Früher Risiko – heute Chance

Gesetzesnovelle zur Nutzung von Vorher-Nachher-Fotos

Autoren_RA 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. Im Rahmen dessen kam es auch zu einer Neuregelung der viel diskutierten Vorher-Nachher-Bilder. Das bislang geltende Verbot solcher Bilder 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. Für die Zahnarztpraxis bedeutet das, dass nach dieser Maßgabe grundsätzlich mit Vorher-Nachher-Bildern geworben werden darf.

_Einige Unsicherheiten bleiben

Entsprechend dieser neuen Rechtslage hat das OLG Celle in einem Urteil vom 30.05.2013 (Az. 13 U 160/12) entschieden, dass ein Zahnarzt, der Vorher-Nachher-Abbildungen veröffentlicht und so den Erfolg seiner medizinischen Behandlung präsentiert, nicht gegen das Heilmittelwerbegesetz 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. 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 sicher 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 beworbenen Produkte oder Dienstleistungen mit einem emotionalen Erlebniswert verknüpft werden. Beispiele für die Vermittlung positiver Emotionen über Werbung

Abb. 1_ Optimal sollten Vorher-Nachher-Bilder nicht für die Werbung, sondern nur im Rahmen der Patientenaufklärung genutzt werden.

Abb. 2

Abb. 2_ Solche und ähnliche Bilder vermitteln positive Empfindungen und erreichen den Patienten auf der emotionalen Ebene.

sind u.a. Konzerne wie Apple, Audi, Coca-Cola, Porsche oder Red Bull.

_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 seine 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 Zähnen dürften der Vermittlung positiver Empfindungen allerdings kaum förderlich sein. Darum findet man auf den Internetseiten erfolgreicher Praxen auch keine Vorher-Bilder, sondern ausschließlich Fotos, die positive Gefühle und Eindrücke hervorrufen. Gleichwohl können innovative Praxen Vorher-Nachher-Bilder nutzen und mit deren Hilfe extrem zufriedene Patienten und Zuweiser gewinnen. Der Ansatz liegt dann jedoch nicht in der Patientenwerbung, sondern vielmehr in der Patientenberatung. Werden solche Fotos in diesem Rahmen sinnvoll und auf innovative Weise eingesetzt, kann dies ein exzellentes Empfehlungsmanagement nach sich ziehen und die Reputation der Praxis immens steigern.

_Anders denken, anders handeln

Ein anderes Denken zieht anderes Handeln nach sich, an dessen Ende neue Ergebnisse stehen. Wer die Chancen, die 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 denen 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

Abb. 3_ Fotos sind für die Patientenberatung von unschätzbarem Vorteil.
Abb. 4_Die App ermöglicht die Betrachtung der Vorher-Nachher-Fotos auch auf mobilen Endgeräten.

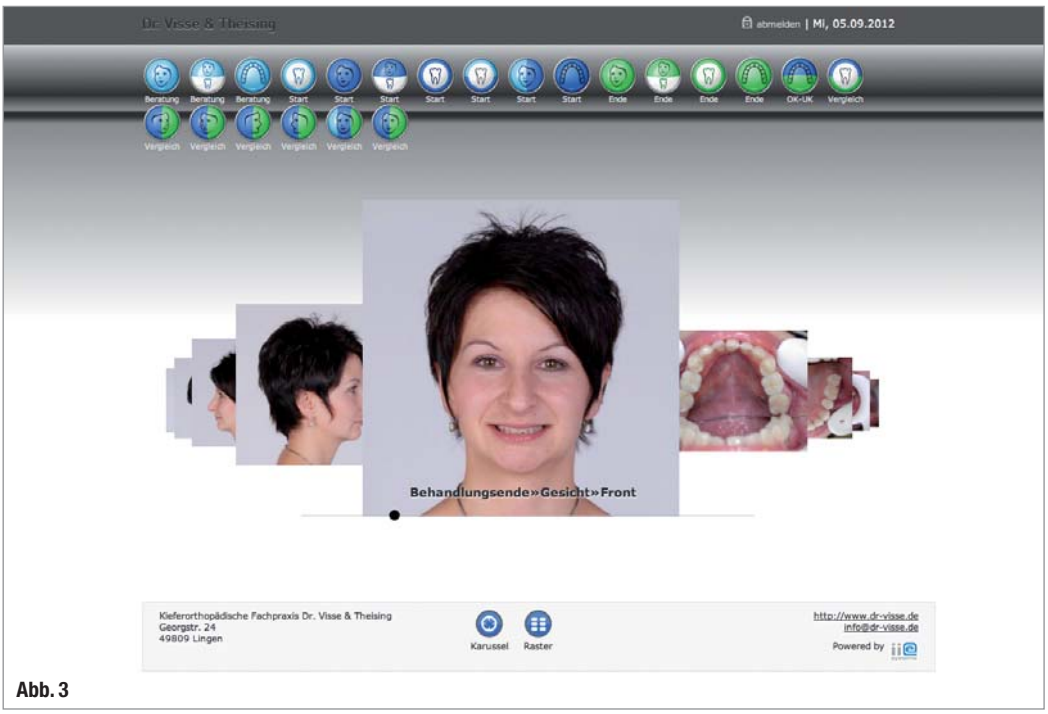

Abb. 3

Abb. 4

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 Fa. iie-systems, die im Mai 2012 mit dem INNOVATIONS-PREIS-IT der Initiative Mittelstand ausgezeichnet wurden. Dabei werden vor, während und nach Abschluss der Behandlung Fotos des Patienten erstellt, die sich jeweils mit einem einfachen und selbsterklärenden Upload in die Cloud übertragen lassen (vgl. www.dr-visse.de/implants).

_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.

_Erfolg oder Abseits?

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._

Für Interessierte, die sich einen ersten Eindruck von der innovativen Technologie verschaffen möchten, wird die beschriebene App im App Store unter iie-images kostenlos angeboten (Benutzername: user-1274, Passwort: 1). Eine exemplarische Darstellung der Möglichkeiten für die Nutzung von Vorher-Nachher-Fotos unter www.dr-visse.de/implants

_Kontakt digital dentistry

RA Jens Pätzold
Fachanwalt für Medizinrecht
Nehringstraße 2
61352 Bad Homburg
Tel.: 06172 139960
E-Mail:
kanzlei@medizinanwaelte.de
www.medizinanwaelte.de

Infos zum Autor

Dr. Michael Visse
Fachzahnarzt für KFO
Georgstraße 24
49809 Lingen
Tel.: 0591 59077
E-Mail: info@dr-visse.de
www.dr-visse.de

Infos zum Autor