

**Praxismarketing:
Was muss an Werbung sein,
was darf sein?**



CAROLIN DEINER

PRAXISBERATUNG & COACHING

Ich brauche Kundschaft!

Ohne Kundschaft kein Umsatz



Ohne Umsatz kein Gewinn



Was ist der Klientel wichtig?



Qualität &
Kompetenz?



Preis?



PR.&P.

Prof. Riegl und Partner GmbH
Institut für Management im Gesundheitsdienst

Studie

Was ist dem Kunden am wichtigsten?

(Befragung n=10.136 Tierbesitzer)

- Fachliche Qualität Tierarzt
- Umgang mit dem Tier
- Umgang Tierarzt mit Tierbesitzer
- (Wunsch-) Termin / Wartezeit

Beurteilung bezieht sich auf den Umgang mit dem Tier, die Freundlichkeit ggü. der Kundschaft und den erlebten Service. DAS kann der Laie beurteilen!!



Was ist der Klientel wichtig?



sie will sich gut
aufgehoben fühlen

PREIS-LEISTUNG
SEHR GUT





Was ist uns selbst wichtig?

- Fachkompetenz, tierärztliche Qualität (Image)
- Freundlichkeit, erklärt gut, lieb zum Tier
- Notdienst: ist die Versorgung gesichert?
- Erreichbarkeit, schnelle Terminvergabe
- Preis, Bezahlungsmöglichkeiten
- gewisse technische Ausstattung
- Zuverlässigkeit, geringe Wartezeiten
- Sauberkeit, gepflegtes Erscheinungsbild...



Warum ausgerechnet zu mir?



- Ich bin der/die Einzige weit und breit
- Ich bin der/die Beste weit und breit (Expert:in, Spezialisierung)  
- Ich bin der/die Billigste weit und breit 😞
- Ich bin der/die Serviceorientierteste weit und breit
- Ich begeistere meine Kunden und werde weiterempfohlen



Wie entsteht Begeisterung?

Begeisterungsmerkmale sind Elemente, die der Kunde als **nutzbringend** empfindet, mit denen er aber nicht unbedingt gerechnet hat (**Überraschungen**).

Was erwartet die Klientel von mir?

Was könnte sie nützlich finden?

Womit könnte ich sie überraschen?

<https://www.eric-klopp.de/texte/die-kano-methode.php>



Wie erfährt die Klientel von mir?

- ich werde weiterempfohlen/gut bewertet
- Mobile Praxis: man sieht mein beklebtes Auto
- Ich biete Notdienst an
- Facebook-Seite wird von Freunden abonniert
- gutes Google-Ergebnis der Webseite (SEO, Bewertungen, interessante Inhalte...)
←Bewerber:innen
- Blogartikel, Forenarbeit
- Spezialisierung: Überweisungen von anderen Praxen
- ...



**Praxiswerbung
muss im Rahmen
bleiben**



Alte Zöpfe

Der Tierarzt wirbt mit seiner Leistung

frühere Formulierung in der Muster-Berufsordnung, die viele Tierärztekammern in ihre Berufsordnung übernommen hatten

lehnte sich vermutlich an das ärztliche Werbeverbot an, das aber 2001 gekippt wurde vom Bundesverfassungsgericht (Stichwort: Berufsfreiheit)



Werbung also erlaubt!

- ...solange man ein **paar Regeln** beachtet



- Regeln leider unübersichtlich und werden oftmals von verschiedenen Gerichten unterschiedlich ausgelegt





- Gesetz über die Werbung auf dem Gebiete des Heilwesens = Heilmittelwerbe-gesetz (**HWG**)
- Gebührenordnung für Tierärzte (**GOT**)
- Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (**UWG**)
- **Berufsordnung** der Tierärztekammer, der man angehört
- DSGVO
- Telemediengesetz (**TMG**) für alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste



Heilmittelwerbe-gesetz

Dieses Gesetz findet Anwendung auf die **Werbung** für

1. Arzneimittel im Sinne des § 2 des AMG
 - 1a. Medizinprodukte im Sinne des § 3 des MPG
2. andere Mittel, **Verfahren**, Behandlungen und Gegenstände, soweit sich die Werbeaussage auf die Erkennung, Beseitigung oder Linderung von Krankheiten, Leiden, Körperschäden oder krankhaften Beschwerden bei Mensch oder **Tier** bezieht [...]



Heilmittelwerbegesetz

Sinn: Laien vor irreführenden Heilversprechen schützen

Laie = jeder, der nicht zu den Fachkreisen gehört:
Angehörige der Heilberufe oder des Heilgewerbes,
Einrichtungen, die der Gesundheit von Mensch oder Tier
dienen, oder sonstige Personen, soweit sie mit
Arzneimitteln, Medizinprodukten, Verfahren,
Behandlungen, Gegenständen oder anderen Mitteln
erlaubterweise Handel treiben oder sie in Ausübung ihres
Berufes anwenden



Angehörige der Heilberufe

„Angehörige der Heilberufe sind Personen, die im Dienste der Gesundheit der Menschen oder Tiere tätig sind. Dazu gehören Ärzte, Zahnärzte, Tierärzte, Apotheker, Hebammen, Krankenschwestern, **medizinisch-technische Assistenten**, Krankengymnasten, Masseur, Heilpraktiker, nichtärztliche Psychotherapeuten und medizinische Bademeister sowie Assistenten und Helfer der genannten Berufsgruppen (Apothekerassistenten, pharmazeutisch-technische Assistenten oder Krankenpfleger) **sowie wohl auch Studenten und Auszubildende**, soweit sie als Angehörige einer Ausbildungsstätte für Heilberufe angesprochen werden. Es kommt nicht darauf an, ob all diese Person selbständig oder unselbständig, leitend oder unterstützend tätig ist.“

<https://www.omsels.info/die-verbote-oder-was-darf-ich-nicht/2-heilmittelwerbegesetz/e-fachkreiseausserhalb-der-fachkreise>

18.05.2022 13:00



Was ist zu beachten?

außerhalb der Fachkreise **keine Werbung...**

- ...mit Empfehlungen von Personen, die **in der Tiergesundheit tätig** sind
- ...mit der Wiedergabe von Krankengeschichten in **irreführender** Weise (auch **Unwahrheiten**)
- ...mit Veröffentlichungen, deren **Werbezweck nicht** deutlich **erkennbar** ist
- ...mit **Preisausschreiben** oder Verlosungen, deren Ergebnis vom Zufall abhängig ist



Was ist zu beachten?

außerhalb der Fachkreise **keine Werbung...**

- ...mit dem Versprechen/Gewähren von **Zuwendungen, Waren oder Leistungen** (geldwerte Vorteile jeglicher Form)

Ausnahme: Gegenstände von geringem Wert und mit deutlich sichtbarer Bezeichnung des Werbenden oder des beworbenen Produkts (z. B. ein Kugelschreiber mit dem Praxislogo)



Was ist zu beachten?

Erlaubt sind hingegen nach HWG:

- **Zuwendungen in Form eines bestimmten** oder auf bestimmte Art zu berechnenden **Geldbetrags**
→ das Werben mit einem Preisnachlass auf eine Leistung ist zulässig, wenn der Betrag eindeutig festgelegt oder zu berechnen ist, er darf nur nicht unspezifisch oder allgemeingültig sein



Beispiele

- „Sie erhalten ein kostenloses Welpengeschirr bei der Erstimpfung“
- „20 % Rabatt auf alle Impfungen“
- „Impfung statt € 70,- nur € 52,69 inkl. MwSt“
- „Wir besiegen den Krebs!“
- „Aktion zum Eröffnungstag: allgemeine Untersuchung Ihres Hundes inkl. Beratung ab € 28,11 (Normalpreis: € 39,35)“



Unlautere Werbung

§ 1 Zweck des Gesetzes

Dieses Gesetz dient dem Schutz der Mitbewerber, der Verbraucherinnen und Verbraucher sowie der sonstigen Marktteilnehmer vor unlauteren geschäftlichen Handlungen. Es schützt zugleich das Interesse der Allgemeinheit an einem unverfälschten Wettbewerb.



Unlautere Werbung

§ 3 Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen

(1) Unlautere geschäftliche Handlungen sind unzulässig.

[...]

(3) Die im Anhang dieses Gesetzes aufgeführten geschäftlichen Handlungen gegenüber Verbrauchern sind stets unzulässig.

[...]



Anhang zu §3 Absatz 3: Beispiele

5. Lockangebote im Sinne des §5a Absatz 3

*(3) Werden [...] Dienstleistungen unter Hinweis auf deren Merkmale und **Preis** [...] so angeboten, dass ein durchschnittlicher Verbraucher das Geschäft abschließen kann, gelten folgende **Informationen als wesentlich** [...]*

*3. der **Gesamtpreis** oder [...] die **Art der Preisberechnung** sowie gegebenenfalls alle zusätzlichen Fracht-, Liefer- und Zustellkosten oder [...] die Tatsache, dass solche zusätzlichen Kosten anfallen können*



Anhang zu §3 Absatz 3: Beispiele

5. Lockangebote im Sinne des §5a Absatz 3

17. das Erwecken des unzutreffenden Eindrucks, der Verbraucher würde einen Preis gewinnen oder Vorteil erlangen, wenn es einen solchen Preis oder Vorteil tatsächlich nicht gibt, oder wenn die Möglichkeit dazu von der Übernahme von Kosten abhängig gemacht wird

18. die unwahre Angabe, eine Ware oder Dienstleistung könne Krankheiten, Funktionsstörungen oder Missbildungen heilen



Unlautere Werbung

Vergleichende Werbung (§ 6):

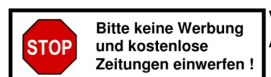
- nur dann unlauter i. S. d. UWG, wenn sie sich nicht auf wesentliche, nachprüfbare und typische Eigenschaften der Waren oder auf den Preis bezieht oder
- wenn sie Dienstleistungen oder Verhältnisse eines Mitbewerbers herabsetzt/verunglimpft
- vergleichende Werbung allerdings in einigen Berufsordnungen explizit als **berufswidrig** bezeichnet



Grundsätzlich unzulässig!

Unzumutbare **Belästigung** (§ 7) ist **unzulässig**:

- werben per Telefon, Fax oder Email ohne vorherige Einwilligung
- Werbung, obwohl erkennbar ist, dass der angesprochene Marktteilnehmer diese Werbung nicht wünscht (also auch per Post, wenn z.B.



Was tun bei Verstößen?

Keine staatliche Überwachung → Eigenaktivität nötig

Als **Mitbewerber**: zur Unterlassung auffordern bzw. abmahnen und Unterlassungsverpflichtung unterschreiben lassen (in der Regel nicht sinnvoll, ohne Abmahnung direkt vor Gericht zu ziehen; wenn es eilt, kann eine einstweilige Verfügung helfen)

Abmahnung berechtigt: Anwalts-/Gerichtskosten können dem Abgemahnten aufgebürdet werden; ggf. Schadenersatzzahlung (Schaden muss dargelegt werden)

Als **Verbraucher**: Verbraucherschutzzentralen, Tierärztekammer → Wettbewerbszentrale



Was sagen die Kammern?

Musterberufsordnung BTK

§ 9

Werbung

- (1) Werbung im Sinne dieser Regelung ist das Anpreisen eigener tierärztlicher Tätigkeiten und Leistungen sowie das Verbreiten von Informationen mit dem Ziel der Steigerung der Nachfrage.
- (2) Es ist Tierärztinnen und Tierärzten jedoch untersagt, eine berufswidrige Werbung zu betreiben oder zu dulden. Berufswidrig ist insbesondere eine wahrheitswidrige, irreführende, übermäßig anpreisende und vergleichende oder eine Preis-Leistungs-Werbung.
- (3) Behandlungs-, Tätigkeits- oder Interessenschwerpunkte sowie sonstige berufsrechtlich nicht geregelte Spezialisierungen dürfen öffentlich genannt werden, wenn sie nachweisbar sind, nicht nur gelegentlich ausgeübt werden und nicht zur Verwechslung mit berufsrechtlich geregelten Bezeichnungen führen können.



Was sagen die Kammern?

Berufswidrige Werbung nach Muster-BO (und auch bspw. der TÄK Niedersachsen):

- nicht betreiben, nicht dulden
- wahrheitswidrig
- irreführend **?**
- übermäßig anpreisend und vergleichend



Definition?

anpreisend laut IFB bspw.
„der beste Tierarzt“, „Top-Tierarzt“
oder „Spezialist“

auch Aussagen wie z. B.

„Dr. Blind ist der im Bereich
der Augenheilkunde am besten
aus- und fortgebildete Tierarzt“



http://www.ifb-hessen.de/fileadmin/ifb/doc/publikationen/gruendungsinfos/27_werbung_tieraezte.pdf



Was sagen die Kammern?

Berufswidrige Werbung nach Muster-BO (und auch bspw. der TÄK Niedersachsen):

- nicht betreiben, nicht dulden
- wahrheitswidrig
- irreführend
- übermäßig anpreisend und vergleichend
- oder Preis-Leistungs-Werbung



Was sagen die Kammern?

- **Preis-Leistungs-Werbung** = Werbung für eine tierärztliche Leistung inklusive des dafür zu entrichtenden (günstigen) Preises
- in den meisten Branchen üblich
- wird jedoch von vielen TÄ-Kammern für **unangebracht** gehalten (fraglich, ob das für eine gerichtliche Auseinandersetzung reicht)
- laut **IFB** bspw. Rabatt- und Sonderaktionen



Was sagen die Kammern?

BO der TÄK Hamburg:

§ 9 Werbung

(1) Der Tierarzt und die Tierärztin wirbt durch seine/ ihre Leistung.

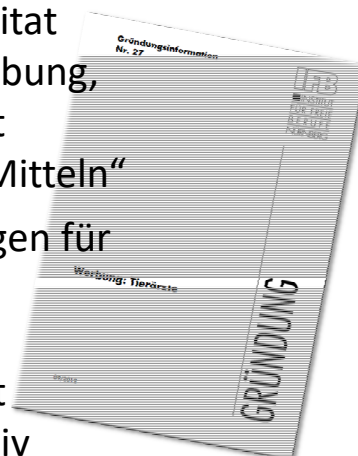
(2) Dem Tierarzt und der Tierärztin ist im Zusammenhang mit der Ausübung seines/ ihres Berufes jede unsachliche, wahrheitswidrige, irreführende, **marktschreierische** oder vergleichende Werbung verboten. Eine Preis-Leistungswerbung ist ebenfalls verboten.

(3) Es ist berufswidrig, zum Zwecke der Umgehung dieser Bestimmungen mit Dritten zusammenzuarbeiten.



Was sagen die Kammern?

marktschreierisch laut BTK-Zitat
 „übersteigerte Form der Werbung,
 insbesondere eine solche mit
 reißerischen aufdringlichen Mitteln“
 oder „wenn die Werbeaussagen für
 den Adressaten inhaltlich
 überhaupt nichts aussagen,
 also keinen Informationswert
 oder jedenfalls keinen objektiv
 nachprüfbaren Inhalt haben“



Was sagen die Kammern?

Berufswidrige Werbung nach BO der TÄK Berlin:

- betreiben (~~drücken~~)
- wahrheitswidrig
- irreführend
- übermäßig anpreisend
- oder vergleichend
- ~~Preis-Leistungs-Werbung~~
- gültige Rechtsvorschriften verletzend

