

## **Das berufsordnungswidrige Märchen vom Zahnersatz zum „Nulltarif“**

Das Thema „Zahnersatz zum Nulltarif“ geistert bereits seit Monaten durch die deutschen Medien und die zahnärztlichen Blätter. Immer mehr Anbieter von Zahnersatz, wozu nicht nur gewerbliche Zahnlabore und Dentalhandelsgesellschaften, sondern auch Zahnarztpraxen gehören, basteln sich die merkwürdigerweise immer noch aktuelle Fielmann-Kampagne für ihre eigenen wirtschaftlichen Zwecke zurecht und werben mit der fadenscheinigen Halbwahrheit, der Patient könne bei ihnen für null, nix und lau Zahnersatz „zum Nulltarif“ erhalten.

### **Der schöne Schein ...**

Im Grunde genommen ist die Behauptung, man könne Zahnersatz zum Nulltarif anfertigen, eine unverschämte Lüge, da selbstverständlich keiner der Anbieter bzw. Protagonisten des Werbeslogans dem Patienten etwas umsonst zur Verfügung stellen will. Im Gegenteil, man will und muss – und das ist natürlich nicht verwerflich – Geld für Behandlungsleistungen am Patienten verdienen. Die Kosten soll allerdings nicht der Patient, sondern jemand anders begleichen, in der Regel die Krankenkasse. Auch das ist nur die halbe Wahrheit, denn letztlich ist der Patient als Versicherter durch seine Beiträge an die Krankenkasse für die Kosten aufgekommen.

Die Behauptung vom angeblichen „Zahnersatz zum Nulltarif“ ist also ein Märchen, eine gern gehörte Geiz-ist-geil-Legende, oder besser: ein Täuschungsmanöver, um den Patienten in eine Praxis zu locken, die er ansonsten wahrscheinlich nicht aufsuchen würde.

In der freien gewerblichen Wirtschaft stehen solche Halbwahrheiten, Lügen und Täuschungsmanöver unter der Rubrik „Werbung“ auf der Tagesordnung. Fragen nach der rechtlichen Zulässigkeit stellen sich selten, da unsere Gesellschaft ein solches Vorgehen mit dem ihr eigenen Selbstverständnis von einer freien Marktwirtschaft toleriert. „Nur ein bisschen übertreiben, aber immer sauber bleiben“, ein geflügelter Satz aus einer beliebten Kinderserie der 70er Jahre, gilt jedenfalls schon lange nicht mehr in der freien Werbewirtschaft.

Trotz diverser Versuche vornehmlich moralischer Instanzen, eine solche Art von Werbung mit falschen Behauptungen in den Griff zu bekommen, ist es bisher nicht wirklich gelungen, einer solchen Vorgehensweise Einhalt zu gebieten. Der normale Bürger, gleichgültig geworden und abgestumpft durch aggressive Werbung und Konsumterror in Zeitungen, Radio und Fernsehen, ist oft nicht mehr in der Lage einzuschätzen, welche Aussagen der Wahrheit entsprechen oder unwahr sind. Er kauft, was (nur scheinbar) nichts kostet, was (nur scheinbar) gesund macht, was (nur scheinbar) natürlich ist oder was (nur scheinbar) erfolgreich macht, Hauptsache, dies wurde vorher in großen Buchstaben, grell und bunt, angepriesen. Warum das so ist, wurde auch schon wissenschaftlich geklärt, aber trotz populärwissenschaftlicher Hilfestellung durch Ratgeber jeglicher Couleur scheinen die Prinzipien praktizierter Werbung nach wie vor sehr erfolgreich zu sein.

### **Berufsordnung – ein „Ehrenkodex“**

Unter diesen Umständen ist es fast verwunderlich, dass es volkswirtschaftlich nicht unbedeutende Bereiche in dieser Gesellschaft gibt, die sich in einer Art Selbstverpflichtung einen Ehrenkodex auferlegt haben, der nicht nur den Beteiligten einen besonders geregelten, fairen Umgang miteinander abfordert, sondern diese auch gegenüber Dritten zu einem auf ethischen Grundsätzen basierenden Verhalten verpflichtet.

Solche selbstverpflichtenden „Ehrenkodizes“ sind u. a. die Berufsordnungen der Ärzte und Zahnärzte, in denen die Art und Weise der berufsbezogenen Tätigkeit untereinander und im Verhältnis zu den Patienten geregelt ist.

Auch das Thema Außendarstellung bzw. Werbung sowie die Rechte und Pflichten der Zahnärzte in diesem Zusammenhang sind Bestandteil der Berufsordnungen. So heißt es in § 21 der Musterberufsordnung der Bundeszahnärztekammer, dass dem Zahnarzt sachliche Informationen über seine Berufstätigkeit gestattet sind. Nur die berufswidrige Werbung ist dem Zahnarzt untersagt. Berufswidrig ist eine Werbung nach der Musterberufsordnung insbesondere dann, wenn sie anpreisend, irreführend, herabsetzend oder vergleichend ist. Eine solche berufswidrige Werbung darf der Zahnarzt durch Dritte weder veranlassen, noch dulden und hat dem sogar entgegenzuwirken (§ 21 MBO).

Die Berufsordnung der Zahnärztekammer Sachsen-Anhalt enthält unter § 21 eine gleichlautende Regelung.

### **Information als zulässige Werbung**

Interessant an dieser Stelle ist, dass die Vorschrift, die sich in der Berufsordnung mit der Außendarstellung bzw. Werbung befasst, nicht mehr wie früher mit dem Begriff „Werbung“, sondern mit dem Begriff „Information“ überschrieben ist. Dies ist eine unmittelbare Folge der höchstrichterlichen Rechtsprechung, die zunehmend eine sachliche und informative Außendarstellung der Praxen erlaubt und Werbung nur dann für berufsrechtswidrig erklärt, wenn diese, wie oben ausgeführt, anpreisend, irreführend oder vergleichend ist.

Es kommt also auf den Inhalt der Darstellungen an, die nach außen gegeben wird, um beurteilen zu können, ob es sich um sachliche Informationen handelt oder irreführende Werbung. Zu dieser Problematik gibt es inzwischen eine Vielzahl von Gerichtsentscheidungen, darunter eine aktuelle Entscheidung, die sich speziell mit der Problematik „Zahnersatz zum Nulltarif“ auseinandergesetzt hat.

### **Zulässige Information oder verbotene Werbung?**

Das Verwaltungsgericht Münster wurde in Folge einer berufsrechtlichen Untersagungsverfügung durch die zuständige Zahnärztekammer mit der Frage konfrontiert, inwiefern die Anzeigenkampagne einer Zahnarztpraxis in Tageszeitungen dem geltenden Berufsrecht entspricht. Die Werbeaktion beinhaltete folgende Texte, die in Tageszeitungen veröffentlicht wurden:

„Zahnkronen und Brücken zum Nulltarif“

„Nicht jeder kann sich noch Zahnersatz leisten. Wir bieten deshalb in einer Sommeraktion bis Ende September kostenfreien bzw. preiswerten Zahnersatz an (aus deutschem Meisterlabor)“

„Ihre Partner für faire Konditionen“

„Zahnkronen und Brücken ohne Zuzahlung ... zum Nulltarif Made in Germany“.

Die Richter folgten der Argumentation der Zahnärztekammer und sahen die beanstandeten Zeitungsanzeigen als berufswidrige Werbung an. Auf der Grundlage von Artikel 12 Grundgesetz, der die Tätigkeit von Freiberuflern schütze, sei die berufliche Außendarstellung einschließlich der Werbung für die Inanspruchnahme von Diensten verfassungsrechtlich grundsätzlich zulässig (Bundesverfassungsgericht, Az.: 1 BvR 744/88 bzw. 1 BvR 1625/06). Verboten seien allerdings irreführende und insbesondere aufdringliche Werbemethoden, mit denen ein rein geschäftsmäßiges, ausschließlich am Gewinn orientiertes Verhalten zum Ausdruck komme (siehe BVerfG in den o. g. Beschlüssen), so das Verwaltungsgericht.

### **Werbeverbot als Patientenschutz-Maßnahme**

Im ärztlichen Bereich diene das Verbot einer irreführenden und anpreisenden Werbung, so das Verwaltungsgericht, dem Schutz der Bevölkerung. Es solle das Vertrauen der Patienten darauf erhalten bleiben, dass der Arzt nicht aus Gewinnstreben bestimmte Untersuchungen vornimmt, Behandlungen vorsieht oder Medikamente verordnet, sondern sich schlicht an medizinischen Notwendigkeiten orientiere. Werbemethoden, die in der gewerblichen Wirtschaft üblich sind, seien gesundheitspolitisch unerwünscht, da man der Kommerzialisierung des Arztberufes vorbeugen wolle. Zum Inhalt der Anzeigenkampagne im Einzelnen äußerte sich das Verwaltungsgericht wie folgt:

„Keine Werbung mit Selbstverständlichkeiten“

Im Unterschied zu der uns derzeit überrollenden Werbung einer großen Dentalhandelsgesellschaft, die ebenfalls Zahnersatz zum Nulltarif anbietet, hatte die hier betroffene Zahnarztpraxis neben dem großgedruckten Werbeslogan eine Einfügung als Kleingedrucktes vorgenommen, in dem u. a. darauf hingewiesen wurde, dass der Nulltarif nur für Versicherte mit einem 30-prozentigen Bonus gelte. Selbst diese Einschränkung hinderte das Verwaltungsgericht nicht, die Nulltarifwerbung als berufsrechtswidrig einzuschätzen, da hier im Wesentlichen Selbstverständlichkeiten hervorgehoben werden.

Eine Werbung, die Selbstverständlichkeiten hervorhebe, sei trotz ihrer objektiven Richtigkeit irreführend, wenn der angesprochene Personenkreis das Selbstverständliche der Eigenschaft nicht erkennt und deshalb zu Unrecht von einem Vorzug der beworbenen Leistung ausgehe. Selbstverständliche Eigenschaften einer Leistung, die den entsprechenden Angeboten der Mitbewerber ebenfalls eigen sind, dürfen deshalb nicht als Besonderheiten des eigenen Angebots hingestellt werden.

Die von der Zahnarztpraxis geschalteten Anzeigen zielten in ihrem Schwerpunkt darauf ab, mögliche Patienten darüber zu informieren, dass die Zahnarztpraxis den Standardzahnersatz im Sinne der Regelversorgung der gesetzlichen Krankenversicherung anbietet. Die Zahnarztpraxis bewerbe mithin eine selbstverständliche Leistung, wie sie von allen anderen Zahnärzten unter den genannten Voraussetzungen ebenfalls angeboten werde. Bei den durchschnittlich informierten und verständigen Patienten werde allerdings nicht der Eindruck hervorgerufen, dass die Zahnarztpraxis ein Angebot mache, das der Patient auch von anderen Zahnärzten erhalten könne.

Vielmehr werde die kassenzahnärztliche Standardversorgung als besonders vorteilhaftes Angebot beschrieben, das es nur in dieser Praxis unter den in der Anzeige

genannten Voraussetzungen und nicht auch bei anderen Zahnärzten gebe. Erst wenn der Patient im Behandlungsstuhl der Praxis sitze, werde er darüber informiert, dass er nur die Kassenleistung zum Nulltarif erhalte und jede darüber hinausgehende Versorgung zusätzlich bezahlen müsse.

Bei dieser Art von Werbung stehe also die Anpreisung von zahnärztlichen Regelleistungen und nicht die Information über die Leistung selbst im Vordergrund. Die Zeitungsanzeigen seien also gerade deshalb berufswidrig, weil die Zahnarztpraxis mit (inhaltlich zutreffenden) Selbstverständlichkeiten Verkaufsförderung betreibe. Insofern unterscheide sie sich nicht von Gewerbetreibenden, denen es in erster Linie darum gehe, durch den Verkauf von Waren und Dienstleistungen Gewinn zu erzielen.

### **„Zahnersatz aus deutschem Meisterlabor“?**

Auch der Hinweis auf ein „deutsches Meisterlabor“ in den Anzeigen war nach Auffassung des Verwaltungsgerichtes berufswidrig, da er nach den eigenen Aussagen der Zahnarztpraxis objektiv falsch gewesen sei. Einerseits werde bei dem durchschnittlichen Leser der Anzeigen der Eindruck hervorgerufen, dass der gesamte gelieferte Zahnersatz ausschließlich aus einem deutschen Labor stamme, andererseits gab die Zahnarztpraxis in einem Schriftsatz zu, dass nur rund 80 Prozent des Zahnersatzes in der Bundesrepublik Deutschland angefertigt werden. Auch insofern zielten die Anzeigen, so das Verwaltungsgericht, in erster Linie auf Verkaufsförderung und nicht auf sachlich angemessene und zutreffende Information des Patienten ab.

### **„Zahnersatz zum Nulltarif“?**

Der potentielle Patient, so das Verwaltungsgericht, werde mit dem Nulltarif-Versprechen angelockt, ohne dass die in deutlich kleinerer Schriftgröße nachfolgende Einschränkung (bei Festzuschuss plus 30 Prozent Bonus) eine entsprechende Aufmerksamkeit erhalte.

Diese Art der Darstellung sei marktschreierisch und schon deshalb berufswidrig. Inwieweit die Angabe „Zahnersatz zum Nulltarif“ objektiv richtig oder falsch sei und daraus folgend sich eine Berufsrechtswidrigkeit der Werbung ergeben könne, wurde leider nicht erörtert. Das ist eigentlich schade, da, wie zu Beginn dieses Beitrags dargestellt, der angebliche „Nulltarif“ ein irreführendes Täuschungsmanöver ist, um die Patienten in die Praxis zu locken.

### **„Sommeraktion“**

Soweit die Zahnarztpraxis in ihren Anzeigen befristete Sonderaktionen anbiete, etwa in Form einer „Sommeraktion“, stehe auch hier der Verkauf zahnärztlicher Leistungen in einem bestimmten Zeitraum und nicht eine sachlich angemessene Information des Patienten über Zahnersatzleistungen im Vordergrund. Auch hier trete die Zahnarztpraxis nach außen wie jeder Anbieter gewerblicher Leistungen mit saisonalen Angeboten auf.

Dies sei mit den Gemeinwohlbelangen einer ordnungsgemäßen zahnärztlichen Versorgung der Bevölkerung und der Erhaltung des Vertrauens in die berufliche Integrität von Zahnärzten nicht vereinbar und damit eine entsprechende Werbung berufswidrig.

### **„Ihr Partner für faire Konditionen“**

Allein mit der Formulierung, die Zahnarztpraxis sei „Ihr fairer Partner“ in der Stadt XY missachteten die Anzeigen, so das Verwaltungsgericht, die allgemeine Anforderung, dass auch die werbende Tätigkeit von Heilberuflern das öffentliche Interesse daran berücksichtigen müsse, die vorbeugende und heilende Gesundheitsversorgung der Bevölkerung sicherzustellen und das Vertrauen der Öffentlichkeit in die berufliche Integrität von Ärzten zu schützen.

Eine solche Formulierung in einer Anzeige sei marktschreierisch und damit berufsrechtswidrig.

Auch hier hätte man sich mehr Argumente in der Urteilsbegründung gewünscht, da die Formulierung offensichtlich den unkollegialen Eindruck in der Öffentlichkeit vermittelt, in anderen Zahnarztpraxen würden keine fairen Konditionen gelten.

### **Was bleibt?**

Es ist gut so, dass die Berufsordnungen der Ärzte und Zahnärzte hinsichtlich der Frage, ob eine Außendarstellung berufswidrig ist, danach entscheiden, ob man objektiv und sachlich informiert oder irreführend und anpreisend wirbt. Dass man eine solche Grenze verhältnismäßig leicht ziehen kann, beweist die Entscheidung des Verwaltungsgerichtes Münster. In einer Welt, in der die Wahrheit ansonsten nur relativ ist, dürfte dies für Ärzte, Zahnärzte und Patienten gleichermaßen beruhigend sein.

Assessor jur. Torsten Jahnel  
Abteilungsleiter Recht der KZV Sachsen-Anhalt