

Schilderung eines Falls aus dem Bereich der Standesordnung

Thema: Ist Werbung zulässig?

Dr. X ist ein Hausarzt, der in seiner Region bestens bekannt ist. Er praktiziert in einem Dorf und hat einen treuen Patientenstamm. Kürzlich hat er beschlossen, über seine Website und verschiedene soziale Netzwerke (Facebook und Instagram) Informationen über seine Praxis zu verbreiten. Durch die Anstellung eines jungen Kollegen in seiner Praxis kann er nun mehr Patientinnen und Patienten empfangen.

Auf der Website werden die neuen Öffnungszeiten der Praxis, ein vereinfachtes Terminvereinbarungssystem sowie verschiedene Behandlungsbereiche, darunter Gesundheitschecks, psychologische Unterstützung, Unterstützung bei Burnout und Erschöpfungssyndrom sowie Krebsvorsorgeuntersuchungen, detailliert beschrieben. Darüber hinaus hebt die Website die hervorragenden Bewertungen der Praxis auf einer Plattform hervor, auf der praktizierende Ärztinnen und Ärzte im Kanton Freiburg bewertet werden. Die Praxis wird dort als eine der besten der Region bezeichnet. Die Patientinnen und Patienten werden zudem aufgefordert, nach der Konsultation ihre Bewertung abzugeben.

Diese Werbepraktiken werfen ethische und rechtliche Fragen auf. Tatsächlich scheint Dr. X Werbestrategien zu verwenden, die als Hintergrundinformationen über seine Praxis getarnt sind, indem er eine perfekte Betreuung suggeriert und die positiven Bewertungen seiner Patientinnen und Patienten hervorhebt. Dieses Vorgehen könnte seine praktizierenden Hausarztkolleginnen und -kollegen benachteiligen.

Nach den Grundsätzen der medizinischen Standesordnung gilt diese Form der Werbung als unethisch und rechtswidrig. Ärztinnen und Ärzte sind verpflichtet, hohe Informationsstandards einzuhalten, um unzulässige Werbung zu vermeiden, die besonders gefährdete Patientengruppen ansprechen könnte. Praxisinformationen müssen sachlich und korrekt sein und dürfen keine Patientenbewertungen wiedergeben.

Das *kantonale Gesundheitsgesetz (Art. 91, Absatz 1)* untersagt den Fachpersonen des Gesundheitswesens «jede Werbung, die nicht objektiv ist und nicht dem öffentlichen Bedürfnis entspricht; die Werbung darf ausserdem weder irreführend noch aufdringlich sein.» Die Standesordnung der FMH (Art. 20 und Anhang 2), der alle MFÄF-Mitglieder zugestimmt haben, präzisiert die Abgrenzung zwischen zulässiger Information und unzulässiger Werbung. Herabsetzende Vergleiche mit anderen Praktizierenden oder marktschreierische Selbstanpreisung verstossen gegen die standesrechtlichen Grundsätze. Die Kommission ist in einem solchen Fall verpflichtet, einzuschreiten.

Zusammenfassend ist es essenziell, dass Dr. X seine Werbepraktiken überdenkt, um die ethischen und rechtlichen Standards im medizinischen Bereich einzuhalten. Eine transparente Kommunikation, die den standesrechtlichen Vorgaben entspricht, ist entscheidend, um die Integrität und das Vertrauen in den medizinischen Beruf zu wahren. Dr. X entfernte am Tag nach dem Besuch der Standeskommission MFÄF alle unzulässigen Informationen und Werbeanzeigen von seiner Website.

D. Betticher

Präsident der Standeskommission MFÄF

Im Namen der Kommission