von Rechtsanwalt **Dr. Daniel S. Huber**

Zwei Zähne zum Preis von einem?! – Was müssen Ärzte bei der Eigenwerbung beachten?

Ärzte sollen und wollen in erster Linie heilen. Jedoch wollen sie mit ihrer Tätigkeit selbstverständlich auch ihren Lebensunterhalt bestreiten. Wer zum Geldverdienen Kunden (Patienten) braucht, muss irgendwie auf sich aufmerksam machen dürfen. Potentielle Patienten sollen erfahren können, dass man Arzt ist und gerne gesundheitlichen Rat gibt. Daher ist Werbung für Ärzte und Ärztinnen grundsätzlich erlaubt. Da das Heilen jedoch mehr ist als bloßes Geldverdienen, unterliegt solche Werbung besonderen Beschränkungen. Lesen dazu jetzt mehr im 17. Teil der Serie der IT-Recht Kanzlei über die rechtlichen Aspekte der Werbung im Internet.

Risiken und Nebenwirkungen vermeiden

Es gibt Berufe und bestimmte Bereiche, die gewissen Werbebeschränkungen unterliegen – die Ärzte und Ärztinnen gehören dazu, genauso wie Medikamente. Der Grund hierfür ist, dass die Dienstleistungen, die Arzte anbieten – das „Heilen“ – ein recht sensibler Bereich ist. Menschen, die krank sind und denen es schlecht geht, werden häufig alles versuchen, um ihre Gesundheitschancen zu verbessern – diese Menschen reagieren emotionaler und daher irrationaler. Sie müssen insbesondere vor falschen Versprechungen geschützt werden.

Daher gelten für Ärzte andere (Werbe-)Regeln als etwa für Ebay-Verkäufer.

Allerdings sind die Werbebeschränkungen für Ärzte und Arzneimitteln in den letzten Jahren stetig liberalisiert, d.h. gelockert worden. Mittlerweile dürfen Ärzte im Gegensatz zu früher überhaupt werben – soweit die Werbung sachlich ist und weitere Grundsätze eingehalten werden.

Welche Gesetze und Regelungen gelten für die Werbung von Ärzten?

Für die Werbung von Ärzten sind insbesondere drei Gesetze bzw. Regelungen zu beachten. So ist vorneweg die Musterberufsordnung (MBO) der Bundesärztekammer zu nennen, die in den §§ 27 und 28 Grundsätze für die Werbung von Ärzten aufstellt. Diese MBO ist eine Ständeordnung der Ärzte und hat keine unmittelbare Rechtswirkung. Allerdings kann sie sich im Wettbewerbsrecht insbesondere über § 4 Nr. 11 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (=UWG) auswirken.

Daneben ist bei der Werbung für Arzneimittel oder sonstige Heilmitteln das sog. Heilmittelwerbegesetz (=HWG) einschlägig. Verstöße hiergegen können sogar zu einer Freiheits- oder Geldstrafe führen.

Schließlich ist auch im Rahmen der Werbung von Ärzten stets das UWG zu beachten.

Die Musterberufsordnung für Ärzte und Ärztinnen

Was hat es mit der Musterberufsordnung auf sich?

Die Musterberufsordnung gibt selbst Hinweise darauf, warum Ärzte in ihrer Werbung eingeschränkt sind. Patienten sollen sachgerecht und angemessen informiert werden, es soll der Kommerzialisierung des Arztberufes entgegengewirkt werden (§ 27 Absatz 1 MBO). Daher sind den Ärzten sachliche berufsbezogene Informationen (Werbung) gestattet, selbstverständlich auch im Internet (§ 27 Absatz 2 MBO). Dagegen ist ihnen berufswidrige Werbung verboten. Berufswidrig ist insbesondere eine anpreisende, irreführende oder vergleichende Werbung. Ärztinnen und Ärzte dürfen eine solche Werbung durch andere weder veranlassen noch dulden (§ 27 Absatz 3 MBO).

Ausdrücklich erlaubt ist es, wenn Ärzte beispielsweise mit nach der sog. Weiterbildungsordnung erworbenen Bezeichnungen, sonstigen offiziellen Qualifikationen, eigenen Tätigkeitsschwerpunkten oder organisatorischen Hinweisen (Anfahrt zur Praxis) auf ihrer Internetpräsenz werben (§ 27 Absatz 4 MBO). Dabei muss darauf geachtet werden, dass die offiziellen Bezeichnungen und Qualifikationen so angegeben werden, wie sie auch tatsächlich bezeichnet werden.

Ob sich Ärzte in Listen und Verzeichnisse eintragen dürfen, ist in § 28 MBO geregelt. Dabei gilt, dass allein der Umstand, dass ein Arzt in einem solchen Verzeichnis aufgelistet ist, nicht dazu führt, dass es sich um für Ärzte verbotene vergleichende Werbung handelt. Es müssen aber dennoch bestimmte Kriterien erfüllt sein, damit die Eintragung in ein Ärzteverzeichnis zulässig ist. So muss die Eintragung bzw. Aufnahme in solche Verzeichnisse gleichermaßen jedem Arzt zu denselben Bedingungen offen stehen, die Eintragungen dürfen nur das enthalten, was zulässigerweise Inhalt von Arztwerbung sein darf, und die Systematik des Verzeichnisses muss so gestaltet sein, dass nach den Tätigkeitsschwerpunkten der Ärzte oder deren Bezeichnungen und Qualifikationen unterschieden wird.

Was versteht man unter berufswidriger Werbung?

Den Ärzten ist sachliche, berufsbezogene Information erlaubt, nicht aber berufswidrige Werbung. Somit muss geklärt werden, was berufswidrige Werbung in diesem Sinne ist und wann sie vorliegt.

Bei der Abgrenzung von zulässiger und unzulässiger Werbung ist der Zweck der Werbebeschränkungen für Ärzte zu berücksichtigen. Es soll gerade eine Verfälschung des ärztlichen Berufsbildes verhindert werden. Eine solche würde dann eintreten, wenn ein Arzt oder eine Ärztin die in der Wirtschaft üblichen Werbemethoden verwenden würde. Es ist somit eine Gratwanderung: wer als Arzt auf der sicheren Seite sein möchte, sollte schauen, dass er oder sie auf der eigenen Internetseite nur sachlich-neutral über die eigenen Tätigkeitsschwerpunkte berichtet und nicht reißerisch eigene Leistungen, Erfolge oder Vergleiche mit anderen Ärzten anpreist.

Muss die Werbung stets rein sachlich-informativ sein?

Nur weil eine Werbung gut formuliert und daher leicht verständlich ist, ist sie jedoch noch nicht zwangsläufig anpreisend oder reißerisch und damit unzulässig. Sie kann dennoch zulässig sein. Letztlich kommt es bei der Beurteilung der rechtlichen Zulässigkeit häufig auf den Gesamtzusammenhang und den Kontext an: je nach äußerer und innerer Gestaltung der Werbung, Wortwahl und Umfang kann eine Werbung zulässig oder unzulässig sein.

Im Übrigen sind selbst solche Werbeaussagen, die man gemeinhin als Image- oder Sympathiewerbung bezeichnet, nicht von vorneherein unzulässig. Solange das Wesen der Werbung eines bestimmten Arztes die sachliche Information ist, können auch andere Aspekte – wie etwa das Vermitteln von Sympathie – in die Werbung einfließen. Immerhin sollte das Verhältnis zwischen Arzt/Ärztin und Patient/Patientin von Vertrauen geprägt sein. Da ist es nicht zu verurteilen, wenn Ärzte bereits über ihre Werbung eine Vertrauensbasis aufzubauen versuchen.

Beispiele für zulässige Werbeaussagen

Die Rechtsprechung hat sich in der Vergangenheit schon des Öfteren mit Arztwerbung auseinandersetzen müssen. Daher lassen sich einige Beispiele aus der Rechtspraxis finden, die eine zulässige Arztwerbung darstellen.

So sind folgende Werbeaussagen von den Gerichten als zulässig angesehen worden:

- „Die Gesundheit ist unser Anliegen“
- „Zahn für Zahn mehr Lebensqualität“
- „Implantate – ein guter Weg“

Was passiert bei Verstößen gegen die MBO?

Die MBO ist kein Gesetz wie etwa das UWG oder das Heilmittelwerbegesetz (HWG). Verstöße gegen die MBO sind demnach nicht unmittelbar zugleich Verstöße gegen geltendes Recht. Die MBO ist eine Berufsordnung, d.h. eine Satzung nach Standesrecht. Dies bedeutet, dass bei Verstößen grundsätzlich zunächst nur standesrechtliche Konsequenzen im Raum stehen, etwa als besonders harte Maßnahme ein Ausschluss aus der Ärztekammer.
Allerdings entfaltet die MBO über § 4 Nr. 11 UWG auch wettbewerbsrechtliche Wirkungen. In § 4 Nr. 11 UWG heißt es:

> *„Unlauter handelt insbesondere, wer einer gesetzlichen Vorschrift zuwiderhandelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln.“*

Die Satzungen von Kammern wie der Ärzte- oder aber auch der Anwaltskammer(n) sind nach

höchstrichterlicher Rechtsprechung gesetzliche Vorschriften im Sinne dieses § 4 Nr. 11 UWG. Auch handelt es sich bei den Werberegelungen der MBO um sog. Marktverhaltensregelungen im Sinne dieser Vorschrift, da sie die potentiellen Patienten vor Irreführung und unangemessener unsachlicher Beeinflussung schützen sollen.

Im Ergebnis bedeutet dies beispielsweise, dass Ärzte ihre Kollegen abmahnen können, wenn diese rechtswidrig werben.

Das Heilmittelwerbegesetz

Ärzte sollten zurückhaltend sein, was die Bewerbung von Arzneimitteln und Heilungsverfahren betrifft – egal ob durch Poster oder Flyer in der Praxis oder auf der eigenen Internetseite. Denn eine solche Werbung, gerade auch wenn sie auf der Internetseite eines Arztes platziert ist, könnte gegen Regelungen des Heilmittelwerbegesetzes verstoßen.

Was ist im Heilmittelwerbegesetz geregelt?

Die Werbung für sog. Heilmittel wird wie die Werbung für Ärzte von Gesetzes wegen beschränkt. Unter Heilmitteln versteht man Arzneimittel, Medizinprodukte und andere Mittel, Verfahren und Behandlungen (so definiert in § 1 Absatz 1 HWG).

Grund für die Werbebeschränkungen ist ebenfalls der Schutz der Patienten vor Irreführungen und falschen Versprechungen. Das Heilmittelwerbegesetz ist deshalb sehr restriktiv, was die Werbung gegenüber Patienten anbelangt. Demgegenüber ist die Werbung für sog. Fachkreise (also Ärzte und andere Personen, die beruflich im Medizin- und Pharmasektor zu tun haben) nicht so streng beschränkt.

Was ist nach dem Heilmittelwerbegesetz verboten?

Das Kernstück des Heilmittelwerbegesetzes ist das Verbot der irreführenden Werbung (§ 3 HWG). Eine solche irreführende Werbung liegt insbesondere dann vor, wenn einem Arzneimittel eine Wirkung zugesprochen wird, die es tatsächlich gar nicht hat. Unzulässig ist es auch, wenn dem Patienten fälschlich versprochen wird, dass eine Heilung oder Genesung mit Sicherheit erwartet werden kann. Solche Versprechungen sind nicht seriös und sollen deswegen unterbleiben. Auch andere Täuschungen im Zusammenhang mit Heilmitteln werden nach § 3 HWG verboten.

Unzulässig ist auch die Bewerbung für Arzneimittel, die (in Deutschland) gar nicht zugelassen sind (§3a HWG). Zudem muss jede Werbung über Arzneimittel bestimmte, genau festgelegte Informationen enthalten (§ 4 HWG). Wichtig zu wissen ist darüber hinaus, dass Werbung für sog. Fernbehandlungen unzulässig sind, d.h. ein Arzt darf nicht dafür werben, dass er Krankheiten erkennen und behandeln kann, obwohl die Diagnose nicht auf eigener Wahrnehmung (vor Ort) beruht (§ 9 HWG). Besonders geregelt ist zudem, dass außerhalb von Fachkreisen nicht für Medikamente gegen Schlafstörungen, psychische Störungen oder zur Verbesserung der Stimmung geworben werden darf (§ 10 HWG). In § 11 HWG ist geregelt, dass außerhalb von Fachkreisen nicht für Arzneimittel geworben werden darf, indem

der Werbende eine Werbeaussage verwendet, die geeignet ist, Angstgefühle hervorzurufen oder auszunutzen (§ 11 Nr. 7 HWG) oder ein Preisausschreiben oder eine Verlosung veranstaltet (§ 11 Nr. 13 HWG).

Zum Thema „Werbung für Arzneimittel“ wird bald ein eigenständiger Beitrag auf der Internetseite der IT-Recht Kanzlei veröffentlicht werden.

Was passiert bei Verstößen gegen das Heilmittelwerbegesetz?

Die Regelungen das Heilmittelwerbegesetz sind ebenfalls Marktverhaltensregelungen im Sinne des § 4 Nr. 11 UWG, so dass Verstöße dagegen auch wettbewerbsrechtliche Folgen haben können – es drohen somit Abmahnungen; auch entsprechende Interessenverbände können bei Verstößen aktiv werden.

Darüber hinaus sind die Verbote des Heilmittelwerbegesetzes zum Teil strafbewehrt. Dies bedeutet, dass demjenigen, der etwa gegen das Irreführungsverbot aus § 3 HWG verstößt, eine Gefängnisstrafe bis zu einem Jahr oder eine Geldstrafe droht (§ 14 HWG).

Fahrlässige und vorsätzliche Verstöße gegen andere Verbote des Heilmittelwerbegesetzes stellen Ordnungswidrigkeiten dar und können mit einer Geldbuße von bis zu 50.000 Euro geahndet werden.

Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

Da es sich bei der Werbung von Ärzten stets auch um Wettbewerbshandlungen bzw. geschäftliche Handlungen im Sinne des UWG handelt, findet auf diese das UWG ebenfalls Anwendung. Zu beachten ist jedoch, dass die spezielleren Gesetze (insbesondere das Heilmittelwerbegesetz) im Einzelfall möglicherweise besondere Regelungen enthalten, die dann vorgehen. So ist etwa an das Verbot vergleichender Werbung aus § 27 Absatz 3 der MBO zu denken. Nach dem UWG wäre vergleichende Werbung unter den in § 6 UWG genannten Bedingungen zulässig; das gilt insoweit gerade nicht für die Werbung von Ärzten.

Beispiele für zulässige Werbung

Folgende Werbung bzw. Werbeaussagen von Ärzten wurde von der Rechtsprechung als zulässig akzeptiert, weil sie als berufsbezogen und angemessen sachlich angesehen worden ist:

- Die Bezeichnung eines Arztes als „Spezialist“, z.B. „Kniespezialist“ oder „Spezialist für Wirbelsäule“
- Die Angabe von mehreren Tätigkeitsschwerpunkten mit für medizinische Laien verständlichen Erläuterungen
- Ganz generell die Nennung eines Betätigungsfeldes wie „Implantologie“ in einem Branchenverzeichnis, z.B. im Internet
- Hinweis auf eine ruhige Atmosphäre in der Praxis oder auf ein „Ärzteteam mit langjähriger Erfahrung“
- Hinweis auf private Hobbies des Arztes bzw. der Ärztin
- Der Hinweis auf die Mitgliedschaft in einer oder mehreren ärztlichen Vereinigungen

- Berichte auf der Internetseite einer Arztpraxis über den beruflichen Werdegang des Arztes und dessen aktuellen Praxiserfahrungen, z.B. die Anzahl der Patienten

Die Einhaltung anderer Gesetze nicht vergessen!

Wenn ein Arzt eine Internetseite für die eigene Arztpraxis gestaltet oder gestalten lässt, so müssen selbstverständlich auch all die anderen Regelungen und Gesetze beachtet werden, die für (kommerziellen) Internetseiten gelten. So ist etwa an die Impressumspflicht zu denken oder die Beachtung von Urheberrechten, wenn mittels einer Stadtkarte den potentiellen Patienten die Anfahrt zur Praxis erläutert werden soll.

Fazit

Mittlerweile ist es eine Selbstverständlichkeit, dass auch Ärzte und Ärztinnen für sich werben dürfen, unabhängig davon, in welchem oder durch welches Medium die Werbung erfolgt – somit auch im Internet. Ein typisches Beispiel für die Werbung eines Arztes ist dessen Internetpräsenz. Rechtlich unproblematisch ist die Werbung, solange sie angemessen sachlich und informativ und nicht reißerisch, anpreisend oder vergleichend ist. Im Vordergrund der Werbung muss die Information über die Leistung des Arztes stehen, nicht der Arzt und dessen Persönlichkeit. Falsche Heilsversprechen sind vollkommen unangebracht. Ärzte und Ärztinnen, die sich an die Regelungen halten und seriöse Werbung in diesem Sinne betreiben, haben keine rechtlichen Nachteile zu befürchten.

Bei Risiken und Nebenwirkungen fragen Sie Ihren Anwalt – die IT-Recht Kanzlei hilft Ihnen bei Fragen und rechtlichen Problemen selbstverständlich gerne weiter.

Den 18. Teil der Serie der IT-Recht Kanzlei zu den rechtlichen Aspekten der Werbung im Internet können Sie an dieser Stelle am 16.6.2010 lesen!

Autor:
RA Dr. Daniel S. Huber
Rechtsanwalt