

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Werbung für Ärzte: Ein Ausflug in den Blätterwald - Inserate im Branchenbuch

Üblicherweise wird die eigene Leistung auch bei Freiberuflern einfach im Branchenbuch inseriert; da jedoch die Ärzteschaft in puncto Selbstdarstellung starken Einschränkungen unterworfen ist (vgl. nur Teile 1-4 dieser Serie), stellt sich natürlich auch bei schlichten Inseraten im Branchenbuch die Frage: Wie und wo kann rechtssicher inseriert werden?

Die gute Nachricht gleich vorweg: Bei diesem Thema sind die Gerichte eher Ärzte-freundlich eingestellt. Im Folgenden werden zwei Beispiele aus der aktuellen Rechtsprechung besprochen, die sehr schön (und für diese Reihe eher untypisch) aufzeigen, welche "Kunstgriffe" gerade nicht gegen das UWG oder das HWG verstoßen. Am Ende dieses Beitrages findet sich wie immer auch eine übersichtliche Handlungsanleitung zu diesem Thema.

Rubriken: Fach-fremder Federschmuck?

Neben Titeln, Praxisbezeichnungen und bunten Therapiemethoden ist natürlich auch die Eintragung unter "fachfremden" Rubriken im Branchenbuch eine geeignete Methode, um den Patient von der eigenen Kompetenz zu überzeugen.

Aber: Sind niedergelassene Fachärzte tatsächlich an "ihre" Rubrik gebunden, oder dürfen sie an Stellen inserieren, die sie selbst zur Ansprache bestimmter Patientenkreise bevorzugen?

Die Rechtsprechung hat an dieser Praxis in jüngerer Zeit keine Beanstandung - sofern nicht durch die Wahl der Rubrik und die Gestaltung des Inserats über nicht vorhandene Facharzttitle hinweggetäuscht wird.

In einem vor dem OLG Köln verhandelten Fall führte ein Facharzt für Mund-, Kiefer- und Gesichtschirurgie seit mehreren Jahren plastische und ästhetische Eingriffe sowohl am Kopf als auch dem übrigen Körper durch. Entsprechend inserierte er im Branchenbuch unter der Rubrik "Ärzte: Plastische Chirurgie".

Das **OLG Köln führte in seinem Urteil (15.08.2008, Az. 6 U 20/08)** aus, dass Leistungsgebundene Inserate eines Arztes im Branchenbuch erst dann rechtswidrig sind, wenn sie falsche Angaben über die Qualifikation des Arztes enthalten oder generell irreführend sind. Ein Inserat unter der allgemein gehaltenen Rubrik "Ärzte: Plastische Chirurgie" ist jedoch nicht inhaltsgleich mit der Behauptung, Facharzt für plastische und ästhetische Chirurgie zu sein. Denn wer in den "Gelben Seiten" unter diesem Stichwort

nachschlägt, werde in seiner Vorstellung lediglich nach einem Arzt suchen, der die gewünschten Eingriffe vornimmt.

"Allein durch die Eintragung des Beklagten unter der Rubrik "Ärzte: Plastische Chirurgie" wird den angesprochenen, durchschnittlich informierten und situationsangemessen aufmerksamen Verbrauchern nicht der unzutreffende Eindruck vermittelt, er sei Facharzt für plastische und ästhetische Chirurgie oder habe ein zertifiziertes Recht zur Durchführung von Operationen auf diesem Gebiet erworben. Nach den Umständen erwartet der Verkehr nämlich nicht, dass unter den Ärzte-Rubriken der "Gelben Seiten" (jedenfalls außer den mit einem "Stern" versehenen "Wunsch"-Rubriken) nur Fachärzte des entsprechenden ärztlichen Fachgebiets eingetragen sind."

Darüber hinaus steht auch die Veröffentlichung der Inserate allein in der Verantwortung des Inserenten - Branchenbücher sind schließlich Telefonbücher und keine Qualifikationsregister:

"Denn dass die Veröffentlichung eines Inserats unter einer bestimmten Rubrik der 'Gelben Seiten' auf Grund eines entsprechenden Auftrags und in der Verantwortung des Inserenten erfolgt und nicht etwa von dem herausgebenden Verlag oder gar - bei den Eintragungen von Ärzten - von der zuständigen Ärztekammer verantwortet wird, ist dem angesprochenen Verkehr auch ohne besonderen Hinweis bewusst, wie der Senat, dessen Mitglieder selbst zu den Nutzern von Branchenbüchern gehören, aus eigener Sachkunde feststellen kann."

Dass der Facharztstitel des beklagten Arztes in dem beanstandeten Inserat unerwähnt blieb, ist laut OLG Köln auch nicht als wettbewerbswidrig irreführende Werbung zu werten:

"Eine wettbewerbsrechtlich relevante Irreführung durch Unterlassen setzt eine entsprechende Aufklärungspflicht voraus, die nach § 5 Abs. 2 S. 2 UWG insbesondere von der Bedeutung der verschwiegenen Tatsache für die Entscheidung zum Vertragsschluss nach der Verkehrsauffassung und der Eignung des Verschweigens zur Beeinflussung der Entscheidung abhängt."

Sofern die gewählte Rubrik also tatsächlich einem Tätigkeitsschwerpunkt entspricht und die Nichterwähnung der fachärztlichen Qualifikation hier lediglich der Vermeidung von Missverständnissen dient (z.B. Abschreckung eines Patienten, der einen Eingriff am Körper - und nicht im Kopfbereich - vornehmen lassen will), ist das Inserat juristisch nicht zu beanstanden.

Das "Nichterwähnen" der eigenen fachärztlichen Qualifikation ist in der Rechtsprechung jedoch noch umstritten. So monierte z.B. das OLG Hamm in einem Urteil (03.06.2008, 4 U 59/08) zu einem fast identischen Fall:

"Je nach Art der Beeinträchtigung, des Grundes eines beabsichtigten Eingriffs oder auch der Motivation des Patienten bei der Arztwahl [...] kann die genaue Facharztbezeichnung, die nicht mit angegeben ist, bereits im Vorfeld von maßgeblicher Bedeutung für dessen Entscheidungsfinden sein. Von dem Beklagten wird insofern [...] lediglich verlangt, zutreffend auf seine Qualifikationen hinzuweisen."

Gelobt wurde dagegen vom OLG Hamm ein fachfremd verortetes Inserat, in dem quasi der komplette Inhalt des Praxisschildes abgedruckt war:

"Der informierte Verbraucher erkennt zum einen die richtige Facharztbezeichnung des Beklagten und zum anderen konkret auch, dass dieser in diesen speziellen Bereichen [...] tätig ist. [...] Allein der Umstand, dass der Beklagte - erkennbar - in der potentiell falschen Rubrik steht, ist unter Berücksichtigung des Umstandes, dass seine Tätigkeit in seinem Teilbereich gerade auch [solche Methoden] umfasst, wettbewerbsrechtlich nicht mehr relevant."

Fachärzte sind also nach der jüngeren Rechtsprechung im Branchenbuch nicht an "ihre" Rubrik gebunden und dürfen dort inserieren, wo der von ihnen angesprochene Patientenkreis nachschlagen wird. Aber cave: Hierbei dürfen beim Interessenten keinesfalls falsche Vorstellungen über eine diesbezüglich vorhandene fachärztliche Qualifikation erweckt werden. Dies hängt neben der Gestaltung bzw. Formulierung des Inserats auch stark von der äußeren Gestaltung des Branchenbuches ab. Im Zweifel ist es tatsächlich ratsam, den eigenen Facharztstitel in dem Inserat mit anzuführen.

Notrufnummern

Wer die Nummer seiner Praxis im Branchenbuch ganz vorne sehen möchte, kann dafür einen teuren Werbeplatz kaufen - oder die eigene Telefonnummer einfach unter der Rubrik "Notrufe" eintragen lassen. So ging zumindest ein Zahnarzt vor, dessen Großpraxis auch tatsächlich an sieben Tagen der Woche von 08.00-22.00 Uhr geöffnet hat. Er wurde daruffhin wegen Irreführung der Patienten verklagt, bekam vom LG Bochum jedoch Recht. In seinem Urteil führte das LG aus, dass an die Bezeichnung als "Notruf" oder "Notdienst" neben den erweiterten Behandlungszeiten eher geringe Anforderungen geknüpft sind (30.12.2008, Az. 13 O 126/08):

"Die Werbung des Beklagten [ist] nach Auffassung der Kammer nicht wettbewerbswidrig [...]. Entgegen der von dem Kläger vertretenen Auffassung ist die Kammer der Überzeugung, dass der angesprochene Patientenkreis nicht davon ausgeht, dass eine Notfallpraxis 24 Stunden am Tag erreichbar ist. Vielmehr ist den Mitgliedern der Kammer aufgrund eigener Erfahrung bekannt, dass auch öffentlich-rechtlich organisierte Notdienste in der Regel nur zu bestimmten Zeiten Behandlungen von Schmerzpatienten anbieten. Unstreitig ist die Praxis [...] täglich, also auch an Wochenenden und an Feiertagen zwischen 8.00 und 22.00 Uhr erreichbar. Eine darüber hinausgehende Erreichbarkeit erwartet der Patient nach Auffassung der Kammer ebenso wenig wie einen Zusammenschluss von mehreren Zahnarztpraxen. Entgegen der von dem Kläger vertretenen Auffassung besteht auch nicht die Gefahr, dass die angesprochenen Patienten den von dem Beklagten angebotenen Notdienst mit einem öffentlich-rechtlich organisierten Notdienst der Zahnärztekammer oder Kassenzahnärztlichen Vereinigung verwechseln könnten. In der Regel wird sich der Patient keine Gedanken über die private oder öffentlich-rechtliche Organisation machen. Insoweit liegt keine Irreführung vor. Auf die [Frage], ob in der Praxis [...] drei oder mehr Zahnärzte tätig sind und ob der Beklagte in der nicht von der Praxis [...] abgedeckten Zeit Patienten an weitere Notdienste verweist, kommt es [nicht] an."

Handlungsanweisung zum Thema "Inserate"

- Bei Werbung im Branchenbuch sind Inserate unter fachfremden Rubriken zulässig, sofern tatsächlich in dem angegebenen Gebiet praktiziert wird.
- Durch fachfremdes Inserieren darf jedoch beim Patienten nicht der Eindruck entstehen, der aufgefundene Arzt wäre ein Facharzt auf dem ausgewiesenen Gebiet. Dies hängt u.a. von der äußeren Gestaltung des Branchenbuches ab; im Zweifel sollte zur Klarstellung der eigene Facharztstitel angegeben werden.
- Die Bezeichnung als "Notruf" oder "Notdienst" ist zulässig, sofern (Notfall-)Patienten in der bezeichneten Praxis tatsächlich auch zu erweiterten Behandlungszeiten zur behandelt werden.
- Cave: Der Patient darf niemals (auch unabsichtlich) über Qualifikation, Leistungsspektrum oder Ausstattung des Arztes bzw. der Praxis getäuscht werden. Vermeiden Sie deshalb grundsätzlich mehrdeutige oder verwirrende Gestaltungen, Formulierungen oder Rubriken.

Fazit

Der ärztliche Beruf wird nicht einfacher - vor allem dann, wenn die Patienten auch noch selbst "angelockt" werden müssen. Wenn Sie jedoch die oben zusammengestellten Informationen und vor allem unsere Handlungsanleitung beherzigen, sind Sie zumindest juristisch auf der sicheren Seite.

Für viele interessante Einzelthemen aus dem Komplex "ärztliches Werberecht" werden wir im weiteren Verlauf dieser Serie noch weitere Handlungsanweisungen sowie aktuelle Fallbeispiele und Urteile zusammenstellen.

Sollten Sie über eine eigene Online-Präsenz nachdenken, so gilt zu beachten, dass allein in der rechtssicheren Gestaltung einer "normalen" kommerziellen Homepage schon dutzende Stolpersteine versteckt sind - und vor allem, dass Konkurrenten und Verbraucherschützer beständig darauf lauern, Verstöße mit einer anwaltlichen Abmahnung zu ahnden. Denken Sie bei solchen Unternehmungen daran, dass auch ein Jurist gelegentlich zum Konsiliar taugt.

Autor:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz