

# Praxiswerbung wird erleichtert

Das Heilmittelwerberecht erfährt eine weitere Liberalisierung. Grund ist eine Richtlinie der Europäischen Union.

von Dirk Schulenburg

Mit dem Zweiten Gesetz zur Änderung arzneimittelrechtlicher und anderer Vorschriften (BGBl. I Nr. 50 v. 25.10.2012, S. 2192) sind Änderungen des Heilmittelwerbegesetzes (HWG) erfolgt, die auch von Relevanz für die Außendarstellung ärztlicher Praxen sind. Das Heilmittelwerbegesetz wird damit im Sinne der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes (EuGH) weiter liberalisiert. Die Beschränkungen des deutschen Heilmittelwerberechts gingen zum Teil über die der maßgeblichen Richtlinie der Europäischen Union (Richtlinie 2001/83/EG) hinaus und mussten deshalb – so die Begründung des Gesetzgebers – angeglichen werden. Damit wird zugleich einem Wandel des Arzt-Patienten-Verhältnisses Rechnung getragen, in dem der Patient zunehmend als gleichberechtigter Partner und aufgeklärter Verbraucher gesehen wird. Geändert wurden insbesondere die speziellen „Irreführungsverbote“ des § 11 HWG, der die Werbung für „Arzneimittel, Verfahren, Behandlungen, Gegenstände oder andere Mittel außerhalb der Fachkreise“ (§ 2 HWG) betrifft. Das allgemeine „Irreführungsverbot“ in § 3 HWG, wonach eine irreführende Werbung generell unzulässig ist, bleibt unverändert bestehen.

## Werbung mit wissenschaftlichen Veröffentlichungen

Nach § 11 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 HWG ist es bislang unzulässig gewesen, mit „Gutachten, Zeugnissen, wissenschaftlichen oder fachlichen Veröffentlichungen“ zu werben. Der Gesetzgeber sah hier aufgrund des „blinden Glaubens an die ärztliche und wissenschaftliche Autorität“ eine besondere Irreführungsgefahr. Die Verbraucher seien als medizinische Laien häufig nicht in der Lage, fachliche Veröffentlichungen zu verstehen und kritisch zu würdigen. Diese Bestimmung wird nun aufgehoben,

da es ein entsprechendes Verbot in der Richtlinie 2001/83/EG nicht gibt.

## Werbung mit „Autoritäten“

Eine weitere Lockerung hat § 11 Abs. 1 Satz 1 Nr. 2 HWG erfahren: Bislang war danach eine Werbung außerhalb der Fachkreise mit der Angabe verboten, dass eine „Behandlung ... ärztlich ... empfohlen“ wird. Zukünftig ist der Hinweis auf das Vorliegen einer „fachlichen Prüfung“ gestattet.

## Werbung mit der Wiedergabe von Krankengeschichten

Während bislang mit der Wiedergabe von Krankengeschichten überhaupt nicht geworben werden durfte, gilt dies zukünftig nur noch, wenn dies in „missbräuchlicher, abstoßender oder irreführender Weise erfolgt oder durch eine ausführliche Beschreibung oder Darstellung zu einer falschen Selbstdiagnose verleiten kann“ (§ 11 Abs. 1 Satz 1 Nr. 3 HWG). Auch hier erfolgt eine Einschränkung mit Hinblick auf die Richtlinie 2001/83/EG. Bei der Wiedergabe echter oder erfundener Krankengeschichten ist – so die allgemeine Auffassung – grundsätzlich ein besonderes Interesse des „Publikums“ gegeben, dem jedoch „wegen einer fehlenden Sachkunde die Voraussetzungen für eine richtige Beurteilung fehlen“.

## Abbildung in Berufskleidung

Bislang ist die bildliche Darstellung von „Personen in der Berufskleidung oder bei der Ausübung der Tätigkeit von Angehörigen der Heilberufe“ unzulässig gewesen (sog. Kittelverbot). In Anpassung an EU-Recht und Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes (BGH, Urt. v. 01.03.2007, I ZR 51/04) wird dieses Verbot ersatzlos gestrichen.

Die Broschüre „Information zu Praxis-schildern“ kann in aktualisierter Fassung bei der Redaktion per Fax 0211 4302-2019 oder E-Mail: rheinisches-aerzteblatt@aekno.de angefordert oder als Download unter [www.aekno.de/Dokumentenarchiv](http://www.aekno.de/Dokumentenarchiv) im Kapitel Recht abgerufen werden.

## Werbung mit bildlichen Darstellungen

Auch die Werbung mit bildlichen Darstellungen von „Krankheiten, Leiden oder Körperschäden“, die wegen ihrer suggestiven Wirkung auf den Angesprochenen grundsätzlich unzulässig gewesen ist, ist nunmehr nur dann verboten, wenn dies in „missbräuchlicher, abstoßender oder irreführender Weise erfolgt“ (§ 11 Abs. 1 Satz 1 Nr. 5 HWG).

## Werbung mit fremd- oder fachsprachlichen Bezeichnungen

Da das EU-Recht (Richtlinie 2001/83/EG) keine entsprechende Untersagung der Publikumswerbung mit fremd- oder fachsprachlichen Bezeichnungen enthält, die nicht in den allgemeinen Sprachgebrauch eingegangen sind, wird das bisher geltende Verbot ersatzlos aufgehoben.

## Werbung mit Dank-, Anerkennungs- und Empfehlungsschreiben

Auch die Werbung mit Äußerungen Dritter – bislang wegen ihrer besonderen irrationalen Überzeugungskraft verboten – ist nunmehr unzulässig, wenn die „Bezugnahmen auf Äußerungen Dritter unter anderem in missbräuchlicher, abstoßender oder irreführender Weise erfolgen“ (§ 11 Abs. 1 Satz 1 Nr. 11 HWG).

## Verbot von „Vorher-Nachher-Abbildungen“ bleibt

§ 11 Abs. 1 HWG wird zudem durch einen Satz 3 ergänzt, wonach für operativ plastisch-chirurgische Eingriffe nicht mit „vergleichenden Darstellungen des Körperzustandes oder des Aussehens vor und nach dem Eingriff geworben werden darf“.

## Fazit

Abzuwarten bleibt, inwieweit der sonst hochgehaltene Patientenschutz unter der Liberalisierung der werberechtlichen Beschränkungen im Bereich der Publikumswerbung leidet. Auch die an mehreren Stellen durch den Gesetzgeber eingeführten Begriffe „abstoßend“, „missbräuchlich“ und „irreführend“ bieten der Rechtsprechung einen weiten Interpretationsspielraum.

Dr. iur. Dirk Schulenburg, MBA, ist Justitiar der Ärztekammer Nordrhein.