

ZULÄSSIGE UND UNZULÄSSIGE WERBUNG – EIN KURZER EINBLICK IN DIE RICHTLINIEN DER FMH

Nicole Suter-Karer (FEDERER & PARTNERS)

Die FMH Swiss Medical Association definiert im Anhang 2 zur Standesordnung «Richtlinien Information und Werbung», was im Rahmen der Bewerbung der eigenen Arztpraxis und ärztlichen Tätigkeit zulässig ist und was nicht. Bevor überhaupt nur eine Marketingaktivität geplant wird, ist zu empfehlen, diese Richtlinien im Detail zu studieren. Denn bei einem Verstoss kehrt sich der gewünschte positive Effekt des Marketings ganz schnell in negative Aufmerksamkeit.

Der Anhang 2 zur Standesordnung der FMH «Richtlinien Information und Werbung» ist in drei Teile gegliedert. Der erste Teil umschreibt die zulässigen Informationen. Dies sind Informationen, die für das Publikum notwendig sind, um die Angebote und Qualifikationen der einzelnen Ärzte zu unterscheiden und eine geeignete Auswahl zu treffen. So darf beispielsweise auf einem Flyer der Arztpraxis der Werdegang des Arztes, seine Qualifikationen und sein Dienstleistungsangebot beschrieben werden.

Nicht erlaubt sind dagegen unsachliche Informationen. So verstossen beispielsweise Sätze wie «... ist der beste Kardiologe im Raum Zürich.» gegen die Richtlinien. Im Detail beschreibt der Absatz 2. der «Richtlinien Information und Werbung» was nicht erlaubt ist.

2. Unzulässige Werbung (Art. 20 Abs. 2 StaO)

2.1. Unsachlich ist eine Information, welche die gebotene medizinische Objektivität und Erfahrung nicht wahrt oder die nach Form oder Inhalt dem Informationsbedürfnis von Patient und Patientin bzw. Kollege und Kollegin nicht entspricht.

2.2. Unwahr ist eine Information, die den Tatsachen nicht entspricht.

2.3. Die Information beeinträchtigt das Ansehen des Arztberufes insbesondere,

- wenn sie vergleichend Bezug nimmt auf Berufsangehörige wie z. B. herabsetzende Äusserungen über Kollegen und Kolleginnen, ihre Tätigkeit und deren medizinische Methoden;
- wenn sie Empfehlungen etc. von Patienten und Patientinnen einbezieht;
- wenn sie der Selbstanpreisung der eigenen Person dient oder die eigene ärztliche Tätigkeit darstellt durch reklamehaftes Herausstellen in aufdringlicher oder marktschreierischer Weise;
- wenn sie beim Publikum ungerechtfertigte Erwartungen weckt oder sonst irreführenden oder täuschenden Charakter hat;
- wenn sie unwürdig oder unseriös ist oder die guten Sitten verletzt;
- wenn sie primär auf einen Werbeeffect abzielt.

Quelle: FMH Swiss Medical Association, Anhang 2 zur Standesordnung der FMH «Richtlinien Information und Werbung», S. 2, Stand 25.5.06



Im dritten Teil der «Richtlinien Information und Werbung» finden sich die «Einschränkungen für bestimmte Informationsträger». So wird definiert, welche Angaben auf dem Praxisschild, dem Briefpapier und in öffentlichen und amtlichen Verzeichnissen erlaubt sind und welche nicht. Zudem ist geregelt, wie mit Bekanntmachungen in der Presse, in den elektronischen Medien und vergleichbaren Informationsträgern umgegangen werden soll:

3.2. Bekanntmachungen in der Presse, in elektronischen Medien und auf vergleichbaren Informationsträgern.

In der Presse, in elektronischen Medien und auf vergleichbaren Informationsträgern dürfen die Informationen gemäss Ziff. 1 bekanntgemacht werden. Das Gleiche gilt für Rundschreiben an Patienten und Patientinnen. Die Verbreitung von Informationen als Massensendung an die Bevölkerung (Flugblätter, Postversände, elektronische Medien und ähnliche Informationskanäle, inkl. Publireportagen[1]) ist nicht gestattet. Rundschreiben an Kollegen und Kolleginnen können auch weitere Informationen beinhalten.

Die kantonalen Ärztesgesellschaften können Bestimmungen erlassen über die Modalitäten (Ort, Häufigkeit, Grösse etc.) der zulässigen Bekanntmachungen.

Quelle: FMH Swiss Medical Association, Anhang 2 zur Standesordnung der FMH «Richtlinien Information und Werbung», S. 3, Stand 25.5.06

Ergänzend zu diesem Abschnitt ist hervorzuheben, dass bei Rundschreiben an Patienten und Patientinnen ausschliesslich diejenigen Patienten angeschrieben werden dürfen, die sich bereits bei Ihnen in Behandlung befinden oder sich für eine Konsultation angemeldet haben! So ist das Anschreiben von Patienten im Rahmen einer Nachfolgeregelung durch den Nachfolger nicht erlaubt. Was jedoch erlaubt ist, ist ein Rundschreiben des Vorgängers an seine Patienten, in dem er seinen Nachfolger vorstellt. Erst wenn sich die Patienten beim Nachfolger für eine Konsultation melden, gelten sie als seine Patienten.

Wollen Sie die Richtlinien «Information und Werbung» komplett anschauen?

Diese finden Sie unter: www.fmh.ch/files/pdf5/Anhang_2_DE.pdf

Abschliessend ist zu erwähnen, dass unter bestimmten Voraussetzungen Arztpraxen, die als AG oder GmbH geführt werden, umfassendere Möglichkeiten haben, ihre Gesellschaft zu bewerben. Welche Möglichkeiten Ihnen hier offenstehen, prüfen Sie am besten mit einem auf Ärzte spezialisierten Berater oder einer in diesem Bereich erfahrenen Werbeagentur.