Marktverhaltensregeln im Sinne des § 3a des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) gehört insbesondere auch die Gebührenordnung für Zahnärzte (GOZ).

Werbung darf nicht reißerisch sein

Die Abgrenzung zwischen „sachlicher Information und verbotener berufswidriger Werbung kann nicht generalisierend-abstrakt erfolgen, sondern ist im Einzelfall vorzunehmen“, wie die Rechtsprechung nicht müde wird zu betonen (u. a. Verwaltungsgericht Münster, Urteil vom 22.11.2017, Az. 5 K 4424/17).

Hinzu tritt noch, dass die Frage, „welche Werbeformen als sachlich und übertrieben bewertet werden, zeitbedingten Veränderungen unterliegt“ (BVerfG, Beschlüsse vom 01.06.2011, Az. 1 BvR 233/10, 1 BvR 235/10). Das Bundesverfassungsgericht hatte sich in den Beschlüssen u. a. mit einer „Verlosung“ von Bleaching zu befassen. Der von seiner Kammer dafür gerügte Zahnarzt hatte im Rahmen einer Messe mit einer „Live-Verlosung“ u. a. von Bleaching-Behandlungen an seinem Messestand geworben. Das BVerfG hat deutlich gemacht, dass eine Verlosung nicht per se unzulässig sei. Deutlich wird aber auch, dass man hier auf einem schmalen Grat wandelt.

Maßstab für diese wie für jede vermeintlich „reißerische“ oder auch „anpreisende“ Werbung ist, ob durch sie ein erheblicher Einfluss auf den Gewinner ausgeht, „eine mehr als nur geringfügig in die körperliche Unversehrtheit eingreifende Leistung ungeachtet möglicher gesundheitlicher Risiken in Anspruch zu nehmen“. Das ist beim Bleaching der Fall. Ob eine Verlosung oder eine andere auf den ersten Blick knallige Werbung diesen unerwünschten Effekt hat und verboten ist, ist aber Frage des Einzelfalls.

Besonders umstritten: Gutscheine/Rabatte/Festpreise

Besonders umstritten ist die Werbung für Bleaching zu Festpreisen, zum Teil verbunden mit erheblichen Rabatten. Dazu generell vorweg: Die Bewerbung erheblicher Rabatte und Festpreise ist – entgegen bisweilen anderslautender Einschätzungen – grundsätzlich unzulässig. Dafür gibt es gleich mehrere Gründe:

§ 5 GOZ fordert einzelfallabhängige Bepreisung zahnärztlicher Leistungen

Zunächst setzt § 5 GOZ eine einzelfallabhängige Bepreisung zahnärztlicher Leistungen voraus. Dazu gehört, dass sich der behandelnde Zahnarzt vor der Behandlung über den Umfang und die Schwierigkeit seiner Leistungen durch Untersuchung ein Bild verschafft. Vom Einzelfall unabhängige Pauschalpreise sind mit dieser Vorgabe nicht vereinbar (Kammergericht Berlin, Urteil vom 09.08.2013, Az. 5 U 88/12). Das gilt grundsätzlich (wohl) auch für nicht in der GOZ abgebildete Leistungen wie das Bleaching (OLG Frankfurt a. M., Urteil

Verlosung von Bleaching kann reißerische Werbung sein

Bewertung ist einzelfallbezogen vorzunehmen

Festpreis bei Verlangensleistungen – das passt nicht zusammen

vom 21.07.2016, Az. 6 U 136/15). Sofern man das anders bewertet, stünde aber in jedem Fall § 2 Abs. 3 GOZ für sog. „Verlangensleistungen“ entgegen. Denn diese sind nur nach vorheriger, schriftlicher Vereinbarung im Einzelfall liquidierbar. Das geht mit einem z. B. online vorab festgelegten Festpreis nicht zusammen.

Erhebliche Rabatte sind berufsrechtswidrig

„Erhebliche“ Rabatte, die Patienten locken können, sind ebenfalls berufsrechtswidrig reißerisch und damit verboten. Werbung wie z. B. „SIE SPAREN 65 %“ sollte man unterlassen (Landgericht Berlin, Urteil vom 28.06.2012, Az. 52 O 231/11).

Auch das sog. Groupon-Urteil des Bundesgerichtshofs besagt entgegen mancher anderslautender Interpretation nichts anderes (BGH, Urteil vom 21.05.2015, Az. I ZR 183/13). Auf der Website „groupon.de“ hatten Zahnärzte mit stark rabattierten Pauschalpreisen u. a. für Bleaching geworben und den Betreiber mit der Hälfte der Einnahmen für die Vermittlung von Patienten, die auf der Plattform „Gutscheine für Bleaching“ erwerben konnten, vergütet.

Die Werbung mit Pauschalpreisen hatte die Vorinstanz bereits rechtskräftig für unzulässig erklärt. Der BGH entschied lediglich, dass der Vermittlungsvertrag zwischen Zahnarzt und Betreiber nicht gegen das Verbot der Zuweisung gegen Entgelt verstoße – das aber auch nur wegen einer Unklarheit in den AGB des Betreibers. Wegen dieser Unklarheit konnte der Zahnarzt, ohne sich schadensersatzpflichtig zu machen, die Behandlung des Patienten nach Anamneseerhebung ablehnen. Daher, so der BGH, bleibe eine Orientierung ausschließlich am Patientenwohl möglich und der Sinn und Zweck des Verbots der Zuweisung gegen Entgelt sei nicht berührt. Als Wegbereiter für Rabattschlachten mit Pauschalpreisen kann das Urteil damit aber keineswegs erhalten.

Grenzziehung zu unzulässiger Werbung – eine Gratwanderung

Fixe Pauschalpreise, erst recht verbunden mit knalliger Rabattwerbung, sind und bleiben verboten. Allerdings: Es kommt auf jedes Detail an. Selbst wenn vieles auf den ersten Blick auf einen Verstoß gegen die Berufsordnung hindeutet, kann eine Prüfung im Einzelfall durchaus zulässige Werbung ergeben. So ist eine Werbung für Bleaching zu einem Preis „ab xy Euro“ für (noch) zulässig erachtet worden (so inzwischen auch auf groupon.de). Ausschlaggebend war in dem Urteilsfall wohl, dass bei der Werbung für das Bleaching in einer Fußnote darauf hingewiesen wurde, dass die Gebühren erst nach Prüfung im Einzelfall festgelegt werden könnten (Verwaltungsgericht Münster, Urteil vom 09.05.2018, Az. 18 K 4423/17, siehe ZP 06 2018, Seite 1).

FAZIT | Sachangemessene Werbung für Bleaching ist, wie Werbung für zahnärztliche Leistungen generell, grundsätzlich zulässig. Die durch die Berufsordnungen und die GOZ gezogenen Grenzen verlaufen aber bei allzu reißerischen Lockangeboten, z. B. durch unseriös wirkende Werbemittel, Festpreise und dumpingartige Rabatte.

Rabattierte
Pauschalpreise
für Bleaching
– ein No-Go

Bleaching-Preis
„ab xy Euro“ wurde
als zulässig erachtet