

Arzt und Werbung

Das bislang für Ärzte geltende fast absolut wirkende Werbeverbot diente dem Schutz der Bevölkerung vor einer unerwünschten Kommerzialisierung des Arztberufes. Man befürchtete, dem Patienten könne durch kommerzielle Werbung falsche Hoffnung auf Heilung gemacht werden. Durch viele Gesundheitsreformen und durch steigenden Wettbewerbsdruck, weil es immer mehr Ärzte für weniger Patienten gab, änderte sich die wirtschaftliche Situation der Ärzte grundlegend. Der Arzt wurde immer mehr auch zum Unternehmer und damit wuchs das Interesse der Bevölkerung an sachlicher Information über das Leistungsspektrum ärztlicher Tätigkeit. Daneben lockerten die höchsten Gerichte ihre Rechtsprechung hinsichtlich eines strikten Werbeverbots, das die grundgesetzlich garantierte Berufsausübungsfreiheit in hohem Maße bis dahin eingeschränkt hatte.

Durch eine grundlegende Abkehr vom Werbeverbot mit Erlaubnisvorbehalt zum Werbegebot mit Verbotsvorbehalt in der Musterberufsordnung (MBO) hat der 105. Deutsche Ärztetag dieser Entwicklung Rechnung getragen. Die neue MBO ist kein unmittelbar geltendes Recht. Sie muss erst in die Berufsordnungen der einzelnen Länder übernommen werden, bevor sie rechtliche Wirkung entfalten kann. Ob dies schon geschehen ist, erfragt man am besten bei der Landesärztekammer.

Wenn es um Fragen der zulässigen Werbung von Ärzten geht, sind neben der neuen MBO - hier sind insbesondere §§ 27, 28 MBO zu beachten – das Gesetz über den unlauteren Wettbewerb (UWG) und das Heilmittelwerbegesetz einschlägig. Im Rahmen des Internetauftritts muss auch das TelediensteGesetz beachtet werden, abrufbar unter www.bundesrecht.juris.de/bundesrecht/tdg/).

§ 27 MBO

Sehr erfreulich ist auf den ersten Blick, dass der unübersichtliche Regelungsdschungel durch eine einfache Generalklausel ersetzt wurde. Danach sind nun sachgerechte und angemessene Informationen zulässig, die den Schutzzweck der Regelung nicht unterlaufen. Der Patient soll vor einer dem Selbstverständnis des Arztes zuwiderlaufenden Kommerzialisierung geschützt werden. Berufswidrige - also anpreisende, irreführende oder vergleichende - Werbung ist dagegen nicht erlaubt. Neben den weiterbildungsrechtlich oder nach sonstigen öffentlich-rechtlichen Vorschriften erworbenen Qualifikationen können auch andere Tätigkeitsschwerpunkte oder

Hinweise z.B. auf dem Praxisschild oder in anderen Medien angekündigt werden, soweit sie nicht mit den nach der Weiterbildungsordnung erworbenen Qualifikationen verwechselt werden können und nicht nur gelegentlich ausgeübt werden. Der Anwender steht jedoch nach kurzem Lesen vor einer Reihe von Fragen: Was ist denn nun eigentlich erlaubt? Was bedeutet sachgerechte Information und wann ist diese angemessen? Wann läuft die Kommerzialisierung dem Selbstverständnis des Arztes zuwider? Und wann ist eine Werbung anpreisend, irreführend oder vergleichend?

Offenbar muss die Beurteilung der Zulässigkeit von Werbung anhand von Abwägungskriterien vorgenommen werden, die noch nicht mit Leben gefüllt sind. Die nähere Erläuterung des Gesetzeszwecks in § 27 Abs. 1 MBO und die Aufzählung einzelner beschreibender Adjektive sind dabei wenig hilfreich. Eine gute Orientierung bei der Frage welche Werbemaßnahme im Einzelfall zulässig ist, bieten aber die zahlreichen Urteile der Rechtsprechung zu erlaubten und nicht erlaubten Werbemaßnahmen. Beachtet man daneben den Gesetzeszweck vor seinem Hintergrund, kann man recht zuverlässig einschätzen, ob eine Werbung erlaubt ist oder nicht. Abschließend kann sich der werbende Arzt immer noch fragen: Ist meine Werbung sachgerechte und berufsbezogene Information, ist sie wahr und für einen Laien verständlich?

Grundsätzlich darf in allen Medien geworben werden (Funk/Fernsehen/Zeitung, Internet, Patienteninformation, Briefpapier, Rezeptblöcke etc) und es gelten für alle Medien die gleichen Regeln; beim Internet sind aufgrund seiner Besonderheiten einige Konkretisierungen zu beachten. Informationen sind überall anlassunabhängig (Urlaub, Praxisvertretung, Änderung von Sprechzeiten) erlaubt.

Um Ihnen einen Überblick zu verschaffen, haben wir für Sie eine Übersicht zusammengestellt was erlaubt ist und was nicht:

Erlaubt sind:

- Ankündigung von nach der Weiterbildungsordnung erworbenen Bezeichnungen,
- Ankündigung von nach sonstigen öffentlich-rechtlichen Vorschriften erworbenen Qualifikationen,
- Ankündigung von Tätigkeitsschwerpunkten,
- Ankündigung von anderen Qualifikationen oder Tätigkeitsschwerpunk-

ten soweit diese nicht mit solchen nach Weiterbildungsrecht erworbenen Qualifikationen verwechselt werden können, (nur erlaubt, wenn die Tätigkeit nicht nur gelegentlich ausgeübt wird, d.h. die Tätigkeit min ca. 20 % seiner Gesamttätigkeit einnimmt.),

- Hinweis auf die vom Arzt ausgeübte Akupunktur, soweit klargestellt ist, dass diese Qualifikation nicht von der Ärztekammer verliehen wurde,
- Aufnahme in Verzeichnisse aller Art ohne Abstimmung mit der Ärztekammer, Voraussetzung: das Verzeichnis muss allen Ärzten zu den gleichen Bedingungen mit einem kostenfreien Grundeintrag offen stehen (vgl. § 28 MBO),
- allgemein gehaltene Patienteninformation über neue Untersuchungs- und Behandlungsmethoden, die sachlich zutreffend und dem Laien verständlich sind,
- Bezeichnung als „Spezialist“ für eine bestimmte Behandlungs- oder Untersuchungsmethode in der eigenen Patienteninformation, wenn er tatsächlich einen hohen Spezialisierungsgrad besitzt,
- „Sympathiewerbung“ soweit durch sie nicht der Informationscharakter in den Hintergrund gedrängt wird, z.B. Geburtstagsglückwünsche an die eigenen Patienten, allerdings ohne Hinweise auf das Leistungsspektrum der Praxis,
- Tag der offenen Tür,
- publizistische Tätigkeit,
- Mitwirkung von Ärzten an aufklärenden Veröffentlichungen medizinischen Inhalts,
- Hinweise auf Ortstafeln, in kostenlos verteilten Stadtplänen und über Bürgerinformationsstellen,
- Wiedereinbestellungen **auf Wunsch** des Patienten,
- Kultur-, Sport-, Sozialsponsoring (keine Bandenwerbung, Trikotwerbung, Werbung auf Fahrzeugen oder Sportgeräten),
- Hinweis auf Zertifizierung der Praxis,
- nicht aufdringliches Praxislogo,
- Titel, die nicht von einer medizinischen Fakultät verliehen wurden, wenn dies mit angegeben wird.

Nicht erlaubt sind:

- anpreisende Werbung: gesteigerte Form der Werbung, insbesondere eine solche mit reißerischen und marktschreierischen Mittel,
- irreführende Werbung: geeignet, potenzielle Patienten über die Person des Arztes, über die Praxis und über die Behandlung irrezuführen und durch mehrdeutige, unvollständige, unklare Angaben oder verschwiegene Tatsachen Fehlvorstellungen von maßgeblicher Bedeutung für die Wahl des Arztes hervorzurufen,
- vergleichende Werbung: persönlich vergleichend, d.h. Bezugnahme auf die persönlichen Eigenschaften und Verhältnisse ärztlicher Kollegen, vergleichend, d.h. Bezugnahme auf die Arztpraxis oder Behandlungsmethoden anderer Ärzte; auch verboten die verdeckte vergleichende Werbung, z.B. „Bei uns geht´s auch ohne Operation.“,
- Alleinstellungsbehauptung, z.B. Allgemeinmedizin Musterstadt,
- eine Aussage über die Tätigkeitsgebiete und Erfahrungen anderer Ärzte,
- Verbreitung von Flugblätter, Postwurfsendungen, Mailingaktionen,
- Plakatwerbung (auch nicht in Supermärkten),
- Trikotwerbung, Bandenwerbung, Werbung auf Fahrzeugen, Sportgeräten und ähnlichem,
- **unaufgeforderte** Wiedereinbestellung ohne medizinische Indikation,
- Angabe von Referenzen,
- bildliche Darstellung in Berufskleidung bei der Berufsausübung, wenn ein medizinisches Verfahren oder eine ärztliche Behandlungsmaßnahme beworben wird,
- Information, die inhaltlich nichts aussagt oder keinen objektiv nachprüfbaren Inhalt hat,
- Information, die zwar objektiv nachprüfbar ist aber reklamehaft aufgemacht wurde,
- Ankündigung von Qualifikationen, denen kein entsprechender Leistungs- bzw. Kenntniszuwachs im Vergleich zu den nach der Weiterbildungsordnung geregelten Qualifikationen gegenübersteht.

Besonderheit: Das Internet

Für die Internetpräsenz eines Arztes gelten grundsätzlich die gleichen allgemeinen Grundsätze wie für die anderen Medien. Das Internet ist im Gegensatz zu anderen Werbeformen eine passive Darstellungsplattform, die potenziellen Patienten nicht unaufgefordert Werbung aufdrängt, sondern nur von demjenigen Internetnutzer wahrgenommen wird, der an entsprechenden Informationen interessiert ist. Deswegen sind hier weitergehende Werbemaßnahmen als in den traditionellen Werbemedien möglich. Es gibt jedoch einige Besonderheiten zu berücksichtigen. Die Startseite, das ist die Seite, die als erstes unter der jeweiligen Internetadresse erscheint, darf keine Informationen über den Arzt oder seine Praxis enthalten. Hierzu kann man sich merken, dass die Startseite dem herkömmlichen Praxisschild etwa entspricht. Es sind daher auch hier nur die auf einem Praxisschild erlaubten Informationen einzustellen (Name, Adresse, Schwerpunkt, Sprechzeiten, Kassenzulassung).

Auf der Website muss ein vollständiges Impressum eingestellt werden. Ein Verweis auf die Kontaktadresse reicht nicht (weitere Infos: www.bundesrecht.juris.de/bundesrecht/tdg/).

Vor dem Hintergrund, dass die Seiten im Internet anders als bei Tageszeitungen nur von solchen Besuchern gelesen werden, die danach gesucht haben sind weitergehende sachliche Informationen möglich

- redaktionelle Beiträge über medizinische Vorgänge aufklärenden Inhalts,
- Hinweise auf Sprachkenntnisse,
- Bilder der Praxisräumlichkeiten und des Praxisteam,
- Hinweis auf öffentliche Verkehrsmittel, Anfahrtsbeschreibung (hier ist das Urheberrecht zu beachten, wenn Anfahrtskizzen von Kartenverlagen einfach kopiert und eingestellt werden),
- Infos zur Erreichbarkeit für Behinderte,
- Darstellung bestimmter Tätigkeitsgebiete als Praxisschwerpunkt, solange es nur die Angabe enthält, dass er auf diesem Gebiet nachhaltig tätig ist und deshalb dort über entsprechende besondere Erfahrung verfügt,
- Zusammenarbeit mit Partnern,
- Infos über Vertretung, Urlaub und Erreichbarkeit,
- Hinweis auf Zusatzqualifikationen sowie durch die Ärztekammer anerkannte

fakultative Weiterbildung,

- Geburtsjahr, Zeitpunkt der Approbation oder Facharztzulassung sowie Niederlassung des Praxisinhabers,
- das Einstellen einer von der Deutschen Gesellschaft für Ästhetische Zahnheilkunde ausgestellten Mitgliedsurkunde.

Dagegen sind nicht zulässig

- nicht durch die Ärztekammer legitimierte Qualifikationen,
- Selbsteinschätzung über die persönliche Qualifikation,
- virtuelle Gästebücher,
- Werbung für Medikamente und Pflegemittel,
- Durchführung von Gewinnspielen,
- Internetdomain, die Alleinstellungsbehauptung enthält, z.B. www.allgemeinmedizin-musterstadt.de.

Übersicht über die wichtigsten Urteile zum Thema Arzt und Werbung:

Das Bundesverfassungsgericht hat in einer ganzen Reihe von richtungsweisenden Urteilen den Rahmen für die berufsrechtskonforme Werbeaktivitäten abgesteckt. Hier die wichtigsten:

BverfG vom 04.07.2000, Az 1 BvR 547/99 (Angabe von neuen Untersuchungs- und Behandlungsmethoden)

BverwG vom 05.04.2001 AzBV 3 25/00 (Akupunktur auf Praxisschild)

BverfG vom 25.04.2001 Az 1 BvR 494/00 (anwaltlicher Bereich)

BverfG vom 16.05.2001 Az 1BvR 2252/02 (anwaltlicher Bereich)

BverfG vom 06.07.2001 Az 1 BvR 1063/00 (anwaltlicher Bereich)

BverfG vom 23.07.2001 Az 1 BvR 873/00 und 874/00 (Hinweis auf Spezialisierung)

BverfG vom 12.09.2001 Az 1 BvR 2265/00 (Anzeigen/Interessenschwerpunkte)

BverfG vom 08.01.2002 Az 1 BvR 1147/01 (Bezeichnung als „Spezialist“)

BverfG vom 18.02.2002, Az 1 BvR 1644/01 (Anzeige in kostenloser Stadtteilzeitung)

BverfG NJW 2001, 3425 (Bezeichnung der Akupunkturbehandlung)

BverfG vom 11.09.2003 Az 1 BvR 1003/02 (Internetauftritt zweier Zahnärzte)

BGH Urteil vom 09.10.2003 – I ZR 167/01 (OLG Köln) in NJW 2004, S. 440 ff