

Zahnärztliche Werbebeschränkungen

Zulässig werben
will gekonnt sein

von Mag. iur. Michaela Nill und Mag. iur. Max Wintersteller

Werbung für Zahnärzte selbst und für deren Leistungsangebot wird durch weitreichende standesrechtliche Werbebeschränkungen geprägt. Aufgrund der Vielschichtigkeit dieses Themenkomplexes werden in diesem Beitrag zunächst überblicksmäßig die relevanten und maßgeblichen Rechtsvorschriften dargestellt.

Die zu berücksichtigenden einschlägigen Bestimmungen finden sich im Zahnärztegesetz („ZÄG“) und den Werberichtlinien der österreichischen Zahnärztekammer. Die Bestimmungen des ZÄG sehen vor, dass Angehörige des zahnärztlichen Berufs sich jeder unwahren, unsachlichen, diskriminierenden oder das Ansehen des Berufsstandes beeinträchtigenden Anpreisung oder Werbung ihrer zahnärztlichen Leistungen zu enthalten haben. Zweifelsfrei lässt diese Bestimmung einen weiten Interpretationsspielraum zu. Der ÖZAK wurde daher entsprechend den Bestimmungen des ZÄG die Möglichkeit eingeräumt, Vorschriften zu erlassen, um zulässige bzw. unzulässige Werbung näher zu bestimmen, was in den Werberichtlinien erfolgt. Dadurch soll ein standeswidriges Verhalten durch den jeweiligen Zahnarzt verhindert werden sowie die Interessen und das Ansehen des Berufsstandes durch ein sachliches und angemessenes Verhalten gewahrt werden. Unsachlich ist demnach eine Anpreisung der zahnärztlichen Leistung, wenn dem Patienten zugleich Vorteile versprochen werden, die in keinem Zusammenhang mit der zu erbringenden zahnmedizinischen Leistung stehen sowie keine Erkenntnisse über die erworbenen zahnmedizinischen Leistungen vermittelt werden. Unwahr ist eine Anpreisung bzw. das Bewerben zahnärztlicher Leistungen dann, wenn die Werbemaßnah-

me den wissenschaftlichen Tatsachen widerspricht. Diskriminierend ist ein Bewerben zahnärztlicher Leistungen, wenn es dadurch zu einer Herabwürdigung bzw. Benachteiligung einer Person kommt.

Was ist marktschreierisch?

In Anbetracht der Werberichtlinien ist jede Werbemaßnahme untersagt, welche den Eindruck einer wahrheitswidrigen medizinischen Exklusivität erweckt. Diese wird überall dort angenommen, wo dem Patienten ein Behandlungsergebnis vermittelt wird, welches mit einer Behandlung nicht erreicht werden kann. Als wahrheitswidrige medizinische Exklusivität eingestuft wird beispielsweise die Anpreisung „Zähne wie Perlen“ zusammen mit einem Plakat, auf dem eine Perle mit den Vorderzähnen gehalten wird. Die Rechtsprechung ist der Ansicht, dass dem Patienten durch eine solche Inszenierung der zahnärztlichen Leistung ein falsches Bild von der Behandlung und dem zu erwartenden Erfolg versprochen wird. Darüber hinaus ist Werbung insbesondere dann untersagt, wenn die Leistungsbeschreibung einer marktschreierischen Selbstanpreisung gleicht. Die Definition von „marktschreierisch“ unterliegt im Zusammenhang mit der Erbringung zahnärztlicher Leistungen einem strengeren Maßstab als im nicht medizinischen Bereich. Marktschreierisch ist bereits eine Wer-

Werbung für Zahnarztpraxen wird in Europa in jedem Land anders gehandhabt. Im Bild ein Beispiel aus Italien, bei welcher Dentaltourismus nach Rumänien mit wilden Plakaten beworben wird. In Österreich wäre eine solche Aktion wohl undenkbar.

bemaßnahme, welche – unabhängig von deren wahren Tatsachenkern – ungerechtfertigte Erwartungen beim Patienten weckt. Als marktschreierisch hat der OGH in der Vergangenheit überschießende Äußerungen betreffend die eigene Leistung („modernste Technik“, „modernste Praxis Österreichs“) als auch preisbezogene Werbeaussagen wie kostenlose Zusatzleistungen oder Gutscheinkaktionen eingestuft.

Die Frage der Kooperationen

Gerade die gegenwärtig vermehrt wahrgenommenen Kooperationen mit anderen Berufsgruppen stellt Zahnärzte ebenfalls vor die Herausforderung, dass hierfür spezifische Vorschriften zu beachten sind. Angehörigen des zahnärztlichen Berufs ist es untersagt Arzneimittel, Heilbehelfe und sonstige medizinische Produkte sowie deren Hersteller oder Vertrieber zu bewerben. Bemerkenswert in diesem Zusammenhang ist, dass die Werbebeschränkungen auch für Dritte gelten, wenn diese für einen Zahnarzt werben. Das Verhalten des Dritten wird dem Zahnarzt unmittelbar zugerechnet, weshalb auch der Dritte, welcher Anpreisungen für den Zahnarzt vornimmt, geklagt werden kann. Die durch den Dritten und den Zahnarzt erworbenen Leistungen müssen ebenfalls in keinem unmittelbaren medizinischen Zusammenhang stehen, damit die zahnärztlichen Werbebeschränkungen zur Anwendung



gelangen.

Werbebeschränkungen bestehen darüber hinaus auch für Postwurfsendungen, Flugblätter und Werbeveranstaltungen an einen über die eigenen Patienten hinausgehenden Personenkreis. Fernseh-, Radio- und Plakatwerbung sind wie auch Reklame auf Kraftfahrzeugen zur Gänze untersagt.

Als zulässige Werbemaßnahmen hingegen sind anzusehen die Bereitstellung von sachlichen Informationen zum eigenen zahnärztlichen Tätigkeitsbereich und der erworbenen Kenntnisse, die Erstellung einer eigenen Website (bzw. eines eigenen Social-Media Auftritts) als auch ein Recall-System für Vorsorge – und Kontrolluntersuchungen. Zwar bemisst sich die Beurteilung der Zulässigkeit einer Werbemaßnahme nicht am wahrnehmenden Patientenkreis, jedoch ist zu berücksichtigen, dass Maßnahmen wie das Recall-System

nur an den eigenen Patientenkreis gerichtet werden dürfen. Werbung in Printmedien ist mit gewissen Einschränkungen hinsichtlich der Größe (maximal ein Viertel einer Seite des jeweiligen Printmediums) und des Intervalls des Einschaltens (lediglich einmal pro Kalendervierteljahr eine Anzeige) gestattet.

Konsequenzen eines Verstoßes gegen die Werberichtlinien

Nach höchstgerichtlicher Rechtsprechung liegt bei einem Verstoß gegen die standesrechtlichen Werbebeschränkungen ein Wettbewerbsverstoß gegen § 1 UWG (Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) vor und droht dem Werbenden neben einer möglichen Disziplinarstrafe durch die Kammer eine Unterlassungsklage wegen „Vorsprungs durch Rechtsbruch“, sofern

AUTOREN**Michaela Nill**

Mag.iur., LL.M. (Medical Law)
Rechtsanwältin, Partnerin
SCWP Schindhelm
4020 Linz
m.nill@scwp.com

**Max Wintersteller**

Mag.iur.
Rechtsanwaltsanwärter
SCWP Schindhelm
4020 Linz
m.wintersteller@scwp.com



eine nicht bloß unerhebliche Wettbewerbsbeeinträchtigung vorliegt und der behauptete Verstoß objektiv nicht mit guten Gründen vertreten werden kann. Darüber hinaus sieht das UWG unter anderem einen Beseitigungsanspruch und im Falle eines Verschuldens einen Schadenersatzanspruch sowie einen Anspruch auf Urteilsveröffentlichung der in einem Unterlassungsverfahren obsiegenden Partei vor. Bis zur Erwirkung eines rechtskräftigen Urteils kann darüber hinaus auch die Erlassung einer einstweiligen Verfügung beantragt werden. Anders als beispielsweise in Deutschland bedarf es vor der Klags einbringung auch keiner zwingenden außergerichtlichen Abmahnung.

Zusammengefasst kann festgehalten werden, dass bei zahnärztlicher Werbung ein strenger Maßstab gilt. Werbemaßnahmen für eigene zahnärztliche Leistungen bzw. durch Dritte sollten daher mit äußerster Vorsicht vorgenommen werden. Das Zahnärztegesetz und die Werberichtlinien normieren jedoch kein absolutes Werbeverbot weshalb auch nicht jede Werbung mit ins Auge fallenden Slogans als „marktschreierisch“ verboten werden kann. Um ein entsprechendes Gespür für erlaubte bzw. unerlaubte Werbemaßnahmen zu vermitteln, werden in einem Folgebeitrag die dargestellten Werbebeschränkungen anhand konkreter Fälle und Entscheidungen des OGH sowie zulässige zahnärztliche Werbemaßnahmen näher dargestellt.