

Schönheits-Chirurgie: Vorher-Nachher-Bilder sind in Deutschland unzulässig

Ärztinnen und Ärzte dürfen nur eingeschränkt für ästhetisch-plastische Operationen werben.

von Katharina Eibl und Dirk Schulenburg

In einem Verfahren der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs hat das Oberlandesgericht Koblenz (*Urteil vom 8.06.2016, Az. 9 U 1362/15*) die Berufung eines Arztes gegen ein Urteil des Landgerichts Koblenz (*Urteil vom 15.12.2015, Az. 3 HK O 33/15*) zurückgewiesen. Der beklagte Arzt war Eigentümer einer Klinik, in der Schönheitsoperationen durchgeführt wurden. Auf einer Internetseite warb er für seine Leistungen unter anderem mit Bildern, die Patientinnen vor und nach einem vom Beklagten durchgeführten plastisch-chirurgischen Eingriff zeigen. Erstinstanzlich war dem Arzt untersagt worden, für ästhetisch-plastische Operationen ohne medizinische Notwendigkeit mit Fotos im Internet zu werben, die Patienten vor und nach der Behandlung zeigen. Das Oberlandesgericht schloss sich damit der Auffassung der ersten Instanz an. Die Werbung stelle einen Verstoß gegen § 11 Absatz 1 Satz 3 Heilmittelwerbegesetz (HWG) dar.

Im Rahmen des im Herbst 2012 in Kraft getretenen Zweiten Gesetzes zur Änderung arzneimittelrechtlicher und anderer Vorschriften (16. AMG-Novelle) wurden zahlreiche Vorschriften des HWG geändert. Im Rahmen dessen kam es auch zu einer Neuregelung der viel diskutierten Vorher-Nachher-Bilder. Das bis dahin geltende Verbot der Werbung mit Vorher-Nachher-Bildern wurde gelockert und neu geregelt. Nunmehr ist nur noch eine „bildliche Darstellung, die Veränderungen des menschlichen Körpers aufgrund von Krankheiten oder Schädigungen oder die Wirkung eines Arzneimittels im menschlichen Körper oder in Körperteilen verwendet“, verboten, wenn sie „in missbräuchlicher, abstoßender oder irreführender Weise“ geschieht. Ausgenommen hiervon sind allerdings operative plastisch-chirurgische Eingriffe, für die die Werbung

mit Vorher-Nachher-Bildern auch weiterhin untersagt ist.

Umgehung des Verbots

An der Unzulässigkeit der Bilddarstellung ändert sich nach Auffassung der Richter auch nichts dadurch, dass die Bilder auf der Internetseite erst nach einer Registrierung aufgerufen werden konnten und im Übrigen darauf hingewiesen wurde, dass das Bildmaterial nur den Patienten zugänglich gemacht werden soll, die sich schon eingehend informiert haben. Das Gericht betonte in den Entscheidungsgründen, dass der Gesetzgeber ein solches Werbemittel bei den medizinisch nicht notwendigen Eingriffen grundsätzlich verboten habe. Daran ändert nach Auffassung des Gerichts weder die vorhergehende Registrierung der potentiellen Patienten per E-Mail etwas noch der Hinweis, dass die Bilder nur bereits eingehend informierten Patienten zugänglich seien.

Der Gesetzgeber wolle verhindern – so der Senat beim OLG – dass sich Menschen den mit einem Eingriff verbundenen Risiken aussetzen, ohne dass es einen medizinischen Anlass für diesen gebe. Schließlich ist das Verbot nach Auffassung des Gerichts sowohl mit EU-Recht als auch mit dem Grundgesetz vereinbar, da das Werbeverbot dem Gesundheitsschutz diene und die Einschränkungen im Hinblick darauf verhältnismäßig seien.

Liberalisierung des Werberechts

Das Bundesverfassungsgericht hat in den vergangenen Jahren das ärztliche Berufsrecht erheblich liberalisiert. Das ehemalige ärztliche Werbeverbot wandelte sich zum ärztlichen Werberecht. Das Werberecht bleibt aber durch allgemeine Regeln wie das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) und durch das HWG begrenzt.

Das HWG dient dem Schutz der Gesundheit des Einzelnen und der Allgemeinheit. Der Gesetzgeber war der Auffassung, dass die Werbung für Arzneimittel oder Verfahren und Behandlungen zwar nicht verboten werden, aber bestimmten Beschränkungen unterliegen

sollen. Zentrale Vorschrift ist § 11 HWG, der eine Vielzahl von Werbemethoden regelt, die im medizinischen Bereich wegen der Gefahr für die menschliche Gesundheit unerwünscht sind. Weiterhin findet sich in § 3 HWG das Verbot irreführender Werbung. § 7 HWG regelt die grundsätzliche Unzulässigkeit von Zuwendungen.

Zudem ist § 27 Abs. 3 der Berufsordnung für die nordrheinischen Ärztinnen und Ärzte zu beachten, der berufswidrige Werbung untersagt. Berufswidrige Werbung ist hiernach insbesondere anpreisende, irreführende oder vergleichende Werbung. Die Werbung mit Vorher-Nachher-Bildern bei operativen plastisch-chirurgischen Eingriffen ohne medizinische Notwendigkeit stellt eine solche berufswidrige anpreisende Werbung dar.

Fazit

Auch außerhalb des Bereichs der Schönheitschirurgie ist es ratsam, Vorher-Nachher-Bilder vorrangig zur Patientenaufklärung zu nutzen. Denn auch nach Änderung der Rechtslage verbleiben Unsicherheiten. Im Einzelfall ist von den Gerichten zu entscheiden, wann eine bildliche Darstellung der Veränderungen des menschlichen Körpers „in missbräuchlicher, abstoßender oder irreführender Weise“ vorliegt. Wer also sichergehen will, verzichtet in der Patientenwerbung auch weiterhin auf die Darstellung von Vorher-Nachher-Bildern.

Dr. iur. Dirk Schulenburg, MBA, ist Justiziar der Ärztekammer Nordrhein, Katharina Eibl ist Referentin der Rechtsabteilung.

Die Reihe „Arzt und Recht“ im Internet

Seit dem Jahr 2000 stellt das Rheinische Ärzteblatt in seiner Rubrik „Arzt und Recht“ wichtige Urteile und berufsrechtliche Grundlagen ärztlicher Tätigkeit vor. Alle Folgen dieser Reihe finden Sie auch auf unserer Internetseite unter www.aekno.de/RhAe/Arzt-undRecht, darunter auch die allererste Folge mit dem Titel: „Geldbußen wegen falscher Weiterbildungszeugnisse“. Die Reihe „Arzt und Recht“ erscheint jeden zweiten Monat im Wechsel mit der Reihe „Aus der Arbeit der Gutachterkommission“. RhÄ