

Heimlich im Internet

Am Arbeitsplatz im Internet zu surfen, ist längst kein Tabuthema mehr.



■ (*wirtschaftsnachrichten.org*) - Ein großer Anteil der deutschen Arbeitnehmer nutzt die Online-Möglichkeiten tatsächlich für private Zwecke. Knapp die Hälfte derer, die das Internet am Arbeitsplatz privat nutzen, tut dies, um zu mailen. Jeder Vierte sucht Informationen für private Zwecke.

Jeweils ein Fünftel kauft online ein oder führt Buchungen durch. Jeder Achte besucht Online-Communities, acht Prozent spielen Online-Spiele. Jeder zweite Berufstätige verwendet das Web während der Arbeit für private Zwecke. Weibliche Mitarbeiter machen von dieser Möglichkeit etwas häufiger Gebrauch als männliche (55 gegenüber 48 Prozent). Jede dritte Frau nutzt den Webzugang ihres Arbeitgebers mindestens einmal täglich, bei den Männern ist es lediglich jeder vierte. Am häufigsten werden dabei private E-Mails gecheckt. Das hat eine aktuelle Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Aris im Auftrag des

Hightech-Verbands BITKOM ergeben.

Die private Internet-Nutzung am Arbeitsplatz regelt in Deutschland kein spezielles Gesetz. Die meisten Ratschläge leiten sich daher aus allgemeinen Gesetzen oder der einschlägigen Rechtsprechung ab.

Die intensive private Nutzung des Internets während der Arbeitszeit ohne Erlaubnis kann eine Verletzung der arbeitsvertraglichen Pflichten darstellen. Doch vor einer Kündigung muss der Arbeitgeber einen Mitarbeiter in der Regel zuerst einmal abmahnen. Ganz heimlich im Internet zu surfen, kann also – je nach betrieblicher Gepflogenheit – für den Arbeitnehmer durchaus handfeste Nachteile nach sich ziehen.

Der Arbeitgeber ist nicht verpflichtet, das private Surfen zuzulassen. Entschieden er sich aber doch dafür, hat er zwei Möglichkeiten: Er kann es generell erlauben oder auf bestimmte Zeiten oder Seiten begrenzen. Ist die private Internet-Nutzung erlaubt, darf die Firma das Surfverhalten der Mitarbeiter aber nur in Ausnahmefällen ohne Zustimmung des Mitarbeiters kontrollieren. Selbst bei einem Verbot der privaten Nutzung sind keine unbegrenzten Kontrollen gestattet. ◀

Reuss Einrichtungen erhält QM-Zertifikat

Reuss Einrichtungen GmbH hat jetzt das Zertifikat „Qualitätsmanagement nach DIN EN ISO 9001“ erhalten. Damit wird die optimale Prozessqualität innerhalb des Unternehmens bestätigt.

■ (*Reuss Einrichtungen*) - Bei der feierlichen Übergabe in den Reuss-Geschäftsräumen betonte Frau Hertle von der ZDH-ZERT GmbH (Zertifizierungsorganisation des Deutschen Handwerks), dass der Betrieb die wirksame Einführung eines Qualitätsmanagementsystems nach DIN EN ISO 9001:2008 im Audit erfolgreich unter Beweis gestellt hat.

Seit Jahren schon arbeitet Reuss sowohl im Bereich Verwaltung als auch in der Produktion nach den QM-Vorgaben und optimiert laufend die Prozesse. Dies beginnt beim telefonischen Kundenkontakt und setzt sich über Abläufe in der Verwaltung bis zur Fertigung in der Schreinerei und der Montage der Einrichtungen beim Kunden fort. Im vergangenen Jahr wurde das Einzelunternehmen in eine GmbH umgewandelt.

Mit dem sogenannten prozessorientierten Qualitätsmanagementsystem stellt die Firma Reuss zum Beispiel eine konsequente Ablauforganisation langfristig sicher. Außerdem verlangt das QM-Zertifikat, dass das Vertrauen der Kunden in die Qualität der Leistungen erhalten wird und sie mit den Leistungen zufrieden sind. „Für unser Unternehmen sind dies Grundanforderungen, die wir als Basis einer erfolgreichen Arbeit sehen“, unterstreicht Geschäftsführer Rüdiger Reuss. Deshalb

stelle es auch kein Problem dar, dass das Zertifikat jedes Jahr bei einer Nachprüfung bestätigt werden müsse.



Der Erfolg gibt dem Unternehmer Recht: Auch in Krisenzeiten musste Reuss Einrichtungen weder Kurzarbeit anmelden noch Personal abbauen – im Gegenteil: Inzwischen ist die Zahl der Mitarbeiter auf 29 gestiegen. Kreativität, Qualität, Zuverlässigkeit und Innovationskraft, darin sieht Rüdiger Reuss die Grundlage für das kontinuierliche Wachstum seines Unternehmens. Der Betrieb hat sich auf die Planung und hochwertige Einrichtung von Apotheken, Arztpraxen und Ladengeschäften spezialisiert und beliefert Kunden im gesamten süddeutschen Raum so-

wie im benachbarten Ausland. Eine Innenarchitektin entwirft die individuellen Gestaltungskonzepte für das jeweilige Objekt. Die Konzentration auf die Kernkompetenzfelder Praxiseinrichtungen und Apothekengestaltung hat entscheidend zum Wachstum beigetragen.

Unternehmerischer Mut und Risikobereitschaft haben sich also ausgezahlt, die Firma Reuss Einrichtungen konnte sich im Bereich Apotheken und Arztpraxen inzwischen etablieren.

Bester Beweis sind die gut gefüllten Auftragsbücher und die vielen Referenzen, auf die Rüdiger Reuss stolz ist: „Mit unserem Know-how und unseren Produkten haben wir unseren Platz im Markt gefunden.“

Das Qualitätsmanagement-Zertifikat ist ein weiterer Meilenstein auf unserem erfolgreichen Weg. ◀

Reuss Einrichtungen GmbH

Steinbeisstraße 1
78655 Dunningen
Tel.: 0 74 03/92 02-0
Fax: 0 74 03/92 02-21
E-Mail: info@reuss-einrichtungen.de
www.reuss-einrichtungen.de
Stand: A39

Vom Suchen und Finden der Zahnarztpraxis

Interview mit Jan-Philipp Schmidt, Geschäftsführer der vernetzten Online-Praxisbörse www.dentalsnoop.de.

■ **Herr Schmidt, die Online-Praxisbörse DentalSnoop gibt es seit 15. März dieses Jahres. Stellen Sie uns diese doch kurz vor.**

Jan-Philipp Schmidt: Pünktlich zur Internationalen Dental-Schau (IDS) ging unter www.dentalsnoop.de unsere innovative Praxisbörse online mit dem Ziel, Praxisabgeber, Praxisvermittler und niederlassungswillige Zahnmediziner in einem System zusammenzubringen, um ihre jeweiligen Bedürfnisse optimal erfüllen zu können.

Was ist das Besondere an DentalSnoop?

Das Besondere an DentalSnoop ist die komplette Vernetzung der Online-Praxisbörse. Sie ist nicht nur eine Plattform, die auf direktem Weg vom User angesteuert werden kann, sondern die auch von der Vernetzung mit Tools des Web 2.0 profitiert. Über die Verbindung zu Facebook, Twitter & Co. werden Interessenten beispielsweise ständig auf dem Laufenden über neue Praxisangebote gehalten. Die Fachcommunity ALUMNIGROUPS, ein spezielles Netzwerk für Zahn-

mediziner, ermöglicht zudem einen optimalen Zugang für die Zielgruppe, denn auch die ALUMNIGROUPS informieren ihre interessierten Mitglieder über neue Praxisinserate und News zu Niederlassungsthemen und zur Praxisabgabe. Nicht zuletzt durch die Integration in weitere bestehende Internetportale und Communities wie zahnportal, dents.de, dentapress und zwp-online ist DentalSnoop die erste vollständig crossmediale Praxisbörse der Zahnmedizin.

Wie gehe ich vor, wenn ich mich für eine bestimmte Praxis interessiere?

Jeder interessierte User hat unter www.dentalsnoop.de die Möglichkeit, nach passenden Praxisinseraten zu suchen. Durch das Schnellsuchfeld kann nach Orten oder Postleitzahlen gesucht werden. Da die Praxissuche zumeist von regionalen Vorlieben geleitet wird, kann jeder Suchende auf diese Weise sich schnell einen Überblick über



die Angebote in seiner Wunschregion machen. Natürlich können über eine Detailsuche weitere Kriterien, wie beispielsweise die Spezialisierungen der Praxis, festgelegt werden, die dabei helfen, die Wunschpraxis zügig zu finden.

Unsere Praxisinserate werden in Zusammenarbeit mit unseren Partnern, den Dentaldepots dental bauer und Pluradent, erstellt und sind über verschiedene Nutzerebenen zu erreichen. Die erste Informationsebene der einzelnen Praxisinserate ist für alle Webuser zugänglich. Sie beinhaltet reduzierte Informationen hinsichtlich des genauen Ortes und der Praxisbeschreibung. Ist das Inserat über Chiffre von einem Dentaldepot eingestellt worden, löst der Suchende auf dem Exposé seiner Wahl ei-

nen Kontaktwunsch für weitere Detailinformationen aus und der Berater nimmt auf Wunsch Kontakt mit dem Suchenden auf.

An wen richtet sich die Online-Praxisbörse hauptsächlich?

DentalSnoop richtet sich an zwei Zielgruppen: Zum einen an junge Zahnmediziner, die den Sprung in die Selbstständigkeit wagen wollen und natürlich an Praxisabgeber jeder Altersklasse, die ihre Praxis in ambitionierte Hände weitergeben wollen. Durch die Kooperation mit den Dentaldepots können Praxisabgeber ihre Praxen über die vernetzte Praxisbörse offerieren und auf diesem Weg ein völlig neues und junges Publikum erschließen. Die Praxisbörse DentalSnoop versteht sich als modernes Instrument für die Karriereplanung jedes Zahnmediziners, es kann Dynamik in überalterte Praxisstrukturen bringen und gleichzeitig die Freiberuflichkeit sichern.

Was ist das Ziel der Internetbörse?

DentalSnoop möchte seinen Nutzern dabei helfen, sich den Herausforderungen zu stellen, die sich bei der Übernahme oder Abgabe einer Praxis ergeben: Berufliches und Privates miteinander

in Einklang zu bringen oder Gleichgesinnte für gemeinsame Praxisprojekte zu finden. Diese Ziele sind ebenso relevant wie die Sicherung der Vermögenswerte bei Praxisabgaben oder attraktive Angebote, die den Schritt vom sicheren Angestelltenverhältnis in die Selbstständigkeit erleichtern.

Können Sie nach einem halben Jahr bereits eine Bilanz ziehen? Wie wird DentalSnoop angenommen?

Bislang haben wir sehr gutes Feedback erhalten, die schnelle Suche nach einem geeigneten Praxisobjekt hat bereits zahlreiche Anhänger gefunden. Auch bei den Praxisabgebern ist DentalSnoop auf breites Interesse gestoßen. Gerade die direkte Ansprache des jungen Zielpublikums und die schnellen Wege der Informationsverbreitung über unsere Vernetzungen überzeugen zahlreiche Kolleginnen und Kollegen, die nach geeigneten Nachfolgern suchen.

Wir können aktuell circa 140 Praxen in unserer Datenbank verzeichnen und werden unser Angebot selbstverständlich weiter ausbauen. ◀

Herr Schmidt, vielen Dank!



Beweglich

A-dec bietet nun die Ergonomie und Komfort des A-dec 500 Stuhles mit der neuen Option des A-dec 300 Radius-Style Arztelementes.

Ergebnis:

Exzellenter Zugang, Premium-Komfort für den Patienten, und ein leichtes, bewegliches, integriertes Arztelement. Robust und dennoch sehr beweglich.

Kontaktieren Sie Ihren lokalen A-dec Händler und entdecken Sie, wie Ihnen der branchenführende Behandlungsstuhl mehr Beweglichkeit gibt als je zuvor.



Herunterladen einer Kopie von der neuen
A-dec 500 Broschüre - a-dec.com/agile



a dec[®]
reliablecreativesolutions[™]

Behandlung in der Schweiz

Der Bundesgerichtshof (BGH) befasste sich mit der Frage, welches Recht bei der Behandlung eines Deutschen in der Schweiz gilt.



■ In seinem Urteil vom 19.07.2011 hat sich der Bundesgerichtshof (BGH) mit der Frage befasst, ob ein deutscher Patient, der in der Schweiz behandelt wurde, Schadensersatzansprüche nach deutschem oder schweizerischem Recht geltend machen muss.

Der Fall

Ausweislich der bislang vorliegenden Pressemeldung des BGH, begab sich ein in Deutschland wohnhafter Patient an das Basler Universitätsspital zur ambulanten Behandlung einer chronischen Hepatitis C-Erkrankung. Dem Patienten wurde eine medikamentöse Therapie in Form von Tabletten und Eigeninjektionen über eine Dauer von 24 Wochen verordnet, die - nach einer ersten Injektion im Universitätsspital - am Wohnort des Patienten mit Kontrolle des Hausarztes stattfand. Die Therapie wurde wegen schwerer Nebenwirkungen vom Patienten abgebrochen, wobei dieser den Schweizer Arzt, der die Behandlung verordnet hatte, vor dem Landgericht (LG) Waldshut-Tiengen in Deutschland verklagte.

Das LG beurteilte diesen Fall nach deutschem Recht, da die Nebenwirkungen der Medikamente in Deutschland auftraten. In der Berufungsinstanz war das Oberlandesgericht (OLG) Karlsruhe in seinem Urteil vom 03.08.2010 der Auffassung, dass das Schweizer Recht anzuwenden sei.

Die Entscheidung

Der BGH ist der Auffassung, dass sich vorliegend die Beurteilung der deliktischen Haftung des Arztes nach Schweizer Recht richtet. Vorliegend käme Art. 41 Abs. 2 Nr. 1 EGBGB zur Anwendung. Danach komme ein anderes Recht zur Anwendung, mit dem der zu beurteilende Sachverhalt eine wesentlich engere Verbindung aufweise. Der vorliegend zu beurteilende Sachverhalt stünde mit der Schweizer Rechtsordnung in wesentlich engerem Zusammenhang. Auch wenn zwischen den Parteien (Anm.: angestellter Arzt und Patient) kein vertragliches Rechtsverhältnis bestand, seien die Beziehungen zueinander maßgeblich durch das zwischen dem Kanton als Träger des Universitätsspitals und dem Kläger be-

stehende und in der Schweizer Rechtsordnung verwurzelte ärztliche Behandlungsverhältnis geprägt. Gemäß § 3 Abs. 2 des Gesetzes des Kantons Basel-Stadt über die Haftung des Staates und seines Personals (Haftungsgesetz) sei der Beklagte als Beschäftigter des Kantons aber von jeder Haftung frei. Gemäß § 3 Abs. 1 des Haftungsgesetzes hafte der Kanton für den Schaden, den sein Personal in Ausübung seiner amtlichen Tätigkeit Dritten widerrechtlich zufüge.

Folge

In der Konsequenz bedeutet dies, dass der Schweizer Arzt, der von dem Patienten verklagt wurde, sich auf den Haftungsausschluss berufen kann. Folge ist, dass der Patient den Träger des Bas-



ler Universitätsspitals, also das zuständige Kanton, verklagen müsste.

Der Fall ist besonders interessant, da das deutsche Recht durch das Schweizer Recht verdrängt wird und der Patient nicht mehr die Möglichkeit hat, das deutsche Recht gemäß Art. 40 Abs. 1 S. 2 EGBGB als Recht des Erfolgsortes (Eintritt der Nebenwirkungen in Deutschland) zu wählen. ◀◀

Kazemi & Lennartz Rechtsanwälte
Newsletter I-08-2011
(RA Michael Lennartz)
Kazemi & Lennartz Rechtsanwälte
Rheinallee 28, 53173 Bonn
www.medi-ip.de

Junge Deutsche sparen gerne

Eine Studie ergab, dass junge Menschen in Deutschland fast doppelt so viel sparen wie der durchschnittliche Privathaushalt in Deutschland.



■ (LVZ-Online) - Nach einer Umfrage der Deutschen Bank unter 1.000 Bundesbürgern im Alter von 14 bis 25 Jahren legen die Jugendlichen und jungen Erwachsenen von durchschnittlich 503 Euro rund 112 Euro auf die Seite, 14 Euro mehr als vor einem Jahr. Damit liegt die Sparquote bei 22 Prozent, wäh-

rend private Haushalte in Deutschland nach Zahlen der Deutschen Bundesbank für 2010 im Durchschnitt nur 11,4 Prozent ihres Einkommens auf die hohe Kante legten.

Männer können mehr sparen

Nach der Umfrage fließen den jungen

Männern mit 541 Euro jeden Monat 75 Euro mehr zu als gleichaltrigen Frauen. Deshalb können Männer mit durchschnittlich 137 Euro pro Monat auch mehr sparen als junge Frauen (86 Euro). Die Einnahmen stammen aus Taschengeld, Nebenjobs, Ausbildung und Berufstätigkeit.

Wünsche erfüllen

Laut Umfrage sparen junge Menschen gezielt, um sich mit dem Geld konkrete Wünsche zu erfüllen: Mehr als die Hälfte (57 Prozent) der Befragten legt Geld zurück, um sich später einen Führerschein, ein Auto oder eine Reise leisten zu können. Ein knappes Drittel (29 Prozent) spart für Ausbildung, Studium oder Praktika. Hingegen schafft nicht einmal jeder Fünfte (19 Prozent) Rücklagen für die Altersvorsorge. ◀◀

„Dental Specialists“ keine Wortmarke

Das Bundespatentgericht in München hat mit Beschluss vom 12.05.2011 die Eintragung der Wortmarke „Dental Specialists“ u.a. für zahnärztliche Dienstleistungen abgelehnt.

■ (Ratajczak & Partner) - Dass Marken Märkte machen, gilt auch im zahnärztlichen Bereich. Die Leistungserbringung unter Verwendung eines Logos oder einer griffigen Bezeichnung wird auch für den Zahnarzt immer bedeutsamer. Was liegt da näher, als das Exklusivrecht an einer solchen Marke beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) zu beantragen? Zu beachten ist allerdings, dass nicht jede Bezeichnung einem Markenschutz zugänglich ist und entsprechend monopolisiert werden darf.

Zurückweisung der Marken-anmeldung durch das DPMA

In dem vom BPatG entschiedenen Fall begehrte der Anmelder für die Dienstleistungen „Werbung, Geschäftsführung, Büroarbeiten im Bereich der Zahnmedizin; wissenschaftliche Dienstleistungen und Forschungsarbeiten im Bereich der Zahnheilkunde; Dienstleistung eines Zahnarztes, Dienstleistung einer Zahnklinik“ die Eintragung der Wortmarke „Dental Specialists“ in das Markenregister. Die Markenstelle wies die Anmeldung mit Beschluss vom 08.05.2009 zurück. Die Marke sei nicht unterscheidungskräftig, weil sie von den angesprochenen Verkehrskreisen lediglich als Hinweis darauf verstanden werde, dass die so gekennzeichneten Dienstleistungen aus dem Bereich der Zahnmedizin bzw. Zahnheilkunde von entsprechend ausgebildeten Spezialisten erbracht würden. Gegen den Beschluss legte der Anmelder Erinnerung ein und wies darauf hin, dass der Bestandteil „Specialists“ auf außerordentliche, nachgewiesene qualifizierte Fähigkeiten und Leistungen des Erbringers der entsprechenden Dental-dienstleistungen als Qualitätssiegel hinweisen solle. Die Markenstelle des DPMA wies diesen Einwand jedoch zurück.

Die Beschwerdeentscheidung des BPatG

Der Anmelder rief schließlich das BPatG mit einer Beschwerde gegen die ablehnende Entscheidung an. Das BPatG erachtete diese in der Sache für nicht begründet. Die Marke „Dental Specialists“ sei hinsichtlich sämtlicher Dienstleistungen rein beschreibend, sodass hier eine Entscheidungskraft fehle. Es komme zum einen auf die beanspruchten Waren bzw. Dienstleistungen an, andererseits auf die Auffassung der angesprochenen Verkehrskreise, wobei auf diejenigen abzustellen sei, bei denen die fragliche Marke Verwendung findet oder Auswirkungen haben kann. Nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) komme es auf den Handel bzw. den normal informierten, angemessenen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher an. Handelt es sich dann um eine Marke, die einen beschreibenden Begriffsinhalt aufweise, der für die infrage stehenden Waren bzw. Dienstleistungen ohne Weiteres und ohne Unklarheiten als solche erfasst würde, sei die für eine Markenmeldung erforderliche Unterscheidungskraft zu verneinen. Dies gelte auch für Waren und Dienstleistungen, die die Marke nicht unmittelbar betreffen, bei der jedoch ein enger beschreibender Bezug hergestellt werde. Dies sei im konkreten Fall gegeben.

Auswirkungen auf die Praxis

Mit der vorliegenden Entscheidung führt das BPatG seine bisherige Rechtsprechung zur Frage der Unterscheidungskraft fort, die auch vom Bundesgerichtshof entsprechend bestätigt wurde. Der

Beschluss - der dieses Mal den zahnärztlichen Bereich betraf - verdeutlicht, dass es unzulässig ist, sich allgemeine Bezeichnungen zum Zwecke der Monopolisierung schützen zu lassen. Dies gilt selbst dann, wenn der Begriff nicht aus der deutschen Sprache stammt.

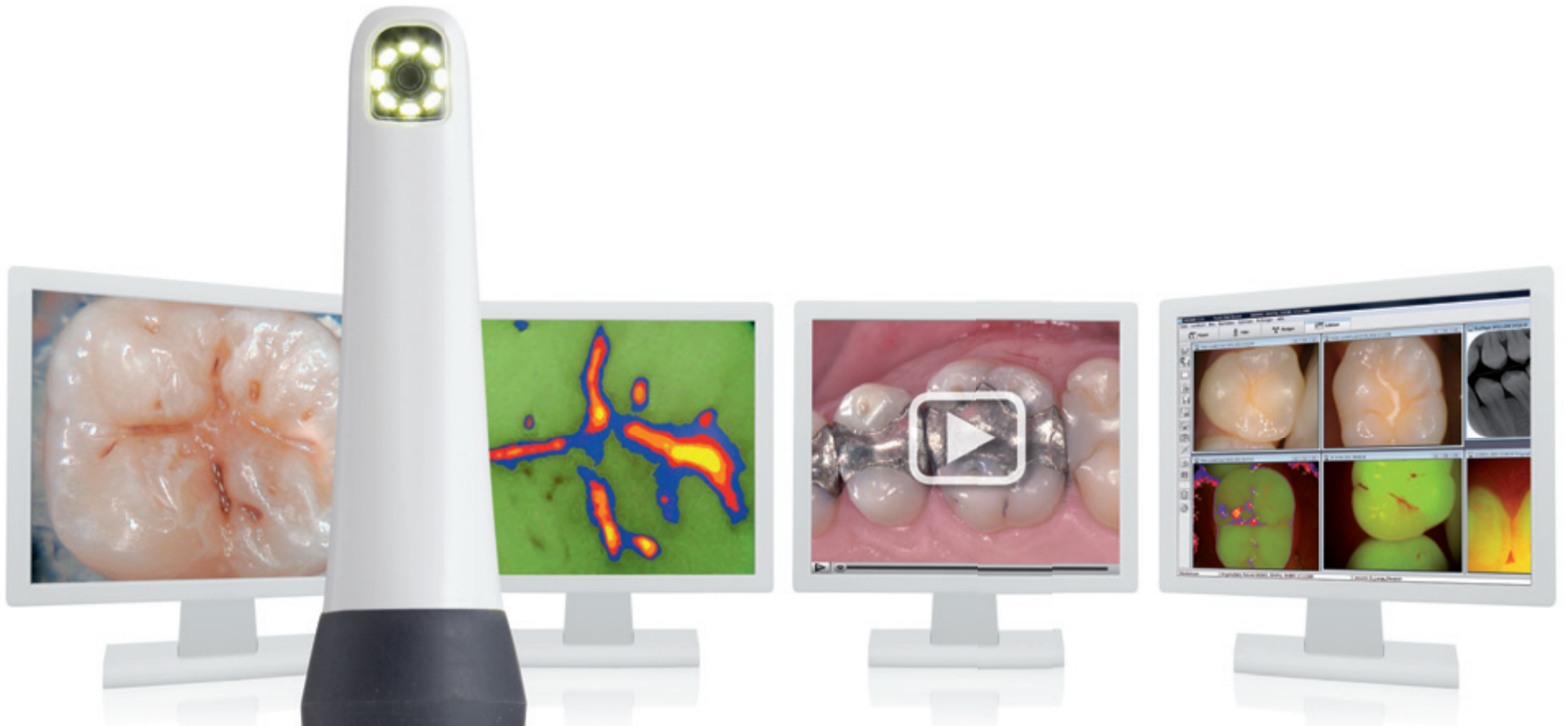
... und das zahnärztliche Berufsrecht?

Die Entscheidung des BPatG sagt nichts darüber aus, ob es überhaupt zulässig wäre, einen Begriff wie „Dental Specialists“ zu führen. Das Markenrecht als exklusives Recht gibt lediglich ein Abwehrrecht, es Dritten zu untersagen, diese Bezeichnung für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen zu benutzen. Insoweit befasst sich die Entscheidung auch nicht damit, ob diese Bezeichnung möglicherweise aus berufsrechtlicher Sicht unzulässig wäre. So untersagen sämtliche Berufsordnungen der (Landes-)Zahnärztekammern die Werbung mit irreführenden Angaben als berufsrechtswidrig. Irreführend ist eine Angabe dann, wenn die tatsächliche Situation hinter dem Aussagegehalt einer solchen Bezeichnung zurückbleibt. Die berufsständigen Kammern der Angehörigen der Heilberufe stehen der Verwendung anderer als in den Weiterbildungsordnungen genannten Gebiets- und Schwerpunktbezeichnungen bzw. den zugelassenen Tätigkeitsschwerpunkten ohnehin skeptisch gegenüber. Die Verwendung eines Begriffes wie „Dental Specialists“ würde mit Sicherheit erst einmal beanstandet werden. Ob es sich dann aber tatsächlich um eine berufsrechtswidrige, weil irreführende Werbung handelt, wäre dann im Einzelfall zu beantworten. ◀◀

Dr. Marc Sieper, Sindelfingen
Fachanwalt für Medizinrecht

DAS BESTE

ist, wenn eine Kamera alles möglich macht.



Die neue VistaCam iX

Herausragende Kariesdiagnostik • Intraoral- und Fluoreszenzaufnahmen in Top-Qualität • Aufnahme von Videoclips • Digitale Auswertung und Datenübertragung
Mehr auf unserem Stand oder www.duerr.de



reddot design award
winner 2011



Focus Open
Gold 2011



Designpreis
Deutschland
2012
NOMINIERT

