

Bundesgerichtshof:

## Mehr Werbemöglichkeiten für Zahnärzte

Trotz aller Liberalisierung des zahnärztlichen Werberechts gibt es bei der zahnärztlichen Werbung nach wie vor spezielle Werbeverbote zu beachten. So ist es beispielsweise nach wie vor verboten, mit bestimmten inhaltlichen Angaben und bestimmten Formen der Darstellung zu werben. In der Vergangenheit war es unzulässig, für Behandlungen, Verfahren oder Arzneimittel mit der bildlichen Darstellung von Personen in Berufskleidung zu werben. Die Standsvertretungen haben sich in den einschlägigen Verfahren regelmäßig auf den Wortlaut des § 11 Absatz 1 Satz 1 Nr. 4 des Heilmittelwerbegesetzes (HWG) berufen. Diese Regelung verbot nach deren Ansicht eine Werbung mit der bildlichen Darstellung von Zahnärzten in Berufskleidung oder bei der Be-

rufsausübung außerhalb von Fachkreisen, sofern sich die dabei getätigten Werbeäußerungen auf die Erkennung, Beseitigung oder Linderung von Krankheiten beziehen.

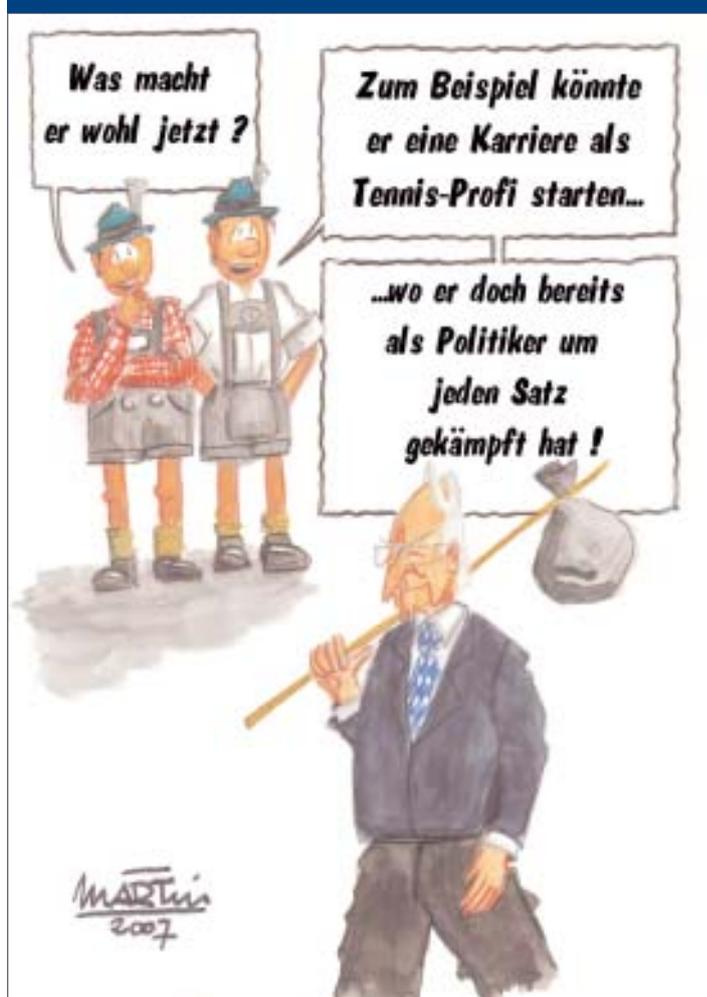
Diese Auffassung hat der Bundesgerichtshof (BGH) nunmehr in einem jetzt veröffentlichten Urteil revidiert (BGH, Urteil vom 1. März 2007 – Az. IZR 51/04)! Damit wurden wieder einmal die Möglichkeiten der Arztwerbung erweitert.

Die Regelung, die in § 11 Absatz Nr. 4 HWG normiert ist, war unter Juristen schon seit Langem umstritten. „Die reine Wortlautauslegung des § 11 Absatz 1 Satz 1 Nr. 4 war noch nie richtig und hat stets zu falschen Ergebnissen geführt“, erklärt Rechtsanwalt Jens Pätzold, Fachanwalt für Medizinrecht und Spezialist für das

zahnärztliche Werberecht. Diese Rechtsauffassung wurde nunmehr vom Bundesgerichtshof in seiner jüngsten Entscheidung bestätigt. Der Bundesgerichtshof gibt dabei seine frühere Rechtsprechung zu § 11 Nr. 4 HWG mit Rücksicht auf die Tragweite der durch das Grundgesetz gewährleisteten Berufsausübungsfreiheit ausdrücklich auf und hält es nunmehr für erforderlich, § 11 Nr. 4 HWG einschränkend auszulegen. Um das aus dieser Vorschrift resultierende Werbeverbot weiterhin aufrechtzuerhalten, ist es nunmehr erforderlich, dass die Werbung geeignet ist, das Laienpublikum unsachlich zu beeinflussen und dadurch zumindest eine mittelbare Gesundheitsgefährdung zu bewirken.

[www.medizinanwaelte.de](http://www.medizinanwaelte.de)

### Hausmann Cartoon



OECD-Studie:

## Wird das Gesundheitswesen kaputtgespart?

In der jüngsten OECD-Studie zum Vergleich der Gesundheitsausgaben in den westlichen Industriestaaten liegt Deutschland nicht mehr auf Platz 3, sondern auf Platz 10. Der Grund: Nirgendwo sonst war Kostendämpfung so effektiv wie in Deutschland. Der Studie zufolge wurden in Deutschland für Gesundheit insgesamt pro Kopf 3.287 US-Dollar ausgegeben. Der Durchschnitt der 30 OECD-Länder liegt bei 2.759 Dollar. Unverändert auf Platz 1 liegen die USA (6.401 Dollar), gefolgt von Luxemburg (5.352), Norwegen (4.364) und Schweiz (4.177). Noch vor Deutschland liegen Österreich, Island, Belgien, Frankreich und Kanada. Nur wenig dahinter Dänemark und Niederlande – beides Länder, die mit konsequenten Hausarztssystemen arbeiten. Die Tatsache, dass Deutschland nahe an den OECD-Durchschnitt gerückt ist, hat ihre Ursache in einer außergewöhnlich wirksamen Kostendämpfungspolitik. So stieg der Anteil der Gesundheitsausgaben am Sozialprodukt seit Anfang der 1990er-Jahre bis 2005 lediglich von 9,6 auf 10,7 Prozent. Im OECD-Durchschnitt stieg diese Gesundheitsquote von 6,9 auf 9 Prozent. Spitzenreiter sind die USA (von 11,9 auf 15,3) und die Schweiz (8,3 auf 11,6). Die jährliche Steigerung von 1,3 Prozent seit dem Jahr 2000 ist die geringste aller Industrieländer. Der OECD-Report belegt auch, dass es – im Unterschied zu Aussagen der Bundesregierung – zumindest bei Ärzten eine beachtliche Abwanderung in reiche Länder gibt: vornehmlich in die USA, die Schweiz und nach Großbritannien.