



Umgang mit Sozialen Medien und elektronischer Kommunikation - Empfehlungen der Deutschen Gesellschaft für Plastische, Rekonstruktive und Ästhetische Chirurgie - DGPRÄC

Dr. Christoph Czermak - Juli 2018

Die elektronische Kommunikation gewinnt mit dem Fortschritt der Technologie und der Entwicklung Sozialer Medien zum Massenmedium auch im Gebiet der Plastischen Chirurgie zunehmend an Bedeutung. Nicht nur Patienten nutzen diese Möglichkeit, um sich auf elektronischem Wege einen ärztlichen Rat einzuholen. Auch und Ärzte sowie Medizinalpersonal nutzen den rasanten Austausch von Daten, um sich fachlich untereinander oder mit Patienten auszutauschen. Die beispielsweise unbedachte Übermittlung von vertraulichen Patientendaten oder berufswidrige bzw. sonstige rechtswidrige Werbung kann zivilrechtliche und strafrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen. Vor dem Hintergrund der Vorfälle im Ausland mit disziplinarischen und juristischen Konsequenzen, sollen die folgenden Richtlinien eine Orientierung wie auch Hilfestellung bieten, um Sie auf Risiken und Gefahren aufmerksam zu machen und Sie im korrekten Umgang mit digitaler Kommunikation und Sozialen Medien im Kontext Ihres Berufes zu unterstützen.

A. Netiquette im Netz

Bereits viele Ärzte nutzen Soziale Netzwerke, um sich mit Kollegen auszutauschen. Dabei sollten Sie sich zu jeder Zeit bewusst sein, dass eine unbekannte Anzahl von Personen gegebenenfalls Zugang zu Ihren Beiträgen hat. Eine entsprechende Ausdrucksweise sollte dabei – wie auch in anderen öffentlichen Räumen – selbstverständlich sein.

- I. Beachten Sie, dass die Regeln der Berufsordnung für in Deutschland tätige Ärzte, §29 (Kollegiale Zusammenarbeit), hinsichtlich kollegialem Verhalten und unzulässiger Kritik ebenso wie sonstiges Recht ebenfalls in Sozialen Medien gelten.
- II. Achten Sie auf respektvolle und sachliche Kommunikation untereinander sowie auf objektive und sachliche Beiträge über Kolleginnen und Kollegen.
- III. Machen Sie nach Möglichkeit ärztliche Kolleginnen und Kollegen, Medizinstudierende und andere Gesundheitsfachpersonen persönlich auf das problematische Verhalten anderer aufmerksam.
- IV. Treffen Sie überlegt eine Entscheidung, welchen Kollegen oder Personen aus Ihrem Arbeitsumfeld Sie Zugang zu Ihrem privaten Bereich innerhalb der Sozialen Medien gewähren.



- V. Seien Sie sich im Klaren, dass diffamierende Äußerungen auch strafrechtliche und zivilrechtliche Folgen haben (beispielsweise §§ 185 ff. StGB; 823 I BGB)¹. Falls Sie ein derartiges Verhalten bemerken, sollten Sie den Kollegen oder die Kollegin hierauf aufmerksam machen.

B. Soziale Medien als Informationsträger

Besonderes Augenmerk im Umgang mit Sozialen Medien sollten Sie stets darauf legen, dass in sehr kurzer Zeit eine große Mengen an Daten für eine beliebige und unkontrollierbare Anzahl an Personen sichtbar sein kann. Diese Daten lassen sich kopieren, verbreiten und weiterverarbeiten. Das hat zur Folge, dass einmal veröffentlichte Daten und Informationen kaum noch löscher sind.

- I. Machen Sie sich hierbei bewusst, dass es sich bei Sozialen Medien um keinen rechtsfreien Raum handelt. Im Gegenteil: Das Recht gilt auch hier.
- II. Beachten Sie, dass die unzulässige Verbreitung von Informationen und Bildern zurückverfolgt und Beteiligte identifiziert werden können. Dabei drohen Ihnen analoge rechtliche Konsequenzen wie bei unzulässigen Äußerungen in Printmedien.
- III. Führen Sie sich vor Augen, dass auch Patienten, Kollegen, Partner, aktuelle und zukünftige Arbeitgeber, Headhunter aber auch kriminelle Personen Zugang zu Sozialen Netzwerken haben. Eine unvorsichtige Preisgabe von Informationen oder inadäquate Beiträge könnten nachhaltig Ihrer Karriere schaden. Veröffentlichen Sie also nur Inhalte, mit welchen Sie auch in einem Bewerbungsgespräch langfristig konfrontiert werden möchten.²
- IV. Als Schutzmaßnahme können Sie regelmäßig im Internet Beiträge zur eigenen Person suchen und überprüfen.
- V. Akzeptieren Sie keine AGB ohne vorherige Durchsicht. Überprüfen Sie, wie weitreichend der Betreiber die Daten nutzen kann, falls Sie den AGB zustimmen. Andernfalls laufen Sie Gefahr, dass Daten Dritten in einem ganz anderen Zusammenhang zugänglich gemacht werden. Hierbei haftet der Betreiber nicht als Täter für urheberrechtsverletzende oder andere absolute Rechte verletzende Inhalte, da dieser sich die Inhalte nicht zu Eigen macht.³ Ihn trifft nur bei einem hinreichend konkreten Hinweis eine Prüfpflicht.
- VI. Überprüfen Sie, welcher Personenkreis Ihre Einträge sehen kann. Die Nutzungsbedingungen und Einstellungen unterliegen ständigen Veränderungen. Prüfen Sie daher regelmäßig den aktuellen Status der Nutzungsbedingungen und die Einstellung Ihrer Privatsphäre.

C. Arzt-Patienten-Beziehung

Auch in der Kommunikation über Soziale Medien ist die Professionalität der Arzt-Patienten-Beziehung stets sicherzustellen.

¹ Landgericht München I, Urteil vom 20.08.2008, Az.: 9 O 22406/97.

² Vgl. Bayerisches VG, Urteil vom 29.02.2012, Az.: 12 C 12.264.

³ Vgl. BGH, Urteil vom 16.05.2013, Az.: I ZR 216/11.



- I. Trennen Sie hierfür Ihren privaten und rein beruflichen Account der Arzt-Praxis oder der Klinik und kommunizieren Sie mit Ihren Patienten ausschließlich über Ihren beruflichen Account.
- II. Indem Sie allein über Ihren professionellen Account mit Ihren Patienten kommunizieren, vermeiden Sie die Überschreitung von Grenzen, welche Ihr Arzt-Patienten-Verhältnis schnell nachteilig beeinträchtigen könnte.
- III. Weisen Sie Anfragen von Patienten auf Ihren privaten Account, soweit möglich, zurück und verweisen Sie stattdessen auf Ihren professionellen Account.
- IV. Beachten Sie, dass eine Identitätsfeststellung in Sozialen Medien kaum möglich ist.
- V. Erläutern Sie den Patienten die Risiken der Nutzung von Sozialen Medien.
- VI. Beachten Sie bei der Einrichtung einer rein professionell beruflich genutzten Seite auf die Besonderheiten, die die ärztliche Profession mit sich bringt. Ziehen Sie im Zweifel professionelle Dienstleister hinzu.

D. Schweigepflicht

Auch innerhalb der Sozialen Medien haben Ärzte über das, was ihnen in ihrer Eigenschaft als Arzt anvertraut wird, zu schweigen. Wird diese Schweigepflicht gebrochen, hat das strafrechtliche (§ 203 StGB), berufsrechtliche wie auch zivilrechtliche Konsequenzen.

- I. Seien Sie mit patientenbezogenen Informationen und Bildern zurückhaltend. Verwenden Sie derartige Inhalte nur mit Einverständnis der Patientin oder des Patienten und hinterfragen Sie die Zielsetzung des Vorhabens.
- II. Verwenden Sie für Fotos oder Videos keine privat genutzten Geräte.
- III. Versuchen Sie die allgemeinen und technischen Vorkehrungen zur Sicherstellung von Datenschutz und Datensicherheit – beispielsweise durch Zugriffskontrollen für Geräte und Konten, sichere Passwörter mit periodischem Wechsel und sicherer Aufbewahrung – zu gewährleisten. Schützen und sichern Sie insbesondere mobile Geräte. Installieren Sie auf diesen keine Anwendungen, die auf die lokalen Daten zugreifen (Facebook etc.).
- IV. Falls eine Fallschilderung oder die Mitteilung anderer patientenbezogener Informationen sinnvoll erscheint – beispielsweise aus wissenschaftlichen Gründen – sollten Sie sicherstellen, dass eine Identifizierung des Betroffenen nicht möglich ist. Hierbei sollten Detailinformationen nicht nur weggelassen oder verändert, sondern auch regelmäßig verfremdet werden.
- V. Verwenden Sie, wenn möglich, Informationen aus maximal drei medizinischen Bereichen – beispielsweise Geschlecht, Krankheit, Behandlung.
- VI. Achten Sie auf die Informationen, die mit dem Bild zusammen abgespeichert werden.
- VII. Führen Sie den patientenbezogenen fachlichen Austausch mit Kolleginnen und Kollegen nur in geschlossenen Gruppen auf professionellen, geschützten Plattformen.
- VIII. Tauschen Sie vertrauliche medizinische Informationen nur über sichere Verbindungen oder verschlüsselte Dokumente aus. Stellen Sie dabei sicher, dass es sich bei dem Empfänger um eine sichere Identität handelt.



E. Berufswidrige und/oder wettbewerbswidrige Werbung

Um den Patientenschutz zu gewährleisten und eine Kommerzialisierung des Ärzteberufs zu vermeiden ist eine anpreisende, irreführende oder vergleichende Werbung untersagt.⁴ Hinsichtlich der freien Meinungsäußerung über Produkte ist es entscheidend, ob es sich dabei um objektive Tatsachenbehauptungen oder subjektive Werturteile handelt.

Das Recht auf freie Meinungsäußerung umfasst das Recht, „seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten“.⁵ Eine Meinungsäußerung gibt eine Stellungnahme der Person wieder, bei der es nicht auf Richtigkeit und Vernünftigkeit ankommt.⁶ Abzugrenzen davon ist die Tatsachenbehauptung, welche dem Beweis zugänglich ist und nicht unter den Schutzbereich der Meinungsfreiheit fällt.⁷

Denken Sie zusätzlich unbedingt daran, dass auch das Wettbewerbsrecht – insbesondere das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) und das Heilmittelwerbegesetz (HWG) – in der “digitalen Welt”, also nicht nur im Internet, sondern auch in den Sozialen Medien und bei elektronischer Kommunikation gilt. Werbung muss folglich hier ebenfalls die Grenzen des Rechts einhalten.

F. Fernbehandlung

Gemäß § 7 Abs. 4 der Berufsordnung beraten und behandeln Ärzte Patienten im persönlichen Kontakt. Sie können dabei Kommunikationsmedien unterstützend einsetzen. Eine ausschließliche Beratung oder Behandlung über Kommunikationsmedien ist im Einzelfall erlaubt, wenn dies ärztlich vertretbar ist und die erforderliche ärztliche Sorgfalt, insbesondere durch die Art und Weise der Befunderhebung, Beratung, Behandlung sowie Dokumentation, gewahrt wird und die Patientin oder der Patient auch über die Besonderheiten der ausschließlichen Beratung und Behandlung über Kommunikationsmedien aufgeklärt wird. Ein paar Einschränkungen gibt es aber doch: Die Krankenschreibung per Telefon oder Videokonferenz bei unbekanntem Patienten ist nicht möglich, ebenso Verordnungen ausschließlich im Rahmen von Fernbehandlung.

⁴ Vgl. OLG Koblenz, Urteil vom 20.01.2016, Az.:9 U 1181/15.

⁵ Epping, Grundrechte, Rn.209.

⁶ BVerfGE 65, 1 (41) (Volkszählung).

⁷ Schulze-Fielitz, in: Dreier, Art. 5 I, II Rn. 64 f.



Quellen

American Society of Plastic Surgeons	Electronic Communication in Plastic Surgery: Guiding Principles from the American Society of Plastic Surgeons Health Policy Committee, veröffentlicht im Februar 2018 im PRS Journal
ASPS Ethics Committee	Code of ethics of the american society of plastiv surgeons, 25. September 2017, Chicago
Dreier, Horst	Grundgesetz- Kommentar Band I, 2. Auflage 2007, Heidelberg. Zitiert als Dreier, GG Komm.
Epping, Volker	Grundrechte, 4. Auflage 2009, Berlin. Zitiert als: Epping, Grundrechte
FMH (Berufsverband der Schweizer Ärzte)	Umgang mit Sozialen Medien – Empfehlungen für Ärztinnen und Ärzte, April 2016
Handreichung der Bundesärztekammer	Ärzte in sozialen Medien - Worauf Ärzte und Medizinstudenten bei der Nutzung sozialer Medien achten sollten, 22. Februar 2014, Berlin
Bundesärztekammer	(Muster-)Berufsordnung für die in Deutschland tätigen Ärztinnen und Ärzte – MBO-Ä 1997 –*) in der Fassung der Beschlüsse des 121. Deutschen Ärztetages 2018 in Erfurt



Deutsche Gesellschaft für
Plastische, Rekonstruktive und
Ästhetische Chirurgie
