

Das Krankenhaus im Internet

Rechtliche Grundlagen und Grenzen

➤ *Eine ganze Reihe von Krankenhäusern nutzt bereits die werblichen Möglichkeiten des Internet. Hierbei sind rechtliche Grenzen zu beachten, über die aber in der Praxis häufig Unsicherheit herrscht.*

Deutschland hat bisher keine spezialgesetzlich abschließenden Regelungen über die Werbung im Internet. An die Verstöße gegen geltendes Recht sind aber teilweise empfindliche Sanktionen geknüpft.

Rechtliche Grundlagen

Im Grundsatz gilt, dass das Wirtschaftsunternehmen Krankenhaus im Rahmen der mit dem Grundrecht der Berufsfreiheit (Art. 12 des Grundgesetzes) einhergehenden Gewerbe-

und Unternehmensfreiheit auch Werbung betreiben darf. Allerdings ist diese „Werbefreiheit“ durch gesetzliche Regelungen beschränkt. Die wichtigsten sind

- das Heilmittelwerbe-gesetz (HWG),
- das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG),
- die Musterberufs-ordnung der deutschen Ärzte (MBO) bzw. das ärztliche Standesrecht
- das Teledienstegesetz (TDG).

Das Heilmittelwerbe-gesetz (HWG)

Es regelt die Ge- und Verbote für die Werbung auf dem Gebiet des Heilwesens. Es richtet sich nicht speziell an Ärzte, sondern an jedermann und enthält die stärksten Einschränkungen für eine Krankenhauswerbung im Internet.

Anwendung findet es nicht nur für den Arzneimittelbereich, sondern insbesondere auch für „andere Mittel, Verfahren, Behandlungen und Gegenstände, soweit sich die Werbeaussage



Rechtsanwalt
Matthias Wallhäuser,
Anwaltsozietät
Leinen & Derichs, Köln

auf die Erkennung, Beseitigung oder Linderung von Krankheiten, Leiden, Körperschäden oder krankhaften Beschwerden bei Mensch oder Tier bezieht.“ (§ 1 Abs. 1 Ziff. 2 HWG). In

dieser weiten Formulierung dürfte sich eine Vielzahl denkbarer Darstellungen des Krankenhauses im Internet wiederfinden.

In Ihrer Bedeutung hervorzuheben für die Werbung des Krankenhauses im Internet sind die Vorschriften der §§ 3, 6, 9, 11 und 12 HWG. Das – überschaubare – Gesetz ist aber auch darüber hinaus lesenswert.

So ist die irreführende Werbung verboten (§ 3 HWG). Sie liegt insbesondere dann vor, wenn

- Arzneimitteln, Verfahren, Behandlungen, Gegenständen oder anderen Mitteln eine therapeutische Wirksamkeit oder Wirkungen beigelegt werden, die sie nicht haben,
- fälschlich der Eindruck erweckt wird, dass ein Erfolg mit Sicherheit erwartet werden kann; bei bestimmungsgemäßem oder längerem Gebrauch keine schädlichen Wirkungen eintreten; die Werbung nicht zu Zwecken des Wettbewerbs veranstaltet wird,
- unwahre oder zur Täuschung geeignete Angaben über die Zusammensetzung oder Beschaffenheit von Arzneimitteln, Gegenständen oder anderen Mitteln oder über die Art und Weise der Verfahren oder Behandlungen oder über die Person, Vorbildung, Befähigung oder Erfolge des Herstellers, Erfinders oder der für sie tätigen oder tätig gewesenen Personen gemacht werden.

Mit der Darstellung dieser Kriterien in der Werbung sollte also vorsichtig verfahren werden – ansonsten könnte (§ 14 HWG) eine Freiheitsstrafe von bis zu einem Jahr oder eine Geldstrafe drohen.

Ein Zitiergebot enthält der § 6 HWG. Es erfordert bei Veröffentlichung oder Erwähnung von Gutachten oder Zeugnissen sowie bei der Bezugnahme auf wissenschaftliche, fachliche oder sonstige Veröffentlichungen bestimmte in § 6 HWG genannte An-

gaben. Der Verstoß kann mit einer Geldbuße bis zu 25 000 DM geahndet werden. Allerdings fallen diese Angaben ohnehin unter das zu beachtende Verbot der Öffentlichkeitswerbung außerhalb von Fachkreisen gemäß § 11 HWG (s. u.).

Ferner müssen aus der Fachliteratur entnommene Zitate, Tabellen oder sonstige Darstellungen wortgetreu übernommen werden. Andernfalls ist auch diese Werbung unzulässig.

Verboten ist die Fernbehandlung (§ 9 HWG), und damit auch eine Werbung für die Erkennung oder Behandlung von Krankheiten, Leiden, Körperschäden oder krankhaften Beschwerden, die nicht auf eigener Wahrnehmung an dem zu behandelnden Menschen beruhen.

Der „Arzt im Chat“ ist daher nur begrenzt einsatztauglich.

Zum Schutz des fachkundigen Verbrauchers vor unsachgemäßer und intransparenter Beeinflussung regelt § 11 HWG das Verbot der Öffentlichkeitswerbung außerhalb der Fachkreise. Dies geschieht über einen Katalog von Werbeverböten, die von dem Werbenden gegenüber dem medizinischen Laien einzuhalten sind.

Dieser sieht folgende Werbeverbote vor (die für die Werbung des Krankenhauses im Internet wichtigeren sind **fett** hervorgehoben):

Außerhalb der Fachkreise darf für Arzneimittel, Verfahren, Behandlungen, Gegenstände oder andere Mittel nicht geworben werden . . .

- **mit Gutachten Zeugnissen, wissenschaftlichen oder fachlichen Veröffentlichungen sowie mit Hinweisen darauf** (damit scheidet die Zurverfügungstellung von downloads beispielsweise von Veröffentlichungen über bestimmte Krankheiten – was sich insbesondere bei Fachkliniken anbieten würde – wohl aus.),
- mit Angaben, dass das Arzneimittel, das Verfahren, die Behandlung, der Gegenstand oder das andere Mittel ärztlich, zahnärztlich, tierärztlich oder anderweitig fachlich empfohlen oder geprüft ist oder anderweitig angewendet wird,

- mit Wiedergabe von Krankengeschichten sowie mit Hinweisen darauf,
- **mit der bildlichen Darstellung von Personen in Berufskleidung oder bei der Ausübung der Tätigkeit von Angehörigen der Heilberufe, des Heilgewerbes oder des Arzneimittelhandels** (die Darstellung der Beschäftigten im Krankenhaus, insbesondere der Ärzte, ist damit aber nicht generell verboten. Allerdings sind die Möglichkeiten arg beschränkt.),
- mit der bildlichen Darstellung von Veränderungen des menschlichen Körpers oder seiner Teile durch

Hier steht im Heft eine Anzeige

Krankheiten, Leiden oder Körperschäden, bei der Wirkung eines Arzneimittels, eines Verfahrens, einer Behandlung, eines Gegenstands oder eines anderen Mittels durch vergleichende Darstellung des Körperzustands oder des Aussehens vor und nach der Anwendung,

- mit der bildlichen Darstellung des Wirkungsvorgangs eines Arzneimittels, eines Verfahrens, einer Behandlung, eines Gegenstands oder eines anderen Mittels am menschlichen Körper oder an seinen Teilen,
- mit fremd- oder fachsprachlichen Bezeichnungen, soweit sie nicht in den allgemeinen deutschen Sprachgebrauch eingegangen sind,
- mit einer Werbeaussage, die geeignet ist, Angstgefühle hervorzurufen oder auszunutzen,
- durch Werbevorträge, in denen ein Feilbieten oder eine Entgegennahme von Anschriften verbunden ist,
- **mit Veröffentlichungen, deren Werbezweck missverständlich oder nicht deutlich erkennbar**

ist (diese für den deutschen Gesetzgeber typische unscharfe Formulierung erfordert eine umso deutlichere wahrheitsgemäße und unmissverständliche Kenntlichmachung des Werbezwecks.)

- mit Veröffentlichungen, die dazu anleiten, bestimmte Krankheiten, Leiden, Körperschäden oder krankhafte Beschwerden beim Menschen selbst zu erkennen und mit den in der Werbung bezeichneten Arzneimitteln, Gegenständen, Verfahren, Behandlungen oder anderen Mitteln zu behandeln, sowie mit entsprechenden Anleitungen in audiovisuellen Medien,
- **mit Äußerungen Dritter, insbesondere mit Dank-, Anerkennungs- oder Empfehlungsschreiben oder mit Hinweisen auf solche Äußerungen** (Vorsicht also mit dem Gästebuch auf Ihrer Homepage!),
- mit Werbemaßnahmen, die sich ausschließlich oder überwiegend an Kinder unter 14 Jahren richten,

- mit Preisausschreiben, Verlosungen oder anderen Verfahren, deren Ergebnis vom Zufall abhängig ist,
- durch die Abgabe von Mustern oder Proben von Arzneimitteln oder durch Gutscheine dafür,
- durch die nicht verlangte Abgabe von Mustern oder Proben von anderen Mitteln oder Gegenständen oder durch Gutscheine dafür.

Verboten ist nach § 12 HWG auch die Werbung für Arzneimittel, andere Mittel, Verfahren, Behandlungen oder Gegenstände die sich auf die in der Anlage zu § 12 HWG aufgeführten Krankheiten beziehen. Ausgenommen sind Heilbäder, Kurorte und Kuranstalten.

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

Es setzt der Werbung für das Krankenhaus weitere Grenzen. Seine Regelungen sind allerdings weit weniger genau. Es finden sich hier stattdessen zwei nicht minder relevante so genannte Generalklauseln in §§ 1 und 3 UWG. ►

§ 1 UWG lautet: „ Wer im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs Handlungen vornimmt, die gegen die guten Sitten verstoßen, kann auf Unterlassung und Schadenersatz in Anspruch genommen werden.“

Nach allgemeinem juristischen Verständnis ist sittenwidrig, was gegen das Anstandsgefühl aller billig und gerecht Denkenden verstößt.

Welcher einzelne Fall einen solchen Verstoß darstellt, wann die Grenze der Sittenwidrigkeit also überschritten wird, lässt sich aus dem Gesetz nicht ablesen. Es haben sich allerdings einige Fallgruppen herausgebildet, in denen die Sittenwidrigkeit nach § 1 UWG angenommen wird. Diese lauten: Kundenfang durch Täuschung, Ausnutzung der Unerfahrenheit, Verstöße gegen geschriebenes Recht, Gefühlsausnutzung. Die Darstellung der einzelnen Fallgruppen würde den Rahmen dieses Aufsatzes sprengen. Nur soviel: Soweit ersichtlich, ist Rechtsprechung zu der hier in Rede stehenden Thematik – Werbung für das Krankenhaus im Internet – noch nicht ergangen.

Allerdings hatte sich der Bundesgerichtshof (BGH) bereits mit Werbung im medizinischen Bereich zu beschäftigen. Dabei spielt bislang vor allen Dingen die Fallgruppe „Verstöße gegen geschriebenes Recht“ eine Rolle. In Rede standen jeweils Vorwürfe, der Arzt habe mit seiner Werbung gegen das HWG verstoßen und sich deshalb auch eines Verstoßes gegen § 1 UWG schuldig gemacht. Der BGH hat klargestellt: In dem Verstoß gegen das HWG liegt zugleich ein Verstoß gegen § 1 UWG.

Merke: Auch der Verstoß gegen Vorschriften der Musterberufsordnung (s. u.) kann einen Verstoß gegen § 1 UWG darstellen.

Nach § 3 UWG sind, kurz gesagt, alle Werbeaussagen zu unterlassen, die geeignet sind, die Öffentlichkeit über das Leistungsangebot in die Irre zu führen. Dies könnte zum Beispiel dann der Fall sein, wenn ein Krankenhaus durch die Art oder den Inhalt der Werbung den falschen Eindruck erweckt, es handele sich um eine Spezialklinik oder um das einzige Haus in der Region zur Behandlung bestimmter Krankheiten. Die grundsätzliche – und insoweit vom HWG verschiedene – Bedeutung des UWG liegt im Übrigen darin begründet, dass es dem unmittelbaren Mitbewerber Ansprüche auf Unterlassung und Schadenersatz einräumt. Auch Verbände und Berufskammern sind klagebefugt.

Die Musterberufsordnung (MBO)

Gemäß § 27 Ziff. 1 MBO darf der Arzt für seine berufliche Tätigkeit oder die berufliche Tätigkeit anderer Ärzte nicht werben. Zulässig sind lediglich sachliche Informationen in Form, Umfang und Inhalt gemäß den Grundsätzen des Kapitels D Ziff. 1 bis 6 der MBO.

Zwar findet die Berufsordnung nicht unmittelbar Anwendung auf das Krankenhaus. Dennoch sollte das Standesrecht bei der Gestaltung des Internetauftritts berücksichtigt werden. Aus dem Dienstvertrag mit seinen Ärzten erwächst dem Krankenhaus eine Fürsorgepflicht, die es ihm verbietet, seine Ärzte in Konflikt mit dem Standesrecht zu bringen.

Anerkannt ist in der Rechtsprechung allerdings, dass für das Krankenhaus nicht dieselben strengen Regeln gelten können, wie für den niedergelassenen Arzt. Immerhin erbringt es über die ärztliche Leistung hinaus weitere Leistungen, wie etwa die Un-

terbringung und die Verpflegung des Patienten.

Kürzlich hat aber auch das Standesrecht eine gewisse Liberalisierung erfahren. Zugelassen sind seitdem auch öffentlich abrufbare Arztinformationen in Computernetzwerken.

Zugelassen ist beispielsweise

- die sachliche Information im Zusammenhang mit der Erbringung ärztlicher Leistungen (D Nr. 5 MBO-Ä Abs. 1). Dabei dürfen allerdings bei Informationen zu Untersuchungs- und Behandlungsmethoden nicht mehr als drei genannt werden. Ferner dürfen Schwerpunktbezeichnungen nicht mit Qualifikationen verwechselbar sein, die von der Ärztekammer verliehen werden,
- der Hinweis auf die Praxisorganisation, wie Sprechstunden, Öffnungszeiten, Telefonnummern, Lage der Praxis, deren Erreichbarkeit, Parkmöglichkeiten etc.

Auch nach der Neufassung der Musterberufsordnung ist aber die berufswidrige Werbung verboten. Die Darstellung darf hiernach keine berufswidrige werbende Herausstellung des Arztes und seiner Leistungen beinhalten (D Nr. 5 MBO-Ä Abs. 1). Wann eine Darstellung in diesem Sinne berufswidrig ist, ist unklar. Rechtsprechung hierzu gibt es nach der Neufassung soweit ersichtlich noch nicht. Im Jahre 1997 hatte das OLG Koblenz noch entschieden, dass Berufswidrigkeit bereits dann angenommen werden könne, wenn eine Internetseite Aufmerksamkeit erzeuge und darauf abziele, Patienten als Kunden zu gewinnen. Das dürfte sich mit der Änderung der MBO aber erledigt haben, da die Präsentation des Arztes im Internet nunmehr schließlich ausdrücklich erlaubt ist.

Die BÄK hat im Jahre 1999 einen Interpretationsbeschluss gefasst.

Hiernach sind folgende Inhalte nicht zu beanstanden:

- sachliche Informationen, Hinweise und Details besonderer Untersuchungs- und Behandlungsverfahren,
- populärwissenschaftliche, medizinische Darstellungen, wenn sie der sachlichen Aufklärung und Information dienen, der verfassende Arzt in der Darstellung in den Hintergrund tritt und mit der Darstellung keine wettbewerbsfördernden Absichten verfolgt,

ku-Studienführer Krankenhaus-Management

Das Hospital Management Magazin

ku
krankenhaus
umschau

Hier trifft sich die Branche!

– www.klinikmarkt.de –

- Namen der leitenden Ärzte, deren akademischen Grade und Arztbezeichnungen nach der Weiterbildungsordnung,
- Veranstaltungen im Hause
- Hinweise auf Zusammenarbeit mit Selbsthilfegruppen etc.

Nicht enthalten sollte die Internetseite hingegen:

- vergleichende, anpreisende oder primär auf den Werbezweck zielende Inhalte, z. B. durch Verwendung von Superlativen
- Berichte oder bildliche Darstellungen eines Krankenhausarztes mit werbendem Charakter über seine ärztliche Tätigkeit unter Verwendung seines Namens,
- Bezugnahme auf Empfehlungsschreiben, Danksagungen oder allgemeine Patientenaussagen,
- Werbung für Arzneimittel, Heilmittel oder Hilfsmittel.

Das Teledienstgesetz (TDG)

Seit dem 21. 12. 2001 gilt das „Gesetz über rechtliche Rahmenbedingungen für den elektronischen Geschäftsverkehr“ (EGG). Damit wurden auch die Regelungen des TDG geändert.

Wichtig ist § 6 TDG, der die allgemeinen Informationspflichten für Diensteanbieter, dies kann auch das Krankenhaus im Internet sein, neu regelt. Folgende Informationen müssen in den Internetauftritt eingestellt werden:

- Die Berufskammer (für die im Krankenhaus tätigen Ärzte)
- Die gesetzliche Berufsbezeichnung (Arzt, Facharzt),
- Der Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen worden ist,
- die berufsrechtlichen Regelungen (Berufsordnung) und dazu, wie diese zu finden sind.

Diese Informationen müssen „leicht erkennbar und ständig verfügbar“ gehalten werden. Darüber hinaus erfordert § 6 TDG Angaben zum Diensteanbieter, wie etwa Name, Anschrift und e-mail-Adresse.

Ein Verstoß kann ein Bußgeld von bis zu 50 000 Euro nach sich ziehen. ■

Rechtsanwalt Matthias Wallhäuser
Anwaltssozietät Leinen & Derichs
 Clever Straße 16
 50668 Köln

ku-Service – nur für Abonnenten der krankenhauseinschau:

ku-Artikeldienst für Ihr krankenhauseigenes Intranet

So funktioniert´s: Sie kreuzen an – bis zu drei Artikel können es sein – **ku-Abonnenten** senden wir kostenlos per e-Mail die betreffenden Artikel samt Abbildungen als PDF-Datei. Bitte geben Sie Ihre Kundennummer an!

- Produktmanager steuern die Leistungen;** Kompetenzen wurden nach unten abgegeben; Interview mit Reinhard Nieper, Angelika Beyer-Rehfeld
- Vertrauensmarke Krankenhaus,** Ja zum Wettbewerb heißt auch ja zum Marketing; Angelika Beyer-Rehfeld
- Der wichtige telefonische Erstkontakt;** Das Universitätsklinikum Aachen betreibt seit einem Jahr ein eigenes Call & Service Center; Ulrich Fleitmann
- Im Internet noch schlecht präsentiert;** Studie aus Münster zeigt Defizite der Klinik-Websites
- Das Krankenhaus im Internet;** Rechtliche Grundlagen und Grenzen; Matthias Wallhäuser
- „Die emotionale Kraft der Marke;** Eine neue Methode, Gefühle zu messen; Ulrich Sass, Prof. Dr. Peter Kruse
- Patientenbefragung: Zufriedenheit ist relativ;** Unterschiede der Stichproben müssen neutralisiert werden; Dr. Frank-Peter Hopp
- Per Mausclick in den OP;** Interaktive 3D-Visualisierungen für das Krankenhaus
- Radiologie fit für die DRGs;** Alternative Finanzierung: Nutzungsüberlassung Radiologischer Systeme; Dipl.-Ing. Wolfgang von Schretter, Dipl.-Ing. Harald Linke;
- Bypässe für das System;** Alternative Finanzierungsmodelle für Medizintechnik
- An der Spitze der Bewegung;** Bundeskongress der privaten Krankenanstalten in Berlin; Angelika Beyer-Rehfeld
- Damit keine Klagen kommen – zwingend notwendig:** Risiko-Management für Krankenhäuser; Peter Gausmann
- Das Labor unter DRG-Bedingungen;** Überblick über aktuelle Fragestellungen; Dr. Hans-Joachim Conrad
- Maßgeschneiderte Angebote entwickeln;** Behandlung ausländischer Patienten – Strategien und vorbereitende Maßnahmen; Prof. Dr. Günther E. Braun, Dr. med. Claudia Christ, Andreas Heuser

Bestellung:

- per Fax: 0 92 21/9 49-3 77
- per E-mail: Artikel auflisten und ab an vertrieb@baumann-fachverlag.de
- per Internet: einfach www.klinikmarkt.de und dann krankenhauseinschau anklicken und Bestellformular ausfüllen

Name des Krankenhauses

Ansprechpartner für evtl. Rückfragen

Telefondurchwahl

e-Mail

Adresse

Kunden-Nummer
