

## VEREINIGTE STAATEN

### Kunstfehler: Jetzt kommen die Anwälte dran

Die „Kunstfehler“-Hysterie in den Vereinigten Staaten führt nicht nur zu einer stellenweise bereits bedenklichen Gefährdung der ärztlichen Versorgung (ein symptomatisches Beispiel: Ein kalifornischer Orthopäde schloß seine Praxis und wanderte in einen anderen Bundesstaat aus, weil die Prämie der Haftpflichtversicherung inzwischen von zehn auf über fünfzig Prozent seines Umsatzes gestiegen ist!) – sie beginnt sich inzwischen auch gegen ihre wahrscheinlichen Urheber zu richten.

Die Ansicht ist weit verbreitet und wohl auch weitgehend berechtigt, daß die Geschäftstüchtigkeit mancher Anwälte die Prozeßwelle in Gang gesetzt, die Entschädigungsforderungen in die Höhe getrieben und die Haftpflicht-Versicherungsprämien hat explodieren lassen. Das liegt nicht zuletzt daran, daß im amerikanischen Zivilrecht dem Anwalt eine „Erfolgsbeteiligung“ für einen gewonnenen Prozeß zusteht.

Ein Anwalt, der auf diesem Wege ein Vermögen gemacht hat, ist, wie ein amerikanisches Nachrichtenmagazin berichtet, Edward P. Freidberg in Sacramento, Kalifornien. Im Alter von 40 Jahren besitzt er ein großes Haus in Sacramento, ein Appartement in Los Angeles, ein Haus in Hawaii und zwei Rasenpferde. Nun aber wendet er sich einem neuen Betätigungsfeld zu: Er führt Kunstfehlerprozesse gegen Anwaltskollegen.

Einer der ersten Prozesse dieser Art betraf witzigerweise einen Kunstfehlerprozeß gegen ein Krankenhaus. Ein Patient aus der Bundeshauptstadt wollte ein Krankenhaus verklagen; sein Anwalt irrte sich bei der Frist für die Einreichung der Klage, glaubte, er hätte

drei Jahre Zeit, obwohl es nur sechs Monate waren. So verfiel der Klageanspruch. Die Klage gegen den Anwalt führte zum Erfolg: 100 000 Dollar Schadenersatz. Ebenfalls 100 000 Dollar gewann Freidberg bei der „Nachlese“ eines Scheidungsprozesses: Der Anwalt der geschiedenen Ehefrau hatte bei der Forderung nach Unterhalt die Pension des Ehemannes nicht berücksichtigt.

Und so kommt es, daß es für Anwälte in den Vereinigten Staaten jetzt erforderlich wird, was für Ärzte längst selbstverständlich ist: Sie müssen sich eine Berufshaftpflichtversicherung zulegen. Natürlich gab es sie bereits; die jährlichen Prämien lagen im US-Durchschnitt bei 325 Dollar im Jahr (für Ärzte beträgt der US-Durchschnitt 2000 Dollar). Im vergangenen Jahr sind bereits von mehreren Versicherungsgesellschaften die Prämien erhöht worden, so in Michigan um 72 Prozent, in Wisconsin sogar um 300 Prozent auf 600 Dollar. Noch stärkere Erhöhungen sind in anderen Bundesstaaten zu erwarten.

Es ist offensichtlich, daß die Ärzte eine gewisse Schadenfreude nicht unterdrücken können. Im übrigen unternehmen sie auch etwas: Die American Medical Association hat Anfang des Jahres eine neue Zeitschrift herausgebracht, die zweimal im Monat erscheint. Sie enthält nichts anderes als Darstellungen von Kunstfehlerprozessen, an denen die Ärzte lernen sollen, wie man sie am besten vermeidet. In einer Anzeige für „The Citation“ (dies ist der Titel der neuen Zeitschrift) steht der schon fast klassische Satz: „Vorbeugung ist die bestmögliche Verteidigung gegen einen Kunstfehlerprozeß.“ bt

### Kontaktlinsen unter Arztaufsicht

Elf Jahre lang dauerte ein Prozeß, den der US-Staat Illinois gegen einen Optiker führte – am Schluß gewann der Staat: Das Oberste

Gericht in Illinois entschied, daß Optiker Kontaktlinsen nur anfertigen und anpassen dürfen, wenn ihre Tätigkeit von einem zugelassenen Arzt oder Augenarzt überwacht wird. bt

### Werbeverbot – ein Kartell?

Die amerikanische Kartellbehörde, die „Federal Trade Commission“ (FTC), will gegen das Werbeverbot für Ärzte vorgehen. Die von der American Medical Association erlassene Berufsordnung verstößt nach Ansicht der Federal Trade Commission gegen die Kartellgesetzgebung. Das Werbeverbot hindere den „Verbraucher“ daran, sich über die Art und die Kosten der zur Verfügung stehenden ärztlichen Leistungen zu unterrichten; damit werde der Wettbewerb eingeschränkt, und die Preise würden in gesetzwidriger Weise festgesetzt.

Die Behörde hat die American Medical Association zunächst einmal aufgefordert, zu ihrem Vorwurf Stellung zu nehmen. Ein Sprecher der AMA meinte dazu, es gebe bereits genug Krämergeist in den Vereinigten Staaten und man solle ihn nicht auch noch in die Medizin einführen. Im übrigen sei es keineswegs sicher, daß es durch die Freigabe der Werbung zu niedrigeren Gebühren käme, und über die tatsächliche Qualität der angebotenen ärztlichen Leistung werde der Patient dadurch ohnehin nicht informiert.

Falls die FTC bei ihrer Auffassung bleibt, muß die American Medical Association einen langwierigen Klageweg durch alle Instanzen beschreiten. Übrigens glaubt man, daß die Aktion der FTC lediglich der Anfang ist – Rechtsanwälte, Architekten, Tierärzte und andere freie Berufe, bei denen professionelle Werbebeschränkungen bestehen, dürften mit ähnlichen Aktionen der Kartellbehörde zu rechnen haben. bt