

# Früher Risiko – heute Chance: Vorher-Nachher-Fotos

| Jens Pätzold, Dr. Michael Visse

Im Rahmen des im Herbst 2012 in Kraft getretenen Zweiten Gesetzes zur Änderung arzneimittelrechtlicher und anderer Vorschriften (16. AMG-Novelle) wurden zahlreiche Vorschriften des Heilmittelwerbegesetzes (HWG) geändert. Dabei kam es auch zu einer Neuregelung der viel diskutierten Vorher-Nachher-Bilder. Das bislang geltende Verbot wurde gelockert und neu geregelt. Nunmehr ist nur noch eine „bildliche Darstellung, die Veränderungen des menschlichen Körpers aufgrund von Krankheiten oder Schädigungen oder die Wirkung eines Arzneimittels im menschlichen Körper oder in Körperteilen verwendet“, verboten, wenn sie „in missbräuchlicher, abstoßender oder irreführender Weise“ geschieht. Ausgenommen hiervon sind allerdings operative plastisch-chirurgische Eingriffe, für die die Werbung mit Vorher-Nachher-Bildern auch weiterhin untersagt ist.

**F**ür die Zahnarztpraxis bedeutet das, dass nun grundsätzlich mit Vorher-Nachher-Bildern geworben werden darf. Entsprechend dieser neuen Rechtslage hat das Oberlandesgericht Celle in einem Urteil vom 30.05.2013 entschieden, dass ein Zahnarzt, der Vorher-Nachher-Abbildungen veröffentlicht und so den Erfolg seiner medizinischen Behandlung präsentiert, nicht gegen das HWG verstößt. Gleichwohl sollten Vorher-Nachher-Bilder weniger in der Patientenwerbung als vielmehr in der Patientenaufklärung genutzt werden. Denn auch nach Änderung der Rechtslage bleiben ein paar Unsicherheiten bestehen.

## Was zu klären gilt

Noch nicht entschieden ist nämlich, wann eine bildliche Darstellung der Veränderungen des menschlichen Körpers „in missbräuchlicher, abstoßender oder irreführender Weise“ geschieht. Hierüber kann man im Einzelfall natürlich streiten, und diesbezüglich werden die Gerichte nun die Maßstäbe zu definieren haben. Wer also auf Nummer si-

cher gehen will, verzichtet in der Patientenwerbung auch weiterhin auf die Nutzung von Vorher-Nachher-Bildern. Unabhängig von der rechtlichen Einschätzung stellt sich ohnehin die Frage, ob Vorher-Nachher-Bilder in der Werbung Sinn machen. Bei der Beantwortung dieser Frage ist zu berücksichtigen, dass Werbung eine Form der Kommunikation ist, mit der ein Unternehmen tatsächliche oder potenzielle Kunden in seinem Sinne zu beeinflussen versucht. Dies soll in aller Regel erreicht werden, indem die be-

worbenen Produkte oder Dienstleistungen mit einem emotionalen Erlebniswert verknüpft werden. Beispiele für die Vermittlung positiver Emotionen über Werbung sind unter anderem bei Konzernen wie Apple, Audi, Coca-Cola, Porsche oder Red Bull zu sehen.

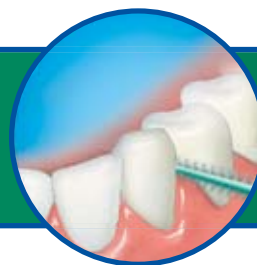
## Positive Emotionen schaffen

Auch die Entscheidung eines Patienten, ob er zu dem einen oder dem anderen Zahnarzt geht, dürfte in erster Linie eine emotionale sein, da er die Qualität der verschiedenen Praxen objektiv kaum beurteilen kann. Und eben deshalb wird er sich in seiner Entscheidung an anderen Kriterien orientieren. Es ist also in der Werbung von großer Bedeutung, den Patienten emotional zu erreichen und eine positive Erlebniswelt zu schaffen. Die Abbildung hässlicher und kranker Zähne dürften der Vermittlung positiver Empfindungen allerdings kaum förderlich sein. Darum findet man auf den Internetseiten erfolgreicher Praxen auch keine Vorher-Bilder,



Die App ermöglicht die Betrachtung der Vorher-Nachher-Fotos auch auf mobilen Endgeräten.

# PATENTIERTE METALLFREIE INTERDENTAL-REINIGUNG – GUM® SOFT-PICKS®



## AR GUM ENTE

HEALTHY GUMS. HEALTHY LIFE.®

- ✓ weiche **latexfreie** Gummiborsten gleiten **flexibel** durch den Zahnzwischenraum und entfernen Plaque und Essensreste gründlich
- ✓ die **metallfreie** Technologie schont das Zahnfleisch und massiert es **sanft**
- ✓ **reduziert Gingivitis** und **entfernt Plaque** zwischen den Zähnen genau so effektiv wie Zahnseide<sup>1</sup>
- ✓ **mit Fluorid**
- ✓ gut geeignet zur **Implantat- und KFO-Pflege**
- ✓ für unterwegs und zwischendurch

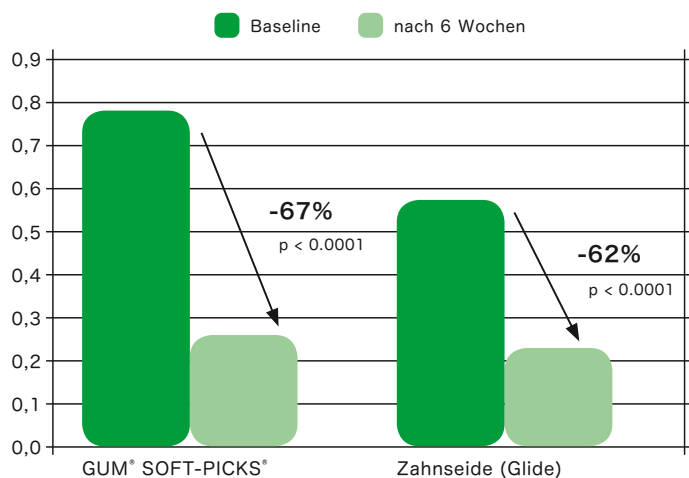
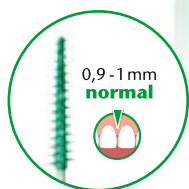


Abb. 1: Reduktion von Gingivitis nach 6 Wochen<sup>1</sup>

**Klinische Akzeptanz:**  
entfernt interdentalen Biofilm genauso gut wie Zahnseide

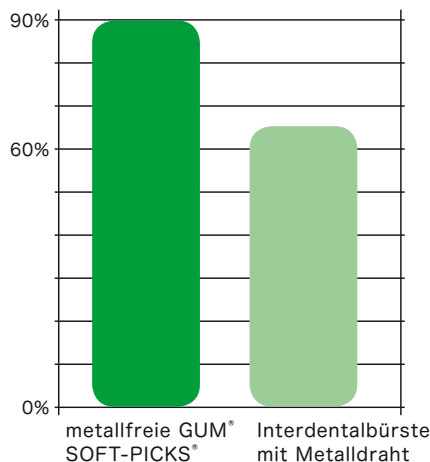


Abb. 2: Patientenakzeptanz<sup>2</sup>

**Praktische Akzeptanz<sup>2</sup>**  
Vergleich metallfreie – metallhaltige Interdentalbürsten



Sunstar Deutschland GmbH · Aiterfeld 1 · 79677 Schönau  
Tel. 07673 885 10855 · Fax 07673 885 10844



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

<sup>1</sup>) Yost KG et al. (2006): Interproximal gingivitis and plaque reduction by four interdental products. In: J Clin Dent 2006, Vol. 17; 3: 79-83  
<sup>2</sup>) Data on file

sondern ausschließlich Fotos, die positive Gefühle und Eindrücke hervorrufen. Nutzen innovative Praxen trotzdem den Vorher-Nachher-Effekt, dann liegt der Ansatz nicht in der Patientenwerbung, sondern vielmehr in der Patientenberatung. Werden solche Fotos in diesem Rahmen sinnvoll und auf innovative Weise eingesetzt, hat dies einen direkten Mehrwert und kann ein exzellentes Empfehlungsmanagement nach sich ziehen. Die Reputation einer Praxis wird somit immens gesteigert.

#### Anders denken, anders handeln

Ein anderes Denken zieht anderes Handeln nach sich, an dessen Ende neue Ergebnisse stehen. Wer die Chancen, die eine moderne Patientenkommunikation bietet, maximal nutzen möchte, tut also gut daran, sich eine neue Denkweise anzueignen. Der Einsatz von Vorher-Nachher-Fotos ist in diesem Zusammenhang ein wichtiger Baustein zur Findung und Bindung von

Patienten wie Zuweisern gleichermaßen. Wie aber kann man einen solchen Umdenkungsprozess aktiv umsetzen, ohne dafür die Praxisorganisation komplett umstrukturieren und hohe Investitionen tätigen zu müssen? Die Antwort ist simpel: Moderne Internettechnologien ermöglichen Strategien zur Optimierung von Praxismanagement und Patientenkommunikation und sind kurz- und mittelfristig fraglos der Erfolgsmotor für Praxen.

Klar ist: Wer langfristig zu den Erfolgreichsten am Markt gehören will, muss sich nicht nur den Herausforderungen der fortschrittlichsten Behandlungsmethoden stellen, sondern ebenso denken im Bereich innovativer Kommunikationsstrategien.

Cloud Computing läutet hier einen Paradigmenwechsel ein, der in der Informationstechnologie längst nicht mehr wegzudenken ist. Das „Rechnen in der Wolke“ bietet völlig neue und zukunftsweisende Möglichkeiten, die

sich komfortabel und ohne großen Zeit- bzw. Kostenaufwand in den Praxisalltag integrieren lassen.

#### Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte

Mit Bildern lassen sich nicht nur Emotionen transportieren, sondern Dinge sehr viel schneller und prägnanter auf den Punkt bringen, als allein durch mündliche Erklärung, denn: Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte.

Auch der Einsatz von Vorher-Nachher-Fotos lässt sich mittels Cloud Computing effektiv und absolut problemlos managen. Vor allem, wenn es darum geht, die Ausgangssituation mit der am Behandlungsende zu vergleichen, sind Fotos die einfachste und effektivste Form der Gegenüberstellung. Diesen Effekt nutzt das Modul Images, eine von bislang fünf webbasierten Applikationen der Firma iie-systems, die im Mai 2012 mit dem Innovationspreis-IT der Initiative Mittelstand ausgezeichnet wurden. Dabei werden vor,

ANZEIGE



## BLUE SAFETY

### Als BLUE SAFETY auf den Markt kam, gab es nichts Vergleichbares...



BLUE SAFETY entfernt Biofilme, Algen, Legionellen und Pseudomonaden. Garantiert und zertifiziert.

Für eine unverbindliche Bestandsaufnahme oder Fortbildung rufen Sie uns **kostenfrei** unter **0800 - 25 83 72 33** (0800 BLUESAFETY) an oder schauen Sie sich auf unserer Webseite **Video-Erfahrungsberichte** von Kolleginnen und Kollegen an.

think blue™ | [www.bluesafety.com](http://www.bluesafety.com)

während und nach Abschluss der Behandlung Fotos des Patienten erstellt, die sich jeweils mit einem einfachen und selbsterklärenden Upload in die Cloud übertragen lassen.

### Innovative Kommunikation

Um dem Patienten seine Fotos zukommen zu lassen und ihm seinen eigenen Behandlungsfall im wahrsten Sinne des Wortes vor Augen zu führen, existieren zwei sehr innovative Wege. Zum einen besteht durch eine Schnittstelle im Programm die Möglichkeit, ihm die Dokumentation optimal gestaltet per E-Mail zur Verfügung zu stellen. Zum anderen wurde für diesen Zweck eine App entwickelt, die im App Store von Apple angeboten wird. Hierzu erhält der Patient per Mail einen individuellen Zugang, mit der er seinen Behandlungsfall auf ein mobiles Endgerät (iPhone oder iPad) herunterladen kann. In beiden Fällen hat er am Ende der Therapie einen genauen Vergleich zum Anfang, sieht im

direkten Vergleich die gute Leistung der Praxis, kann sich über das Behandlungsergebnis freuen und dieses auch Freunden und Bekannten zeigen – im Falle der Nutzung der App von jedem Ort und jedem Rechner der Welt.

### Fazit

Ohne Frage wird eine patientenorientierte Zahnheilkunde in naher Zukunft technologiegetrieben sein. Schon heute spielt das weltweite Netz für den Erfolg einer Praxis eine erhebliche Rolle, die in einem rasanten Tempo immer wichtiger wird. Aufzuhalten ist die digitale Revolution schon lange nicht mehr. Durch die neuen rechtlichen und technologischen Möglichkeiten bieten sich bislang nie da gewesene Chancen für diejenigen, die bereit sind, sich dem Umdenkungsprozess zu stellen. Wer das Internet ignoriert, tut dies auf eigene Gefahr. Verpassen Sie nicht den Anschluss und nutzen Sie die neuen Chancen für Ihren zukünftigen Praxiserfolg.



Jens Pätzold  
Infos zum Autor



Dr. Michael Visse  
Infos zum Autor

## kontakt.

### Jens Pätzold

Rechtsanwalt und Fachanwalt  
für Medizinrecht  
Nehringstr. 2, 61352 Bad Homburg  
Tel.: 06172 139960  
E-Mail: [kanzlei@medizinanwaelte.de](mailto:kanzlei@medizinanwaelte.de)  
[www.medizinanwaelte.de](http://www.medizinanwaelte.de)

### Dr. Michael Visse

Fachzahnarzt für KFO  
Georgstr. 24, 49809 Lingen  
Tel.: 0591 59077  
E-Mail: [info@dr-visse.de](mailto:info@dr-visse.de)  
[www.dr-visse.de](http://www.dr-visse.de)

ANZEIGE



...und daran hat sich bis heute nichts geändert.



Kompromisslose Wasserhygiene.