

Werbung mit Rabatten, Festpreisen und Pauschalen

Die Zulässigkeit der Preiswerbung von Ärzten unterliegt nach wie vor engen Grenzen. Dies sichert dem Arzt ein Mindesteinkommen, schützt ihn vor ruinösem Preiswettbewerb, sichert also letztlich die Qualität der ärztlichen Leistung und dient damit dem Verbraucherschutz.

von Katharina Eibl und
Dirk Schulenburg

Grundlage für die ärztliche Honorarforderung ist die Gebührenordnung für Ärzte (GOÄ). Hält sich ein Arzt bei seiner Abrechnung nicht an die Vorgaben der GOÄ, stellt dies meist auch einen Verstoß gegen § 12 der Berufsordnung der nordrheinischen Ärztinnen und Ärzte (BO) dar, der berufsaufsichtsrechtlich geahndet werden kann. Die Gebührenordnung ist zudem eine Marktverhaltensregelung, sodass ein Verstoß auch wettbewerbswidrig ist, also vom Mitbewerber vor den Zivilgerichten angegriffen werden kann.

Festpreiswerbung

Nach § 5 Abs. 2 GOÄ sind die Gebühren des Arztes innerhalb des Gebührenrahmens unter Berücksichtigung der Schwierigkeit und des Zeitaufwands der einzelnen Leistung sowie der Umstände bei der Ausführung nach billigem Ermessen zu bestimmen. Hiergegen verstoßen Ärzte, die ihre Behandlungsleistungen mit Pauschalpreisen abrechnen. Die Werbung mit Pauschalpreisen verstößt damit auch gegen § 3a des Gesetzes zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs (UWG). Dementsprechend wurde die Pauschalpreiswerbung für eine Augenlaserbehandlung (OLG Köln, Urteil vom 14.12.2012, Az.: 6 U 108/12) sowie für eine Anti-Aging-Behandlung (LG Düsseldorf, Urteil vom 30.08.2013, Az.: 38 O 6/12)

von den Gerichten als wettbewerbswidrig beurteilt.

Nicht-indizierte kosmetische Operationen

Die Vorgaben der Gebührenordnung gelten nicht nur für medizinisch indizierte ärztliche Behandlungen (BGH, Urteil vom 23.03.2006 – Az: III ZR 223/05). Gerade im Bereich der Schönheitsoperationen werben Ärzte aber tatsächlich nicht selten mit Pauschalpreisen. Aber auch die Tatsache, dass bei schematisch ablaufenden ärztlichen Behandlungen in der Regel der gleiche Aufwand anfällt, damit also auch die gleiche Vergütung, rechtfertigt keine Festpreisangabe, da eben Ausnahmen vom regelhaften Verlauf immer möglich sind (LG Köln, Urteil vom 21.06.2012 – Az: 41 O 767/11).

Werbung mit Gratisleistungen

Nach § 12 BO muss der Arzt ein angemessenes Honorar verlangen. Daher ist es berufsrechtlich grundsätzlich nicht zulässig, ärztliche Leistungen gratis zu erbringen.

Die Gerichte, die sich mit Gratisaktionen bisher befassen mussten, stützten sich allerdings im Wesentlichen auf die Vorschrift des § 7 Abs. 1 Heilmittelwerbegesetz (HWG), der die Werbung für Heilmittel und Verfahren mit kostenlosen Zuwendungen untersagt.

Das OLG Celle untersagte die Werbung für eine kostenlose Venenmessung. Das Gericht sah darin eine verbotene Zuwendung. Ein solcher kostenloser Venencheck sei ein Mehr an Leistung als eine Auskunft oder ein Ratschlag, der auch gratis erfolgen dürfe (OLG Celle, Hinweisbeschluss vom 03.11.2011, Az: 13 U 167/11).

Ebenso verstößt eine kostenlose fachärztliche Beratung bezüglich Schönheitschirurgischer Maßnahmen gegen § 7 Abs. 1 HWG und ist damit wettbewerbswidrig (OLG München, Urteil vom 08.10.2009, Az: 6 U 1575/08). Der Verbraucher erwarte

von einem solchen Gespräch eine erste Befunderhebung und einen Behandlungsvorschlag. Eine solche Beratung ist Teil einer ärztlichen Behandlung, die üblicherweise nur gegen Entgelt zu haben sei.

Kostenloser Abholservice

Von dem Angebot, Patienten von zu Hause abzuholen und ggf. nach der Operation wieder nach Hause zu bringen, ist ebenfalls abzuraten. Hierzu fällt die Rechtsprechung unterschiedlich aus.

Das Oberlandesgericht Rostock hielt etwa das Angebot einer kostenlosen Taxifahrt von zu Hause zur Klinik und zurück für zulässig (OLG Rostock, Urteil vom 14.03.2012, Az: 2 U 22/10). Es hielt diese Aktion für eine reine Image-Werbung, die nicht unter dem Verbotsbereich des Heilmittelwerbegesetzes falle.

Das Oberlandesgericht Düsseldorf untersagte hingegen die Ankündigung eines Augenarztes, der für seine ambulanten Operationen warb und in diesem Zusammenhang darauf hinwies, dass eine Kooperation mit einer Augenklinik bestehe, zu der ein kostenloser Shuttle-Service eingerichtet sei. Das Gericht vertrat die Auffassung, dass es sich hierbei um „produktbezogene“ Werbung handele, die zudem dem Zuweisungsverbot unterfalle (OLG Düsseldorf, Urteil vom 04.12.2012, Az: I 20 U 46/12, siehe auch OLG Köln, Urteil vom 22.11.2013, Az: 6 U 91/13).

Die grundsätzliche Liberalisierung des ärztlichen Werberechts ändert mithin nichts daran, dass im Bereich der Preiswerbung der Ärzte Vorsicht geboten ist. Nicht nur vor dem Hintergrund des Berufsrechts, sondern auch wegen der Abmahnmöglichkeiten der Wettbewerber im umkämpften Markt der Verlangensleistungen. **RA**

Dr. iur. Dirk Schulenburg, MBA, ist Justiziar der Ärztekammer Nordrhein, Katharina Eibl, Fachanwältin für Medizinrecht, ist Referentin der Rechtsabteilung.