



© Billion Photos/Shutterstock.com

Unzulässige Werbung für Folgekostenversicherung

Autorin: Anna Stenger, LL.M.

Ärzten und Zahnärzten ist es berufsrechtlich verboten, im Zusammenhang mit ihrer Berufsausübung für gewerbliche Dritte zu werben. Zweck dieser Regelung ist die Wahrung der ärztlichen Unabhängigkeit sowie des Ansehens des Arztes in der Bevölkerung.

Dieses berufsrechtliche Verbot war Gegenstand einer Entscheidung des Landgerichts Düsseldorf vom 09.09.2016 (Az.: 38 O 15/16). In dem Fall betrieb ein Arzt neben seiner Praxis eine Privatklinik GmbH für Plastische-Ästhetische Chirurgie in Düsseldorf. Auf seiner Homepage warb der Arzt nicht nur für die von ihm angebotenen schönheitschirurgischen Leistungen, sondern nannte darüber hinaus auch einen bestimmten Versicherer, der einen Schutz vor Folgekosten bei Komplikationen anbot. Die Kosten für die Behandlung von gesundheitlichen Folgen medizinisch nicht indizierter Behandlungen unterfallen nach den Regelungen des Sozialrechts nicht der Leistungspflicht der gesetzlichen Krankenkassen. Hierfür werden von verschiedenen Versicherungsunternehmen daher spezielle Folgekostenversicherungen angeboten, um bei Komplikationen, die durch eine ästhetische Operation entstehen, den Patienten

gegen finanzielle Risiken aufgrund erforderlicher Folgebehandlungen zu versichern. In dem Fall vor dem Landgericht Düsseldorf kam noch hinzu, dass auch der Arzt auf der Internetpräsenz des Versicherers als registrierter Facharzt mit der Adresse seiner Praxis sowie seiner Privatklinik aufgeführt war. Hiergegen klagte die Wettbewerbszentrale, deren Mitglied die Ärztekammer Nordrhein ist, auf Unterlassung.

Wettbewerbszentrale verlangte Unterlassung

Die Wettbewerbszentrale war der Auffassung, der Arzt habe gegen § 3 Abs. 1 der Berufsordnung (BO) verstoßen und sich damit geschäftlich unlauter im Sinne der §§ 3 und 3a des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) verhalten. Nach § 3 Abs. 1 BO

ist es Ärzten untersagt, ihren Namen in Verbindung mit einer ärztlichen Berufsbezeichnung in unlauterer Weise für gewerbliche Zwecke herzugeben. Das besondere Vertrauen in den Arztberuf soll nicht zur Verkaufsförderung gewerblicher Produkte und Dienstleistungen missbraucht werden.

Die Wettbewerbszentrale führte aus, für die Darstellung auf der Seite der Privatklinik, auf der für eine bestimmte Versicherung geworben werde, sei der Arzt persönlich wettbewerbsrechtlich verantwortlich. Zudem habe er für die Werbung den geldwerten Vorteil erhalten, bei der Ärztesuche der Versicherung als Facharzt gelistet zu werden. Daher begehrte die Wettbewerbszentrale vor dem Landgericht vom Arzt die Unterlassung sowohl des Hinweises auf die Folgekostenversicherung des Versicherungsunternehmens auf seiner Homepage als auch der Listung als Partnerarzt auf der Internetpräsenz des Versicherers.

Arzt hat seinen Namen in unlauterer Weise für gewerbliche Zwecke hergegeben

Das Landgericht gab diesem Antrag statt. Es war der Ansicht, der Arzt habe mit seinem Namen für das gewerbliche Unternehmen des Versicherungsunternehmens geworben. Er habe auf der Homepage seiner Privatklinik für ein bestimmtes und namentlich genanntes Unternehmen geworben und damit seinen Namen in unlauterer Weise für gewerbliche Zwecke hergegeben. Die bloße Änderung des Internetauftritts allein sei nicht geeignet, die durch den Rechtsverstoß begründete Wiederholungsgefahr zu beseitigen. Zugleich stelle die Listung als Partnerarzt auf der Internetpräsenz des Versicherers ebenfalls einen Wettbewerbsverstoß dar. Gemäß § 3 Abs. 1 Satz 3 BO dürfen Ärzte es auch nicht zulassen, dass von ihrem Namen oder von ihrem beruflichen Ansehen in unlauterer Weise für gewerbliche Zwecke Gebrauch gemacht wird. Der Arzt habe Kenntnis davon gehabt und es zugelassen, dass in dem Werbeauftritt des Versicherers mit seinem Namen als Facharzt geworben werde.

Anschein einer Zusammenarbeit zwischen Arzt und Versicherungsunternehmen

Für den unbefangenen Betrachter ergebe sich aus der „Registrierung als Facharzt“ eine Zusammenarbeit der benannten Ärzte mit dem Versicherungsunternehmen. Damit erweise sich das Zusammentreffen von konkreter Werbung für das Versicherungsunternehmen und Registrierung als Facharzt auf der Internetpräsenz des Unternehmens als unlauter, ohne dass es darauf ankomme, ob auch weitere gelistete Ärzte sich in gleicher Weise geschäftlich unlauter verhielten.



Kostenlose Werbeplattform und Präsentationsmöglichkeit für den Arzt

Das Landgericht sah zudem eine geschäftliche Beziehung jedenfalls insoweit als erwiesen an, als „mit der Empfehlung des Versicherers“ dem Arzt nicht nur ein weiteres Argument für den Verkauf medizinischer Leistungen an die Hand gegeben werde, sondern durch die Ärztesuche auch für ihn und seine Praxis sowie Klinik eine „kostenlose Werbeplattform und Präsentationsmöglichkeit“ entstehe. Ob sich hieraus auch ein Verstoß gegen § 31 BO, der Zuweisung gegen Entgelt, ergebe, ließ das Landgericht offen.

Fazit

Die Grenzen zwischen Werbung und Information sind fließend. Wettbewerbswidrig und damit unlauter wird die Werbung dann, wenn der Arzt seinen „Fachbonus“ einsetzt, um den Absatz eines gewerblichen Unternehmens zu fördern und daraus letztlich selbst wieder einen Vorteil zu ziehen. Daher ist bei der Nennung von Produkten, Marken und gewerblichen Unternehmen grundsätzlich Vorsicht geboten.

Kontakt

Anna Stenger, LL.M.

Rechtsanwältin und
Fachanwältin für Medizinrecht
Lyck+Pätzold. healthcare.recht
Nehringstraße 2
61352 Bad Homburg
www.medizinanwaelte.de

Infos zur Autorin

