

Die Werbung und ihre Grenzen Teil 1

Seit Mai 2000 ist das generelle Werbeverbot für Ärzte aufgehoben und seit Mai 2002 sind auch die restriktiven Regeln für das Schalten von Anzeigen aus dem Weg geräumt. Seitdem dürfen Ärzte innerhalb bestimmter Grenzen für sich und ihre Leistungen werben. Und immer mehr Ärzte nutzen diese Möglichkeit: um Patienten an die Praxis zu binden, um sie auf weitere Leistungen aufmerksam zu machen, um sie über bestimmte Behandlungsmethoden zu informieren – und sicherlich auch, um verstärkt Selbstzahler- oder die so genannten IGeL-Leistungen anzubieten und damit die Rendite der Praxis zu erhöhen.

▶ Dr. Stefan Müller, Dr. Uwe Schlegel



Dr. Stefan Müller (r.) und
Dr. Uwe Schlegel (l.).

kontakt:

Eisenbeis Rechtsanwalts-
gesellschaft mbH
Rösrather Str. 759
51107 Köln
Tel.: 02 21 / 8 80 40 60
E-Mail: eisenbeis-koeln@etf.de
www.eisenbeis-rechtsanwaelte.de
In Kooperation mit ADVISA
Wirtschaftsberatung GmbH
Steuerberatungsgesellschaft
Steinstr. 41
45128 Essen

Zahnärzte sind durch Berufsordnungen von Werbeschränkungen betroffen. Werbung ist aber zum einen für solche Ärzte sehr wichtig, die sich als Berufsanfänger neu niederlassen und Patienten auf ihre Dienstleistung aufmerksam machen wollen. Zum anderen können auch etablierte Zahnärzte von Marketingmaßnahmen profitieren, insbesondere dann, wenn sie sich auf ein bestimmtes Fachgebiet spezialisiert haben.

Werbeschränkungen behindern den Arzt in seiner Berufsausübungsfreiheit, Art. 12 Grundgesetz. Die Diskussion um die Zulässigkeit oder Unzulässigkeit (zahn-)ärztlicher Werbung reißt nicht ab. Werbeschränkun-

gen finden sich vor allem in den Berufsordnungen der Landes Zahnärztekammern. Eine bundeseinheitliche Regelung existiert nicht. Die 1996 veröffentlichte Musterberufsordnung für Zahnärzte der Bundeszahnärztekammer, die auch Regelungen über die Zulässigkeit von Werbung enthielt, wurde nicht von allen Landeskammern übernommen. Die konkreten Vorschriften können sich deshalb von Bundesland zu Bundesland unterscheiden.

Unterschied: Sachliche Informationen und Anpreisung

Die Berufsordnungen und auch die Gerichte unterscheiden zwischen der allgemein zulässigen Information in sachlicher Form und der unzulässigen werbenden Anpreisung der Dienstleistungen des Zahnarztes. Das Bundesverfassungsgericht hat diese Abgrenzung durch eine Entscheidung aus dem Jahr 1999 und 2003 bestätigt. Danach ist nicht jede Werbung als solche, sondern nur diejenige als unzulässig einzustufen, die berufswidrig ist. Berufswidrig ist eine Werbung dann, wenn sie keine interessengerechte und sachangemessene Information enthält. Interessengerechte und sachgemäße Informationen sind demnach grundsätzlich zulässig.

Die Abgrenzung zwischen sachlicher Information und unzulässiger Anpreisung erfolgt nicht formelhaft, sondern durch die Betrachtung des Einzelfalls. Es kann dabei auf bereits