

## Liberalisierung des HWG am 21.09.2012:

# Neue Möglichkeiten der Patientenkommunikation erfolgreich nutzen



**D**as ärztliche Berufsrecht enthält für bestimmte Formen der Patientenkommunikation (z.B. Tätigkeitsschwerpunkte) spezifische Regelungen. Wenn Ärzte werben, unterliegen ihre Aktivitäten aber auch allgemeinen Gesetzen, insbesondere dem Heilmittelwerbegesetz (HWG). 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.

### Antiquiertes HWG wurde liberalisiert

Seit 1965, als das HWG in Kraft trat, hat sich zweifelsfrei das Patientenbild grundlegend gewandelt. Die im Mittelpunkt stehenden Patienten haben größere Eigenverantwortung und ein größeres Informationsbedürfnis. Das damalige Bild des eher unmündigen und hilflosen Patienten als Leitmotiv für das HWG ist heute grundsätzlich nicht mehr vertretbar. Mit dem Zweiten Gesetz zur Änderung arzneimittelrechtlicher und anderer Vorschriften vom 28.06.2012, durch den Bundesrat angenommen am 21.09.2012, folgen in Artikel 5 Änderungen des Heilmittelwerbegesetzes. Mit diesem Artikel werden die für die Patientenkommunikation der Ärzte wichtigen Änderungen vorgestellt. Dies ist die im Mittelpunkt stehende Norm § 11 HWG.

### Verbotene Werbung mit Gutachten, Zeugnissen, fachlichen Veröffentlichungen ist entfallen

Nach § 11 Abs. 1 Nr. 1 HWG durfte sich Werbung für Ärzte z.B. nicht auf Fachveröffentlichungen des Werben-

den beziehen. Es war nicht einzusehen, weshalb auch die Qualifikation und das Engagement seines Arztes, z.B. in Form eines Buches über Prostatabeschwerden, den Patienten in der Werbung nicht vorgestellt werden durfte. Diese Norm ist durch das Änderungsgesetz aufgehoben worden.

### Prüfungsmaßstab § 3 HWG bekommt größere Bedeutung

Hier und bei den anderen Liberalisierungen gilt die Freiheit freilich nicht unbegrenzt. Kontrollierende Norm ist § 3 HWG, wonach eine irreführende Werbung unzulässig ist. Die Norm enthält einen Katalog von Fallgruppen, in denen „insbesondere“ eine Irreführung gegeben ist. Roter Faden der Vorschriften ist grob gesagt, die Behauptung von Tatsachen und Wertungen, die falsch oder zumindest zweifelhaft sind. Man muss also bei der Konzeption der Werbung die Texte daran prüfen, damit sie rechtlich zulässig sind.

### Verbotene Werbung mit Empfehlungen, Prüfungen oder Anwendungen

Die Novellierung von § 11 Abs. 1 Satz 1 Nr. 2 HWG begrenzt den Anwendungsbereich, indem jetzt der Text gilt: „Außerhalb der Fachkreise darf...nicht geworben werden mit Angaben oder Darstellungen, die sich auf eine Empfehlung von Wissenschaftlern, von im Gesundheitswesen tätigen Personen, von im Bereich der Tiergesundheit tätigen Personen oder anderen Personen, die aufgrund ihrer Bekanntheit zum Arzneimittelverbrauch anregen können, beziehen.“

Nach diesem Text sind Angaben, es läge eine fachliche Prüfung oder Anwendung vor, zulässig. Durch die

Neufassung soll nur noch der Irreführungsfahr durch die genannten wissenschaftlichen Autoritäten und die hiermit verbundene etwaige Aufwertung des Produktes oder der Leistung untersagt sein.

### Verbotene Werbung mit Krankengeschichten sowie Hinweisen darauf

Eingeschränkt wird das Verbot der Wiedergabe von Krankengeschichten. Es bleibt nur dann verboten, wenn weitere Merkmale bei Werbung hinzutreten. Der neue Text von § 11 Abs. 1 Satz 1 Nr. 3 HWG lautet: „Außerhalb der Fachkreise darf...nicht geworben werden mit der Wiedergabe von Krankengeschichten sowie Hinweisen darauf, wenn diese in missbräuchlicher, abstoßender oder irreführender Weise erfolgt oder durch eine ausführliche Beschreibung oder Darstellung zu einer falschen Selbstdiagnose verleiten kann.“

### Verbotene Werbung mit Darstellung von Personen in Berufskleidung

Nachdem durch Urteil des Bundesgerichtshofes vom 01.03.2007 dieses Verbot faktisch gefallen war, streicht der Gesetzgeber jetzt konsequent § 11 Abs. 1 Satz 1 Nr. 4 HWG. Kein Arzt, der das Team in weißer Kleidung in seinem Flyer abbildet oder in einer Szene gerade eine Akupunkturnadel setzt, muss mit wettbewerbsrechtlichen Abmahnungen mehr rechnen.

### Verbot bestimmter bildlicher Darstellungen

Auch § 11 Abs. 1 Satz 1 Nr. 5 HWG wird ähnlich wie der Bereich der Kran-

