



# Werbung: „Ich bin so schön, ich bin so toll, ich bin der ...“

Ein Wutausbruch

*Wer nicht wirbt, stirbt. Werbung braucht der Mensch. Was gibt es Schöneres als Selbstanpreisung? Das ist ja fast wie autogenes Training: Ich bin gut, ich bin sehr gut, ich bin besser, besser als alle anderen, ich bin einfach der Größte. Ja, so etwas tut der Seele wohl.*

**D**a genügt es nicht, wenn man eine Praxis hat, da muß man diese Praxis schon „Dental Clinic“ nennen, natürlich ohne eine Klinik zu sein und weil es so schön ist, ernennt man sich zum ärztlichen Leiter. Super, ab sofort jeder Zahnarzt Österreichs der „ärztliche Leiter“ seiner eigenen Ordination. Das macht Eindruck auf die Patienten. Warum ist das bisher noch niemanden eingefallen? Waren wir zu seriös? Ja und wenn der Partner keinen Dokortitel hat, da haben erfindungsreiche Leute sofort Abhilfe. Man nenne sich Dr. XY & Partner. Blickt ja ohnedies keiner durch, und es klingt so schön und bedeutend, könnten ja 10 Partner und mehr sein, dabei ist es nur die Angetraute. Ja, soll vorgekommen sein. Fachzentrum für ästhetische Zahn-, Mund- und Kieferheilkunde – ich bin völlig hingekissen. Toller Einfall! Gibt es eigentlich auch eines für unästhetische Zahnheilkunde? Wäre wenigstens einmal etwas Neues! Was sind eigentlich die Voraussetzungen für ein solches Zentrum für ästhetische Zahnheilkunde? Wo sind diese definiert, wer kontrolliert diese usw.?

Nein, der Werbung dürfen keine Grenzen gesetzt werden. Österreich, das Land der unbegrenzten Werbung. Endlich wieder einmal eine herzeigbare Vorreiterrolle in der EU.

Trudeln zu viele Anzeigen wegen Werbung bei der Kammer ein, dann beschließt man flux eine Erleichterung der Werberichtlinien – natürlich nur ein bißchen. Nach der alten Krämermethode: „Darfs ein bisserl mehr sein?“. So geschehen bei der letzten ÖÄK-Tagung.



Foto: B. Noll

Schöne neue Werbewelt ...? Alles Werbung und viel Vergnügen!

Ich habe nie gehört, daß man das Geschwindigkeitslimit auf den Autobahnen erhöht, weil sich ohnedies niemand daran hält. Dort verschärft man die Strafen und senkt eventuell die Limits (so geschehen im Ortsbereich).

Die Werbephantasie ist ja unerschöpflich. Gewinnspiele wo man, ach wie großzügig, eine verbilligte Krone gewinnen kann, kein Scherz – alles dagewesen! Besonders sinnvoll für Leute mit zahngesundem Mund. Aber für diesen Fall steht Abhilfe schon bereit. Erlaubnis der Weitergabe des Gewinnscheines



## Patienten-Information

**Für Zahnärzte gelten Werberichtlinien.**

Die meisten halten sich daran!

**Gute Zahnärzte brauchen keine  
unsachliche Werbung!**

Eine Einschaltung der Kurie der Zahnärzte -  
Ärzttekammer für Salzburg, Bergstraße 14, 5020 Salzburg

Dieses Inserat wurde in sämtlichen Salzburger Tageszeitungen veröffentlicht.

an Verwandte, ja sogar Freunde – nein wie nett!! Eine Verbilligung einer Krone für Zahn 45 im Supermarktspiel gewonnen. Bravo!!! Nun, ich glaube es wird auch für mich Zeit, griffige Werbesprüche zu finden. „Wie konnte ich die letzten 32 Jahre Praxis nur ohne Werbung auskommen?“

Ja, den Spruch werde ich mir patentieren lassen: „Hast du Löcher wie von Bomben, fülle sie mit Senoner Plomben“. Das wär doch was! Mein Gott, wie weit wollen wir eigentlich sinken. Sind wir nicht Ärzte? Soll unser Beruf, der auch Berufung sein sollte, ganz zum Business verkommen? Ist das ein guter Weg? Birgt er nicht Gefahren, wenn die Geschäftemacherei überhand nimmt und damit die seriöse Versorgung der Bevölkerung auf der Strecke zu bleiben droht?

Auf der einen Seite gibt es noch viel mehr Leute, die von staatlichen Regulationsmechanismen träumen, als uns lieb sein kann. Augen auf!!! Auf der anderen Seite begehrliche Fotohändler, die es sich leisten können, zur besten Fernseh-Primetime neben ihren Brillen und Hörgeräten auch noch Zähne zu bewerben!

Wie will man das verhindern, wenn unser Beruf ein Geschäft wie jedes andere wird? Hebt sich die Wirkung der Werbung nicht auf, wenn wir alle zu werben beginnen? Die Kosten bleiben! Schon jetzt zu sehen in manchen Telefonbüchern. Dort fallen eher die auf, die keine großen Kästen schalten, und den Benefit der großen Einschaltungen hat nur der Telefonbuchverlag.

Keine Frage, Werbung Einzelner ist ein Aufreger. Nichts bringt Kollegen mehr in Rage.

In einer Umfrage haben wir eruiert, daß über 80% der Kollegen für eine strenge Auslegung der Werberichtlinien sind. Daran hat sich bis heute nicht viel geändert.

Selbstanpreisung ist auch ein Akt der Desolidarisierung, und es ist meine innerste Überzeugung, daß die freiberufliche Zahnärzteschaft die Probleme der Zukunft nur im engen Zusammenschluß gemeinsam bewältigen kann.

Aus diesem Grund haben wir in Salzburg beschlossen, Werbung gegen Werbung zu machen und haben bereits die abgebildeten Inserate geschaltet. Daß wir hier einen wunden Punkt getroffen haben, zeigt, daß auch der ORF sich in zwei Fernsehsendungen für diese Problematik interessiert hat. Sollten unsere Inserate nicht die gewünschte Wirkung zeigen, werden wir mit neuen noch deutlicher werden.

Ich weiß, daß es ungerecht ist, daß Institute und Kliniken werben dürfen. Richtig wäre ein Werbeverbot für ärztliche bzw. medizinische Leistungen, nicht eines für Ärzte. Und dafür sollten wir uns einsetzen, denn ich halte ausufernde Werbung für eine Gefahr für den Stand.

Daß das Argument „Liberalisierung in der EU“ nicht stimmt, das mögen Sie an den Werberichtlinie der bayerischen Zahnärzte ersehen (siehe Kasten auf S. 12). So streng sind dort die Bräuche.

MR Dr. Erwin Senoner,  
Vizepräsident der Landesärztekammer Salzburg

Nachdruck aus ÖZZ – Österreichische Zahnärzte-Zeitung,  
Ausgabe 3/2004, Seiten 10 bis 12