

## Neue Studie

### Viele Arzt-Webseiten befinden sich in rechtlicher Grauzone

- +++ Von 400 untersuchten Praxis-Webseiten ist keine absolut rechtssicher.
- +++ 94 % der Webseiten haben kein oder nur ein unvollständiges Impressum.
- +++ 30 % haben keine Datenschutzerklärung. Gibt es eine, ist sie bei 99,7 % lückenhaft.

**München, den 18.12.2017** – Zwar sind grobe Rechtsverstöße auf Arzt-Webseiten selten, aber rechtliche Schwachstellen sind umso häufiger: Keine der 400 Internetpräsenzen, die die Online-Praxismarketing-Agentur Reif & Kollegen von Sommer 2016 bis Sommer 2017 auswertete, ist absolut rechtssicher. Die Studie entstand in Zusammenarbeit mit der Kanzlei für Medizinrecht Prof. Schlegel, Hohmann, Mangold und Partner.

### Häufigste Fehlerquellen: Impressum und Datenschutzerklärungen

Größtes Problem sind das Impressum und der Datenschutz. Bei 70 % der Webseiten enthält die Datenschutzerklärung keine Hinweise, wer für den Datenschutz verantwortlich ist. Im Impressum wiederum sucht man die Umsatzsteuer-ID vergebens, die Ärzte angeben müssen, wenn sie Privatleistungen anbieten. 94 % der Ärzte haben kein oder ein unvollständiges Impressum.

Weitere Fallstricke zeigen sich bei der technischen Umsetzung bestimmter Datenschutzrichtlinien. Nur auf 4 % der Webseiten öffnet sich ein neues Fenster, das die Zustimmung des Users für die Cookie-Nutzung einholt. Cookies sind kleine Textdateien, die notwendig sind, um die eigene Homepage mit Google Analytics auszuwerten. Zwar ist die Zustimmung der User laut Telemediengesetz nicht nötig, aber die EU-Richtlinie Nr. 2009/136/EG verlangt sie durchaus. Für absolute Rechtssicherheit raten Anwälte deshalb zu dieser Maßnahme.

Ein ähnliches Problem sind Social-Media-Plugins, die die Arzt-Webseite mit dem Facebook-Auftritt der Praxis verbinden. Weil die IP-Adresse des Users an Facebook übermittelt wird, wenn er auf den Link klickt, um das Profil zu liken, und Facebook diese Daten zu Werbezwecken nutzen kann, muss der User laut Düsseldorfer Landesgericht (Urt. v.09.03.2016) einwilligen. „Das Urteil ist sehr streng. Absolut rechtssicher ist die Webseite nur, wenn sich ein Fenster öffnet, das den Nutzer auf die Plugins hinweist und ihre Einwilligung einholt“, so Prof. Schlegel von der Kanzlei für Medizinrecht Prof. Schlegel, Hohmann, Mangold und Partner. Momentan hält sich nur 1 % der Ärzte an diese Richtlinie.

### Unklarheiten bei Bildern, Werbetexten und Facebook-Profilen

Fast jede Praxis-Webseite enthält Bilder – aber mehr als jede Dritte führt die Bildrechte nicht auf, was zu Abmahnungen des Fotografen führen kann. Außerdem geben 39 % der Ärzte mehr als drei Tätigkeitsschwerpunkte an, was laut Berufsordnung (§ 27 Abs. 4 Nr. 3) unzulässig ist, da dann nicht mehr von einer Spezialisierung auszugehen ist. Verlinkungen zu gewerblichen Dritten, die als unzulässige Empfehlungen zu werten sind, sind wiederum auf 18 % der Arzt-Webseiten zu finden.

Auch Facebook ist kein rechtsfreier Raum: Das Praxis-Profil ist mit einem vollständigen Impressum zu versehen (fehlt bei 91 %) und darf keine berufswidrigen Texte enthalten (betrifft 22 %). Problematisch sind zum Beispiel vergleichende, irreführende oder anpreisende Inhalte.

„Die berufsrechtlichen Einschränkungen, Gesetzesänderungen und die technologische Komplexität sind wohl für die hohe Fehlerquote verantwortlich. Umso wichtiger, dass die Praxis-Homepage von Spezialisten erstellt wird, die sich auf dem Gebiet auskennen“, so Markus Reif, Geschäftsführer der Online-Praxismarketing-Agentur Reif & Kollegen und Mitgründer von jameda.

Weitere häufige Fehlerquellen, Informationen zum Aufbau der Studie und eine Checkliste für Arzt-Webseiten finden Sie [hier](#).

**Bildmaterial:**



*Die Reif & Kollegen GmbH entwickelte zusammen mit der Kanzlei für Medizinrecht Prof. Schlegel, Hohmann, Mangold & Partner einen Fragebogen mit 22 Kriterien, um die untersuchten Webseiten auf mögliche Fehler zu prüfen.*

**Über die Reif & Kollegen GmbH:**

Die Münchner Agentur „Reif & Kollegen“ ist auf Online-Praxismarketing spezialisiert und blickt auf jahrelange Erfahrung in der Suchmaschinenoptimierung und in der Gesundheitsbranche zurück. Gründer Markus Reif und sein Team haben es sich zur Aufgabe gemacht, Ärzte und Zahnärzte im Internet bestmöglich zu positionieren. Dazu gehören die Entwicklung von Praxis-Webseiten und die Optimierung bestehender Internetpräsenzen, damit sie gut bei Google, Facebook, Youtube & Co gefunden werden.

**Pressekontakt:**

Reif & Kollegen GmbH

Nadja Luge

Tel.: 089 / 12 50 158-31

E-Mail: [nl@reif-kollegen.de](mailto:nl@reif-kollegen.de)

[www.reif-kollegen.de](http://www.reif-kollegen.de)

[Reif & Kollegen auf Facebook](#)