

Praxismarketing

Arztwerbung: Jetzt gelten neue Regeln

Die AMG-Novelle hat es möglich gemacht: Im Praxismarketing werden die Spielregeln lockerer. Wichtig für Ärzte: Einige Einschränkungen aus dem Heilmittelwerbe-gesetz sind damit gefallen.

Wenn Ärzte werben, unterliegen ihre Aktivitäten aber auch allgemeinen Gesetzen, insbesondere dem Heilmittelwerbe-gesetz (HWG). Und genau an diesem wurde nun gehörig geschraubt – zum Vorteil unternehmerisch denkender Ärzte.

Das HWG reglementiert besonders die Werbung außerhalb der Fachkreise. Tätigkeitsschwerpunkte auf Praxisschildern, Visitenkarten, in Patienteninformationen, in Anzeigen und im Internet dürfen nicht gegen das HWG verstoßen. Seit dem Inkrafttreten des HWG 1965 hat sich das Patientenbild grundlegend gewandelt. Patienten haben mehr Eigen-

verantwortung und ein größeres Informationsbedürfnis. Das damalige Bild des eher unmündigen und hilflosen Patienten als Leitmotiv für das HWG ist heute nicht mehr vertretbar – das hat auch der Gesetzgeber erkannt. Über Artikel 5 des Zweiten Gesetzes zur Änderung arznei-mittelrechtlicher und anderer Vorschrif-ten hat er daher Änderungen im Heil-mittelwerbe-gesetz vorgenommen.

Für Ärzte sind vor allem die Änderun-gen im Paragraphen 11 HWG wichtig:

- **Verbotene Werbung mit fachlichen Veröffentlichungen entfällt:** Nach Para-graph 11 Absatz 1 Nr. 1 HWG durfte sich Werbung für Ärzte zum Beispiel nicht auf Fachveröffentlichungen des Wer-benden beziehen. Diese Norm ist durch das Änderungsgesetz nun aufgehoben worden.
- **Verbotene Werbung mit bekannten Na-men:** Auch in Sachen empfehlende Werbung wurde das HWG gelockert. Die Novellierung von Paragraph 11 Ab-satz 1 Satz 1 Nr. 2 HWG begrenzt zwar nach wie vor das Werben mit anderen, bekannten Namen. Zulässig ist nach diesem Text aber die bloße Angabe, es liege eine fachliche Prüfung oder An-wendung vor. Durch die Neufassung soll nur noch der Irreführungsgefahr durch die genannten wissenschaftli-chen Autoritäten und die hiermit ver-bundene etwaige Aufwertung der Lei-stung untersagt sein.
- **Gelockert wird auch die Darstellung von Krankengeschichten:** Einge-schränkt wird das Verbot der Wieder-gabe von Krankengeschichten. Es bleibt nur dann verboten, „wenn diese in missbräuchlicher, abstoßender oder irreführender Weise erfolgt oder durch eine ausführliche Beschreibung oder

Darstellung zu einer falschen Selbstdi-gnose verleiten kann“ (Paragraph 11 Absatz 1 Satz 1 Nr.3 HWG).

- **Das „Kittelverbot“ fällt aus dem Ge-setz:** Durch die Reform ist das Verbot, in Berufskleidung für die Praxis zu werben, gefallen (Paragraph 11 Absatz 1 Satz 1 Nr. 4 HWG). Es muss kein Arzt, der das Team in weißer Kleidung in seinem Flyer abbildet, mehr mit wett-bewerbsrechtlichen Abmahnungen rechnen.
- **Bilder und Fachsprache sind nun teil-weise erlaubt:** Auch Paragraph 11 Ab-satz 1 Satz 1 Nr. 5 HWG – nämlich, dass mit medizinischen Darstellungen nicht geworben werden darf – ist nun liberalisiert. Grundsätzlich ist eine bildliche Darstellung der Wirkweise bestimmter Therapien möglich, wobei auch hier das Irreführungsverbot so-wie die Vermeidung von suggestiven Wirkungen auf Patienten fortgilt. Au-ßerdem wird Paragraph 11 Absatz 1 Satz 1 Nr. 6 HWG – die Werbung mit Fachbegriffen und Fremdworten – auf-gehoben. Allerdings sollen etwaige Ir-reführungen aufgrund der Verwen-dungen entsprechender Begriffe vom allgemeinen Irreführungsverbot (§ 3 HWG) erfasst werden.
- **Praxen dürfen jetzt Empfehlungsmar-keting nutzen:** Die Neufassung von Pa-ragraf 11 Absatz 1 Satz 1 Nr. 11 HWG erleichtert die Werbung mit Äußerun-gen Dritter. Verboten ist sie nur „wenn diese in missbräuchlicher, abstoßender oder irreführender Weise erfolgen“.
- **Werbung darf nicht irreführend sein:** Der neue Freiraum gilt nicht unbe-grenzt. Kontrollierende Norm ist Para-graph 3 HWG, wonach irreführende Werbung unzulässig ist. Es darf z. B. nicht der Eindruck entstehen, dass bei einer Behandlung der Erfolg sicher ist.

(Dr. jur. Frank A. Stebner, Fachanwalt für Medizinrecht)



In puncto Wer-bung regiert der Arzt jetzt stärker.

© [M] Arzt: Dan Herrick / Stockphoto | Krone: Alexander Shirokov / Stockphoto