

## **Werben, werben, werben – Nichts ist unmöglich**

Entscheidungen des BverfG und des OLG Hamm vom Juni bzw. Juli 2005 eröffnen dem werbenden Arzt/ Zahnarzt neue Gestaltungsmöglichkeiten.

Weiter...

Spezialisierung wird für den Arzt/Zahnarzt immer wichtiger, die Positionierung und Außendarstellung gewinnen zunehmend an Bedeutung für den Erfolg der Praxis.

Die Möglichkeiten, für die eigene Tätigkeit zu werben, sind mit der Änderung der Berufsordnung in 2002 erheblich erweitert worden.

Die Lockerungen der berufsrechtlichen Vorschriften sind inzwischen noch weiter fortgeschritten: Z.B. kann der Arzt/Zahnarzt seit dem Wegfall der „Schilderordnung“ sein Praxisschild unter Wahrung der berufsrechtlichen Vorschriften inhaltlich und optisch individuell zu gestalten. Er darf heute im Gegensatz zu früher auch ohne Anlass (wie z.B. Urlaub, Praxiseröffnung) Anzeigen schalten.

Die Werbemaßnahme darf nach der geltenden Generalklausel der MBO jedoch nicht „anpreisend, irreführend oder vergleichend“ sein.

Traditionell wird die Zurückhaltung der Ärztekammern bei der Auslegung der berufsrechtlichen Vorschriften durch die Rechtsprechung gebrochen. So auch in den vorgenannten Entscheidungen der Gerichte.

Mit den zitierten Entscheidungen wird dem Arzt/Zahnarzt auch die grundsätzliche Möglichkeit eröffnet, mit reklameartigen Elementen („eye-catchern“, Sympathiewerbung) zu werben und potentielle Patienten damit auch auf „emotionaler Ebene“ anzusprechen.

Die Entscheidungen im Einzelnen:

1.

Das OLG Hamm hatte in der so genannten „Kussmund-Entscheidung“ folgenden Fall zu beurteilen:

Ein Zahnarzt warb in mehreren Anzeigen für seine Tätigkeitsschwerpunkte Implantologie, Laserbehandlung und Ästhetische Zahnheilkunde unter Abbildung eines leicht geöffneten, rot geschminkten Frauenmundes mit makellosen Zähnen als so genanntem „eye-catcher“. Dieser nahm ca. 25-33% der Gesamtanzeigenfläche ein.

Die Ärztekammer sah in dieser Verwendung des Kussmundes eine unzulässige berufswidrige Werbemaßnahme, da die angebotenen zahnärztlichen Behandlungen wie gewerbliche Leistungen mit reklamehaften Zügen angepriesen würden. Darüber hinaus sei die Werbung irreführend, da suggeriert werde, durch den Zahnarzt könne

jeder die abgebildeten kosmetischen Zahnverhältnisse erreichen (unzulässiges Erfolgsversprechen).

Das OLG Hamm war anderer Auffassung und entschied zugunsten des Zahnarztes, dass die Werbung in diesem Fall nicht berufswidrig ist. Aus folgendem Grund:

1. Das Sachlichkeitsgebot verlangt nicht, dass sich der Arzt/Zahnarzt auf nüchterne Fakten zu beschränken hat.
2. Die Appellfunktion ist auch auf emotionaler Basis in Form so genannter „Sympathiewerbung“ möglich, insbesondere ist auch die Verwendung so genannter „eye-catcher“ zulässig, um die Aufmerksamkeit des Lesers auf die Anzeige zu lenken.
3. Akquisition mittels Werbung ist ausdrücklich legitim.
4. Eine Irreführung durch Darstellung eines makellosen Gebisses liegt nicht vor, da dem normalen verständigen Konsumenten klar ist, dass es keinen „Standardmund“ als absolutes Erfolgsversprechen gibt.

2.

Dem BverfG lag folgender Fall vor:

Ein Orthopäde warb für seine Klinik mit Anzeigen u. a. für eine „*ruhige Klinikatmosphäre*“ und verwendete u. a. folgende Formulierung: „...*wenn die Patienten nach der OP gesund und munter vor mir ... stehen.. und mit der Assistentin ein Tänzchen wagen, ..sind das besonders bewegende Momente für mich*“.

Die Kammer sah in der Verwendung der unsachlichen Textpassagen eine unzulässige und damit berufswidrige Werbemaßnahme.

Auch in dieser Entscheidung teilte das Gericht die Auffassung der Ärztekammer nicht und sah die Werbung als zulässig und nicht als berufswidrig an, aus folgendem Grund:

1. Der Werbeeffect als solcher führt nicht zur Berufswidrigkeit an sich.
2. Sympathiewerbung ist grundsätzlich nicht unzulässig.
3. Reklameartige Einzelpassagen aus dem Gesamtzusammenhang gerissen machen die gesamte Werbung nicht berufswidrig, maßgeblich ist, ob die sachliche Information insgesamt im Vordergrund steht und Gemeinwohlbelange nicht entgegenstehen

**Doch auch nach diesen beiden Entscheidungen gilt:**

Jeder Einzelfall muss immer einer Gesamtwürdigung unterzogen werden, dessen Grenze nur im Einzelfall bestimmbar ist.

(Die Fundstellen können Sie bei uns erfragen).