



BERUFSRECHT

PZR mit Treuebonus: 3x zahlen, 4x lächeln?

von RA, FA für MedR und Zahnarzt Dr. Stefan Droste, LL.M.,
Kanzlei am Ärztehaus, Münster, kanzlei-am-aerztehaus.de

In der zahnärztlichen Praxis kommt immer wieder die Frage nach der Zulässigkeit von Gutscheinen und Rabatten auf. Derzeit werden Aktionen diskutiert, die den Erwerb einer „3er-Karte“ für die PZR vorsehen. Als Treuebonus soll dann eine vierte PZR (kostenlos) durchgeführt werden. Derartige Aktionen sind darauf ausgerichtet, neue Patienten zu akquirieren und bestehende Patienten zu binden. Die PZR bietet sich als Instrument hierfür besonders gut an. Für Patienten besteht neben der Kostenersparnis der positive Effekt, dass sie durch regelmäßige Teilnahme an Prophylaxemaßnahmen für ihre Zahngesundheit nachhaltig Gutes bewirken können. So lassen sich beispielsweise die Entstehung von Karies und Parodontitis signifikant reduzieren. Eine Win-win-Situation – so sollte man meinen. Doch leider ist die Umsetzung derartiger Aktionen nicht einfach. |

Hintergrund

Die Durchführung der Professionellen Zahnreinigung (PZR) wird mit der Nr. 1040 GOZ abgegolten. Sie umfasst das Entfernen der supragingivalen/gingivalen Beläge auf Zahn- und Wurzeloberflächen einschließlich Reinigung der Zahnzwischenräume, das Entfernen des Biofilms, die Oberflächenpolitur und geeignete Fluoridierungsmaßnahmen je Zahn, Implantat oder Brückenglied. Hierbei können Gegebenheiten für den Patienten entstehen, die nur der approbierte Zahnarzt beherrschen kann. Aus diesem Grunde ist die Durchführung einer PZR als Ausübung der Zahnheilkunde einzustufen (Oberlandesgericht [OLG] Frankfurt, Urteil vom 01.03.2012, Az. 6 U 264/10; Details in ZP 03/2012, Seite 1). Daraus resultieren gewisse Einschränkungen, was die Möglichkeiten der Preisgestaltung und der Werbung angeht.

Preisgestaltung in der GOZ

Bei der GOZ handelt es sich um ein für alle Zahnärzte geltendes zwingendes Preisrecht. Hierdurch soll Transparenz bei der Abrechnung zahnärztlicher Leistungen geschaffen und eine angemessene, leistungsgerechte Vergütung hergestellt werden. Die Vereinbarung von Fest- oder Pauschalpreisen verstößt nach §§ 1, 2, 5 Abs. 2 GOZ gegen die dort geltenden Entgeltkriterien und ist damit grundsätzlich nicht zulässig (OLG Frankfurt, Urteil vom 21.07.2016, Az. 6 U 136/15; Details online unter der Abruf-Nr. 44254769 sowie OLG München, Urteil vom 07.03.2013, Az. 29 U 3359/12; Details in PA 04/2013, Seite 1).

Grenzen der Werbemöglichkeiten

Angehörige von Heilberufen und damit auch Zahnärzte haben ein berechtigtes Interesse daran, ihre Patienten über ihre Berufstätigkeit und ihr Leistungsspektrum zu informieren. Unter Berücksichtigung dieses Interesses ist

ARCHIV



Hier mobil
weiterlesen



ARCHIV



Hier mobil
weiterlesen



IHR PLUS IM NETZ



Hier in PA
weiterlesen



das diesbezügliche Werberecht in den letzten Jahrzehnten immer weiter liberalisiert worden. Internetauftritte, Praxisbroschüren und Zeitungsanzeigen, ja sogar Supermarktwerbung sind heute auch aus dem Praxisalltag nicht mehr wegzudenken und grundsätzlich nicht zu beanstanden. Allerdings gelten für den (zahn-)ärztlichen Bereich immer noch Besonderheiten.

So erlauben die jeweiligen Berufsordnungen der Zahnärzte sachangemessene Informationen über die Berufstätigkeit. Berufsrechtswidrige Werbung hingegen ist dem Zahnarzt untersagt. Als berufsrechtswidrig wird insbesondere eingestuft eine

- anpreisende,
- irreführende,
- herabsetzende oder
- vergleichende Werbung.

Die durch den Zahnarzt veranlasste Werbung muss also stets einen informativen Charakter haben und darf nicht reißerisch sein (Landgericht [LG] Bonn, Urteil vom 21.04.2011, Az. 14 O 184/10; Details in ZP 11/2011, Seite 4). Die Abgrenzung zwischen erlaubter sachlicher Information und verbotener berufsrechtswidriger Werbung kann dabei nicht generalisierend abstrakt erfolgen (Verwaltungsgericht Münster, Urteil vom 22.11.2017, Az. 5 K 4424/17; Details in AAZ 01/2018, Seite 1). Was unter Berücksichtigung der vorgenannten Kriterien zulässig ist und was nicht, ist stets vom konkreten Einzelfall abhängig.

Gutscheine und Rabatte

Besonders problematisch ist die Werbung und die Gewährung von Gutscheinen und Rabatten. Die Zulässigkeit der eingangs beschriebenen Aktion des Erwerbs einer „3er-Karte“ und der Gewährung eines Treuebonus in Form einer vierten kostenlosen PZR ist unter Berücksichtigung der vorgenannten Aspekte mit Zurückhaltung zu betrachten. Auf die vierte PZR würde bei der beschriebenen Vorgehensweise ein 100%iger Rabatt gewährt. Sowohl mit den Möglichkeiten der GOZ als auch derjenigen des Werberechts ist die in Aussicht gestellte vierte kostenlose PZR wohl nicht vereinbar.

Im Ergebnis ist festzuhalten: Werbung mit Preisrabatten ist unzulässig, sofern der Patient hiermit zur Inanspruchnahme zahnärztlicher Leistungen veranlasst wird, mit anderen Worten: dem Lockeffekt von „Sonderangeboten“ erliegen soll (LG Oldenburg, Urteil vom 08.04.2014, Az. 5 O 1233/13; Details in PA 07/2014, Seite 1).

FAZIT | Die fortschreitende Liberalisierung der Werbemöglichkeiten von Zahnärzten ist zu begrüßen. Nicht vergessen werden darf hierbei allerdings, dass das Vertrauen des Patienten in die Zahnärzteschaft und deren unabhängige Berufsausübung gewahrt bleiben muss. Daher sind andere Regeln und Grenzen, als diejenigen, die im Einzelhandel oder im Internethandel gelten, nachvollziehbar und auch angemessen. Der einzelne Zahnarzt sollte sich hiervon aber nicht abhalten lassen, innerhalb dieser rechtlichen Grenzen durch Marketing und Werbung auf sich aufmerksam zu machen. Eine rechtliche Prüfung vor Durchführung einzelner Maßnahmen kann jedoch angebracht sein, um Fallstricke zu vermeiden.

Werberecht ist
liberaler als früher



ARCHIV

Hier mobil
weiterlesen



IHR PLUS IM NETZ

Hier in AAZ
weiterlesen



IHR PLUS IM NETZ

Hier in PA
weiterlesen



Für die (zahn-)
ärztliche Werbung
gilt: Freiheit in
Grenzen!