

# Mit Schutzbrief für Schönheitsoperationen zu werben, ist irreführend

*Das Oberlandesgericht (OLG) Hamm hat mit Urteil vom 22. Juni 2010 (Az. I – 4 U 28/10 rechtskräftig) entschieden, dass die Werbung für Schönheitsoperationen mit einem Schutzbrief irreführend und damit zu untersagen ist.*

In dem zu entscheidenden Fall warb ein Zusammenschluss von Ärzten, die auf dem Gebiet der ästhetisch-plastischen Medizin tätig sind, für ihre Leistungen mit einem von einer Ärztesgesellschaft geprüften und empfohlenen Schutzbrief. Dieser Schutzbrief enthielt unter anderem als Leistung, dass die Patienten von auf ästhetische Eingriffe spezialisierten, hochqualifizierten Fachärzten für Plastische und Ästhetische Chirurgie beraten und behandelt würden, eine sichere und moderne Anästhesie durchgeführt werde und eine kostenlose Nachsorge nach einer Behandlung in allen Standorten des Zusammenschlusses durchgeführt werde, unabhängig davon, an welchem Standort die Behandlung erfolgte. Nach fruchtloser Abmahnung der Beklagten richtete sich die Klage auf Unterlassung der Werbung mit dem so genannten Schutzbrief. Während die Klage in erster Instanz vom Landgericht Dortmund abgewiesen wurde, bestätigte das OLG Hamm den Unterlassungsanspruch.

## Aus dem Sachverhalt

Die Beklagte bewarb im Jahr 2008 ihre Dienstleistungen mit dem streitgegenständlichen Schutzbrief einer Gesellschaft für Ästhetisch-Plastische Chirurgie, mit der Zusage, dass den Patienten als „Neuheit“ bei Schönheitsoperationen der Schutzbrief mehr Sicherheit gewähren soll. Die mit dem Schutzbrief umschriebenen Leistungen betrafen im Wesentlichen die Beratung und Behandlung durch erfahrene und hochqualifizierte Fachärzte des entsprechenden Fachgebiets, die Zusicherung höchster Qualität bei der Auswahl der verwendeten Materialien und Medikamente sowie das Angebot der kostenlosen Nachsorge an allen 36 Standorten.

Die Klägerin rügte diese Werbepaxis. Sie warf der Beklagten Irreführung potenzieller Patienten und damit unlauteren Wettbewerb vor. Zur Begründung führte die Klägerin an, dem



Verbraucher sei der Begriff „Schutzbrief“ aus der Versicherungsbranche geläufig. Er suggeriere die Möglichkeit der Inanspruchnahme von Leistungen im Schadensfall und werde zudem als eine Art Gütesiegel im Sinne einer Garantieerklärung aufgefasst. Die Beklagte wendete dagegen ein, dass auf ihrer Internetseite klar gestellt werde, was der konkrete Schutzbrief beinhalte. Außerdem werde der Verbraucher sich fragen, was ein Schutzbrief im fraglichen Zusammenhang bedeute, da die Verschiedenheit der Gewährleistungen evident sei.

## Aus den Gründen

Das OLG Hamm kam schlussendlich zu dem Ergebnis, dass der „Schutzbrief“ in seiner konkreten Ausgestaltung als irreführend und damit unlauter nach §§ 3, 5 I Nr. 1 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) anzusehen ist. Nach diesen Vorschriften ist eine Angabe dann irreführend, wenn sie den angesprochenen Verkehrskreisen einen unrichtigen Eindruck vermittelt, wobei es ausreicht, dass die Werbung zur Irreführung und dadurch bedingten Beeinflussung der Zielgruppe geeignet ist. Das OLG Hamm betonte, dass es im Zusammenhang mit Schönheitsoperationen untypisch sei von Schutzbriefen zu sprechen, die dagegen zum Beispiel in der Automobilindustrie oder bei Versicherungen üblich sind. Allgemein werde der Begriff nämlich als Ver-

briefung von Versicherungsleistungen im weitesten Sinn verstanden. Folglich würden auch potenzielle Patienten davon ausgehen, dass ihnen Versicherungsleistungen für den Fall des fehlerhaften Behandlungsverlaufs zustehen. Da dies im Sinne der Beklagten gerade nicht gewünscht ist, ist der Begriff des Schutzbriefes im streitgegenständlichen Zusammenhang mehrdeutig belegt. Die Gesamtdarstellung bestätigt zwar die entstehende Idee eines Versicherungsschutzes nicht, räumt sie aber auch nicht aus. In wettbewerbsrechtlicher Hinsicht ist dabei entscheidend, dass der angepriesene Schutzbrief mehr verspricht, als er letztlich halten kann und will. Dieser Eindruck entsteht umso mehr, als der Schutzbrief zudem als „Novum“ angepriesen wird. Dass operative Eingriffe von qualifizierten Fachkräften und unter Einsatz hochwertiger Materialien vorgenommen werden, ist jedoch kein besonderes „Novum“, sondern die Regel.

Der Gesamteindruck des Schutzbriefes führt daher zu maßgeblichen Fehlvorstellungen und ist daher zur Beeinflussung der angesprochenen potenziellen Patienten geeignet. Tatsächlich gibt es nämlich, wie bei einem „Schutzbrief“, irgendwelche Absicherungen und Versicherungsleistungen nicht, weder von Seiten der Beklagten noch von der Ärztesellschaft.

Peter Kalb (BLÄK)