

Der Deutsche Dermatologe

Organ des Berufsverbandes der Deutschen Dermatologen e.V.



HANDEKZEM
Therapieerfolg
trotz latenter
Poliomyelitis

11 | 2011



BARRIEREN

Als Hautarzt
auf dem
Lande

GOÄ-REFORM

Budgetfreie
Zone soll
bleiben

SCREENING

Chancen
für die
Wende

PSORIASIS

Vitamin D
und seine
Wirkungen



Darf ein Hautarzt Freunde haben?

Juristische Stolperfallen bei Facebook

TOBIAS H. STRÖMER

„Ärzte bei Facebook“ assoziierte der eine oder andere bislang ausschließlich mit der als selbstverständlich empfundenen Präsenz einer deutschen Punkband im größten sozialen Netzwerk. Aber die Zeiten haben sich geändert. Soziale Netzwerke haben sich inzwischen wegen ihrer großen Akzeptanz in allen Kreisen der Bevölkerung zu einem beliebten Marketinginstrument auch für leibhaftige Ärzte entwickelt.

Jeder zweite niedergelassene Arzt soll nach Recherchen des Ärztenachrichtendienstes (ÄND) heute bereits Facebook, Twitter oder Google+ nutzen und dabei „Freunde“ und „Fans“ um sich scharen. Was vor einigen Monaten noch als Spielerei abgetan wurde, ist heute ein ernstzunehmendes Instrument zur Patientenbindung.

Neben dem eigenen Profil, das der Arzt womöglich längst zu privaten Zwecken eingerichtet hat, um mit Freunden und Kollegen in Kontakt zu bleiben, spielen zunehmend auch sogenannte Fanseiten eine wichtige Rolle. Das sind Angebote, auf denen

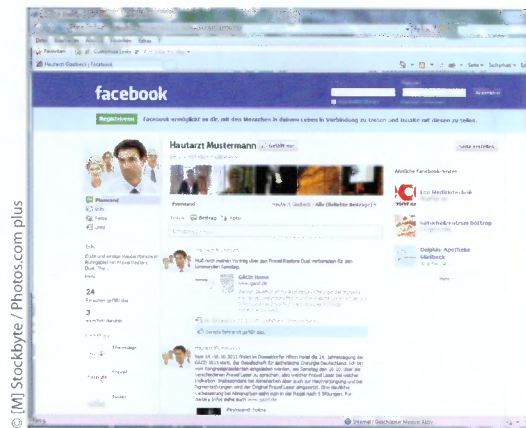
der Arzt seine Praxis vorstellen und Patienten über neue Entwicklungen im Praxisalltag und in seinem medizinischen Fachgebiet informieren oder einfach über tagesaktuelle Fragen diskutieren kann.

Nach den Facebook-Richtlinien darf ein Profil aber nicht für geschäftliche Zwecke genutzt werden. Der kontaktfreudige Dermatologe, der seine Praxis im Rahmen eines privaten Profils allzu werbend darstellt, riskiert daher, von Facebook eines Tages gesperrt zu werden. Problemlos möglich ist es natürlich, neben der Praxisseite auch das private Profil beizubehalten. Das macht auch Sinn, weil die Unternehmensseite eine Reihe von Einschränkungen aufweist. Eine Kontaktaufnahme mit einem eigenen Fan etwa ist nicht möglich.

Claim frühzeitig abstecken

Und auch wer vielleicht erst später seine Praxis bei Facebook richtig groß rausbringen möchte, tut gut daran, bereits jetzt seinen Claim abzustecken.

Bei Facebook müssen sich Ärzte an gewisse Spielregeln halten.



© [M] Stockbyte / Photos.com plus

Da zurzeit täglich mutmaßlich Tausende von Unternehmern weltweit neue Seiten anlegen, sollte unbedingt daran gearbeitet werden, den eigenen Namen rasch zu sichern. Wer zu lange wartet, wird eines Tages womöglich vom Leben bestraft feststellen müssen, dass die schöne Adresse „facebook.com/dr.xy“ schon vom Namensvetter belegt ist.

Eine Kurzadresse mit dem eigenen Namen kann allerdings nur für sich reklamieren, wer schon mindestens 25 Fans von sich überzeugen konnte. Familienmitglieder, Mitarbeiter und Kollegen können da wertvolle Unterstützung leisten. Sollte der eigene Name schon von einem Nutzer belegt sein, der eigentlich ganz anders heißt, bestehen übrigens Unterlassungs- und Freigabeansprüche. Hier gelten die gleichen Regeln wie bei Domains. Und der eine oder andere anwaltliche Interessensvertreter steht schon im Startloch.

Besorgte Datenschützer warnen Ärzte neuerdings vor dem von Facebook angebotenen automatisierten Abgleich zwischen dem Facebook-Adressbuch und der Kontaktdatenbank auf dem heimischen Rechner. Vorsicht sei besonders dann geboten, wenn dort auch Patientendaten gespeichert sind. Solche Warnungen haben durchaus ihre Berechtigung, weil die Daten beim Abgleich auf den Servern von Facebook

in den USA gespeichert werden. Eine solche Weitergabe personenbezogener Daten ist datenschutzrechtlich immer unzulässig. Das ist allerdings kein Problem, das speziell Ärzte trifft.

So richtig bedenklich – und dann strafrechtlich auch wegen einer Verletzung des Arztgeheimnisses relevant – wird die Sache daher wohl erst dann, wenn der Arzt dabei auch noch offenbart, dass es sich um eigene Patienten handelt. Wenn der Patient sich dagegen selbst als Fan „outed“, darf der Arzt das gerne als Kompliment annehmen, ohne sich auf juristische Konsequenzen einrichten zu müssen.

Natürlich ist auch die Präsentation der eigenen Praxisdarstellung bei Facebook ein „Telemedium“ im Sinne des Telemediengesetzes. Ein Dermatologe, der bei Facebook Präsenz zeigt, tut daher gut daran, eine Anbieterkennzeichnung zum Abruf bereit zu halten. Ein solches Impressum kann ohne großen Aufwand auf der „Infoseite“ der Fanseite oder – besser noch – über eine von verschiedenen Anbietern im Internet kostenfrei zur Verfügung gestellte Anwendung eingebunden werden. Der Inhalt der Anbieterkennzeichnung sollte, wie das Impressum auf der Website der Praxis, die gesetzlichen Pflichtangaben enthalten, also insbesondere auch die zuständige Ärztekammer als Aufsichtsbehörde nennen und auf die Berufsordnung verlinken.

Vorsicht beim „Teilen“ von Inhalten

Besonders beliebt ist es, bei Facebook fremde Inhalte, die irgendwo im Internet gefunden wurden, zu „teilen“, also an die eigene Fangemeinde weiterzugeben. Munter gepostet werden in diesem Zusammenhang an allen Ecken und Enden Texte, Fotos und Videos. Im Prinzip stellt das natürlich eine Urheberrechtsverletzung dar. Nur der Inhaber der Nutzungsrechte darf darüber entscheiden, wo seine Werke veröffentlicht werden. Darum gilt bei Facebook auch für Dermatologen: Finger weg von Inhalten, die nicht selbst verfasst wurden! Eine Ausnahme dürfte für Inhalte gelten, bei denen der Verfasser selbst einen Button angebracht hat, der ein „Teilen“ in soziale Netze erleichtert. Hier sollte nämlich sogar die ausdrückliche Zustimmung des Rechteinhabers vorliegen, die Inhalte zu vervielfältigen und weiterzugeben. Allerdings nur, wenn

dazu der beim Inhalt angebrachte Button verwendet wird.

Ferndiagnosen verboten

Hautärzte dürfen ihre Fans bei Facebook grundsätzlich auch in allgemeiner Form beraten. Die Frage „Was ist Akne und was tut man dagegen“ dürfen sie also bedenkenlos beantworten. Klar verboten ist nach der Berufsordnung aber eine Ferndiagnose oder gar -beratung im konkreten Einzelfall. Jedenfalls dann, wenn sie ausschließlich im Internet stattfinden soll. Übrigens auch deshalb, weil die Berufsordnung eine kostenlose Behandlung oder Beratung regelmäßig verbietet. Wer individuelle Fragen bei Facebook beantworten möchte, sollte daher nicht vergessen, den Fragesteller zur abschließenden Klärung in eine Hautarztpraxis seiner Wahl zu schicken.

Nicht ganz außer Acht lassen sollte der Hautarzt, der bei Facebook Flagge zeigt, schließlich, dass er auf die Gestaltung seines Auftritts nicht vollständig Einfluss nehmen kann. Bei Facebook werden nämlich regelmäßig Anzeigen und andere Informationen Dritter eingeblendet. Schließlich muss sich auch Facebook irgendwie finanzieren, solange die über die eigenen Nutzer gesammelten Daten nicht legal verkauft werden dürfen. Rechtlich dürften solche Werbeeinblendungen aber unbedenklich sein, weil sie nicht mit dem Facebook-Auftritt des Arztes assoziiert werden. Was genau eingeblendet wird, richtet sich vielmehr nach den Vorlieben des Besuchers. Oder danach, was Facebook an Vorlieben gefunden zu haben glaubt.

Fazit: Auch Dermatologen dürfen sich bei Facebook bedenkenlos ultimativ lobhudeln lassen. Sie sollten aber die Spielregeln kennen und beachten. Wobei Ungemach offenbar nicht einmal unbedingt von bösen Mitbewerbern oder Datenschützern droht. Viel gefährlicher soll sein, dass verliebte Patienten Facebook nutzen, um ihrem Halbgott in Weiß nachzustellen, berichtet jedenfalls die britische Medical Defence Union (MDU), die Mediziner jetzt davor gewarnt hat, mit Patienten online zu flirten.

Tobias H. Strömer ist als Rechtsanwalt und Spezialist für rechtliche Fragen im Zusammenhang mit Online-Kommunikation und Internet mit Sitz Düsseldorf tätig.