

24.08.2021

Geschäftsmodell Aligner im Marktcheck

Transparente Zahnschienen liegen im Trend, aber im Konfliktfall drohen deutliche Nachteile bei gewerblichen Anbietern

- Webseiten und Geschäftsbedingungen von vier GmbHs geprüft
- Lockangebote und schwer zu durchschauende Firmenkonstruktionen

Ein „perfektes Lächeln“ – preiswert, zeitsparend und unkompliziert. Das versprechen gewerbliche Zahnschienen-Anbieter, die im Internet offensiv für eine Zahnbegradigung mittels transparenter Kunststoffschienen, sogenannter Aligner, werben. Im Gegensatz zu niedergelassenen Kieferorthopäd:innen arbeiten diese Anbieter mit sehr reduziertem persönlichem Kontakt.

Die Verbraucherzentralen Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz haben die Webseiten von vier gewerblichen Aligner-Firmen ausgewertet, um für die oft junge Kundschaft eine bessere Entscheidungsgrundlage zu schaffen. Die untersuchten Anbieter DrSmile, PlusDental/Sunshine Smile, SmileDirectClub und Ilovemysmile haben Niederlassungen in Deutschland, sind Gesellschaften mit beschränkter Haftung (GmbHs) und gehören zu den größten Anbietern auf dem Markt mit nationaler oder sogar internationaler Reichweite.

Keine Risiko-Aufklärung und teils irreführende Werbung

„Das Geschäftsmodell kann für Kund:innen problematisch werden, wenn die Behandlung nicht verläuft wie gehofft“, fasst Tanja Wolf, Leiterin des Projekts Faktencheck-Gesundheitswerbung bei der Verbraucherzentrale NRW, die Ergebnisse der Untersuchung zusammen. Denn die Webseiten locken mit günstig erscheinenden Monatsraten, die aber insgesamt meist teurer sind als die Einmalzahlung. Beispiel DrSmile: Bei leichter Zahnkrümmung steigen die Kosten für eine Behandlung, die einmalig 1.790 Euro kosten würde, bei monatlicher Zahlung auf 2.376 Euro. Eine Aufklärung über Risiken und Alternativen findet zudem auf keiner der untersuchten Webseiten statt. Welches Personal die Behandlung überwacht und wie sie dokumentiert wird, ist ebenfalls unklar. Die Unternehmen werben darüber hinaus teilweise irreführend mit Schein-Gütesiegeln. So erweckten TÜV-Siegel bei zwei Anbietern den Eindruck, die Behandlung sei TÜV-geprüft. Dabei bezieht sich das Siegel nur auf die Zertifizierung der Webseite. Rein positive Vorher-Nachher-Bilder sollen zum Abschluss verführen, und die Firmen unterliegen als GmbH nicht der Landesaufsicht.

Pressestelle

Verbraucherzentrale
Nordrhein-Westfalen e.V.

Mintropstraße 27
40215 Düsseldorf

Tel. (0211) 38 09-101

Fax (0211) 38 09-216

presse@verbraucherzentrale.nrw

www.verbraucherzentrale.nrw

Das Haftungsvermögen ist begrenzt, zudem gibt es für den Konfliktfall bei drei der vier untersuchten Angebote keine Möglichkeit zur Anrufung einer Streitschlichtung.

„Dass alle überprüften Unternehmen zusätzlich versuchen, das Widerrufsrecht auszuschließen, indem sie sich auf Zahnschienen als individuell gefertigte Produkte berufen, ist aus Verbrauchersicht nicht hinnehmbar“, erklärt Wolf. Denn es handelt sich hier nicht um einen reinen Kaufvertrag, sondern um einen Werkvertrag, und damit kann das Widerrufsrecht nicht ausgeschlossen werden.

All das kann Verbraucher:innen im Konfliktfall schlechter stellen als würden sie ausschließlich bei niedergelassenen Zahnärzt:innen behandelt. „Bei denen kann es zwar ebenfalls zu Problemen kommen“, ergänzt Tanja Wolf. „Aber in der telemedizinischen Begleitung durch die digitalen Anbieter bestehen Lücken im Verbraucherschutz. Aligner-Anbieter müssen deshalb die Transparenz deutlich verbessern und zu medizinischer Aufklärung direkt auf der Webseite verpflichtet werden. Ebenso sollten die gleichen Werbevorschriften gelten wie für die Zahnärzteschaft.“

Weiterführende Infos und Links:

❖ Der komplette Marktcheck-Bericht ist auf den Webseiten der Projekte www.faktencheck-gesundheitswerbung.de und www.kostenfalle-zahn.de abrufbar. Die Untersuchung erfolgte im Rahmen des vom Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz geförderten Projekts „Verbraucherschutz im Markt der digitalen Gesundheitsinformationen und Individuellen Gesundheitsleistungen“.

Tanja Wolf, Projektleiterin Faktencheck Gesundheitswerbung:

„Die Aligner-Anbieter sollten zu medizinischer Aufklärung, zu Werbevorschriften sowie zum gesetzlichen Widerrufsrecht verpflichtet werden.“

Für weitere Informationen

Tanja Wolf | Projektleiterin Faktencheck-Gesundheitswerbung

Tel. (0211) 38 09-101

presse@verbraucherzentrale.nrw

Arne Weinberg | Referent Gesundheitsmarkt

Tel. (0211) 38 09-101

presse@verbraucherzentrale.nrw