



Werbung mit eigenen und Kassenleistungen

Werbung dient dazu, den eigenen Betrieb bekannt und potenzielle Kunden auf die angebotenen Produkte sowie Leistungen aufmerksam zu machen. Wenn nun ein Hörgeräteakustiker zu diesem Zweck mit einer Auflistung seines Leistungsangebotes wirbt, ist dabei folgende Besonderheit zu beachten: Gemäß § 33 Abs. 1 S. 4 SGB V umfasst der gesetzliche Anspruch auf Versorgung mit einem Hörgerät auch die notwendige Änderung, Instandhaltung und Ersatzbeschaffung. In der Folge handelt es sich bei den Leistungen, die ein Hörgeräteakustiker erbringt, zu einem großen Teil um solche, die auf dieser gesetzlichen Grundlage oder auf Verträgen beruhen, die mit den Krankenkassen im Hinblick darauf geschlossen wurden. So ist zum Beispiel die Nachbetreuung in den Verträgen mit den Krankenkassen ebenso geregelt wie kleine Reparaturen oder Leihgeräte im Reparaturfall. Trotzdem darf ein Betrieb in seiner Werbung natürlich darauf hinweisen, dass er unter anderem „im Reparaturfall ein Leihgerät zur Verfügung stellt“. Die Grenze zur Unzulässigkeit ist jedoch dann überschritten, wenn diese Leistung als etwas Besonderes, Einzigartiges herausgestellt („Im Reparaturfall erhalten Sie sogar ein Leihgerät! – Nur bei uns!“) oder als Bestandteil entgeltlicher Leistungspakete verkauft wird („Servicepaket für ... Euro, inklusive Leihgerät im Reparaturfall“). Eine solche Werbung kann als unzulässige Werbung mit Selbstverständlichkeiten, irreführender Alleinstellung oder Irreführung über den Preis beanstandet werden (§ 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 1 und Nr. 2 UWG).

Für die Gestaltung der eigenen Werbung bedeutet dies: Leistungen, die vom Hörakustikbetrieb ausgeführt, aber von den Krankenkassen übernommen werden, dürfen in der Werbung benannt, sollten aber nicht besonders hervorgehoben oder als eigene Leistung gegen Entgelt angeboten werden.

*Rechtsanwältin Sabine Siekmann,
Wettbewerbszentrale Büro Hamburg*