

Unterlassungsklage für irreführende Werbung

| Karin Gräfin von Strachwitz-Helmstatt

Um in der Dentalbranche konkurrenzfähig zu bleiben, bedienen sich Dentallabore immer mehr aufsehenerregender Werbung, die für den Verbraucher mit ihren Versprechen auf den ersten Blick kostengünstig erscheinen. Bei Inanspruchnahme der angepriesenen Leistungen stellt sich jedoch schnell heraus, dass von diesen Vergünstigungen nicht Gebrauch gemacht wird.

In einem Fall des Landgerichts Düsseldorf warb ein Dentallabor mit den Aussagen: „Zahnersatz garantiert 40 Prozent günstiger“, „Bei außervertraglichen Leistungen sparen Sie garantiert 40 Prozent gegenüber regulären Angeboten“ und „Wenn Sie eine hochwertige Versorgung mit garantiert 40 Prozent reduzierten Zahnersatzkosten erhalten möchten [...] wenden Sie sich an J...“. Hinzu kam auch der Slogan „Zahnersatz ohne Zuzahlung“, der mit einem sogenannten Hinweissternchen versehen war. Darunter stand geschrieben: „Bei Regelleistungen der GKV inklusive 30 Prozent Bonus.“

Die klagende Partei sah in diesen Werbeaussagen eine unrechtmäßige Irreführung des Verbrauchers. Das Landgericht gab der klagenden Partei Recht. Insbesondere ist eine Irreführungsgefahr mit einem Hinweis durch ein Sternchen weiterhin gegeben. Das werbende Dentallabor wurde daher zur Unterlassung verurteilt. Bei Missachtung wurde eine Strafe von bis zu 250.000 Euro angedroht.

Begründung des Gerichts

Die Richter begründeten ihre Entscheidung damit, dass die beanstandeten Verhaltensweisen als irreführende Angaben über die Art der Preisberechnung anzusehen seien. Denn Werbeanpreisungen, wie „Zahnersatz garantiert 40 Prozent günstiger“, gäben dem Verbraucher den Eindruck, dass die Inanspruchnahme der Dienste des Dentallabors immer zu einem garantierten Kostenvorteil von 40 Prozent führe. Eine Bezugsgröße, nach der sich die 40 Prozent richten, würde in der Werbung nicht genannt. Außerdem ist nicht erkennbar, was unter „regulären“ Angeboten zu verstehen sei. Eventuell bestehende Listenpreise und -leistungen seien weder einem durchschnittlichen Verbraucher geläufig, noch bestünden Anhaltspunkte dafür, dass außer diesem Dentallabor alle oder zumindest die mehrheitliche Anzahl zahntechnischer Unternehmen nur nach dieser Liste abrechne.

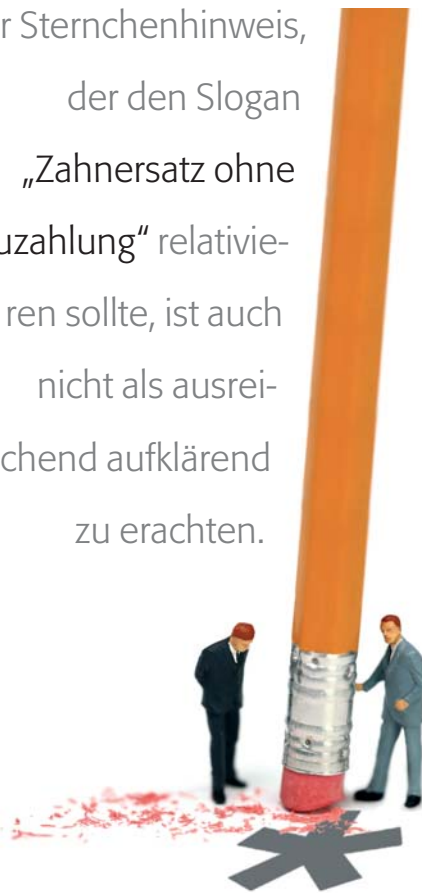
In ähnlicher Weise wurde auch die Unzulässigkeit der Aussage „Zahnersatz ohne Zuzahlung“, die mit einem Hin-

weissternchen versehen war, begründet. Denn der betonte Hinweis auf die Möglichkeit der Zuzahlungsfreiheit stelle eine absolute Ausnahme dar. Nur Verbraucher, die gesetzlich versichert seien, könnten unter bestimmten Voraussetzung – regelmäßige Vorsorge und Führung eines Nachweisheftes – in Bezug auf Regelversorgungsleistungen von Zuzahlungen befreit werden. Ein durchschnittlich informierter Verbraucher kenne die Unterschiede der Regelversorgung, einer gleichartigen oder andersartigen Versorgung nicht. Die Individualität der Patientenverhältnisse ermögliche zudem den Verbrauchern nicht zu erkennen, welche Leistungsmerkmale jeweils erfüllt sind. Des Weiteren sei die Wahrscheinlichkeit für den Verbraucher, einen Zahnarzt ohne Zuzahlung zu finden, äußerst niedrig. Über diese Tatsache klärt der Hinweis mit dem Sternchen nicht auf. Denn dieser sei einerseits unverständlich für den durchschnittlichen Verbraucher formuliert. Diesem sei weder geläufig, was unter Regelleistungen der GKV zu verstehen sei, noch weise der

ANZEIGE

<p>ULTRADENT Dental-Medizinische Geräte GmbH & Co. KG D-85649 Brunenthal - Eugen-Sänger-Ring 10 Tel. 089-420992-70 - Fax 089-420992-50 www.ultradent.de - info@ultradent.de</p>	<p>Die Dental-Manufaktur Premium-Behandlungseinheiten aus Deutschland</p> <p>Fordern Sie Informationen an: www.ultradent.de</p>
--	--

Der Sternchenhinweis,
der den Slogan
„Zahnersatz ohne
Zuzahlung“ relativie-
ren sollte, ist auch
nicht als ausrei-
chend aufklärend
zu erachten.



freiheit“ der Eindruck entstand, man könne den Zahnersatz bedingungslos zahlungsfrei erhalten.

Der Sternchenhinweis, der den Slogan „Zahnersatz ohne Zuzahlung“ relativieren sollte, ist auch nicht als ausreichend aufklärend zu erachten. Neben der irreführenden Werbung liegt auch ein Verstoß gegen Nr. 21 des Anhangs zu § 3 UWG vor. Denn dieser Vorschrift nach ist es strikt verboten, ein Produkt als „gratis“, „umsonst“, „kostenfrei“ oder dergleichen zu bezeichnen, wenn gleichwohl Kosten entstehen können. Unter Berücksichtigung des eindeutigen Wortlauts dieser Regelung dürfte diese Werbeuntersagung auch absolut gelten, sodass auch aus diesem Grund ein Hinweis durch ein Sternchen, der über zusätzliche Kosten informiert, die Wettbewerbswidrigkeit der Werbung nicht beiseiteschaffen kann.

Bonushinweis auf die vom Versicherten zu erfüllenden Voraussetzungen in erkennbarer Weise hin. Andererseits kehre der Hinweis die umstrittene Werbeaussage, wie oben schon beschrieben, nahezu in das Gegenteil um, so die Richter.

Blickfangwerbung verstößt gegen Irreführungsverbot

Das Urteil des Landgerichts Düsseldorf ist folgerichtig. Denn es handelt sich hier um eine sogenannte Blickfangwerbung, die gegen das Irreführungsverbot verstößt. Von einem Verstoß gegen das Irreführungsverbot spricht man, wenn eine Angabe geeignet ist, den Umworbeneben zu beeinflussen. Hierbei ist immer die Auffassung der Verkehrskreise maßgeblich, an die sich die Werbung wendet, sodass auch eine objektiv korrekte Werbung subjektiv, das heißt in ihrer Wirkung auf den Verbraucher, geeignet sein kann, irrige Vorstellungen hervorzurufen. Das Gericht hat zutreffend eine Irreführung erkannt, indem durch die vermeintliche „Zuzahlungs-

ZWP online

Weitere Artikel der Autorin finden Sie unter www.zwp-online.info unter der Rubrik „Wirtschaft und Recht“.

kontakt.



Karin Gräfin von Strachwitz-Helmstatt

Fachanwältin für Medizinrecht
EHLERS, EHLERS & PARTNER
RECHTSANWALTSSOCIETÄT
Widenmayerstr. 29
80538 München
Tel.: 0 89/21 09 69 34
Fax: 0 89/21 09 69 99
E-Mail: k.strachwitz@eep-law.de

Das Original

nur aus Bad Nauheim



K.S.I.

20 Jahre Langzeiterfolg

K.S.I. Bauer-Schraube

Eleonorenring 14 · 61231 Bad Nauheim
Tel. 0 60 32 / 3 19 12 · Fax 0 60 32 / 4 5 0 7