

## Kieferorthopädie: Auf der Rabattschiene

Wie ein Zahnschienen-Hersteller Kieferorthopäden dazu bringt, den Patienten etwas zu verkaufen, was diese gar nicht wollen oder brauchen.



© luckybusiness - Fotolia.com

Es kommt vor, dass Ärzte oder Zahnärzte ihre Patienten nicht so behandeln, wie es medizinisch notwendig wäre, sondern wie es gut für den Umsatz ist. Manchmal geht es dabei nicht um den Umsatz des Arztes, sondern der Herstellerfirmen.

Viele Eltern dürften das schon erlebt haben: Sie gehen mit Ihrem Kind zum Kieferorthopäden, um eine Zahnfehlstellung zu korrigieren. Der Arzt überzeugt Sie davon, dass man heutzutage viel bessere, verträglichere und vor allem auch ästhetischere Methoden und Materialien kennt als die traditionellen Zahnspangen, die die Krankenkassen bezahlen und die Sie selbst wahrscheinlich früher als Kind so ungern getragen haben. Da gibt es zum Beispiel die „unsichtbaren“ Zahnspangen, die auf der Innenseite der Zahnreihe befestigt werden, oder gar durchsichtige Behandlungsschienen aus transparentem Kunststoff, von denen man so gut wie gar nichts sieht. Um die soll es hier gehen.

Der Haken an der Sache: Das alles muss extra bezahlt werden. 5.000 bis 10.000 Euro kostet so eine Behandlung, in schwierigen Fällen auch mehr. Krankenkassen dürfen diese

Kosten nicht erstatten und auch manche private Krankenversicherung weigert sich. Sie als Eltern müssen also von den Vorteilen dieser hochwertigen Zahnschienen überzeugt werden, damit Sie so etwas für Ihr Kind kaufen – oder gar für sich selber, denn gerade die unauffälligen Schienen werden besonders von Erwachsenen geschätzt, die sich erst spät zur Korrektur ihrer Zahnreihe entscheiden, während für Kinder und Jugendliche die sichtbaren Metall-Zahnsparren mit den auf die Zähne aufgeklebten Brackets heute eher als chic und „in“ gelten.

Wie kommt es nun, dass von den Ärzten immer häufiger die teurere Variante den Patienten vorgeschlagen wird? Des Rätsels Lösung: Die Ärzte werden oft von **Herstellerfirmen** mit raffinierten Rabattverträgen veranlasst, möglichst viele von deren Produkten zu verkaufen, egal ob sinnvoll oder nicht.

## **BEISPIEL**

Wenn der Kieferorthopäde für ein Jahr mindestens zehn Patientenkiefer mit dem Produkt *invisalign* der amerikanischen Firma *Align Technology* gerade rückt, bekommt er das Produkt zehn Prozent billiger (zahlt also nur neun von zehn Schienen zum vollen Preis). Verpflichtet er sich, 20 Patienten damit zu behandeln, erhält er zwei davon umsonst; der Rabatt steigert sich auf bis zu 40 Prozent bei der „Abnahme“ eines „80er-Fallpakets“, womit der Arzt dann nicht nur den Gold- oder Silber-Status, sondern schon die höchste Stufe „Platinum Elite“ erreicht hat. Dann kosten ihn die Schienen für jeden seiner 80 Patienten dieses Jahres nur noch 60 Prozent des Einzelpreises.

Eigentlich ein ganz normaler Vorgang, oder? „Meine Großmutter sammelte früher auch Rabattmarken“, mögen Sie denken. Doch da ist ein Unterschied: Der Platinum-Elite-Arzt muss auf jeden Fall 80 Produkte bezahlen, auch wenn in diesem Jahr vielleicht nur 60 seiner Patienten bereit sind, sich mit den unsichtbaren, aber teuren Schienen behandeln zu lassen. Damit er nicht draufzahlt, wird er versuchen, auch mindestens 80 Patienten diese Versorgung anzubieten – und, wenn anbieten nicht reicht, sie ihnen aufzuschwatzen, auch wenn sie eigentlich gar nicht das Geld dafür haben oder sogar, medizinisch und psychologisch gesehen, eine einfachere und preiswertere Schiene oder Spange ausgereicht hätte.

## **UNSER FAZIT**

Ärzte werden von der Herstellerfirmen dazu verleitet, ihre Therapieempfehlungen nach

wirtschaftlichen anstatt nach medizinischen Motiven zu gestalten. In unserer Patientenberatung finden wir immer wieder Indizien dafür und befürchten, dass diese Geschäftspraxis weiter zunimmt.

Doch auch manche Mediziner sind unglücklich darüber. Ein Kieferorthopäde schreibt auf seiner Website: *„Diese Geschäftspolitik der Firma [gemeint ist auch hier Align Technology] ist leider kein gutes Zeichen für das Bemühen um eine qualitativ hochwertige Therapie und entspricht eher voraus-zugesagter Profitoptimierung durch Vertragsbindungsoptionen, die der Arzt zur Erlangung des Rabattes eingehen muss“.*

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

<https://www.vzhh.de/themen/gesundheit-patientenschutz/arzt-krankenhaus/kieferorthopaedie-auf-der-rabattschiene>