

Stadtplan-Klau kommt teuer

Zahnärzte, die auf ihrer Homepage eine Wegbeschreibung zur Praxis hinzufügen möchten, sollten nicht einfach auf Kartenmaterial aus dem Internet zugreifen bzw. dieses kopieren. Denn dies kann eine Urheberrechtsverletzung bedeuten – und damit teuer werden.

Im zu entscheidenden Fall hatte die Besitzerin eines Gästehauses einen Stadtplan von einem kartografischen Verlag im Internet kopiert, um Kunden den Weg zu der Unterkunft zu beschreiben. Der Verlag bemerkte dies und forderte zum einen eine Unterlassungserklärung, zum anderen 650 Euro Schadenersatz plus eine Bearbeitungspauschale von 79 Euro.

Die Gästehausbesitzerin gab die Unterlassungserklärung ab, bezahlte aber lediglich 238 Euro, da entsprechendes Kartenmaterial anderweitig deutlich günstiger zu haben sei. Daraufhin zog der Verlag vor Gericht und bekam vor dem Amtsgericht München Recht. Die Frau wurde zur

Zahlung der restlichen 491 Euro verdonnert. Die Münchner Richter begründeten dies in dem kürzlich veröffentlichten Urteil damit, dass zur Berechnung der Lizenzgebühr nicht das billigste Angebot auf dem Markt zugrunde gelegt werden müsse. Für vergleichbare Karten würden auf dem Markt Preise zwischen 675 und 820 Euro erzielt. Daher sei die vom kartografischen Verlag verlangte Gebühr angemessen. Aufgrund der Urheberrechtsverletzung seien auch die Bearbeitungskosten von 79 Euro als Schadenersatz berechtigt.

Quelle: Amtsgericht München, Az. 161 C 8713/09 vom 19.08.2009

© HomeStudio / shutterstock.com

zur Verfügung stellt. Eine Übersicht über interessante Webhoster bietet die nach eigenen Angaben unabhängige Website www.webhostlist.de. Außerdem brauchen Sie einen eigenen Domain-Namen. Ob die gewünschte Domain noch frei ist, können Sie in der Regel bei jedem Webhoster prüfen. Bei der Wahl des Domain-Namens sollten Sie darauf achten, dass er möglichst kompakt auf den Punkt bringt, wer oder was sich dahinter verbirgt – etwa www.zahnarztmaier.de.

Um neue Patienten zu erreichen, ist es wichtig, dass Sie bei Suchmaschinen wie Google eine gute Chance auf einen vorderen Platz haben. Dazu müssen Sie Schlüsselwörter festlegen, nach denen Patienten Ihrer Zielgruppe wahrscheinlich im Internet suchen. Versetzen Sie sich dazu in die Lage eines suchenden Patienten: Wer etwa einen „Implantologen“ in „Frankfurt“ sucht, wird eben diese Worte eingeben. Sprechen Sie mit Ihrem Web-Designer oder Ihrer Web-Agentur darüber, wie Sie am besten vorgehen!

Aktuelle Website erforderlich!

Unbedingt klären sollten Sie auch, wie die Website nach der Erstellung aktuell gehalten wird. Wer das selbst übernehmen will, entscheidet sich am besten für ein CMS. In ein CMS können Sie sich als Administrator einloggen und Seiten verändern, sodass keine finanziellen Kosten für Aktualisierungen entstehen – etwa dann, wenn sich Ihre Sprechstunden ändern. Alternativ kann ein Dienstleister – die dann kostenpflichtigen – Aktualisierungen auf Ihrer Praxis-Website vornehmen.

→ **Achten Sie auf klare Strukturen!** Unabhängig davon, welche Dienstleistungen von Externen übernommen wer-

den und wie die technische Anbindung aussieht, sollten Sie eines nicht aus dem Blick verlieren: Halten Sie die Struktur der Website möglichst übersichtlich!

Ordnung muss sein!

Gliedern Sie die Navigationspunkte klar auf – etwa in Informationen zu Ihrer Praxis (Zahnarzt und Laufbahn, Praxisteam, Anfahrt, Kontakt, Impressum) sowie zu den Leistungen (Schwerpunkte, Zusatzqualifikationen, Apparateausstattung). Alle Punkte sollten möglichst von der Startseite aus erreicht werden können. So stellen Sie sicher, dass Besucher nicht genervt von Ihrer Website „abspringen“, weil sie sich darin nicht zurechtfinden.

Lassen Sie Ihre Website so barrierefrei wie möglich gestalten, etwa durch gut lesbare Schriften. Dunkle Schriften auf hellem Hintergrund sind leicht wahrzunehmen. Sehr wichtig ist auch, dass die Texte aus Sicht des Nutzers verständlich und präzise formuliert sind.

→ **Beachten Sie rechtliche Vorgaben!** Keinesfalls missachten sollten Sie die rechtlichen Vorgaben, die sich zum einen aus dem Heilmittelwerbe-gesetz (HWG) und der Berufsordnung, zum anderen aus der Impressumspflicht (siehe Box) ergeben. So darf sich auf Ihrer Website weder unlautere oder irreführende Werbung finden, noch dürfen Sie Erfolgsgarantien oder Heilungsversprechen abgeben. Verstößen Sie gegen berufsrechtliche oder allgemeine Vorschriften, können Wettbewerbsvereine oder andere Zahnärzte Sie abmahnen – und das kann teuer werden.

Quelle: ÄrzteZeitung