

WETTBEWERBSRECHT

„Dein perfektes Lächeln“ – immer mehr Werbebeschränkungen bei Aligner-Anbietern!

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

| Gewerbliche Anbieter von Aligner-Behandlungen sind in den letzten Jahren stark auf den deutschen Gesundheitsmarkt gedrungen. Sie machen mit breit angelegten Werbekampagnen im Internet, auf öffentlichen Plakaten und sogar im Fernsehen teils mit reißerischen Versprechen und Darstellungen auf sich aufmerksam. Doch deutsche Gerichte schieben diesem Trend zunehmend einen Riegel vor, wie unlängst das Landgericht (LG) Berlin, das gegen einen großen gewerblichen Anbieter von Aligner-Schienen urteilte (Urteil vom 25.4.2022, Az. 52 O 224/21). |

Der Fall und die Entscheidung

Im vorgenannten Verfahren sind die Verbraucherzentralen Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz gegen „DR SMILE®“ vorgegangen. Das Unternehmen hatte in seinen Internetauftritten mit dem Werbeslogan „Dein perfektes Lächeln“ geworben und daneben die Fernsehmoderatorin Annemarie Carpendale abgebildet. Ferner sollen bei der Darstellung von Kundenbewertungen negative Bewertungen mit nur ein bzw. zwei Sternen von der Homepage des Anbieters entfernt worden sein. Das Ziel der Verbraucherzentralen, Verbraucher vor übereilten Vertragsabschlüssen und möglichen Nachteilen zu schützen, wurde erreicht. So untersagte das LG die Werbeaussage „Dein perfektes Lächeln“ sowie das Ausblenden negativer Kundenbewertungen. „DR SMILE®“ dürfte das Lächeln langsam vergehen, verbuchte das Unternehmen doch eine weitere Niederlage vor dem LG Berlin. Erst mit Beschluss vom 21.07.2021 untersagten die Richter die Verlosung von Agliner-Behandlungen auf Facebook (Az. 15 O 210/21). Das aktuelle Urteil ist noch nicht rechtskräftig.

Mehrere Anbieter von Aligner-Systemen im Fokus der Verbraucherzentralen

Nicht allein „DR SMILE®“ steht im Fokus der Verbraucherzentralen. Auch „PlusDental“ ist mit Aussagen, in denen behauptet wurde, dass eine Aligner-Behandlung immer eine Alternative zur klassischen Zahnsperre darstelle, auf Gegenwehr gestoßen. Auch Darstellungen, dass Zahnschienen mit minimalem Druck und ohne Schmerzen auskommen und dass Patienten nach einer Behandlung noch nie unzufrieden gewesen seien, wurde erfolgreich entgegengesetzt. So müssen derartige Aussagen zukünftig unterlassen werden (LG Berlin, Urteil vom 25.01.2022, Az. 16 O 214/21). Das amerikanische Unternehmen „SmileDirectClub“ hat seine Tätigkeit nach diversen Abmahnungen der Verbraucherzentralen eingestellt. Der deutsche Ableger nimmt nach Auskunft auf seiner Homepage keine Patienten mehr hierzulande auf.



Werbung mit Promi und ohne sichtbare negative Kundenbewertungen

Aligner-Behandlungen sind mitnichten „immer erfolgreich“

FAZIT | Es ist zu befürworten, dass derartig „aggressiven“ Werbekampagnen der Boden entzogen wird. Diese sind darauf ausgerichtet, vornehmlich in jüngeren Menschen die Sehnsucht nach Schönheitsidealen hervorzurufen. Hierbei werden etwaige zahnmedizinische Bedenken und Risiken bewusst ausgeblendet oder aber bagatellisiert.