

Werbung von Arztpraxen in Einkaufszentren

Wiederholt hatte sich der Ausschuss Berufsrecht der Sächsischen Landesärztekammer mit der Frage zu befassen, ob der Arzt auch Werbeträgermedien in Einkaufsmärkten für die Präsentation der eigenen Niederlassung nutzen kann. Dies betraf sowohl fest installierte Monitore als auch Werbetafeln an Einkaufswagen in Einkaufszentren. Ausgangspunkt der Beurteilung durch die Sächsische Landesärztekammer auch in diesen Sachverhalten ist § 27 der Berufsordnung der Sächsischen Landesärztekammer (Berufsordnung).

Zweck der Vorschrift ist die Gewährleistung des Patientenschutzes durch sachgerechte und angemessene Information und die Vermeidung einer dem Selbstverständnis des Arztes zuwiderlaufenden Kommerzialisierung des Arztberufs.

Auf dieser Grundlage sind dem Arzt sachliche berufsbezogene Informationen gestattet. Berufswidrige, insbesondere die anpreisende, irreführende oder vergleichende Werbung ist dem Arzt untersagt. Der Arzt darf eine solche Werbung durch andere weder veranlassen noch dulden. Werbeverbote auf Grund anderer gesetzlicher Bestimmungen bleiben unberührt.

Darüber hinaus kann der Arzt

1. nach der Weiterbildungsordnung erworbene Bezeichnungen,
2. nach sonstigen öffentlich-rechtli-

- chen Vorschriften erworbene Qualifikationen,
3. Tätigkeitsschwerpunkte,
4. organisatorische Hinweise ankündigen.

Die nach Nr. 1 erworbenen Bezeichnungen dürfen nur in der nach der Weiterbildungsordnung zulässigen Form geführt werden. Ein Hinweis auf die verleihende Ärztekammer ist zulässig.

Andere Qualifikationen und Tätigkeitsschwerpunkte dürfen nur angekündigt werden, wenn diese Angaben nicht mit solchen nach geregelter Weiterbildungsrecht erworbenen Qualifikationen verwechselt werden können.

Beeinflusst wird die Sachverhaltsbeurteilung jedoch daneben durch gerichtliche Entscheidungen. Eine liberale Haltung nimmt das Landgericht Bayreuth, Az.: 13 KHO 16/07, ein. So vertrat das Gericht die Auffassung, dass auch der Umstand, dass der dort beklagte Zahnarzt die Einkaufswagen eines Supermarktes als Werbeträger verwendete, wettbewerbsrechtlich nicht zu beanstanden war. Insbesondere kann nicht aus der Art des gewählten Werbeträgers auf die Berufswidrigkeit geschlossen werden. Da Werbung mehr ist, als die sachliche Unterrichtung über Art und Ort der beruflichen Tätigkeit, wäre eine diesbezügliche Beschränkung eines Marktteilnehmers eine dem Artikel 12 Grundgesetz (GG) zuwiderlaufende Beeinträchtigung. Die beanstandete Werbung des Beklagten war lediglich darauf angelegt, ein möglichst brei-

tes Publikum auf einfache Art zu erreichen. Diese Einschätzung ist zweifellos auch auf die werbliche Präsentation von Ärzten in Einkaufszentren übertragbar.

Die neuere Rechtsprechung, beispielsweise des Verwaltungsgerichts Minden vom 14.01.2009, Az.: 7 K 39/08 und des Bundesgerichtshofs zur Werbung von Freiberuflern vom 29.07.2009, Az.: I ZR 77/07, bestätigt den Standpunkt des Landgerichts Bayreuth.

Trotz dessen steht der Ausschuss Berufsrecht der Sächsischen Landesärztekammer diesen Werbemöglichkeiten kritisch gegenüber. Zwar wird die Entwicklung, ausgehend von der Rechtsprechung, zunehmend undifferenziert alle Werbeträgermedien auch für die Werbung einer Arztpraxis als sachlich gerechtfertigt anzusehen, zur Kenntnis genommen. Einheitliche Auffassung des Ausschusses Berufsrechts ist es jedoch, dass hierin ein weiterer Schritt zur fortschreitenden Kommerzialisierung des Arztberufs zu sehen ist, der jedoch dem Selbstverständnis der Ärzteschaft widerspricht und daher nicht befürwortet werden kann.

Daneben ergibt sich aus § 1 Abs. 1 der Berufsordnung, dass der ärztliche Beruf kein Gewerbe ist, sondern seiner Natur nach ein freier Beruf. Aus diesem Grunde wird das Anbringen von Werbung auf Werbeträgermedien in Einkaufszentren und Supermärkten nach wie vor berufsethisch kritisch bewertet.