



5 Kronen zum Preis von 4

Liebe Leserin, lieber Leser, fast unbemerkt und lediglich in juristisch interessierten Fachkreisen diskutiert, hat es einen Erdbeben gegeben. Durch die aktuelle Rechtsprechung ist das Werbeverbot für Zahnarztpraxen aufgehoben und in ein Verbot berufswidriger Werbung verändert worden. Damit haben sich die Kommunikationsregeln und die Möglichkeiten der Werbung für freie Berufe grundsätzlich verändert.

Die politische Motivation ist klar: Man möchte mehr Wettbewerb unter den Freiberuflern und insbesondere in den Gesundheitsberufen auslösen, um die Honorare und damit die Kosten zu senken. Gleichzeitig verfolgt man auch Ansätze der Qualitätssicherung. Denn in Zukunft müssen Krankenhäuser per Gesetz statistische Leistungszahlen und in der zweiten Stufe auch Erfolgsbilanzen veröffentlichen. Damit ist die selbst verwaltete Kollegialität per Berufsordnung in Teilen Schnee von gestern.

Ob es wirklich zu einer besseren medizinischen Versorgung führt, wenn wir uns neben der fachlichen Fortbildung nun auch noch mit Marketing und Werbung beschäftigen, kann man ernsthaft bezweifeln. Fraglich ist ebenfalls, ob sich wirklich die fachlich besseren Mediziner gegenüber den

möglichen kommunikativen Schaumschlägern durchsetzen werden. Zuletzt kommt damit auch die vorwiegend freiberufliche Versorgungsstruktur in der Zahnmedizin unter Risiko, da Gewerbebetriebe und Versorgungsketten die entstehenden Overheadkosten auf mehrere Nutznießer verteilen können.

„Ich hatte aber Vorfahrt und Recht“, wird trotz allem auf dem Grabstein derer stehen, die sich auf Widerstand und Wehklagen konzentrieren. Schließlich fordern wir doch auch freien Wettbewerb. Und Wettbewerb ist immer irgendwie unfair. Außerdem fragen sich unsere oder besser alle außer unseren Patienten, wie sie einen guten Zahnarzt, Chirurgen oder Gynäkologen finden. Wie finden Sie denn einen geeigneten Gastroenterologen für die präventive Darmspiegelung?

Die Gesellschaft verändert sich, ob es uns passt oder nicht. Unsere Aufgabe wird es sein, vernünftige Regeln für den kollegialen Wettbewerb zu definieren und festzulegen, was berufswidrige Werbung ist und was nicht. Sollte es uns nicht gelingen, von der Besitzstandswahrungspolitik wegzukommen und zeitgemäße Maßstäbe zu formulieren, werden es andere für uns tun, ohne uns zu fragen.

Ihr

Prof. Dr. Michael J. Noack
Chefredakteur

