

Mehr Werbefreiheit für Zahnärzte

Mit der Entscheidung des Bundesverfassungsgerichtes 1 BvR 233/10 vom 1.6.2011 hat das Bundesverfassungsgericht die Grenzen des Zulässigen für zahnärztliche Werbung deutlich erweitert. Ein Zahnarzt wendete sich mit seiner Verfassungsbeschwerde gegen Urteile des Landesberufsgerichtes, nachdem gegen ihn ein Verweis und eine Geldbuße ausgesprochen worden waren. Auf drei Fragestellungen, die der Entscheidung des Bundesverfassungsgerichtes zugrunde lagen, soll näher eingegangen werden.



1. Ist es zulässig, sich als „Zahnarzt für Implantologie“ zu bezeichnen?

Der Beschwerdeführer hatte auf seiner Homepage mitgeteilt, dass er in einem postgradualen Studiengang den Master of Science Implantologie erworben habe. Er dürfe sich jetzt „Master of Science“ oder auf deutsch „Zahnarzt für Implantologie“ nennen. Diese Bezeichnung ist ihm vom Berufsgericht untersagt worden. Das Verfassungsgericht hat die Auffassung des Berufsgerichtes bestätigt, dass die Bezeichnung „Zahnarzt für Implantologie“ berufswidrig ist. Die Bezeichnung ist irreführend, da sie eine Nähe und Vergleichbarkeit zu einer Fachzahnarztbezeichnung suggeriert. Es besteht die Gefahr, dass durch diese Bezeichnung in der Bevölkerung die irrije Annahme entsteht, der Zahnarzt habe sich einer förmlichen Weiterbildung nach der Weiterbildungsordnung der Kammer unterzogen. Dass der Bezeichnung der Klammerzusatz „Master of Science“ beigefügt wurde, führte zu keiner anderen Beurteilung.

2. Ist es zulässig, das Vorhandensein eines DVT unter Angabe des Herstellers und des besonderen Nutzens des DVT auf der Homepage oder in Zeitungsanzeigen zu bewerben?

Der Beschwerdeführer hatte damit geworben, dass in seiner Praxis im weiten Umkreis das einzige DVT vorhanden ist. Auf seiner Homepage stellte er das DVT unter Herstellerangabe und Angabe der Vorteile des Gerätes in der Behandlung vor.

Das Bundesverfassungsgericht bestätigte seine bisherige Rechtsprechung. Einem Arzt oder Zahnarzt ist jede berufsbezogene und sachangemessene Werbung erlaubt. Dazu gehört auch das Recht, auf die technische Ausstattung und Einrichtung seiner Praxis hinzuweisen. Der Hinweis darauf, dass es sich um das einzige Gerät im weiten Umkreis handelt, macht die Werbung nicht unsachlich. Die Erwähnung des Herstellers ist allerdings

berufswidrig. Dies kann den Anschein erwecken, der Zahnarzt betreibe Fremdwerbung, weil er hiervon einen finanziellen Vorteil habe.

3. Darf ein Zahnarzt im Rahmen der Werbung für seine Praxis Zahnbürsten, Patientenratgeber, Gutscheine für eine professionelle Zahnreinigung oder Gutscheine für ein Bleaching verlosen?

Der Beschwerdeführer hatte im Rahmen einer öffentlichen Gesundheitsveranstaltung eine solche Verlosung angekündigt, letztendlich aber nicht durchgeführt. Bisher waren derartige Verlosungen weitgehend als berufsrechtswidrig angesehen worden. Dies sei eine Werbemethode der gewerblichen Wirtschaft, die mit den Berufsregeln unvereinbar sei.

Dem hat das Bundesverfassungsgericht in dieser Eindeutigkeit eine Absage erteilt. Das Verfassungsgericht räumt ein, dass der Informationswert einer Verlosungsveranstaltung für den Patienten im Zweifel gering ist, dies reiche aber nicht aus, um Berufsrechtswidrigkeit anzunehmen. Es wies darauf hin, dass die Beurteilung von Werbeformen zeitbedingten Veränderungen unterliegt. Die Methode der Verlosung zu nutzen, um Aufmerksamkeit zu wecken und hierdurch neue Patienten für die Zahnarztpraxis zu gewinnen, verletzt nach Ansicht des Verfassungsgerichtes keine Gemeinwohlbelange und ist daher grundsätzlich nicht berufswidrig. Soweit Zahnbürsten und Patientenratgeber verlost werden, hat das Verfassungsgericht hiergegen keine Einwände. Die Verlosung einer professionellen Zahnreinigung, die das Verfassungsgericht als „nützliche die Zahngesundheit fördernde“ und mit „keinen nennenswerten gesundheitlichen Risiken verbunden“ wertet, wird ebenfalls als unbedenklich angesehen. Anders die Verlosung eines Bleachings. Hier stellt das Verfassungsgericht in den Raum, es sei zunächst zu prüfen, ob dies als ein nicht nur unerheblicher Eingriff in die körperliche Integrität zu werten sei und welche gesundheitlichen Risiken damit verbunden seien. Erst nach diesen Feststellungen sei zu beurteilen, ob die Werbemaßnahme mit dem Schutzgut der Gesundheit der Bevölkerung zu vereinbaren sei. Die Entscheidung dieser Frage wurde jedoch dem Landesberufsgericht für eine zukünftige Verhandlung überlassen. Zusammenfassend kann festgestellt werden: Wirbt der Zahnarzt bei zurückhaltender Gestaltung mit einer Verlosung und wählt geeignete Preise aus, steht ihm nun auch dieses Werbemittel offen.

■ KONTAKT

RA Frank Heckenbücker

Fachanwalt für Medizinrecht
Kanzlei Dr. Zentai – Heckenbücker
Hohenzollernring 37, 50672 Köln

Web: www.dental-und-medizinrecht.de

