

Stellungnahme des CED

Werbung für Gesundheitsleistungen

MAI 2019

Übersetzung aus dem Englischen

I - EINLEITUNG

Der Council of European Dentists ist ein nicht gewinnorientierter Verband, der über 340.000 praktizierende Zahnärzte in ganz Europa vertritt. Der Verband wurde 1961 gegründet und setzt sich heute aus 33 nationalen Zahnarztverbänden aus 31 europäischen Ländern zusammen.

In der Frage der Werbung für Gesundheitsleistungen vertritt der CED die Auffassung, dass klare Regeln benötigt werden, die - ganz gleich, in welcher Form sie auf nationaler Ebene erscheinen mögen - ethischen Richtlinien folgen und für alle Akteure gelten, die für zahnmedizinische Leistungen Werbung betreiben. Die Patientensicherheit und die Wahrung des Vertrauensverhältnisses zwischen Zahnarzt und Patient müssen im Mittelpunkt dieser Regelungen stehen.

II - SCHUTZ DER ÖFFENTLICHEN GESUNDHEIT IN DER EU

Der Schutz der öffentlichen Gesundheit ist gemäß den EU-Verträgen und der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) einer der zentralen Werte der Europäischen Union. Artikel 168 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV) legt fest, dass bei allen Unionspolitiken und -maßnahmen ein hohes Gesundheitsschutzniveau sichergestellt werden muss. Darüber hinaus hat der EuGH in seiner Rechtsprechung wiederholt hervorgehoben, dass die Gesundheit und das Lebens von Menschen maßgebliche unionsrechtlich geschützte Interessen sind. Infolgedessen kann der Schutz der Gesundheit ein Ziel von allgemeinem Interesse sein, das eine Beschränkung des freien Dienstleistungsverkehrs rechtfertigen kann. Darüber hinaus hat der EuGH in einem Urteil aus dem Jahr 2017 entschieden, dass der Schutz der Würde des Zahnarztberufs als ein zwingender Grund des Allgemeininteresses angesehen werden kann, um das Vertrauensverhältnis, das zwischen dem Zahnarzt und seinem Patienten herrschen muss, und damit auch die öffentliche Gesundheit schützt.¹

Bei der Gestaltung von Gesundheitssystemen und Berufsreglementierungen ist es das Vorrecht der Mitgliedstaaten zu bestimmen, auf welchem Niveau sie den Schutz der Gesundheit der Bevölkerung gewährleisten wollen und wie dieses Niveau erreicht werden kann. Da es sich von Mitgliedstaat zu Mitgliedstaat unterscheiden kann, wird den Mitgliedstaaten ein Ermessensspielraum eingeräumt.

III - WERBUNG UND DER ZAHNÄRZTLICHEN BERUFSSTAND

Die Definition von Gesundheitspolitik und die Organisation und Bereitstellung von Gesundheitsleistungen und medizinischer Versorgung, einschließlich aller Gesetze und Vorschriften in Bezug auf die Gesundheitsberufe, fällt in die Zuständigkeit der Mitgliedstaaten. Daher erfolgen die Bereitstellung von Informationen und das Betreiben von Werbung durch Zahnärzte nach Maßgabe der Bestimmungen der einschlägigen nationalen Gesetze, Vorschriften oder Verhaltenskodizes.

Der CED hat zusammen mit seinen Mitgliedsverbänden einen [Berufskodex](#) festgelegt, der Leitlinien für Berufs- und Standesregeln in ganz Europa enthält. Darin wird klar und deutlich festgestellt, dass Werbung die Rechte des Patienten respektieren und deutlich als solche

¹ Vorabentscheidungsersuchen vom 4. Mai 2017, *Vanderborght*, C-339/15, EU:C:2017:335

kenntlich gemacht sein muss; sie muss klar, redlich und wahrheitsgemäß sein und darf nicht irreführend sein. Darüber hinaus darf sie keine unnötigen Behandlungsbedürfnisse wecken, unrealistische Ergebnisse versprechen oder irreführend, unlauter oder respektlos gegenüber dem Berufsstand und Kollegen sein.²

Der EuGH hat zudem bestätigt, dass ein intensives Betreiben von Werbung oder die Wahl von Werbeaussagen, die aggressiv sind, dem Schutz der Gesundheit schaden und der Würde des Zahnarztberufs abträglich sein können, und daher als Grund für die Beschränkung des freien Dienstleistungsverkehrs angesehen werden kann.³

Im Unterschied zu Zahnärzten sind Dentalketten nicht an dieselben Verhaltenskodizes gebunden, die für Angehörige der Gesundheitsberufe gelten. Es gibt Hinweise, die vermuten lassen, dass einige Dentalketten versucht haben, Patienten durch aggressiveres, vornehmlich auf Preise und Zahlungspläne ausgerichtetes Marketing zu gewinnen, was möglicherweise zu einer Irreführung der Patienten geführt hat.

IV - STANDPUNKT DES CED

- Gesundheitsversorgung ist keine Handelsware und unterliegt nicht der marktgesteuerten Logik von Angebot und Nachfrage anderer reglementierter Berufe. Reglementierung darf daher nicht als Hindernis für den Binnenmarkt und den Wettbewerb gesehen werden, sondern als eine Möglichkeit, das höhere Interesse der öffentlichen Gesundheit zu schützen.
- Die Reglementierung von Werbung sollte **alle Teilnehmer** einbeziehen und nicht nur diejenigen, die Mitglieder von Berufsverbänden sind, um Gleichbehandlung und fairen Wettbewerb für alle zu garantieren.
- Werbung für zahnärztliche Leistungen:
 - o muss die Rechte des Patienten respektieren;
 - o muss klar, redlich und wahrheitsgemäß sein und darf nicht irreführend sein;
 - o muss deutlich als solche kenntlich gemacht sein;
 - o darf keine unrealistischen Ergebnisse versprechen;
 - o darf keine Behandlungsbedürfnisse wecken:
 - a) unter Verwendung von monetären, finanziellen oder wirtschaftlichen Anreizen, die den Patienten veranlassen, Gesundheitsleistungen ohne klinischen Nutzen für die Gesundheit oder das Wohlergehen des Patienten in Anspruch zu nehmen oder zu verlangen;
 - b) unter Verwendung von Aussagen von Personen, deren Bekanntheit Patienten veranlassen kann, Gesundheitsleistungen ohne klinischen Nutzen für die Gesundheit oder das Wohlergehen des Patienten in Anspruch zu nehmen oder zu verlangen;
 - o darf nicht unlauter oder respektlos gegenüber dem Berufsstand und Kollegen sein.

Angenommen von der CED-Vollversammlung am 24. - 25. Mai 2019

² Council of European Dentists (2017). Berufskodex. Abrufbar unter <https://cedentists.eu/ced-code-of-ethics.html>

³ Vorabentscheidungsersuchen vom 4. Mai 2017, *Vanderborght*, C-339/15, EU:C:2017:335