

Sympathisches Lächeln, aber möglicherweise zwei linke Hände

Liebe Leserin, lieber Leser, erinnern Sie sich noch an die Fernsehwerbung, in der die Zahnarztfräulein für eine Zahnpaste warb? Dies war ein geschickter Kunstgriff, um das Verbot der bildlichen Darstellung insbesondere von Zahnärzten im weißen Kittel zu umgehen. Nach jahrelanger Liberalisierung der berufsrechtlichen Regelungen hat die Rechtsprechung mittlerweile nicht nur das generelle Verbot von in Berufskleidung werbenden Zahnärzten revidiert, sondern auch die Sympathiewerbung von Zahnärzten im Werbefernsehen akzeptiert. So konnten die Zuschauer beispielsweise in der ARD einen Zahnarzt genießen, der 15 Sekunden lang für seine Praxis warb. Verschont bleiben wir aber auch in Zukunft zumindest von Botschaften, die eine Gesundheitsgefährdung beinhalten könnten. Damit sind wir zunächst auch vor denen geschützt, die irgendwelche obskuren Heilmethoden bar jeder nachweisbaren wissenschaftlichen Absicherung verkaufen möchten – noch, muss man sagen.

Nun mag man fragen, wie viele Zahnärzte sich eine TV-Werbung leisten können oder wollen. Anders sieht es aber aus, wenn man die Auswirkungen der geänderten Rechtslage über das Führen von Zweitpraxen berücksichtigt. Bereits heute können vor allem in den Ballungszentren Zahnarztketten bewundert werden, in denen eine unternehmerische Konzeption an mehreren Standorten realisiert wird. Irgendwann rechnet sich die Fernsehwerbung dann sogar für den Zahnersatzdiscounter.

Ein bisschen sind wir auch selbst Schuld an der Situation. Im Rahmen der Selbstverwaltung haben wir uns nur halbherzig der Thematik gewidmet, wie wir eine integrale Hilfestellung geben können, wenn Patienten einen „guten“ Zahnarzt suchen. Ersatzweise schießen Internetportale wie Pilze aus dem Boden, die diese Aufgabe übernommen haben. Zahnärztekammern und wissenschaftliche Fachgesellschaften sollten dringend die Diskussion intensivieren, wie man hierzu sachlich überzeugende Qualitätsstandards erarbeiten und verbreiten kann, die

unsere Patienten vor möglichem Unsinn wie etwa gefälschten oder gekauften Empfehlungen schützen. Wir sollten dieses Feld nicht nur Berufsfremden und Profitoptimierern aus den eigenen Reihen überlassen, sondern diejenigen Kollegen schützen, die eine ordentliche Leistung ohne all den Firlefanz bieten. Allerdings haben wir es bisher versäumt, ausreichend zu definieren, was genau diese Kollegen auszeichnet. Hier kann man eher gute Tipps bei der Stiftung Warentest als bei unseren Berufsverbänden finden.

Eigentlich wundert es mich nicht, wie sich unsere Gesellschaft entwickelt. Man muss nur in die USA schauen und einige Jahre zurückrechnen, dann weiß man z. B., welche teilweise schwachsinnigen Fernsehshows noch auf uns zukommen werden. Hoffentlich findet das nächste Dschungelcamp nicht in einer Zahnarztpraxis statt. Schön wäre es, wenn dann auch eines Tages ein charismatischer Politiker bei uns vorbeischaute, der positive Energie unter uns aktivieren kann und auf die Frage, ob seine Regierung willens und in der Lage ist, sich auch ernsthaft um die gesundheitliche Versorgung der Bevölkerung zu kümmern, mit einem satten „Yes, we can“ antwortet.

Ihr



Prof. Dr. Michael J. Noack
Chefredakteur

