

Social Media in der zahnärztlichen Praxis: Chance oder Risiko?

Text: RA Sinah Becker

 78

Die Internetpräsenz einer Praxis verfolgt vielerlei Ziele: Bekanntheitssteigerung, Imagebildung, Repräsentation und Werbung. Zusätzlich zu einer offiziellen Website unterhalten Zahnärzte zunehmend auch eine Facebook-Seite, einen Twitter-Account oder andere soziale Medien. Gerade in Bezug auf Werbemaßnahmen stellt sich hierbei jedoch die Frage nach dem Erlaubten. Während sachgemäße Informationen medizinischen und organisatorischen Inhalts, etwa zum Leistungsspektrum der Praxis oder der Person des Zahnarztes, grundsätzlich erlaubt sind, ist die irreführende, anpreisende, herabsetzende oder vergleichende Werbung unzulässig. Als irreführend ist Werbung einzustufen, wenn sie falsche Vorstellungen über das Leistungsangebot auslösen und dadurch Patienten in ihrer Entscheidungsfindung beeinflussen kann. Mit Blick auf das schutzwürdige Patienteninteresse werden an die Richtigkeit, Eindeutigkeit und Klarheit der Informationen hohe Anforderungen gestellt. Irreführend ist beispielsweise die Werbung mit Selbstverständlichkeiten, z. B. Behandlungsmethoden, die in jeder Praxis durchgeführt werden. Aber auch unrichtige Angaben und Äußerungen über die eigene Qualifikation, wie etwa die Angabe von Tätigkeitsschwerpunkten ohne tatsächlich überwiegend in diesem Bereich tätig zu sein, kann den Tatbestand der berufswidrigen Werbung erfüllen. Anpreisend ist dagegen eine gesteigerte, besonders nachdrückliche Form der Werbung, etwa wenn ein Behandlungserfolg versprochen wird, der keineswegs sicher ist. Erfasst wird insbesondere Werbung, die mit Blickfängen arbeitet, Superlative verwendet und nach ihrem Gesamtcharakter mit gebotener sachlicher Information nichts mehr zu tun hat.

Hinsichtlich des Verbots vergleichender Werbung gilt, dass weder unmittelbar noch mittelbar auf Leistungen anderer Zahnärzte Bezug genommen werden darf, selbst wenn die Informationen objektiv nachprüfbar und nicht herabsetzend oder irreführend sind.

Wo genau die Grenze zwischen sachgemäßer Information und berufswidriger Werbung verläuft, ist mitunter schwierig zu beurteilen und oft eine Frage des Einzelfalls. <<<

KONTAKT

RA Sinah Becker
Rechtsanwälte M&P
Dr. Matzen & Partner mbB
Neuer Wall 55
20354 Hamburg

Infos zur Person



Tipp