

Irreführende Werbung auf der Homepage einer Ärztin

Ärztliche Werbeaussagen über Therapien müssen wissenschaftlich belegt sein. Ist mit überwiegender Wahrscheinlichkeit davon auszugehen, dass dies nicht der Fall ist, ist die Werbung irreführend.

Das entschied das Landgericht (LG) Ulm am 08.05.2013 (Az.: 10 O 35/13 KfH).

Zugrunde lag ein Streit um die wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit von Aussagen in Bezug auf Kinesio-Taping im Rahmen eines Verfahrens im sogenannten einstweiligen Rechtsschutz.

Der Fall

Begehrt wurde der Erlass einer einstweiligen Verfügung. Verfügungskläger war ein eingetragener Verein, Verfügungsbeklagte eine Ärztin. Sie bot als Therapiemöglichkeit die Behandlung mit Kinesio-Tapes an. Dies bewarb sie auf ihrer Homepage. Beispielsweise hieß es dort: „Durch Wirkungen auf verschiedene Rezeptoren werden die Gelenke wieder besser beweglich.“ Der Verfügungskläger mahnte sie ab. Die insgesamt 36 Werbeaussagen seien irreführend. Das Verfahren als solches und die von der Ärztin vorgestellten Wirkungen hätten in der Wissenschaft keine ausreichende Bestätigung gefunden. Der Verfügungskläger beantragte, der Ärztin die 36 Werbeaussagen zum Kinesio-Taping zu untersagen.

Die Verfügungsbeklagte beantragte, den Antrag zurückzuweisen. Sie trug im Wesentlichen vor, es sei unrichtig, dass es keinerlei wissenschaftliche Forschungen und Untersuchungen zu dem Thema der Kinesio-Tapes gebe. Es würden etliche Studien existieren, die einen therapeutischen Effekt des Tapes – wenn auch mit geringer Signifikanz – beschrieben, so dass eine Einordnung in die Evidenzklasse IV bestehe. Kinesio-Tapes würden

als „Chiro-Tapes“ in der Schmerztherapie und in zahlreichen renommierten Kliniken eingesetzt.

Die Entscheidung

Das Landgericht Ulm untersagte der Ärztin die gerügten Aussagen.

Der Verfügungskläger sei prozessführungs- und antragsbefugt. Eine erhebliche Anzahl seiner Mitglieder stünden inhaltlich und räumlich in einem Konkurrenzverhältnis zu der Ärztin.

Die gerügte Werbung verstoße gegen das Heilmittelwerbegesetz (HWG). Das HWG sei in bestimmten Fällen auf Werbung für Behandlungen anwendbar, wenn sich die Werbeaussage auf die Beseitigung oder Linderung von Krankheiten, Leiden, Körperschäden oder krankhaften Beschwerden beziehe.

Laut HWG sei irreführende Werbung unzulässig. Sie sei nach dem HWG irreführend, wenn den Verfahren oder Behandlungen eine therapeutische Wirksamkeit beigelegt werde, die sie nicht haben oder fälschlich der Eindruck erweckt würde, dass ein Erfolg mit Sicherheit erwartet werden könne.

Die Werbung der Verfügungsbeklagten habe nicht nur aufklärenden Charakter und sei irreführend. Die Angaben zur Zwecktauglichkeit seien unzutreffend und unvollständig. Die behaupteten Wirkungen des Kinesio-Tapes seien von der Ärztin als objektiv richtig dargestellt worden, ohne dass sie auf vorhandene Gegenstimmen hingewiesen habe. Der Verfügungskläger habe substantiiert das Fehlen wissenschaftlicher Grundlagen und jedenfalls den Streit hierum dargelegt. Das Gegenteil habe die beweisbelastete Ärztin nicht beweisen können. Sie habe nicht auf Studien verweisen können, die den allgemein anerkannten wissenschaftlichen Grundsätzen entsprochen

hätten. Außerdem habe sie die Einordnung in die Evidenzklasse IV nicht belegen können. Diese bestätige jedoch allenfalls, dass ggf. Erfahrungsberichte vorliegen würden. Dies stelle jedoch keine hinreichende wissenschaftliche Absicherung dar. Deshalb habe die verfügbarsbeklagte Ärztin die Verantwortung für die Richtigkeit der Aussagen auf ihrer Homepage zu übernehmen.

Die von ihr angesprochenen Adressaten würden davon ausgehen, dass die Aussagen und die Wirkungsweisen der beworbenen Handlung hinreichend wissenschaftlich belegt seien.

Bewertung

Die Entscheidung des Landgerichts Ulm stützt sich in zutreffender Weise auf das HWG und ist tatsächlich und rechtlich richtig.

Ein Vergleich mit den Wertungen der Musterberufsordnung (MBO) führt zu dem gleichen Ergebnis.

Zweck der dort praxisrelevantesten Regelung (§ 27 MBO) ist unter anderem die Gewährleistung des Patientenschutzes durch sachgerechte und angemessene Information und die Vermeidung einer dem Selbstverständnis des Arztes zuwiderlaufenden Kommerzialisierung des Arztberufes.

Berufswidrig ist danach insbesondere eine anpreisende, irreführende oder vergleichende Werbung. Sie ist irreführend, wenn die Angaben

geeignet sind, bei potentiellen und durchschnittlichen Patienten Fehlvorstellungen über die Behandlung und den Grad ihrer gesicherten Wirkung hervorzurufen. Dies kann durch mehrdeutige, unvollständige und unklare Angaben sowie durch verschwiegene Tatsachen geschehen.

Fehlen wissenschaftliche Erkenntnisse zu einer beworbenen Therapie, so ist hierauf mindestens hinzuweisen. Soweit Behandlungsweisen beworben werden, sollten diese dem allgemein anerkannten Stand der medizinischen Erkenntnisse und des wissenschaftlichen Fortschritts entsprechen.

Insgesamt wurden in der Vergangenheit die Möglichkeiten für interessen- und sachgerechte Werbung für Ärzte gelockert, solange diese das notwendige Vertrauensverhältnis zu Patienten nicht gefährdet und keinen Irrtum erregt (vgl. Bundesverfassungsgericht, Ur. v. 14.07.2011 – 1 BvR 407/11 –).

Allerdings ist auch bei der Art und Weise der Ausgestaltung zulässiger Werbung aus unterschiedlichen Gründen besondere Vorsicht geboten.

*Daniel Gröschl, Sindelfingen
Rechtsanwalt
groeschl@rpped.de*

www.rpped.de

Impressum:

Ratajczak & Partner, Rechtsanwälte
Posener Str. 1, 70165 Sindelfingen
AG Stuttgart (PR 240005), Sitz Sindelfingen
USt-Ident-Nr.: DE145149760

Verantwortlich im Sinne des Presserechts:
Dr. Detlef Gurgel

E-Mail der Redaktion: redaktion@rpped.de

Die Mitteilungen dieses Newsletters enthalten allgemeine Informationen zu rechtlichen Themen. Eine rechtliche Beratung im Einzelfall können sie nicht ersetzen. Für die Richtigkeit der Information übernehmen wir keine Haftung.