Gründungsinformation
Nr. 21

INSTITUT FÜR FREIE BERUFE NÜRNBERG

GRÜNDUNG

Werbung: Ärzte

09/2012

Werbung: Ärzte

1. Werbung allgemein, einschließlich Internet

Es sind rund zehn Jahre vergangen, dass das strikte Werbeverbot der Musterberufsordnung für Ärzte aufgehoben wurde. Der 105. Deutsche Ärztetag 2002 hat eine Neufassung der §§ 27 ff. (Muster-) Berufsordnung zur beruflichen Kommunikation von Ärzten (Verbot berufswidriger Werbung) verabschiedet. Hierzu haben die Berufsordnungsgremien der Bundesärztekammer 2002 Auslegungsgrundsätze beschlossen. Diese Auslegungsgrundsätze wurden 2003 überarbeitet und ergänzt worden. Dies war notwendig, da der Arzt aus heutiger Sicht ohne Werbung als Marketinginstrument nicht mehr auskommen kann.

Ausschlaggebend für diese Veränderungen war vor allem die Rechtsprechung des BGH sowie des BVerfG. Insbesondere sind hier die Urteile des BVerfG vom 23.07.2001(1 BVR 874/00, -Zahnärzte und Implantalogie-) und vom 08.01.2002 (1 BvR 1147/01-Spezialistenurteil-), sowie ein Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 05.04.2001 (BV 3 C 5/00 -Ankündigung von Akupunktur auf dem Praxisschild-) zu nennen. In diesen Urteilen wurde festgestellt, dass dem Interesse der Bevölkerung an Information besonders Rechnung getragen werden muss.
Als Folge der Urteile der Bundesgerichte zur Frage der Zulässigkeit der Werbung für Freiberufler wurden auf dem 105. und 106. Deutschen Ärztetag die entsprechenden Vorschriften zur Werbung (§§27, 28 MBO-Ä) erheblich geändert. Statt wie bisher detaillierte Regelungen zu einzelnen Werbeträgern, finden sich dort nun Generalklauseln, die eine Abgrenzung vornehmen zwischen erlaubter Information und berufswidriger Werbung und somit die Werbemöglichkeiten der eigenen Praxis erheblich erweitern. Alle Werbeträger, wie Praxisschild, Briefbogen, Rezeptvordrucke, Internetpräsentationen, Anzeigen usw. werden nun grundsätzlich gleich behandelt. Auch Rundfunk- und Fernsehwerbung ist prinzipiell als zulässig anzusehen. Im Einzelfall kommt es nur noch auf die konkrete Ausgestaltung von Form, Inhalt und Umfang an. Darüber hinaus bedarf berufliche Werbung keiner besonderen Anlässe mehr. Zudem dürfen neben den nach der Weiterbildungsordnung erworbenen Qualifikationen auch sonstige öffentlich-rechtliche Qualifikationen, Tätigkeitsschwerpunkte und organisatorische Hinweise angegeben werden, wenn diese nicht nur gelegentlich ausgeübt werden. Auch das Praxisschild enthält hinsichtlich der Anzahl und der Größe keine Beschränkungen mehr. Die Anforderungen an den Mindestinhalt des Praxisschildes bleiben jedoch erhalten.

Ärzte dürfen auch im Internet mit einer eigenen Homepage werben. Für das Internet gelten die gleichen Bestimmungen wie für andere Werbeträger. Auch hier ist eine Abgrenzung zwischen erlaubter Information und berufswidriger Werbung vorzunehmen. Weitere Regelungen ergeben sich aus dem Telemediengesetz (TMG §5). Ärzte, die eine Homepage anbieten, müssen hierbei besondere Informationspflichten beachten. U. a. sind Ärzte dazu verpflichtet, den Namen, die Praxisanschrift, die Telefon-, und Fax-Nummer, die E-Mail-Adresse, die gesetzliche Berufsbezeichnung (Arzt bzw. Ärztin sowie den verleihenden Staat, in dem die Approbation erhalten wurde), die zuständige Landesärztekammer und deren ärztliche Berufsordnung und ein Hinweis darauf, wie diese Berufsordnung zugänglich ist, anzugeben.

Die Ärzte, denen eine Umsatzsteueridentifikationsnummer zugeteilt wurde (aufgrund der freiberuflichen, nichtärztlichen oder gewerblichen Tätigkeit) bzw. falls die Arztpraxis in Form einer Partnerschaftsgesellschaft niedergelassen ist, muss die Umsatzsteueridentifikationsnummer bzw. das Partnerschaftsregister und dessen Nummer angegeben werden.
Das Heilmittelwerbegesetz (HWG) bildet Rahmen für die Werbung im deutschen Gesundheitswesen. Neben der Werbung für Arzneimittel ist das HWG auch anwendbar, wenn für Mittel, Verfahren, Behandlungen oder Gegenstände geworben wird, die sich auf die Erkennung, Beseitigung oder Linderung von Krankheiten, Leiden, Körperschäden oder krankhaften Beschwerden bei Menschen oder Tieren beziehen (§1 Abs.1 Nr. 2 HWG). Das HWG verbietet ebenso wie das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) irreführende Werbung und enthält abschließend einen Katalog von Verboten für bestimmte Erscheinungsformen in der Publikumswerbung. Beispielsweise ist es verboten, mit Gutachten, Zeugnissen, wissenschaftlichen oder fachlichen Veröffentlichungen außerhalb von Fachkreisen zu werben. Festzuhalten bleibt, dass zukünftig auch weiterhin in jedem Einzelfall entschieden werden muss, was „erlaubte sachliche Information" und „berufswidrige Werbung" ist.

Die Abschaffung des ärztlichen Werbeverbotes bedeutet aber nicht vollkommene Werbefreiheit. Wenn es sich um Fragen der Arztwerbung handelt, sind folgende Gesetze und Berufsordnungen von besonderer Bedeutung:

- UWG (Gesetz über den unlauteren Wettbewerb)
- HWG (Heilmittelwerbegesetz)
- Gesetz für den elektronischen Geschäftsverkehr (EEG)
- Telemediengesetz (TMG) / Teledienstgesetz (TDG)
- MBO-Ä ([Muster]Berufsordnung für die in Deutschland tätigen Ärztinnen und Ärzte in der neuen Fassung, insbesondere § 27)
- Berufsordnungen der Landesärztekammern

Allerdings ist der Begriff „Arztwerbung" in den erwähnten gesetzlich geltenden Vorschriften nicht definiert. Vielmehr bieten sich dadurch Gestaltungsspielräume für die Ärzte, sich selbst und ihre eigene Tätigkeit und Spezialisierungsrichtungen in der breiten Öffentlichkeit darzustellen. Werbung kann in diesem Sinne dem Patienten eine Orientierungshilfe bieten. Dies auch dem Informationsbedürfnissen der Verbraucher entspricht. Die Berufsordnungen der Kammern erlauben nur berufsbezogene und angemessene Werbemaßnahmen, die der sachlichen und richtigen Information der Patienten dienen, während unlauteren Maßnahmen, insbesondere anpreisende, irreführende oder vergleichende Werbung unzulässig ist.

2. Zulässige und unzulässige Arztwerbung, Urteile und andere Quellen

Die nachfolgende Aufzählung bezieht sich überwiegend auf Angaben zur Musterberufsordnung der Ärzte, herausgegeben von der Bundesärztekammer ergänzent um juristisch korrekte Formulierungen. Zwar müssen die Länderkammern die MBO-Ä in jeweiliges Berufsrecht umsetzen, aber es bestehen trotzdem teilweise Unterschiede. Darüber hinaus ist das Heilmittelwerbegesetz zu beachten.

Zulässig

Beispiele für zulässige Arztwerbung:

- Sachlich berufsbezogene informierende Werbung, die nicht anpreisend, irreführend oder vergleichend ist.
- Praxisbroschüre, in der medizinische und organisatorische Informationen dargestellt werden.
- Zusatzinformationen in Anzeigen, wie Erreichbarkeit, Öffnungszeiten, Verkehrsanbindung etc.
- Die Information anderer Ärzte über das eigene Leistungsangebot, u.a. auch über fakultative Weiterbildung bzw. Fachkunde.
- Hinweise auf Zertifizierung im Rahmen der Pflicht zum Qualitätsmanagement der Praxis, z. B. Bescheinigung per „ISO-9000-Qualitäts-zertifikat" über genormte Organisationsabläufe.
- Hinweise auf Ortstafeln, in kostenlos verteilten Stadtplänen und über Bürgerinformationsstellen.
- Geburtstagsglückwünsche an eigene Patienten ohne Hinweise auf das eigene Leistungsspektrum.
- Wegbeschreibung sowie ein Hinweis auf Parkmöglichkeiten oder behindertenfreundliche Ausstattung u.ä. dürften ebenfalls zulässig sein.
- Werbung mit Leuchtreklame, wobei der Inhalt auf sachangemessene Informationen beschränkt ist (Urteil, LBGH I 1762/02. OVG).
- Das Auslegen von Werbematerialien innerhalb der eigenen Praxis z. B. Plastikhüllen für Chipkarten
- Kugelschreiber und sonstige Mitgaben mit geringem Wert z. B. Kalender mit Namens-/ Praxisaufdruck
- Tag der offenen Tür, Kultur-, Sport- und Sozialsponsoring
- Nicht aufdringliches (Praxis-)Logo.
- Serviceangebote.
- Kunstausstellungen.
- Ankündigung von nach der Weiterbildungsordnung erworbenen Bezeichnungen.
- Ankündigung von nach sonstigen öffentlich-rechtlichen Vorschriften erworbenen Qualifikationen.
- Ankündigung von Tätigkeitsschwerpunkten.
- Ankündigung von anderen Qualifikationen oder Tätigkeitsschwerpunkten, 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.
- 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.
- 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).
- Titel, die nicht von einer medizinischen Fakultät verliehen wurden, wenn dies mit angegeben wird.

Zulässig

Zulässige Angaben auf der Arzt-Homepage:

- Geburtsjahr des Praxisinhabers.
- Zeitpunkt der Approbationserteilung.
- Zeitpunkt des Erwerbs der geführten Facharztanerkennung.
- Zeitpunkt der Niederlassung.
- Sprachkenntnisse.
- Konfession.
- Sondersprechstunden (zum Beispiel für ausländische Mitbürger).
- Besondere Einrichtungen für Behinderte.
- Erreichbarkeit außerhalb der Sprechstunden.
- Hinweis auf Zugehörigkeit zu einem Praxisverbund.
- Anzeigen, zum Beispiel über die Niederlassung, Urlaub, Vertretung etc.

Unzulässig

Beispiele für unzulässige Arztwerbung:

- anpreisende Werbung: gesteigerte Form der Werbung, insbesondere eine solche mit reißerischen und marktschreierischen Mitteln.
- 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".
- Werbung für Produkte anderer Unternehmen in eigener Praxis .
- Veranlassung oder Duldung verbotener Werbung durch andere.
- Veröffentlichung von Berichten oder Bildberichten mit werbender Herausstellung, z. B. bildliche Darstellung in Berufskleidung bei der Berufsausübung, wenn ein medizinisches Verfahren oder eine ärztliche Behandlungsmaßnahme beworben wird.
- Direct-Mailing, d. h. der Versand von Informationen (Flugblätter, Postwurfsendungen, Mailingaktionen).
- Werbung, die darauf zielt, die „Hilflosigkeit und Leichtgläubigkeit" eines Patienten auszunutzen, bspw. Versprechen auf Heilung.
- Werbung mit Äußerungen Dritter, insbesondere Dankschreiben, Anerkennungsschreiben oder Empfehlungsschreiben sowie die Werbung mit Hinweisen auf solche Äußerungen.

- Das Auslegen von Hinweisen auf die eigene Tätigkeit bei anderen Unternehmen des Gesundheitswesens (z. B. Apotheken, Massagepraxen, Wellnesseinrichtungen).
- Unaufgeforderte Wiedereinbestellungen von Patienten ohne medizinische Indikation.
- eigene Zeitungsbeilagen.
- das Verteilen von Werbeprodukten **außerhalb** der Praxis (z. B. Kugelschreiber, T-Shirt, Kalender, Telefonaufkleber usw.).
- Sonderangebote.
- Die Bezeichnung der eigenen Praxis z. B. als Institut, Tagesklinik, Ärztehaus, Gesundheitszentrum usw.
- Werbung mit Gutachten, Zeugnissen, wissenschaftlichen oder fachlichen Veröffentlichungen (HWG).
- Werbung mit Aussagen, die geeignet sind, Angstgefühle hervorzurufen.
- Hinweise auf besondere Untersuchungs- und Behandlungsverfahren, soweit diese nicht den Kern seines Fachgebietes ausmachen (zum Beispiel Akupunktur).
- fakultative Weiterbildung.
- Fachkunde.
- Alleinstellungsbehauptung, z.B. Allgemeinmedizin Musterstadt, eine Aussage über die Tätigkeitsgebiete und Erfahrungen anderer Ärzte.
- Plakatwerbung (auch nicht in Supermärkten).
- Trikotwerbung, Bandenwerbung, Werbung auf Fahrzeugen, Sportgeräten und ähnlichem.
- unaufgeforderte Wiedereinbestellung ohne medizinische Indikation.
- 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.
- Werbung für medizinische Fernbehandlung via Internet (werbebasierter Internetauftritt, bei dem Interessierte medizinische Fragen stellen können, die von Fachärzten beantwortet werden (OLG München, Urteil vom 02.08.2012, Az. 29 U 1471/12))

Beispiele für unzulässige Inhalte und Gestaltungen einer Homepage oder von Praxisbroschüren sowie Praxisschildern:

- Jegliche Ferndiagnose und Ferntherapie im Internet nach § 9 Heilmittelwerbegesetz (HWG).
- Arztwerbung auf Gutscheinportalen.
- Patienten-Diskussionsforen, Veröffentlichungen von Dankesschreiben.
- Ob Vorher-Nachher-Bilder zulässig sind, richtet sich insbesondere nach der Auslegung des HWG (beziehen sich die Bilder auf Krankheitszustände sind diese jedenfalls unzulässig).
- Vorsichtig sollte man bei der Verwendung von Adjektiven sein, da diese leicht anpreisenden Charakter vermitteln.
- Jegliche Art von Werbebannern und Pop-up-Fernstern.
- nicht durch die Ärztekammer legitimierte Qualifikationen.
- Selbsteinschätzung über die persönliche Qualifikation.
- virtuelle Gästebücher.
- Werbung für Medikamente und Pflegemittel.
- Durchführung von Gewinnspielen, Wettbewerben.
- Internetdomain, die Alleinstellungsbehauptung enthält, z.B.www.allgemeinmedizin-musterstadt.de.

Quellen:

Bundesärztekammer (Hrsg.): „Hinweise und Erläuterungen zu den §27 ff. (MBO-Ä)“
Stand: 15.09.12, in www.bundesaerztekammer.de, aufgerufen am 15.09.2012
Bundesärztekammer (Hrsg.): „(Muster-) Berufsordnung der Ärzte“,
Stand: 15.09.12, in www.bundesaerztekammer.de, aufgerufen am 15.09.2012
Dr. Selina Karvani: „Arztwerbung auf Gutscheinportalen wie Groupon“ in
www.versandhandelsrecht.de/internetrecht/2012/kritisch-arztwerbung-aufgutscheinportalen-wie-groupon.php, aufgerufen am 15.09.2012
Kanzlei Härting (Hrsg.): „Urteile zum Berufsrecht der Freien Berufe“, in www.berufsordnung.de, aufgerufen am 15.09.2012
Köhler/Bornkamm: „UWG“ 30. Auflage 2012. in www.beck-online.de, aufgerufen am 15.09.2012
Otto D.Doebeck: in www.prohonore.de/STICHWORTE/Arztwerbung-2011.pdf,
aufgerufen am 15.09.2012
Raffelsieper & Partner GbR: „Arzt und Werbung“ in www.praxis-recht.com/artikel/
1164034394t2.pdf, aufgerufen am 15.09.2012
Ursula Paulick: „Werbung und PR für Arzt- und Heilberufe“ in www.k-h-3.de/cmsms/uploads/
pdf/Arztwerbung.pdf, aufgerufen am 15.09.2012
Wolff Dietmar (2000): Neue Freiräume für Werbung. Bonn

© Institut für Freie Berufe (IFB)
an der Friedrich-Alexander-Universität
Erlangen-Nürnberg
Abteilung Gründungsberatung
Marienstraße 2
90402 Nürnberg
Telefon: (0911) 23565-0
Telefax: (0911) 23565-52
E-mail: gruendung@ifb.uni-erlangen.de
Internet http://www.ifb-gruendung.de

Hinweis:

Das Institut für Freie Berufe übernimmt keine Garantie dafür, dass die in diesen Unterlagen bereitgestellten Informationen vollständig, richtig und in jedem Fall aktuell sind. Das Institut für Freie Berufe behält sich das Recht vor, ohne vorherige Ankündigung Änderungen oder Ergänzungen der bereitgestellten Informationen vorzunehmen. Auf keinen Fall haftet das Institut für Freie Berufe für konkrete, mittelbare und unmittelbare Schäden oder Schäden, die durch fehlende Nutzungsmöglichkeiten, Datenverluste oder entgangene Gewinne - sei es aufgrund der Nichteinhaltung vertraglicher Verpflichtungen, durch Fahrlässigkeit oder eine andere unerlaubte Handlung - im Zusammenhang mit der Nutzung von Dokumenten oder Informationen bzw. der Erbringung von Dienstleistungen entstehen, die aus dieser Information zugänglich sind.