

# WERBUNG

PROMOTION

MARKTE

TRENDS BUSINESS

MARKETING

## Das Recht auf ärztliche (Online-)Werbung

Noch immer hält sich das früher geltende Verbot für Ärztewerbung hartnäckig in den Köpfen. Dabei hat sich das ärztliche Werberecht schon längst in ein Recht auf Werbung gewandelt. Welche Einschränkungen bei Werbemaßnahmen dennoch zu berücksichtigen und einzuhalten sind, erfahren Sie im nachfolgenden Beitrag.

**D**ie Musterberufsordnung für Zahnärzte untersagt, beispielhaft für die meisten Landesberufsordnungen, unter § 21 die berufswidrige Werbung und konkretisiert diese als anpreisende, irreführende, herabsetzende oder vergleichende Werbung. Was das im Einzelnen bedeutet ist – wie so oft – Auslegungssache und unterliegt dem Wandel der leider nicht immer ganz einheitlichen und nachvollziehbaren Rechtsprechung. Grundsätzlich kann man aber davon ausgehen, dass sachlich gehaltene Informationen zulässig sind, auf Erfolgsversprechen und die Ansprache Jugendlicher aber ebenso verzichtet werden sollte, wie selbstverständlich auf unwahre Aussagen.

### Werbung auf Social Media

Ein längst schon typisches Werbeumfeld sind auch für viele Zahnärzte die Möglichkeiten der Kanäle der sozialen Medien. Ob es sich hierbei um Youtube, Instagram, Facebook oder Twitter handelt, spielt für die Zulässigkeit der Werbung keine Rolle und der Schritt hin zum effektiven Social Media-Marketing ist beim Beachten einiger Regeln gar nicht kompliziert. Auch hier gilt das ärztliche Werberecht mit seinen besonderen Einschränkungen. Einige Themen, wie besonders reißerische bildliche Darstellungen oder auch Vorher-Nachher-Bilder, treten hierbei oft in den Vordergrund.

### Ärztliche Erfolgsversprechen

Unzulässig ist in jedem Fall ein Heilungs- oder Erfolgsversprechen. Die Rechtsprechung sagt hierzu, dass der Verbraucher nämlich

Ärzten aufgrund ihres Heilauftrags ein besonderes Vertrauen entgegenbringt und daher von einer gewissen Objektivität und Zurückhaltung bei Werbeangaben ausgeht. Dem steht ein solches Versprechen entgegen. Entsprechend hatte das OLG Frankfurt (6 U 219/19) in der Werbung einer Kieferorthopädin für ein bestimmtes Schienensystem einen werberechtlichen Verstoß gegen § 3 S. 1 Nr. 2a HWG gesehen. Die Kieferorthopädin hatte unter anderem mit den Worten geworben: „[...] jede Schiene ist anders und verändert Ihre Zähne Schritt für Schritt [...]. Und bald werden Sie auf Fotos deutlich schöner lächeln.“ Damit habe sie, so das Gericht, fälschlich den Eindruck erweckt, dass ein Erfolg mit Sicherheit erwartet werden könne.

### Kinder und Jugendliche

Eine ganze Reihe an konkreten Ausnahmen des Werberechts im medizinischen Bereich enthält § 11 HWG. Danach darf unter anderem nicht mit Werbemaßnahmen geworben werden, die sich ausschließlich oder überwiegend an Kinder unter 14 Jahren richten. Der Grund für diese Regelung ist offensichtlich und sollte sich auch bei nicht genauer Kenntnis der gesetzlichen Regeln erschließen. Doch auch ältere Jugendliche bedürfen in einigen Bereichen eines besonderen Schutzes, sodass mittlerweile ein allgemeines Werbeverbot für plastisch-chirurgische Maßnahmen gilt, die sich an Kinder und Jugendliche richten. Doch auch vor Einführung dieser Regelung hatte das Landgericht Frankfurt (2 06 O 360/19) 2 Chirurgen bereits einen berufsrechtlichen Verstoß attestiert, als diese unter der Rubrik „Young Aesthetics“



in den sozialen Medien für Brustvergrößerungen und Lippenmodellierungen für junge Frauen warben, versehen mit Hinweisen auf eine „knisternde Erotik“ bei Selfies. Das Gericht sah hierbei nämlich die ärztlichen Behandlungen in den Bereich der „Wellness“ gerückt und die Bagatellisierung der mit der Behandlung verbundenen Risiken.

### ReiBerische Werbung

Gerade in der Online-Werbung immer wieder Thema ist das Verbot reiBerischer Werbung. Was einerseits viele Klicks oder Likes bringt, ist oftmals nicht mehr von der Erlaubnis des sachlich gehaltenen ärztlichen Werberechts gedeckt. So hatte das Landgericht Düsseldorf (38 O 45/20) sich kürzlich mit einem Fall zu befassen, in dem ein plastischer Chirurg mit einem musikalisch untermalten Video warb, das verschiedene Sequenzen einer Bauchdeckenresektion zeigte. In dem Video hielt der Arzt den entnommenen Teil der Bauchdecke auf seinen Händen vor die Kamera. Anschließend lag der resektierte Teil der Bauchdecke auf den Oberschenkeln der Patientin unterhalb des Operationsfeldes und wurde schließlich von dem Arzt trophäenartig vor die Kamera gehalten. Das Gericht urteilte insofern nachvollziehbar, dass hierbei die Grenze einer sachlich informativen Werbung weit überschritten war.

### Vorher-Nachher-Bilder

Der immer wieder beliebten Darstellung von Vergleichsbildern vor und nach einer Behandlung werden ebenfalls durch § 11 HWG enge Schranken auferlegt. Die mit der Werbung adressierten Patienten sollen durch solche Bilder nicht zu einer zahnärztlichen Behandlung bewegt werden, die sie ohne den Eindruck solcher Werbung nicht vornehmen lassen würden. In jedem Fall unzulässig sind danach Bilder von rein kosmetischen, plastisch-chirurgischen Eingriffen ohne medizinische Indikation sowie besonders abstoßende und entstellende Darstellungen. Ob die Verwendung der Bilder im Einzelfall zulässig ist, sollte deshalb vor der Veröffentlichung genau geprüft und lieber etwas restriktiv gehandhabt werden.

### Fazit

Auch wenn es mittlerweile ein (zahn-)ärztliches Werberecht gibt, sind die Restriktionen hierauf immer noch vielfältig und wandelbar. Werbemaßnahmen, egal welcher Art, sollten daher gut bedacht und bestenfalls mit rechtlicher Unterstützung erfolgen, um hier etwaigen Sanktionen vorzubeugen. ■



#### RAin Nadine Ettlting

Lyck+Pätzold. healthcare.recht

Nehringstrasse 2

61352 Bad Homburg

Tel.: 06172 13 99 60

Fax: 06172 13 99 66

[www.medizinanwaelte.de](http://www.medizinanwaelte.de)

[www.facebook.com/Medizinanwaelte](https://www.facebook.com/Medizinanwaelte)

3M™ Imprint™ 4 Vinyl Polysiloxan Abformmaterial

**Selbsterwärmend  
und super schnell.**

