

Rechtliche Bedingungen für Praxiswebseiten

| Ulrike Haferstroh

Der Arzt im weißen Kittel ist für die meisten Patienten das Sinnbild für ihren Doktor. Sieht man ihn – am besten noch mit einem Stethoskop um den Hals – auf Webseiten oder Broschüren, dann weiß man sofort, um welche Inhalte es sich hier wohl handeln wird. Doch ist das erlaubt? Dürfen auf Praxiswebseiten Personen in der Berufskleidung oder bei der Ausübung des Arztberufs dargestellt werden?

Gemäß des Wortlauts des § 11 des Heilmittelwerbegesetzes (HWG) dürfen sie dies nicht. Jedoch bereits 2007 wurden Urteile des Bundesgerichtshofes – unter ausdrücklicher Aufgabe der bisherigen Rechtsprechungspraxis – gefällt, dass die Werbung im weißen Arztkittel nur dann gegen das HWG verstößt, wenn die Darstellung „zumindest eine mittel-

Referentenentwurf beziehen sich unter anderem auf die Darstellungen von Krankheiten oder Krankengeschichten. Bisher waren diese absolut verboten – in Zukunft, wenn dem Entwurf entsprochen wird, sind sie nur noch unzulässig, wenn sie missbräuchlich, abstoßend oder irreführend sind. Der Entwurf soll erst im Sommer 2012 in Kraft treten.

schlimmsten Fall teure Abmahnungen und langwierige Prozesse nach sich ziehen.

Generell gilt es, den Aspekt der möglichen Berufswidrigkeit eine Werbung im Hinterkopf zu behalten. Werbung ist jede Art von öffentlicher Empfehlung einer Leistung, denn der Absatz der begünstigten Person soll gefördert werden. Berufswidrig ist diese Werbung, sobald sie „anpreisend“, „irreführend“ oder „vergleichend“ ist und dem Patienten keine objektiv nachprüfbar Informationen vorliegen. Zudem muss der Arzt sich an die Gemeinwohlbelange schützenden Schranken und das Sachlichkeitsgebot halten. Als Inhaber einer Praxiswebseite kann man sich an folgenden Verboten orientieren: Man sollte grundsätzlich

- keine anpreisenden oder irreführenden Aussagen, keine Alleinstellungsbehauptungen machen oder Superlative verwenden,
- keine Erfolgsgarantien, Heilungsversprechen oder unsichere Prognosen machen,
- keine Erfolg versprechende oder irreführende Therapiebezeichnungen verwenden, zum Beispiel darf der Arzt auf seiner Webseite keine Krebstherapie als Leistung angeben,
- mit nicht öffentlich-rechtlich erworbenen Qualifikationen bzw. Tätigkeitsschwerpunkten oder Spezialisierungen darf nur geworben werden, wenn



bare Gesundheitsgefährdung“ auslösen könnte. Der weiße Kittel in der Arztwerbung ist Teil der Selbstdarstellung als Arzt. Dies wird nun auch im aktuellen Referentenentwurf zum „Zweiten Gesetz zur Änderung arzneimittelrechtlicher und anderer Vorschriften“ aus dem Bundesgesundheitsministerium aufgegriffen. Das einst absolute Verbot der Darstellung des Arztes im weißen Kittel soll jetzt ganz fallen. Weitere Änderungsvorschläge in dem

Somit ist weiter Vorsicht angebracht. Die bestehenden Gesetze wie UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb), TMG (Telemediengesetz), HWG und Berufsordnungen der Landes(zahn-)ärztekammern werden durch zahlreiche Urteile vor verschiedenen Gerichten ergänzt. Als Nicht-Rechtsexperte ist es ein leichtes, da den Überblick im Paragrafendschubel zu verlieren. Und Verstöße gegen das insofern geltende Recht können im

GLEICHE
AUSSENGEOMETRIE



TUBE-IN-TUBE™
VERBINDUNG



KONISCHE
VERBINDUNG



CAMLOG IST JETZT

DOPPELT GUT

Neu, konisch und in CAMLOG-Qualität: Das CONELOG® Implantatsystem. Damit erhalten Sie nun erstklassige Implantate mit Tube-in-Tube™ und konischer Verbindung aus einer Hand. Zusätzlich profitieren Sie von zwei Jahren Preisgarantie auf alle Implantate (gültig in Deutschland bis März 2013). Für weitere Infos: Telefon **07044 9445-100**, www.camlog.de

a perfect fit™

camlog

- keine Verwechslungsgefahr mit einer Bezeichnung des Weiterbildungsrechts, also insbesondere den Facharzttiteln, besteht. Die Angabe eines Tätigkeitsschwerpunktes bzw. einer Spezialisierung darf zudem nur dann erfolgen, wenn die Tätigkeit einen deutlichen Schwerpunkt der beruflichen Praxis darstellt.
- keine Aussagen machen, die Angstgefühle hervorrufen können,
- keine Krankengeschichten wiedergeben,
- keine Dankeschreiben oder Empfehlungsschreiben von Patienten veröffentlichen,
- keine Veränderungen eines Körpers oder Körperteils durch Krankheit oder Leiden darstellen,
- keine vergleichenden Vorher-Nachher-Darstellungen zeigen,
- keinen Vergleich mit anderen Fachgebieten oder mit anderen Kollegen anstellen,
- auf dargestellten Geräten oder Praxisausstattungen dürfen keine Markennamen zu erkennen sein,
- in der eigenen Praxis keine Werbung für Produkte anderer Unternehmen machen,
- eigene Tätigkeiten bei anderen Unternehmen des Gesundheitswesens (Apotheke, Wellnessseinrichtung, Massagepraxis) nicht bewerben,
- keine Medikamente bewerben,
- keine allgemeingültig verfügbaren

- Leistungen wie Impfungen oder Bluttests bewerben,
- nicht mit Sonderangeboten, vergünstigten Leistungen oder Privatkundenpreisen werben,
- nicht mit Wettbewerben und Gewinnspielen werben. So ist jegliche Art von Werbebannern und Pop-up-Fenstern mit Werbung verboten.
- Direct-Mailings, egal ob per Post oder per E-Mail, sind nicht erlaubt,
- jede Art von Ferndiagnose oder Ferntherapie ist gesetzlich untersagt.

Viele dieser Verbote gehen auf die Zeit zurück, in der die Ärzte den Nimbus des Gottes in Weiß hatten. Patienten sind heute jedoch zunehmend hinterfragende und prüfende Kunden. In der Rechtsprechung spricht man inzwischen von einem mündigen und „durchschnittlich verständigen Verbraucher“ und die Urteile bzgl. der Gefährdung des Schutzguts der Gesundheit fallen gemäßigter aus. Stück für Stück ergeben sich so mehr Freiheiten für das Praxismarketing und Werbung in Arztpraxen.

Für Ärzte und Zahnärzte ist dies eine richtige und wichtige Entwicklung. Denn Patienten nutzen bereits seit Jahren das Internet sehr intensiv, um sich über Gesundheitsthemen zu informieren und den passenden Arzt zu finden. Laut der MSL-Studie „Virtuelles Wartezimmer“ (2011) sind es so-

gar 98 Prozent der Internetnutzer in Deutschland, die sich im Netz über Krankheiten, Therapiemöglichkeiten und Ärzte informieren. Online-Praxismarketing wird damit immer wichtiger und ist ein essenzieller Teil des Praxismarketings. Seitens der Mediziner steigt ebenso das Interesse, ihre eigenen Spezialisierungen und Leistungen im Internet zu präsentieren und verstärkt Privatpatienten auf die eigene Praxis aufmerksam zu machen. Auf der sicheren Seite bewegen sich Praxisinhaber, wenn sie vor der Veröffentlichung einen Rechtsexperten zurate ziehen. Mit einer Prüfung der Praxiswebseite durch erfahrene Rechtsanwälte kann man Rechtssicherheit schaffen und dem Arzt viel Zeit und Ärger ersparen, den mögliche Abmahnungen mit sich bringen würden.

kontakt.

imedo GmbH

Greifswalder Straße 156
10409 Berlin
Tel.: 030 688316-430
Fax: 030 688316-190
E-Mail: service@imedo.de
www.imedo.de

ANZEIGE



DIXI® billiger durch Menge
Kollektivkauf

Support vor Ort,
über lokale Händler
und Techniker

ANTERAY GmbH

Kollektivkauf = Aktion mit steigendem Rabatt

... BEWÄHRT,
ROBUST,
PREISOPTIMIERT

DIXI III Sensor:	5.978,--*
+ digitales OPG	<u>25.801,--*</u>
+kompl. mit Mehrplatz -Software, +inkl. PC & Monitor oder Laptop	31.775,--*

Stichtag 17.02.2012

Ersparnis ab 22,1 %
z.Zt. 7022,-- €

*Netto

Informationen unter: www.dent-xray.de

Qualität aus Deutschland von Europas größtem Sensorhersteller
90537 Feucht · Brückkanalstraße 3 · ☎ 09128 / 92 66 -60 ☎ -88

centrix[®]



PORTIONS DOSIERTER STUMPFAUFBAU ZUM KALKULIERBAREN PREIS!

Das neue Encore[®] D/C[®] MiniMix Introkit!
Es enthält 12 Portionskartuschen des Farbtons "zahnfarben",
24 Mischkanülen und einen Snap-Fit Karpulenhalter.

Unser Produkt ist dualhärtend, mit schneller Lichtaktivierung. Darüber hinaus reduziert die geringere Größe und die einfache Verwendung die Behandlungszeit und verringert den Stress beim Patienten.

- Zur vollständigen Aushärtung 40 Sekunden lichtaktivieren
- Die Kanülenspitze ermöglicht das Einbringen des Materials bis zum Boden eines Stiftlochs
- MiniMix-Technologie eliminiert praktisch jegliche Abfälle
- Standfeste Formulierung, keine Matrize erforderlich
- Lässt sich wie Dentin beschleifen, reduziert Rillenbildung
- Röntgenopak

Druckfestigkeit:	222 Mpa
Biegefestigkeit:	110 Mpa
Diametrale Zugfestigkeit:	48 Mpa
Lichtaktivierte Aushärtungstiefe:	2mm 20 Sekunden



BESTELLINFORMATIONEN:

Encore D/C MiniMix
Art. Nr. 700000 Farbe Natur, 12 St, inkl. 1 Snap-Fit™

SONDERPREIS: 99,95 Euro zzgl. MwSt.
(nur solange Vorrat reicht!)



Centrix, Inc.
Andreas Lehmann
Schlehdornweg 11a
50858 Köln
Telefon: 0800centrix (0800 2368749)
Telefax: 0221 530978-22
koeln@centrixdental.com

centrix[®]

Macht Zahnheilkunde einfacher.SM

Bestellen ist einfach. Rufen Sie uns an (freecall 0800 2368749) oder besuchen Sie uns im Internet unter www.centrixdental.de für weitere Informationen.

