

Möglichkeiten und Grenzen ärztlicher Werbemaßnahmen

Ärzte dürfen für sich und ihre Leistungen werben – sie haben dabei allerdings die geltenden gesetzlichen Bestimmungen zu beachten und sollten auch die wichtigsten Entscheidungen der jüngeren Rechtsprechung im Auge behalten.

Die bestehenden Verbote sollen in erster Linie einer gesundheitspolitisch unerwünschten Kommerzialisierung des Arztberufes vorbeugen. Dabei soll die ärztliche Tätigkeit sich primär an der medizinischen Notwendigkeit orientieren und nicht ökonomische

Die Rechtslage

Die zu beachtenden Rechtsgrundlagen gründen sich im Wesentlichen auf

- Musterberufsordnung für Ärzte (MBO-Ä) in der jeweils gültigen Fassung der Landesärztekammern**
- Heilmittelwerbegesetz (HWG)**
- Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)**
- Regelungen in den Versorgungsverträgen mit den gesetzlichen Kassen**

Das HWG verfolgt den Zweck, den fachkundigen Patienten bzw. Verbraucher vor unsachgemäßer oder undurchschaubarer Beeinflussung durch Werbung im Bereich des Heilwesens zu schützen.

Um dem HWG zu unterfallen, muss sich die Werbung nach § 1 auf Verfahren, Behandlungen und Gegenstände zur Erkennung, Beseitigung oder Linderung von Krankheiten, Leiden, Körperschäden oder krankhaften Beschwerden beziehen.

Desweiteren kommen das ärztliche Berufsrecht § 27ff (Musterberufsordnung, MBO) sowie das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) zur Anwendung.

Auch in der reformierten Musterberufsordnung für Ärzte ist berufswidrige Werbung untersagt: dazu zählen anpreisende, irreführende oder vergleichende Werbemaßnahmen.

Zulässig und gegenwärtig auch durchaus gebräuchlich sind Praxisbroschüren und Informationsmaterialien zu IGeL-Angeboten.

Möglich sind auch Patientenrundschriften, sofern sie sachlich sind und medizinische Informationen zum Inhalt haben.

Als unzulässig werden Postwurfsendungen, Flugblätter, Mailingaktionen und Plakatierungen eingestuft. Dazu gehört auch die unaufgeforderte Wiedereinbestellung eines Patienten ohne Indikation, es sei denn, er hat sein Einverständnis mit einer sog. Recallaktion gegeben.

Wichtig ist, bei allen Werbemaßnahmen zu beachten, dass sie dem Informationsinteresse des Patienten zu dienen bestimmt sind, aber ihn nicht zur Inanspruchnahme einer medizinischen Leistung motivieren soll. So ist weiterhin dafür Sorge zu tragen, dass die angebotenen Informationen wahr und für einen Durchschnittspatienten auch verständlich sind.



Allgemein sollte der Arzt auf seiner Homepage und seinen sonstigen Publikationen (Praxisbroschüre/Flyer etc.)

- auf Abbildungen und Fotos in Berufskleidung oder weißer Kleidung verzichten;
- keine Fotos mit dem Patienten in Behandlung veröffentlichen;
- keine Vorher-nachher-Bilder von Behandlungen und Operationen zeigen;
- keine gewerblichen Dienste in Verbindung mit der Praxis anbieten;
- Fachbegriffe für den Patienten übersetzen oder ein Glossar verwenden;
- nicht mit Kassenleistungen und deren Kostenübernahme werben;
- auf ein Gästebuch und ein Preisausschreiben verzichten;
- keine Dankeschreiben von (geheilten) Patienten aufnehmen

