



Payback-Punkte für kostenlosen Hörtest

Für Werbegeschenke von Hörakustikern gelten strenge Wertgrenzen von nur einem Euro. Wer diese Grenzen überschreitet, verschafft sich unfaire Vorteile. Die Wettbewerbszentrale ging daher kürzlich gegen die Werbung eines Hörakustikunternehmens vor, das für die Inanspruchnahme eines kostenlosen Hörtests Payback-Punkte auslobte.

Der Hörakustiker warb auf seiner Website damit, mit dem Unternehmen Payback zusammenzuarbeiten. Für die Inanspruchnahme eines kostenlosen Hörtests beim Hörakustiker konnten Kunden 500 Payback-Punkte gutgeschrieben werden. Das entsprach umgerechnet einem Wert von fünf Euro. Diese Punkte konnten in Prämien, Einkaufsgutscheine, Spenden oder Meilen umgewandelt werden.

Nach Ansicht der Wettbewerbszentrale verstieß dieses Angebot gegen das Zuwendungsverbot gemäß § 7 Abs. 1 S. 1 des Heilmittelwerbegesetzes (HWG). Demnach ist es unzulässig, bei der Bewerbung einer medizinischen Behandlung u. a. zur Erkennung oder Linderung eines körperlichen Leidens oder einer krankhaften Beschwerde Zuwendungen oder sonstige Werbegaben anzubieten, anzukündigen oder zu gewähren.

In der Werbung für den kostenlosen Hörtest lag nach Auffassung der Wettbewerbszentrale die Bewerbung einer solchen medizinischen Behandlung. Durch die Bezugnahme auf die Erkennung und Linderung der krankhaften Beschwerde Hörminderung lag auch der erforderliche Krankheitsbezug vor. Bei den ausgelobten 500 Payback-Punkten, die entsprechend u. a. gegen Prämien eingelöst werden konnten, handelte es sich um eine unzulässige Werbegabe.

Der BGH hatte 2025 in einem Grundsatzurteil entschieden, dass die Ausnahme für geringwertige Kleinigkeiten bei Medizinprodukten wie Hörgeräten bereits bei einem Wert von einem Euro endet (BGH, Urteil vom 17.07.2025, Az. I ZR 43/24). Diese Wertung ist auch entsprechend auf medizinische Behandlungen übertragbar. Eine Gutschrift von 500 Payback-Punkten, die einem Gegenwert von fünf Euro entspricht, überschreitet diese Grenze deutlich. Da die Punkte zudem erst später eingelöst werden konnten und den Kaufpreis nicht unmittelbar minderten, galten sie auch nicht als zulässiger Barrabatt im Sinne des § 7 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 lit. a) HWG.

Eine vorgerichtliche Einigung war nicht erfolgreich, sodass die Wettbewerbszentrale Klage vor dem Landgericht Bochum erhob. Erst nach Zustellung der Klageschrift verpflichtete sich das Unternehmen zur Unterlassung. Die Parteien erklärten den Rechtsstreit daraufhin einstimmig für erledigt.

*Nadine Schreiner, Syndikusrechtsanwältin,
Wettbewerbszentrale e. V.*