

„Welche gesetzlichen Regeln muss eine Praxishomepage erfüllen?“



Die Ordinations-Website ist zu einer zentralen Plattform in der Patientenkommunikation geworden – Serviceinstrument für Öffnungszeiten und Telefonnummern, aber auch Medium für Philosophie und Leistungsangebot der Ordination. Bekanntermaßen unterliegt der Ärztestand besonderen Regeln

des Außenauftritts. Dies bedeutet aber nicht zwangsläufig, dass eine Ordination auf eine sachgemäße Präsentation ihrer Kompetenzen verzichten muss. Berufswidrig ist lediglich eine anpreisende, irreführende oder vergleichende Werbung oder eine Darstellung, die allzu sehr einer Kommerzialisierung des Arztberufs Vorschub leistet. Bei der Darstellung von Qualifikationen ist allerdings darauf zu achten, dass die Angaben zur Aus- und Weiterbildung den Kriterien der Kammern entsprechen. Heilversprechen und Erfolgsgarantien sind hingegen echte „no gos“, ebenso wie Testimonials und „Vorher-Nachher“-Bilder. Apropos: Fotos von Patienten (Behandlungssituation, Wartezimmer etc.) dürfen nur mit deren ausdrücklicher Zustimmung verwendet werden.

Außerdem sind bei jeder Homepage die Informationspflichten gemäß E-Commerce-Gesetz (ECG) und Mediengesetz zu beachten. Es gilt eine allgemeine Informationspflicht für Diensteanbieter und damit auch für Ärzte, die eine Homepage haben. Demnach müssen Namen und die Anschrift, unter der der Arzt niedergelassen ist, angeführt werden, sowie eine E-mail-Adresse, die eine unmittelbare Kommunikation mit dem Arzt ermöglicht. Dazu kommen Angaben über die Kammerzugehörigkeit und die Berufsbezeichnung. Beispiel: Facharzt für Allgemeinmedizin, verliehen in Österreich. Wenn vorhanden, rundet die UID-Nummer das Impressum ab. Da die Infos für das ECG nur einmal eingetragen werden müssen, bleibt der Aufwand überschaubar. Die Einschränkungen nach den Werberichtlinien sollten bei jedem Neueintrag ins Kalkül gezogen werden.