

Praxismarketing – Die rechtlichen Aspekte

Mehrere Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichtes haben im vergangenen Jahr zu einem grundlegenden Wandel bei den rechtlichen Voraussetzungen für die Darstellung einer Praxis in der Öffentlichkeit geführt. Doch trotz der generellen Lockerung des Werbeverbots und den daraus resultierenden praktischen Möglichkeiten ist weiterhin Vorsicht geboten – die bisherigen standespolitischen Reaktionen auf gewagte Vorstöße einzelner Zahnärzte belegen, dass die gängige Praxis noch weit hinter der höchstrichterlichen Rechtsprechung zurücksteht.

▶ Dr. Andreas Ammer / Stefan Seidel



Dr. Andreas Ammer ist als Fachanwalt in Trier tätig.



Stefan Seidel ist Geschäftsführer von New Image Dental, Agentur für Praxismarketing, in Zornheim.

Noch vor einigen Jahren zählte das zahnärztliche Werbeverbot zu den Grundpflichten eines jeden Zahnarztes und gehörte zum Kanon der berufspolitischen Äußerungen zahnärztlicher Verbände und Berufsorganisationen. Man begründete den Verzicht auf Werbung mit der Natur des zahnärztlichen Berufes als freiem Beruf, wobei dieses Werbeverbot im Allgemeinen von den Zahnärzten akzeptiert und auch in der Reflektion durch die deutschen Gerichte bestätigt wurde. Im Vordergrund standen „vernünftige Erwägungen des Gemeinwohls“. Werbliche Methoden oder entsprechende Darstellungen des Zahnarztes in der Öffentlichkeit widersprächen – so die damals vorherrschende Meinung – dem Bild des der Zahnheilkunde verpflichteten und um die Volksgesundheit bemühten Zahnarztes.

Viele Berufsordnungen der Zahnärzte sahen – einer entsprechenden Formulierung in der Musterberufsordnung folgend – jede Werbung und Anpreisung der eigenen Praxis als verboten an. Darüber hinaus existieren auch heute noch strenge Vorschriften bei der Außendarstellung auf Praxisschildern sowie der Schaltung von Anzeigen in örtlichen Medien. Hinsichtlich der Internetpräsenz von Zahnarztpraxen trennt man deutlich zwischen Angaben auf der Homepage und Angaben auf nachgeschalteten Websites. Erstere sollen sich im Wesentlichen auf

Name, Gebietsbezeichnung nach der Weiterbildungsordnung, Adressbestandteile und die Sprechstundenzeiten beschränken. Allgemein muss allerdings beobachtet werden, dass sowohl die Berufsordnungen der Selbstverwaltungskörperschaften der Zahnärzte als auch die Praxis der Kammern hinter der Rechtswirklichkeit der deutschen Obergerichte und insbesondere der des Bundesverfassungsgerichtes zurückbleiben.

1. Die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichtes zum Werbeverbot der (Zahn)Ärzte

In mehreren Entscheidungen, beginnend mit dem Jahr 2000, hat das BVerfG festgehalten, dass an einer sachlich zutreffenden und dem Laien verständlichen Informationswerbung seitens der Ärzteschaft ein Allgemeininteresse bestehe. In den Rahmen der durch Art. 12 Abs. 1 GG geschützten berufsbezogenen Tätigkeiten eines Zahnarztes fällt nach Ansicht des Gerichts auch die berufliche Außendarstellung einschließlich der Werbung für die Inanspruchnahme der jeweiligen von ihm angebotenen Dienste. Verboten sei lediglich die berufswidrige Werbung, soweit sie irreführend sei und die Selbstdarstellung unter Berücksichtigung der Qualitätssicherung nicht mehr überprüfbar wäre. In einer Entscheidung vom 18.02.2002 hat das BVerfG weiter herausgestellt, dass Anzeigen eines Arztes in einem