

Verbotene Werbung für Scanner

In einem Urteil ist die Werbung eines Dentalunternehmens für einen erheblich vergünstigten Scanner (3shape D-700) verbunden mit der Verpflichtung zur Abnahme einer Mindestmenge an Einheiten für Zahnersatz verboten worden.

(OLG Köln, Urteil vom 23.02.2011 AZ: I-6 W 2/11, 6 W 2/11).

In der streitgegenständlichen Werbung wurde der Scanner verbunden mit der angesprochenen Abnahmeverpflichtung für 5.000,- Euro angeboten, an anderer Stelle ohne Abnahmeverpflichtung für 17.900,- Euro.

Das Gericht sah hierin einen Verstoß gegen die Marktverhaltensregel des § 7 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 HWG und bejahte daher einen Unterlassungsanspruch gem. §§ 8, 3, 4 Nr. 11 UWG.

Die Werbung sei auf die Absatzförderung von Brücken- und Kronengerüsten, also Medizinprodukten, gerichtet und unterfalle daher dem Anwendungsbereich des § 7 HWG.

Das Angebot des Scanners zu einem Preis von 5.000,- Euro statt 17.900,- Euro sei auch eine Zuwendung im Sinne des § 7 Abs. 1 Satz 1 HWG. Eine völlige Unentgeltlichkeit sei hierfür nicht erforderlich. Ausreichend sei, dass die Werbegabe nur scheinbar entgeltlich gewährt werde oder ein im Verhältnis zum marktgerechten Preis sehr geringfügiges Entgelt verlangt werde. Ein solches Scheinentgelt liege vor, wenn ein Artikel zum Einstandspreis oder sogar darunter verkauft werde. Aufgrund des für den Scanner verlangten Preises in Höhe von etwa 28% des sonst angesetzten Preises spreche der erste Anschein dafür, dass der Preis von 5.000,- Euro unter dem Einkaufspreis liegt, da eine Gewinnmarge von über 350% äußerst unwahrscheinlich sei.

Auch im Hinblick auf die angesprochenen Werbeadressaten (Zahnärzte, Zahntechniker) stelle ein Preisnachlaß dieser Größenordnung ein Geschenk dar, das nur mit der langfristigen Abnahmeverpflichtung der Produkte gewährt wird.

Diese Zuwendung sei auch gemäß § 7 Abs. 1 Satz 1 Nr. 2 HWG unerlaubt, da hierfür Voraussetzung sei, dass der für die beworbene Ware verlangte Preis reduziert wird, indem ein prozentualer oder betragsmäßig bestimmter Abschlag unmittelbar auf den für das Medizinprodukt verlangten Preis gewährt oder die Menge der für den unveränderten Preis zu liefernden Ware erhöht wird. Hier werde aber dem Käufer ein Rabatt nur auf eine andere Ware gewährt. Dies könne dazu führen, dass die Kaufentscheidung nicht wegen der Preiswürdigkeit der beworbenen Medizinprodukte falle, deren Kosten der Arzt oder Zahntechniker auf die Patienten abwälzen könne, sondern wegen der Möglichkeit, den Scanner vergünstigt zu erwerben.

Die Werbung berge also die Gefahr, dass bei der Kaufentscheidung die Interessen der Patienten nicht gewahrt werden, sondern sachfremde Erwägungen ausschlaggebend sind, d.h. der Kunde die Produkte nicht wegen deren Qualität oder Preiswürdigkeit erwirbt, sondern um den Rabatt für den Scanner zu erhalten. Dies stelle eine unsachgemäße Beeinflussung dar.



Dr. Karl-Heinz Schnieder
Rechtsanwalt
Fachanwalt für Sozialrecht
Fachanwalt für Medizinrecht

- Seit 1994 als Rechtsanwalt zugelassen
- 1998 Promotion
- Fachanwalt für Sozialrecht
- Fachanwalt für Medizinrecht
- Lehrbeauftragter der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster

- Langjährige Referententätigkeit; zahlreiche Publikationen; Mitglied der Arbeitsgemeinschaft Medizinrecht im Deutschen Anwaltsverein; Mitglied der Deutschen Gesellschaft für Kassenarztrecht e.V., Mitglied der Deutschen Gesellschaft für Recht und Politik im Gesundheitswesen
- Mitherausgeber und Autor der Bücher *Arztzrecht*, *Zahnarztrecht*, *Tierarztrecht*
- Mitglied im Deutschen Netzwerk Neue Versorgungsformen der Apotheker- und Ärztebank Düsseldorf
- Initiator und Gründer der Gesundheitsregion-Stadt e.V., medizinische Netzwerke in Deutschland

Kontakt:

www.kwm-rechtsanwaelte.de