

Werbung...



Editorial Immer wieder kommt es unter Kollegen zu Diskussionen, ob und welche Werbung für SSO-Mitglieder erlaubt sei. Als ich vor 30 Jahren meine Praxistätigkeit aufnahm, waren sowohl Anzahl als auch maximale Grösse der Inserate sowie die Zeitung vorgeschrieben. Mittlerweile hat das Staatssekretariat für Wirtschaft Seco diese Einschränkungen mit Hinweis auf das Kartellrecht verboten.

In Deutschland dagegen schränken Grundsatzurteile Werbung für ärztliche und zahnärztliche Tätigkeiten stark ein. Umfragen zeigen – übrigens auch in Deutschland –, dass mehr als 80 Prozent der Patienten auf direkte Empfehlung bei uns vorsprechen. Weitere 5 Prozent konsultierten das Internet oder das Telefonbuch.

Bei den ständig zurückgehenden Praxisauslastungen in den Ballungsräumen ist daher die Versuchung gross, die Patientenzahl mit alternativen Werbemassnahmen zu erhöhen. So bieten zum Beispiel Internetfirmen Kundenvermittlung an, sofern man bereit ist, ein Angebot mit mindestens 50 Prozent Rabatt zu offerieren. Von dieser Summe gehen dann in der Regel 40 Prozent an die Internetfirma. Was bleibt sind 30 Prozent des nach Tarif berechneten Umsatzes. Was bei dieser Art von Geiz-ist-geil- und Schnäppchenjäger-Geschäften sicher auf der Strecke bleibt, ist unser Ansehen. Was empfinden wohl die Patienten, welche den normalen Preis bezahlen?

Auch wenn diese Werbeart gemäss Codex nicht verboten ist, sollte man im Interesse unseres Berufsstandes darauf verzichten. Mund-zu-Mund-Propaganda ist für unseren Berufsstand immer noch die beste Werbung und an Nachhaltigkeit nicht zu überbieten. **Beat Wäckerle**