

Laserklinik und Hygienezertifikate in der Werbung

Auch Ärzte müssen bei der Werbung aufpassen, mit welchen Aussagen und Begrifflichkeiten sie werben, wenn sie sich nicht wettbewerbswidrig verhalten wollen. So können Begriffe wie "Laserklinik" und die Werbung mit Hygienezertifikaten problematisch sein, wie eine Entscheidung des Oberlandesgerichts Köln zeigt.

Ein Facharzt für Augenheilkunde warb für seine Leistungen als Augenarzt für seine Praxis mit dem Begriff "Laserklinik", mit einem kostenlosen Erstgespräch mit individueller körperlicher Untersuchung und mit einem Hygienezertifikat von www.deutsches-hygienezertifikat.de.

Ein Wettbewerbsverband hielt dies für unlauter und ging gegen den Mediziner vor.

Entscheidung des Gerichts

Das OLG Köln (Urteil vom 15.01.2015 - Az. 6 U 1186/14) verurteilte den Arzt zur Unterlassung.



ifeelstock - Fotolia.com

#37190154

Die Werbung mit dem Begriff "Laserklinik" für eine Augenarztpraxis sei unlauter, wenn der Arzt weder über eine Konzession zum Betrieb einer Privatkrankenanstalt verfüge noch eine stationäre Betreuung von Patienten anbiete. "Laserklinik" bzw. "Klinik" werde vom Verkehr als Synonym zu "Krankenhaus" verstanden. Dementsprechend gehe der angesprochene Verkehr von einer Einrichtung aus, die unmittelbare stationäre Versorgung und zwar rund um die Uhr und im Notfall anbiete, was im vorliegenden Fall jedoch nicht der Fall sei.

Eine kostenlose Erstberatung im Hinblick auf eine Augenlaserbehandlung, die die Messung der Sehstärke, die Stabilität der Hornhaut und die Vorderkammertiefe der Augen beinhalte, stelle eine Werbung für eine Behandlung dar, die sich auf Erkennung und Beseitigung von Krankheiten beziehe. Eine solche Erstberatung dürfe nicht kostenlos erfolgen, da dies ansonsten eine unzulässige kostenlose Zuwendung sei.



Im Hinblick auf das Hygienezertifikat werde der Verkehr ein Gütesiegel erkennen, dass nicht nur die Einhaltung der gesetzlichen Anforderungen an die Hygiene bestätige, sondern darüber hinausgehe und im Sinne einer „Auszeichnung“ von besonderer Qualität verstanden werde. Die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften im Hinblick auf Hygiene betrachte der Verkehr als selbstverständlich, so dass er bei einem solchen Zertifikat mehr erwarte.

Fazit

Ärzte müssen neben den allgemeinen wettbewerbsrechtlichen Vorschriften auch die besonderen wie die des Heilmittelwerbegesetzes beachten. Hierbei kommt es mitunter auf die bloße Wortwahl an, so dass man hier besonders vorsichtig sein muss.