

Dumpingpreise als neue Marketingform und ihre rechtliche Zulässigkeit

Autor Dr. Michael Knab

_Der Wettbewerb unter Deutschlands Zahnarztpraxen wird härter. So sehen immer mehr Leistungserbringer sich veranlasst, mit Marketingmaßnahmen um Patienten zu werben, weil Kollegen das auch machen. Dabei stehen Zahnpflegeleistungen im Vordergrund. Doch Vorsicht: Maßnahmen dieser Art sind sowohl unter wettbewerbsrechtlichen als auch berufsrechtlichen Gesichtspunkten nur in (wenn auch weiten) Grenzen zulässig. Mit Beschluss vom 04.03.2009 hat das Landgericht Flensburg im Rahmen eines Eilverfahrens entschieden, dass eine Treuebonus-Aktion gegenüber Patienten mit dem Angebot einer einmaligen professionellen Zahnreinigung (PZR) für nur 99 Cent wettbewerbswidrig ist (AZ.: 6 O 30/09).

_Honorarbemessung auf dem Gebiet der zahnmedizinischen Leistungserbringung

Die Vergütung privat Zahnärztlicher Leistungen richtet sich grundsätzlich nach der Gebührenordnung für Zahnärzte (GOZ). Gemäß § 5 GOZ bemisst sich die Höhe der Gebühren nach dem Einfachen bis Dreieinhalbfachen des Gebührensatzes. Innerhalb dieses Gebührenrahmens sind die Gebühren unter Berücksichtigung der Schwierigkeit und des Zeitaufwandes der einzelnen Leistung sowie der Umstände bei der Ausführung nach billigem Ermessen zu bestimmen. Abweichende Vereinbarungen können lediglich im Rahmen des § 2 GOZ getroffen werden.

_Der Fall LG Flensburg

Ein Zahnarzt aus Norddeutschland bewarb im Rahmen einer Treuebonusaktion gegenüber seinen eigenen Patienten die Durchführung einer professionellen Zahnreinigung zu einem Preis von lediglich 99 Cent. Der Zahnarzt selbst ging in seiner Werbung von einem tatsächlichen Wert der Leistung in Höhe von 35 € aus.

Das Gericht untersagte dem Zahnarzt im Wege der einstweiligen Verfügung, weiterhin für eine professionelle Zahnreinigung zu diesem Pauschalpreis zu werben. Es führte aus, bei der von dem Antragsgegner beworbenen professionellen Zahnreinigung handele es sich um eine nach den Bestimmungen der GOZ abzurechnende Leistung. Mit dem Angebot von 99 Cent unterschreite der Zahnarzt den Gebührenmindestsatz der GOZ, welcher sich nach der Gebührenziffer Nr. 405 auf 0,61 € je Zahn belaufe. Die in der GOZ enthaltene Mindestsatzregelung für zahnärztliche Leistungen stelle eine Marktverhaltensregelung im Sinne des § 4 Nr. 11 UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) dar, die darauf



abziele, einen Preiswettbewerb um Patienten im Interesse eines funktionierenden Gesundheitswesens zu verhindern und gleiche rechtliche Voraussetzungen für die auf diesem Gebiet tätigen Wettbewerber zu schaffen.

Nach Ansicht des Gerichts zielte die Werbeaktion des Zahnarztes darauf ab, Patienten durch Anbieten der professionellen Zahnreinigung zu einem lediglich symbolischen Preis auch nach dem anstehenden Umzug der Praxis weiterhin an sich zu binden. In dem Angebot einer nahezu kostenfreien zahnärztlichen Leistung sah das Landgericht auch unter Berücksichtigung der zeitlichen und gegenständlichen Begrenzung eine unzulässige Unterschreitung der gesetzlichen Mindestgebühren, weshalb das Verhalten des Zahnarztes unlauter im Sinne des § 3 UWG sei. Dabei ließ das Gericht offen, ob ein Unterschreiten des Mindestgebührensatzes in verfassungskonformer Auslegung des § 2 GOZ überhaupt möglich ist (so das Kammergericht Berlin in einem besonders gelagerten Fall; Beschluss vom 31.08.2007-5 W 253/07), da die Voraussetzungen im konkreten Fall nicht vorlägen. Die Entscheidung ist inzwischen rechtskräftig.

Das Gericht musste aufgrund des Verstoßes gegen das UWG nicht mehr prüfen, ob das Verhalten des Zahnarztes auch berufsrechtlich unzulässig war. Die Berufsordnungen der Landeszahnärztekammern sowie die Heilberufe-Kammergesetze enthalten jedoch ebenfalls Regelungen, die das Erbringen zahnmedizinischer Leistungen zu Dumpingpreisen grundsätzlich verbieten. So hat der Zahnarzt beispielsweise gemäß § 8 Abs. 1 der Berufsordnung für Zahnärzte der Landeszahnärztekammer Baden-Württemberg gegenüber allen Berufsangehörigen jederzeit kollegiales Verhalten zu zeigen. Als berufsunwürdig gilt gemäß Abs. 2 der Vorschrift insbesondere, einen Kollegen aus seiner Behandlungstätigkeit oder als Mitbewerber um eine berufliche Tätigkeit durch unlautere Handlungen zu verdrängen. Darüber hinaus muss die Honorarforderung des Zahnarztes nach § 15 der genannten Berufsordnung angemessen sein. Gemäß § 29 des Heilberufe-Kammergesetzes Baden-Württemberg sind die Kammermitglieder verpflichtet, ihren Beruf gewissenhaft auszuüben und dem ihnen in Zusammenhang mit dem Beruf entgegengebrachten Vertrauen zu entsprechen. Als berufsunwürdig werden gemäß § 55 Abs. 2 solche Handlungen angesehen, die gegen die Pflichten verstoßen, die einem Mitglied der einzelnen Kammer zur Wahrung des Ansehens seines Berufs obliegen. Aufgrund der genannten Regelungen, die im Berufsrecht anderer Bundesländer ebenfalls niedergelegt wurden, werden bei vergleichbaren Sachverhalten durchaus auch berufsrechtliche Ermittlungsverfahren eingeleitet.

Fazit

Es ist wenig nachvollziehbar, dass zeitgleich zu den Bemühungen um eine neue Gebührenordnung, welche zahnärztliche Leistungen wieder angemessen honorieren soll, mit Dumpingpreisen geworben wird. Deutlich sinnvoller dürfte es sein, mit Qualität und gutem Service seine Position auf dem Markt zu stärken. Allgemein gilt, dass Werbemaßnahmen im Vorfeld auf deren rechtliche Zulässigkeit geprüft werden sollten, um sich Ärger mit den Kollegen und den Zahnärztekammern zu ersparen. _

Kontakt

cosmetic
dentistry

Dr. Michael Knab

Rechtsanwalt
Kanzlei RATAJCZAK & PARTNER
Berlin · Essen · Freiburg im Breisgau · Köln · Meißen · München · Sindelfingen
Posener Str. 1
71065 Sindelfingen
E-Mail: pannke@rpmed.de
www.rpmed.de

„Wir entschlossen uns, speziell für unsere Praxis eine individualisierte Ausgabe dieses Ratgebers zu entwickeln.“



„Neben der reinen Aufklärungsunterlage erhält der Patient somit ein Praxisbuch, welches die hochwertigste Visitenkarte der Praxis nach außen darstellt.“

(Prof. Dr. Martin Jürgens, Düsseldorf)

MODERNE ZAHNMEDIZIN. SCHÖNE ZÄHNE.

IHR BUCH FÜR IHRE PATIENTEN

Informieren Sie Ihre Patienten mit diesem Ratgeber ästhetisch anspruchsvoll über das Leistungsspektrum Ihrer Zahnarztpraxis.

Nutzen Sie die Vorteile für Ihre Praxis und überzeugen Sie sich jetzt von den Qualitäten dieser Publikation.

Weitere Informationen unter:
www.nexilis-verlag.com
030.39 20 24 50

nexilis
verlag. berlin