

Wie weit darf Medizin eigentlich abdriften

Prof. Dr. Gerhard Polzar (KKU), Büdingen

Oder verkommt unser Beruf nun endgültig zu einem Beautymarkt.

Angesichts der immer hemmungsloser grassierenden Neugründungen von Alignerfirmen, die mit vollmundigen Versprechungen zu Super-Sonderpreisen das fast Unmögliche versprechen: „gerade Zähne in nur 30 Tagen“ oder ähnliches, hatte eine Kollegin im Frankfurter Raum darauf reagiert.

Not macht erfinderisch:

Sie gründete eine eigene Marke, welche - um in dem Wettbewerb bestehen zu können - gleichwohl ähnliche Aussagen formulierte. Aufgefallen ist dies dem Verfasser, weil diese Kollegin sogar die Namen der Mitbewerber in Google-Adwords-Anzeigen schaltete und somit auf ihr eigenes „Produkt“ aufmerksam machte. Damit ist es ihr gelungen, neue Patienten, die eigentlich nach Informationen über die Mitbewerber abfragen wollten, auf sich selbst zu locken.

In der Folge dieser sehr exzentrischen Werbestrategie schaltete ich zunächst die Landes Zahnärztekammer als Körperschaft des öffentlichen Rechtes ein, um hier vermittelnd tätig zu werden und diesen unkollegialen Missstand zu beseitigen.

Somnolent der Institutionen

Die LZKH verhielt sich jedoch nur abweisend, bzw. reagierte erst gar nicht auf meine Abmahnung. Trotz Vorlage der Ausdrucke welche die aggressiven Werbestrategien der Kollegin offenbarten, unternahm die Kammer nichts, um den kollegialen Frieden wiederherzustellen.

Bis dato - nach über 18 Monaten - gab die Kammer noch nicht einmal eine Antwort auf meine Aufforderung zur Streitschlichtung. Das Gegenteil war der Fall. Durch unsachgemäße Aufführung meines Namens, regte die Kammer an, dass die Kollegin mich vor einem Zivilgericht zu verklagen versuchte. Diese Klage wurde jedoch mangels erforderlicher Grundlagen eingestellt, d.h., ich trage meinen ausländischen Professorentitel zu recht und auch in der korrekten Form.

Nach diesem erfolglosen Bemühen übergab ich die Angelegenheit meinem Rechtsanwalt. Dieser sorgte dafür, dass die Kollegin meinen Namen nicht mehr mit ihren Werbemaßnahmen in Verbindung bringen darf (beispielsweise: „Polzar,... für 39,90 mache ich Sie glücklich“). Solche Aussagen könnten ja auch bei Internetbenutzern ganz andersverstanden werden! ☺

Perfektion in Kürze

Im Zuge dieser Gerichtsbarkeit wurden dann auch ihre auffälligen Werbeaussagen Gegenstand der juristischen Überprüfung. So gab sie an, dass sie eine eigene „Methode“ entwickelt hätte, mit der sie in kürzester Zeit Zähne bewegen könne und dann auch „Perfekte Zähne“ garantiere. Die „eigenen Methode“ entpuppte sich jedoch als eine Light-Version der Firma ALG, welche auf 14 Schienen pro Kiefer beschränkt ist. Demgemäß hatte sie den Verbraucher über die Originalität ihrer Behandlungsbehelfe getäuscht. Ebenso ist ein Werbeversprechen mit Erfolgsaussicht nicht mit dem ärztlichen Ethos vereinbar. Wir können unsere Bemühungen in der Therapie garantieren, jedoch nicht einen Heilerfolg!

Es zeichnet sich ab, dass der Alignermarkt hart umkämpft ist. Leider haben es die Landes Zahnärztekammern als Berufsverbände hier versäumt, mit Abmahnungen und Musterklagen für Klarheit zu sorgen. So ist zu erwarten, dass derartige „Start-Up's“ auch in anderen zahnmedizinischen Bereichen abdriften werden und dann womöglich Veneers und Prothesen im Super-Schnellverfahren online anbieten werden. Dieser Gefahr ist sich die zahnärztliche Standesvertretung wohl noch nicht bewusst.

Dumping KFO

Da diese Unternehmen vorgeben, keine Heilbehandlung zu betreiben, unterliegen sie angeblich nicht der Kammeraufsicht, so zumindest die Aussage einiger Kammern, als Begründung ihrer Untätigkeit. Allerdings wäre dann die Überlegung angebracht, ob bei solch nur als „Kosmetik“ definierten Eingriffen nicht die so ungeliebte Umsatzsteuer fiskalisch zu erheben wäre. Auch entfielen mit dieser Betrachtungsweise dann das Gebot, sich an der GOZ halten zu müssen.

Es werden Dumpingpreise angeboten. Der kieferorthopädische Mindeststandard wird unterlaufen und die Werbetrommeln pauken gewinnorientiert immer weiter: So z.B. eine Anzeige der Firma Smiledirectclub: „Zähne effektiv korrigieren - Ergebnisse schon in 30 Tagen“. Interessant bei dieser Werbeaktion ist der Anschein der fachlichen Kompetenz. Es wird mit einer Kollegin geworben, die Referentin und Dozentin an der Charité in Berlin gewesen sei und es wird angegeben, dass sie eine promovierte, auf medizinisch-indizierte Kieferorthopädie spezialisierte Zahnärztin sei. Interessant!

Zukunft KFO-Kammer?!

Die Verwirrungen sind kaum zu überbieten. Diese Spezialisierung gibt es in Deutschland nicht. Neben dem Allgemeinzahnarzt, der im Prinzip auch alle Tätigkeiten des Fachzahnarztes verrichten darf, gibt es besagtes, scheinbares Superlativ nicht. Hier wären die Kammern wieder gefragt, unseren Berufsstand sauber zu halten. Diese kassieren allerdings nur allzu gerne unsere Mitgliedsbeiträge, haben jedoch kein Interesse, sich auch nur irgendwie für die Kieferorthopäden einzusetzen. Will die Kieferorthopädie in Zukunft noch bestehen bleiben, so ist die Überlegung - sich von der Zahnärzteschaft abzuspalten - sicherlich ein notwendiger Schritt. Wir brauchen unsere eigene Berufsvertretung mit eigener Kammer, wollen wir nicht in der Vernachlässigung der zahnärztlichen Organe untergehen.

Politik reagiert:

Ist auf unsere Politiker mehr Verlass als auf unsere Standsvertretung? Immerhin hat der Deutsche Bundestag nun ein Referendum erlassen, wonach am 21.3.2021 Regelungen beschlossen werden sollen, die derartigen Start-Up-Unternehmen einen Riegel vorschieben sollen. Selbst die Bundesregierung hat erkannt, dass jegliche Zahnbewegung eine medizinische Maßnahme ist, die nur von hierfür ausgebildeten und autorisierten Ärzten erfolgen darf, bei dem auch ein medizinischer Mindeststandard an Diagnostik und Therapie eingehalten werden muss. Schließlich ist jedwede aktive Zahnbewegung im juristischen Sinne eine Körperverletzung. Somit muss jede Bewegung von Zähnen eine ebenso fundierte medizinische Indikation aufweisen.

Nun zurück zur besagten Kollegin. Diese warb sicherlich aus Verzweiflung wegen der so großen Konkurrenz, der aus dem Boden sprießenden Start-Up-Unternehmen mit zu heftiger Manier und vergaß dabei den Anstand und Respekt gegenüber den mitbewerbenden Kollegen. Lesen Sie im nachfolgend Auszüge aus einem Gerichtsbeschlusses, welcher als Abschrift bei uns erhältlich ist. Weiterhin die Kommentierungen meines Rechtsanwaltes für Medizinrecht, Herrn Dr. Severin Riemenschneider, hierzu sowie zur „Entwicklung einer eigenen Methode“.

Verstoß gegen Heilmittelwerbegesetz

Kieferorthopädin darf nicht mehr mit „perfekten Zähnen“ werben

Eine Kieferorthopädin hatte auf ihrer Webseite damit geworben, dass sie im Ergebnis "perfekte Zähne" versprechen können. Dieses Ergebnis wollte sie mit einem bestimmten dort beworbenen Aligner-System erreichen. Das darf sie nunmehr auf ihrer Homepage nicht mehr behaupten. Das Oberlandesgericht (OLG) in Frankfurt urteilte, dass sie damit gegen das Heilmittelwerbegesetz verstoße.

Unterlassungsklage für eine Werbeanzeige

"Eine kostengünstige individuelle Zahnspange für Leute, die wenig Zeit haben und trotzdem perfekte Zähne haben möchten" lautete die Werbung auf der entsprechenden Website der Kieferorthopädin. Damit war eine konkurrierende Praxis nicht einverstanden und klagte auf Unterlassung. Diesem Ansinnen folgte das OLG und gab der Klägerin recht.

Folgendes hatte die Beklagte auf ihrer Webseite behauptet:

1. Das Alignersystem X ist eine kostengünstige individuelle Zahnspange für Leute, die wenig Zeit haben und trotzdem perfekte Zähne haben möchten.
2. Sie sehen sofort beim 1. Termin, welche Ergebnisse Sie innerhalb von sechs Monaten erreichen können.“ „[...]“

3. Man erhält 14 Schienen für jeden Kiefer, die man jeweils zwei Wochen trägt, jede Schiene ist anders und verändert Ihre Zähne Schritt für Schritt [...]
4. Und bald werden Sie auf Fotos deutlich schöner lächeln.“

Das geht zu weit, sagt das OLG

Das OLG Frankfurt gab in einem Schnellverfahren der Klägerin in der zweiten Instanz recht. Demnach stellte es fest, dass die Kieferorthopädin nicht mehr mit „perfekten Zähnen“ werben darf. Es sei gemäß Heilmittelwerbegesetz HWG (§ 3 S. 2 Nr. 2 a) unzulässig, durch Werbeaussagen den Eindruck zu vermitteln, dass ein bestimmter Erfolg „sicher“ eintrete. Damit würde die Kieferorthopädin implizieren, dass es aufgrund der unterschiedlichen individuellen Voraussetzungen bei den einzelnen Patienten nicht zu einem Therapieversagen kommen könnte. Dieses sei jedoch im Grundsatz immer möglich und ist damit nicht vereinbar mit einer Erfolgsgarantie für die Behandlung.

Genau diesen Behandlungserfolg habe aber die Kieferorthopädin mit der Werbeaussage versprochen. Die Formulierung "perfekte Zähne" ist kein reines subjektives Werturteil meinte das OLG.

„Zwar mag die Perfektion von Zähnen nicht vollständig objektivierbar sein“, ließ das OLG durchblicken. Es sei aber offensichtlich, dass es um die Korrektur von Zahnfehlstellungen geht, das sei auch einem durchschnittlichen Werbeadressaten klar, wenn er die Homepage einer kieferorthopädischen Praxis besuche.

Man darf zwar davon ausgehen, dass ein objektiver Betrachter den Unterschied von geraden und schiefen Zähnen erkennen kann, insbesondere dann, wenn er fotografisch dargestellt werden kann. Aber genau damit würde auch ein Erfolgsversprechen impliziert

Bei der Werbung darf nicht übertrieben werden.

Natürlich weiß ein Verbraucher, dass in der Werbung häufig Übertreibungen zu reklametechnischen Vermittlung von Informationen vorkommen. Weiterhin darf unterstellt werden, dass der Verbraucher Superlative in

der Werbung nicht unmittelbar als Tatsachenbehauptung wahrnehmen wird. Allerdings kommt Ärzten als eine besondere Vertrauensperson eine besondere Verantwortung zu. Dies unterscheidet Ärzte aufgrund ihres Heilauftrages von anderen werbetreibenden Unternehmen. Bei Ärzten wird erwartet, dass sie eine Heilung herbeiführen können und bringen den Ärzten daher ein besonderes Vertrauen als "Vorschuss" entgegen. Insoweit wird ein Patient den behaupteten Behandlungserfolg durchaus ernst nehmen und eine Objektivität und sehr vorsichtigem Umgang mit Werbeaussagen voraussetzen.

Die im Eilverfahren ergangene Entscheidung ist nicht anfechtbar. Das genaue Urteil:

OLG Frankfurt | Az.: 6 U 219/19 | Urteil vom 27.02.2020



Abb. Autor: Prof. Dr. Gerhard Polzar
KKU, Bidingen; Studium der ZHK in Gießen, 1990-93 Weiterbildung KFO u.a. AfZ in Karlsruhe, 1994 Niederlassung in eigener KFO-Praxis in Bidingen; 2006 Gastprofessur in Sevilla und Khon-Kaen (Thailand), 2008 Ernennung zum Prof. in Orthodontics; seit 2008 vis. assoc. Prof. an der Mahidol-University Bangkok (Thailand).