

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

## Zum Festpreis: IT-Recht Kanzlei bietet einen Leitfaden für Mediziner zum ärztlichen Werberecht an

„Ärzte-Werbung“ ist ein viel diskutiertes Reizthema – und vor allem ein Thema, zu dem es viele Meinungen gibt, von denen die wenigsten der juristischen Realität entsprechen. Um diesen Komplex einmal von allen Seiten zu beleuchten, ein solides Basiswissen zu schaffen und die größten Fehler aufzuzeigen, bietet die IT-Recht Kanzlei München nun das [eBook „Ärztliches Werberecht – ein Leitfaden für Mediziner“](#) an.

### Zum Leitfaden

Der Ärztestand gehört zu den „freien Berufen“ und hat als solcher nach der klassischen Wahrnehmung „auf der Grundlage besonderer beruflicher Qualifikation oder schöpferischer Begabung die persönliche, eigenverantwortliche und fachlich unabhängige Erbringung von Dienstleistungen höherer Art im Interesse der Auftraggeber und der Allgemeinheit zum Inhalt“ (vgl. § 1 Abs. 2 PartGG).

Mittlerweile werden Ärzte von der Bevölkerung in zunehmendem Maße als reine Dienstleister wahrgenommen – anders als andere Vertreter der „freien Berufe“ (Rechtsanwälte, Architekten, Künstler etc.) unterliegen sie jedoch bezüglich ihres Marketings äußerst restriktiven Regelungen. Immerhin ist ihnen seit einigen Jahren in den Berufsordnungen der Landesärztekammern die „sachliche und berufsbezogene Information“ potenzieller Patienten, z.B. mittels Broschüren oder auf einer Homepage, erlaubt.



## Spezielles Schutzpaket für Online-Apotheken

Schon für mtl. 9,90 €

- ✓ Spezielle Rechtstexte für Apotheken
- ✓ Automatisierte Übertragung (Schnittstelle)
- ✓ Update-Service
- ✓ Selbstverständlich: Haftung

Hier gehen die Probleme aber direkt weiter: Haben die meisten Ärzte noch den Inhalt der für sie gültigen Berufsordnung einigermaßen präsent, so ist die Kenntnis weiterführender Bundesgesetze meistens äußerst lückenhaft – was unter Umständen fatale juristische (und finanzielle) Folgen haben kann. In dem Leitfaden „Ärztliches Werberecht – ein Leitfaden für Mediziner“ werden daher einschlägige Normen, insbesondere das HWG, und die wichtigsten Urteile der jüngeren Rechtsprechung besprochen; am Ende des Leitfadens findet sich außerdem ein aus allen Themenkomplexen zusammengestelltes, übersichtliches Kompendium zur konkreten Gestaltung von Werbemitteln und Online-Auftritten.

Bei der Erstellung einer solchen Online-Präsenz gilt überdies noch 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. Vor allem bei solchen Unternehmungen sollte daran gedacht werden, dass auch ein Jurist gelegentlich zum Konsiliar für niedergelassene Mediziner taugt.

Sinngemäß sind die Ausführungen dieses eBooks natürlich auch auf Veterinäre, Apotheker, Heilpraktiker, Physiotherapeuten etc. anwendbar.

## Inhaltsverzeichnis

I. DAS PROBLEM DES ÄRZTLICHEN WERBERECHTS	4
II. EINE KURZE LEKTÜRE DES HWG	5
1. Anwendungsbereich des HWG und Begriffsklärungen	5
2. Werbeverbote für Ärzte	6
3. „Gimmicks“	9
4. Arzneimittel und Medizinprodukte	9
5. Sanktionen	10
III. TITEL UND BEZEICHNUNGEN	11
1. Problematik	11
2. „Erfundene“ Facharzttrichtungen	12
3. Akademische Titel	12
4. Tätigkeitsschwerpunkte	14

IV. DIE PRAXIS	15
1. Die Bezeichnung „Fachpraxis“	15
2. Was ist eigentlich eine „Klinik“?	17
3. ...und was ist ein „Zentrum“?	18
4. Auch interessant: Darf ich den Namen eines früheren Praxisinhabers weiterführen?	19
V. THERAPIEN UND METHODEN	21
1. Fach-fremder Federschmuck	21
2. Ein Risiko mit Nebenwirkungen: „Marktgeschrei“ für Therapieverfahren	22
VI. BILDICHE DARSTELLUNG AUF DER HOMEPAGE UND IN DEN MEDIEN	25
1. BGH-Rechtsprechung zur bildlichen Ärzterwerbung	25
2. Der TV-Arzt: Werbung in Fernsehen und Internet	26
3. Werbewirksame Expertenkommentare	28
VII. INSERATE	30
1. Rubriken: Fach-Zwang oder freie Auswahl?	30
2. Notrufnummern	32
VIII. KOMPENDIUM	34
1. Grundsätze des ärztlichen Werberechts	34
2. Titel & Bezeichnungen	35
3. Die Praxis	35
4. Therapien & Methoden	36
5. Bildliche Werbung & Medien	37
6. Inserate	37

Autor:

**RA Felix Barth**

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement