



© iStock.com/yourstockbank

Werbung auf Social Media

Was ist erlaubt und worauf ist zu achten

Auch im Gesundheitssektor schreitet die Digitalisierung langsam, aber stetig voran. 3D-Drucker formen Zahnprothesen, Gesundheits-Apps können ärztlich verordnet werden und das Fernbehandlungsverbot wurde aufgehoben. Nicht mehr neu, aber oft noch immer vernachlässigt, ist hingegen neben dem Betreiben einer eigenen Webseite die Nutzung der gängigen Social Media Plattformen zur Darstellung und Präsentation der Praxis. Dabei ist gerade hier das Marktpotenzial riesig und die Zahl der Nutzer noch immer steigend.

Während sich auf der einen Seite einzelne technikaffine Mediziner bereits exzessiv über Youtube-Kanäle, Instagram-Accounts und Facebook-Seiten vermarkten und als Influencer etablieren, schaffen es andere kaum, eine aktuelle Homepage zu betreiben. Dabei ist der Schritt hin zum effektiven Social-Media-Marketing gar nicht kompliziert und beim Beachten einiger Regeln auch mit dem ärztlichen Berufsrecht gut vereinbar.

Dürfen Zahnärzte überhaupt auf Social Media werben?

Die Zeiten des Werbeverbotes für die Heilberufe sind schon lange vorbei. Trotzdem gelten natürlich nach wie vor einige berufsrechtliche und wettbewerbsrechtliche Beschränkungen, die nicht nur für die Werbung auf Social Media, sondern ganz allgemein von den Berufsträgern zu beachten sind.

Die Musterberufsordnung für Zahnärzte untersagt, beispielhaft für die meisten Landesberufsordnungen, unter § 21 die berufswidrige Werbung und konkretisiert diese als anpreisende, irreführende, herabsetzende oder vergleichende Werbung. Was das im Einzelnen bedeutet ist wie so oft Auslegungssache. Grundsätzlich kann man aber davon ausgehen, dass sachlich gehaltene Informationen zulässig sind und auf Superlative ebenso verzichtet werden sollte, wie auf unwahre Aussagen. Auch direkte Vergleiche zu anderen Leistungsanbietern sollten unterbleiben.

Sind Festpreise und Vorher-Nachher-Bilder zulässig?

Das Thema Preiswerbung spielt beim Posten auf Social Media erfahrungsgemäß eine große Rolle. Diese ist jedoch trotz der zunehmenden Liberalisierung des ärztlichen Werberechts nur mit Vorsicht zu verwenden. Die Rechtspre-

chung sah in der Vergangenheit bei der Verwendung sogenannter „ab-Preise“ zwar keinen Verstoß gegen die GOZ, hält aber im Umkehrschluss die Werbung mit Fest- und Pauschalpreisen für unzulässig. Im Ergebnis ist bei dieser Art der Werbung genau darauf zu achten, dass die Vorgaben der GOZ und der Berufsordnung eingehalten werden. Hierzu sollte zur Absicherung vor Veröffentlichung rechtlicher Rat eingeholt werden.

Gleiches gilt für die beliebte Verwendung von Vorher-Nachher Bildern. Dieser werden durch § 11 HWG enge Schranken auferlegt, weil befürchtet wird, dass diese Art der Darstellung grundsätzlich geeignet sein könnte, Patienten zu einer zahnärztlichen Behandlung zu bewegen, die sie ohne den Eindruck solcher Werbung nicht vornehmen lassen würden. In jedem Fall unzulässig sind Bilder von rein kosmetischen, plastisch-chirurgischen Eingriffen ohne medizinische Indikation sowie besonders abstoßende und entstellende Darstellungen. Ob die Verwendung der Bilder im Einzelfall zulässig ist, sollte auch in diesen Fällen vor der Veröffentlichung genau geprüft werden.

Gestaltung des Social Media Auftritts – Worauf ist zu achten?

Die erste Falle lauert bereits bei der Wahl des Profilenames, denn Namen genießen insbesondere im geschäftlichen Verkehr juristischen Schutz. Im Zweifel sollte also, wenn der Name nicht selbst bereits unter markenrechtlichen Schutz gestellt wurde, vorab geklärt werden, ob hier bereits jemand anderes die Rechte am Namen hat eintragen lassen. Die Datenbank des Deutschen Patent- und Markenamts kann hierzu unkompliziert online durchsucht werden.

Auch bei der Verwendung von Bildern zur Darstellung der Zahnarztpraxis, ist darauf zu achten, dass der Praxisbetreiber die Rechte an den Bildern hat und abgebildete Personen nicht ohne deren Zustimmung veröffentlicht werden. Dies gilt natürlich gleichermaßen bei sämtlichen geschäftlich wie auch privat auf Social Media hochgeladenen Bildern und sollte eigentlich inzwischen selbstverständlich sein.

Ebenso selbstverständlich sollte sein, dass auch bei der Nutzung von Social Media stets die ärztliche Schweigepflicht uneingeschränkt zu beachten ist und die Identifizierung eines Patienten nicht möglich sein darf.

Nicht mehr neu ist die Impressumspflicht beim Betreiben einer Homepage. Gleiches gilt für das Betreiben von geschäftlich genutzten Profilen auf den Social Media Plattformen. Einige der Anbieter sehen hierfür selbstständige Impressumsfelder vor, die entsprechend ausgefüllt werden sollen, bei anderen Anbietern muss der Text selbstständig eingepflegt werden. Die Anforderungen an die im Impressum zu machenden Angaben bleiben jedoch gleich und sind gesetzlich in § 5 TMG geregelt und aufgeführt. Unter

anderem sollten demnach genannt werden der Name, die Praxisanschrift, Telefon- und Faxnummer, E-Mailadresse, Berufsbezeichnung, zuständige Landes Zahnärztekammer sowie ein Hinweis auf die Berufsordnung und gegebenenfalls die Umsatzsteueridentifikationsnummer.

Schließlich gehört zu einem rechtlich korrekten Profil wie zu jeder Homepage auch noch der Verweis auf die DSGVO-konforme Datenschutzerklärung. Im Zuge dessen sollte bei dieser Gelegenheit dann vielleicht auch noch einmal die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Regeln auch in der eigenen Zahnarztpraxis überprüft und gegebenenfalls angepasst werden. Neben den zahlreichen kursierenden Vorlagen hierzu kann es durchaus ratsam sein, sich auch hier einmal vom Experten beraten zu lassen. Denn auch wenn bislang seit Einführung der DSGVO deutlich weniger hohe Bußgelder wegen datenschutzrechtlichen Verstößen verhängt wurden als zunächst erwartet, sind diesbezügliche Abmahnungen und Bußgelder keinesfalls ausgeschlossen.

Fazit

Mit etwas Aufmerksamkeit für die rechtlichen Rahmenbedingungen und eventuell auch einer kleinen juristischen Starthilfe steht der effizienten Werbung auf Social Media für die aufstrebende Zahnarztpraxis nichts entgegen. ■

Nadine Ettling

Rechtsanwältin Nadine Ettling ist Fachanwältin für Medizinrecht. Schon während der Studienzeiten hat sie sich mit dem Medizinrecht befasst und sich diesem in ihrer Laufbahn als Rechtsanwältin voll und ganz verschrieben. Sie hat langjährige Erfahrung in der Begleitung außergerichtlicher und gerichtlicher Streitigkeiten und steht den Leistungserbringern aus dem Gesundheitswesen bei allen Fragen zur Durchsetzung und Abwehr zivilrechtlicher Ansprüche gerne zur Seite. Den klinischen Alltag hat sie aus Sicht der Akteure selbst kennengelernt und lässt dieses Verständnis heute in ihre Beratungen mit einfließen.



Nadine Ettling

Rechtsanwältin und Fachanwältin für Medizinrecht
Lyck+Pätzold. healthcare.recht
Nehringstr. 2
61352 Bad Homburg
www.medizinanwaelte.de