

■ Mojo/Medikompass

Urteil gibt Preisvergleich Rückenwind

Nach dem grünen Licht des Bundesgerichtshofs für Arztpreisvergleiche im Web rechnen die Anbieter mit einem weiteren Wachstum des Marktes. Neue Anbieter dürften sich jedoch schwertun.

„Mit dieser Entscheidung ist der Markt aufgestoßen.“ Gemeint ist der Markt für Auktionsplattformen für Arztpreisvergleiche, und der das sagt, ist **Holger Lehmann**, Geschäftsführer von **Mojo**, dem Betreiber des Portals **2te-zahnarztmeinung.de** (s. Kasten). Lehmann strebt jetzt ein Wachstum im zahnmedizinischen Bereich an und rechnet mit der Kooperation weiterer Krankenkas-



Claudius Schikora (l.) und Holger Lehmann möchten mit ihren Unternehmen stärker ins Online-Marketing einsteigen.

■ Urteil PRO PREISVERGLEICH

Der Bundesgerichtshof (BGH) in Karlsruhe hat am vergangenen Mittwoch den Zahnarztpreisvergleich im Internet für rechtlich zulässig erklärt. Das Geschäftsmodell erleichtere das Einholen einer zweiten Zahnarztmeinung, so der BGH in einer Presseerklärung. „In diesem Sinne dient das Verhalten der Zahnärzte, die sich durch die Abgabe von Kostenschätzungen am Geschäftsmodell der Beklagten beteiligen, den Interessen der anfragenden Patienten.“ Das Verhalten der Zahnärzte sei weder berufsrechtlich noch wettbewerbswidrig, so der BGH. Gegen das Geschäftsmodell von **2te-zahnarztmeinung.de** hatten zwei Zahnärzte aus Bayern geklagt und vom Landgericht und Oberlandesgericht in München Recht bekommen. Der BGH hat jetzt im Sinne des Portalbetreibers entschieden.

sen, zusätzlich zu den schon über 50, die mit **2te-zahnarztmeinung.de** zusammenarbeiten.

Lehmann nimmt das Urteil zum Anlass, die Werbetrommel zu rühren. Einen mittleren fünfstelligen Betrag will er ins Online-Marketing stecken. Interessant ist für ihn vor allem Suchmaschinen-Marketing und -Optimierung (SEM/SEO). Außerdem sucht er die Zusammenarbeit mit themenspezifischen Portalen wie etwa **Zahnonline.de**, um dort auf den Seiten Bannerwerbung zu schalten.

Trotz dieser interessanten Perspektiven, die der Markt künftig bietet, tun sich neue Anbieter schwer, Fuß zu fassen. „Die Einstiegshürden sind recht hoch“, sagt **Claudius Schikora**, Geschäftsführer von **Medikompass**, die das gleichnamige Vergleichsportale für verschiedene medizinische Dienstleistungen betreibt. „Ein solches Angebot lässt sich nur dann erfolgreich am Markt platzieren, wenn zum Start genügend Ärzte mit an Bord sind, was angesichts mehrerer eingeführter Angebote schwierig ist“, so Schikora. Dementsprechend kommen

kaum potenzielle Neueinsteiger aus der Deckung. Das Arztbewertungsportal **Ja-meda** zum Beispiel, eine Beteiligung von **Tomorrow Focus** und des **Focus Magazin Verlags**, winkt ab: Der Start eines solchen Angebots sei zwar nicht grundsätzlich ausgeschlossen, bisher jedoch nicht geplant.

Schikora, dessen Unternehmen neben **Medikompass.de** auch **Schönheitsgebot.de** und **Zahngebot.de** betreibt, berichtet von einem starken Zulauf seitens der Ärzte seit dem Richterspruch. Auch er will die Aktivitäten im Bereich Online-Werbung ausweiten, zum Beispiel im Rahmen einer Kooperation mit der lokalen Suchmaschine **Suchen.de**, an der die Deutsche Telekom über **DeTeMedien** beteiligt ist. Außerdem soll Ende Januar eine TV-Kampagne auf **9Live** an den Start gehen.

Rückenwind durch das BGH-Urteil erhält auch die Internationalisierungsstrategie von **Medikompass**: Als Zielmärkte, die im kommenden Jahr relevant sind, bezeichnet Schikora die Niederlande, Österreich und die Schweiz, Spanien sowie Großbritannien. ht