Zum Heraustrennen.
tipp

Social Media in der ZAP:

Chancen, Grenzen und praktische Tipps

Der professionelle Einsatz von Social Media gehört in den meisten Zahnarztpraxen mittlerweile zum Standardrepertoire, etwa zur Patienteninformation, Imagepflege oder Gewinnung neuer Patienten. Die digitale Multiplikatorenwirkung verspricht große Reichweite, birgt jedoch auch rechtliche Risiken – von unzulässiger Werbung über Datenschutzverstöße bis hin zu urheberrechtlichen Problemen. Viele Praxisinhaber fragen sich deshalb: **Bis zu welchem Punkt ist die Werbung erlaubt, und wo beginnen die rechtlichen Risiken?** Nachfolgend finden Sie einen kompakten Überblick.

Warum überhaupt Social Media für Zahnarztpraxen?

- **Reichweite steigern:** Mit Accounts auf Instagram, Facebook, TikTok oder YouTube können schnell und zielgerichtet interessierte Patienten angesprochen werden.
- **Fachkompetenz zeigen:** Fachbeiträge, Praxis-Insights oder Patientenfragen vermitteln Expertise und bauen Vertrauen auf.
- **Praxiseinblicke und Patientenbindung:** Bilder vom Praxisalltag, Teamvorstellungen oder Informationen zu neuen Geräten tragen zur Markenbildung bei.

Häufige Problemfelder in der Praxis

- **Unzulässige Vorher-Nachher-Bilder**

Bei rein ästhetischen Behandlungen (zum Beispiel Bleaching, Veneers) wählen manche Praxen noch immer **Vorher-Nachher-Fotos**, um ästhetische Erfolge zu demonstrieren. Das birgt ein hohes Abmahnrisiko.

- **Irreführende Werbeaussagen**

Slogans wie *100 Prozent Erfolg* oder *garantiert schmerzfrei* suggerieren ein sicheres, risikofreies Ergebnis – und gelten als wettbewerbswidrig.

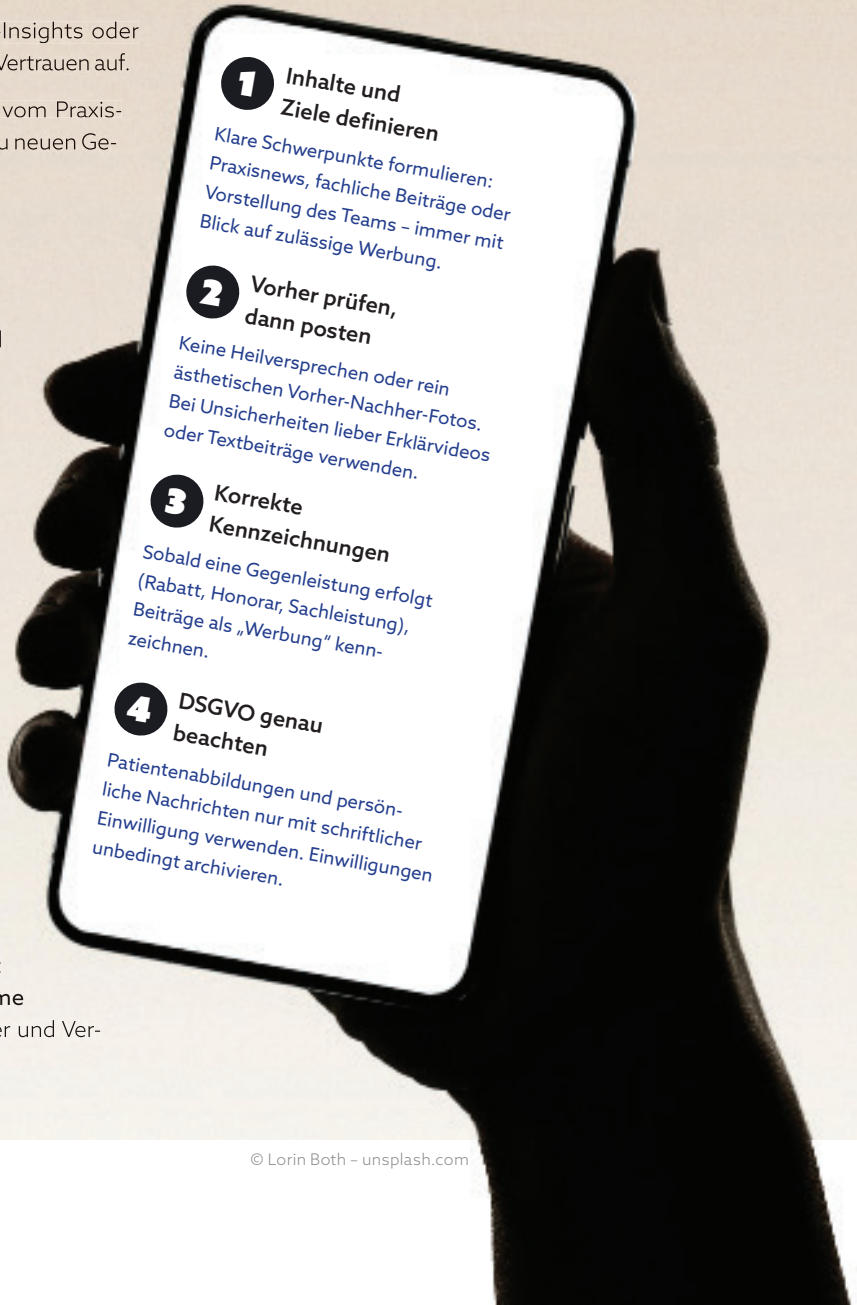
- **Fehlende oder unklare Kennzeichnung von Werbekooperationen**

Unterlassene oder **unklare Hinweise** auf „Werbung" oder „Anzeige" bei Influencer-Marketing und Testimonials führen zu Abmahnungen und Imageschäden.

- **Datenschutzverstöße**

Ob Patientenanfragen, Chatverläufe oder Fotos: Werden diese **ohne schriftliche**, **DSGVO-konforme Einwilligung** veröffentlicht, drohen hohe Bußgelder und Vertrauensverlust bei Patienten.

Praktische Umsetzung: Vier Tipps für den sicheren Social-Media-Auftritt



© Lorin Both – unsplash.com

* Die Beiträge in dieser Rubrik stammen von den Anbietern und spiegeln nicht die Meinung der Redaktion wider.

Rechtlicher Rahmen: Was ist erlaubt, was nicht?

Heilmittelwerbegesetz (HWG) und Berufsordnung: Das HWG definiert klare Grenzen für die Werbung im medizinischen Bereich. Vor allem § 11 HWG regelt, dass bildliche Vorher-Nachher-Darstellungen bei nicht medizinisch indizierten, rein ästhetischen Eingriffen unzulässig sind. Verstöße können kostenpflichtige Abmahnungen nach sich ziehen. Zusätzlich schränken die Berufsordnungen der Länder übermäßige und irreführende Werbeformen ein.

Influencer-Marketing und Testimonials:

Influencer-Kooperationen sind möglich, solange deutliche Kennzeichnungen als „Werbung" oder „Anzeige" erfolgen. Dasselbe gilt für echte Patientenstimmen (Testimonials): Sie dürfen verwendet werden, sofern sie keine Heilversprechen beinhalten und kein irreführender Eindruck entsteht. Auch hier ist auf formale Einwilligungen zu achten, damit es nicht zum Verstoß gegen den Datenschutz oder die Heilmittelwerbevorschriften kommt.

Datenschutz (DSGVO) und Einwilligung

Um Patientenfotos oder Videos aus dem Praxisalltag (zum Beispiel über Instagram oder Facebook) zu veröffentlichen, ist im Vorfeld stets eine DSGVO-konforme Einwilligung erforderlich. Diese sollte schriftlich eingeholt und praxisintern archiviert werden. Schon eine Nahaufnahme des Mundbereichs kann personenbezogene Daten enthalten, wenn sie Rückschlüsse auf den Patienten zulässt.

Fazit: Chancen nutzen, aber rechtssicher

Zahnärzte können mit einem professionellen Social-Media-Auftritt das Patientenvertrauen stärken und moderne, sympathische Praxiseinblicke geben. Allerdings muss das Werbe- und Datenschutzrecht jederzeit im Blick bleiben. Wer unsicher ist, sollte frühzeitig rechtlichen Rat einholen und außerdem eine interne Compliance-Checkliste anlegen – so bleiben Gestaltungsspielraum und Rechtssicherheit in der Praxis in bester Balance.

Infos zur Autorin

Infos zum Unternehmen

Angélique Rinke • Rechtsanwältin
Lyck+Pätzold. healthcare.recht
www.medizinanwaelte.de

* Die Beiträge in dieser Rubrik stammen von den Anbietern und spiegeln nicht die Meinung der Redaktion wider.

ANZEIGE

SnowWhite BleachingSchiene

Weiße Zähne, wenig Aufwand: Die BleachingSchiene

- Scan oder Abdruck nehmen, zu Orthos schicken
- Ihre Patient*innen aufklären, Schiene und Gel **für Zuhause** mitgeben
- Auch zur Auffrischung nach In-Office-Bleaching



SnowWhite BleachingSchiene x Opalescence tooth whitening systems

OK + UK für strahlende 149,– €*
im Set mit Gel 189,– €*
*inkl. MwSt.

Mehr Informationen unter
www.orthos.de/bleaching

Eine Marke von
ORTHOS Fachlabor

Entdecken Sie unsere weiteren Marken unter
www.orthos.de