

Zahnersatzkarte: Vorerst keine Zähne zum Schnäppchenpreis

Gericht stoppt Werbung für Billigzähne von Tchibo

Autorin_RA Ines Martenstein, LL.M.



„Schöne Zähne – strahlendes Lächeln! Hochwertiger Zahnersatz zu günstigen Preisen“: Mit diesem Werbeslogan warb Tchibo im Sommer 2013 für eine „ZahnersatzCard“, erhältlich für nur 24 Euro für 24 Monate und einlösbar beim Zahnarzt der Wahl. In Kooperation mit dem Vertragslabor „Novadent Dentaltechnik“, das den Zahnersatz auf den Philippinen herstellt, versprach der Kaffeeröster seinen Kunden große Preisvorteile. 120 Euro statt 310 für eine Krone, 83 Euro statt 167 für ein Inlay – wem das zu teuer war, bekam eine zinsfreie Finanzierung des Zahnersatzes über eine Laufzeit von 12 Monaten. Den Verantwortlichen des Konzerns sollte das eigene Lächeln schnell vergehen. In einem Eilverfahren hat das Landgericht (LG) Düsseldorf zunächst mit Beschluss vom 23.07.2013 – 38 O 113/13 – die Werbung des Kaffeerösters für preiswerten

Zahnersatz für teilweise rechtswidrig erklärt und entschieden, dass das Produkt in der bisherigen Form nicht mehr beworben werden darf. Mit Endurteil vom 11.10.2013 hat das LG Düsseldorf die ergangene einstweilige Verfügung sodann bestätigt. Ein Mitbewerber des Tchibo-Partnerlabors Novadent GmbH, die Mühlheimer Audentic AG, hatte die Werbung für wettbewerbswidrig gehalten, weil sie selbst im Jahr 2011 deutlich niedrigere Preise für ihre Leistungen angeboten hatte. Bereits zuvor hatte es heftige Kritik von Zahnärzten an den Billigzähnen gegeben. Auch Verbraucherschützer rieten Kunden zu Vorsicht bei dem Produkt. Das Gericht folgte im Wesentlichen der Argumentation des Mitbewerbers und sah Hinweise auf wettbewerbswidriges Verhalten. Unzulässig sei dabei nicht, dass Tchibo überhaupt eine „ZahnersatzCard“



Bilder: © koyab79, © S. Photo

anbiete. Jedoch seien die Werbeaussagen irreführend, mit denen die Bonuskarte beworben werde. Insbesondere sei irreführend, diese Karte bringe erhebliche Preisvorteile beim Eigenanteil des Zahnersatzes, der bis zu 50 Prozent unter dem regulären Angebot liege. Dadurch werde der Eindruck vermittelt, der Kunde könne einen Preisvorteil gegenüber dem sonst für die gleiche Leistung zu erbringenden Entgelt erreichen. Nicht darauf hingewiesen werde, dass sich die ausgelobte Ersparnis nur auf den Standardpreis von Novadent beziehe. Ob eine „erhebliche Senkung“ der Kosten – relevant seien für den Patienten nur die Gesamtkosten – eintritt, hänge nicht nur von den Laborkosten, sondern in erster Linie von den Vergütungen ab, die für die zahnärztlichen Leistungen zu erbringen seien. Daneben sei auch die Behauptung irreführend, dass der Inhaber der Karte

von der Qualität eines erfahrenen deutschen Dental-labors profitieren würde. Es sei unstrittig, dass der wesentliche Teil der Arbeit gerade nicht in Deutschland verrichtet werde, sondern in einem Labor in Manila. Die Angabe sei einzig aus dem Grund verwendet worden, weil der Verbraucher einer aus Deutschland stammenden Handwerkerleistung einen höheren Stellenwert gegenüber einer solchen zumesse, die in Manila erbracht werde. Eine Täuschung sah das Gericht auch darin, dass Tchibo mit freier Zahnarztwahl werbe, dem Patienten jedoch eine gänzlich freie Entscheidungsmöglichkeit tatsächlich nicht eröffnet werde.

Wenngleich dem Patienten die freie Zahnarztwahl gebührt, so ist es Aufgabe des für ihn zuständigen Zahnarztes, das geeignete Zahnlabor auszusuchen. Novadent-Vertragspartner gibt es hierzulande nur etwa 1.000 von 54.000 niedergelassenen Zahnärzten. Daher bringt es dem Kunden nichts, wenn er die beworbene Karte kauft, der Zahnarzt selbst die Zusammenarbeit mit Novadent ablehnt. Die meisten Zahnärzte in Deutschland bestellen ihren Zahnersatz bei Zahntechnikern in ihrer direkten Umgebung, andere produzieren die Kunstzähne direkt im eigenen Labor. Aber auch die Zusammenarbeit vieler deutscher Praxen mit Laboren aus dem Ausland ist nichts Neues und mittlerweile weitverbreitet. Nach einer Studie des Instituts der Deutschen Zahnärzte (IDZ) stammen etwa zehn Prozent der künstlichen Zähne in deutschen Mündern nicht aus hiesigen Laboren. Dennoch schätzen die meisten Zahnärzte die vertrauensvolle Kooperation mit einem wohnortnahen Labor höher ein.

Aus diesen Gründen ist ein solches System bezahlter Gutscheinkaktionen für Medizinprodukte unverantwortlich. Der Zahnarzt ist aufgrund seiner Sorgfaltspflichten rechtlich strikt daran gehalten, die Entscheidung, von welchem Dentallabor er den Zahnersatz herstellen lässt, völlig unbeeinflusst und nach bestem Wissen selbst zu treffen. Jeglicher Wettbewerbsdruck, der aufgrund solcher Aktionen auf die Zahnärzte ausgeübt wird, ist rechtlich bedenklich. Unabhängig davon läuft das zumeist über Jahrzehnte gewachsene Vertrauensverhältnis zwischen Zahnarzt und Patient durch die Einmischung derartiger Schnäppchen-Aktionen Gefahr, nachhaltig gestört zu werden, wenn sich der Patient seinen Zahnarzt kurzfristig danach aussucht, mit welchem Dentallabor dieser zusammenarbeitet. Das von Tchibo und Novadent initiierte Gutscheinsystem setzt in der medizinischen Versorgung völlig falsche Anreize. Am Ende trägt der Zahnarzt die Verantwortung. Den womöglich nicht passenden Zahnersatz trägt der Patient im Mund. Wenn nun das Gericht die Gutscheinkaktion der „ZahnersatzCard“ an sich für nicht unzulässig erklärt hat, so bleibt dennoch zu hoffen, dass sich der Kaffeeröster wieder auf seine Kernkompetenz besinnt. _

_Kontakt **cosmetic** dentistry

Ines Martenstein, LL.M.

Rechtsanwältin
Kanzlei RATAJCZAK &
PARTNER Rechtsanwälte
Berlin · Essen · Freiburg im
Breisgau · Jena · Meißen ·
München · Sindelfingen
Posener Straße 1
71065 Sindelfingen
Tel.: 07031 9505-18
(Frau Sybill Ratajczak)
Fax: 07031 9505-99
martenstein@rpped.de
www.rpped.de

Infos zum Autor

