

Januar 2019

Werbung im (zahn-)medizinischen Bereich – Was ist zulässig?

Bei Werbemaßnahmen im medizinischen Bereich sind das Heilmittelwerbegesetz, das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, sowie die Berufsordnungen zu beachten. Verstöße gegen diese strengen Vorschriften können Unterlassungsansprüche begründen und ziehen nicht selten hohe finanzielle Forderungen nach sich. Werbung darf sachangemessene Informationen zur beruflichen Tätigkeit enthalten, aber keine anpreisende, irreführende, herabsetzende oder vergleichende Sachverhalte enthalten. Ein Zahnarzt darf beispielsweise auf besondere, personenbezogene Kenntnisse und Fertigkeiten in der Zahn-, Mund- und Kieferheilkunde hinweisen, sofern dadurch keine Gefahr einer Verwechslung mit Fachgebietsbezeichnungen besteht oder sonst irreführend ist. Daneben darf die zahnärztliche Berufsbezeichnung nicht für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Eine Einzelpraxis oder Berufsausübungs-gemeinschaft darf desweiteren nicht als Akademie, Institut, Poliklinik, Ärztehaus oder als ein Unternehmen mit Bezug zu einem gewerblichen Betrieb bezeichnet werden.

Werbung mit „Abteilung für Oral- und Mund-, Kiefer-, Gesichtschirurgie“

Das Landgericht Heidelberg entschied, dass die Werbung einer Klinik mit Leistungen der Mund-, Kiefer-, Gesichtschirurgie (MKG), obwohl kein MKG-Chirurg in dieser tätig ist und er lediglich bei Bedarf und im Einzelfall hinzugezogen werden kann, unlauter und daher zu unterlassen ist. Durch diese Art der Werbung wird suggeriert, dass Fachärzte vor Ort tätig sind. Insoweit kann die beim Verbraucher hervorgerufene Vorstellung nicht mit der vereinzelt Hinzuziehung eines im französischen Lyon ansässigen Facharztes erfüllt werden.

Werbung für Bleaching mit Preis-/Leistungspaketen ist erlaubt

Die Werbung eines Zahnarztes für ein Bleaching mit Preisen „ab ... €“ (also ab einem bestimmten Eurobetrag) ist nicht zu beanstanden. Dies entschied das Verwaltungsgericht Münster mit dem Hinweis, dass der durchschnittliche Leser der Homepage-Werbung von dem Regelfall ausgehen wird, dass sich die Untergrenzen der Leistungspakete auf ein vollständiges Gebiss beziehen und nicht nur auf einzelne Zähne. Bei zulässigen Werbemaßnahmen wird nicht vorausgesetzt, dass die Werbung jeder denkbaren Sonderkonstellation Rechnung trägt. Dass bei der einzelnen Behandlung abweichende Kosten entstehen können, ist offensichtlich, da bei den angebotenen Leistungspaketen Preisangaben ab einem bestimmten Eurobetrag erfolgt sind. Alles Weitere ergibt sich für den Einzelfall aus dem Beratungsgespräch.

Zum Verbot der Werbung mit Vorher-/Nachher-Bildern

Das Landgericht Düsseldorf hatte zu beurteilen, ob eine vergleichende Darstellung des Körperzustandes oder des Aussehens vor und nach einem operativen Eingriff auf facebook einen Verstoß gegen das Verbot darstellt, mit sogenannten Vorher-/Nachher-Bildern zu werben. Im vorliegenden Fall war der Einwand des Beklagten unerheblich, dass auf den verwendeten Fotos nicht dieselben Patienten abgebildet sind. Es kommt allein darauf an, welchen Eindruck der Verbraucher erhält. Dieser wird im vorliegenden Fall davon ausgehen, dass es sich bei der Art der Darstellungen um dieselben Patienten handelt.