

Checkliste für die gute medizinische Website

Hannover, im Oktober 2019

Vorbemerkung	3
Was erwarten die Besucher von Websites?	3
Konzept	3
1. Zielsetzung definieren	3
2. Zielgruppe bestimmen	3
3. Philosophie und Design entwickeln	4
4. Ressourcen ermitteln und Datenfluss organisieren	4
5. Korrekte Domainbezeichnung wählen	4
Technik	4
Aktualisierung	4
Bildschirmauflösung	4
Browser(kompatibilität)	4
E-Mail	5
HTML.....	5
Metadaten.....	5
Mobile Endgeräte	5
Navigation/Performance	5
Webserver	5
Inhalte	6
Absichtserklärung	6
Datenschutz.....	6
Medizinische Informationen	7
Praxisorganisation	7
Startseite	7
Rechtslage	7
Berufsordnung (BO)	7
Heilmittelwerbe-gesetz (HWG)	7
Telemediengesetz (TMG) und Rundfunkstaatsvertrag (RStV)	8
Goldene Regeln für die gelungene Praxishomepage	10
Aktualität	10
Medizinische Informationen.....	10
Navigation und Design	10
Praxisorganisation	10
Recht.....	10
Transparenz	10
Vertraulichkeit.....	10
Ansprechpartner bei der Ärztekammer Niedersachsen	11

Vorbemerkung

Die "Checkliste für die gute medizinische Website" ist ein Ergebnis des Wettbewerbs "Beste medizinische Website", den die Ärztekammer Niedersachsen und die Kassenärztliche Vereinigung in den Jahren 2001 bis 2011 durchgeführt haben. Die Checkliste soll Ärztinnen und Ärzten helfen, ihre Internetpräsenz sowohl in inhaltlicher, als auch in rechtlicher und technischer Hinsicht optimal zu gestalten.

Was erwarten die Besucher von Websites?

- Aktualität und Information (Nützlich, relevant, tagesaktuell)
- Einfache Bedienung (Keine Inhalte, die mehr als Standardsoftware benötigen)
- Funktionales Design (Mediengerecht und unterstützend)
- Geringe Antwort- und Ladezeiten
- Klare Benutzerführung (Wo befinde ich mich? Wie komme ich zurück?)
- Kurze Wege (Mit 2 Klicks zu den relevanten Informationen!)
- Transparenz (Wer, was und wo auf einen Blick!)

Konzept

Die Betreuung einer Webseite erfordert mehr als die hochmotivierte Arbeit Einzelner und ist nicht mit einem einmaligen Kraftakt zu bewältigen. Es bedarf eines **Konzepts**, das aus folgenden Punkten bestehen sollte:

1. Zielsetzung definieren

Die Zielsetzung der Internet-Präsenz sollte definiert und durch Inhalt und Aufmachung verdeutlicht werden. Das Projekt sollte in sich geschlossen sein, d.h. dem Anwender als geschlossenes Ganzes erscheinen.

Sinnvolle Fragestellungen:

- Was ist das Kommunikationsziel, das mit der Website erreicht werden soll? (Beispiel: "Die Praxis XY stellt sich und ihre Leistungen vor")
- Wie ist dieses Ziel sicher zu erreichen?
- Welche Vorgaben gibt es (z.B. Tauglichkeit für die Nutzung von Smartphones und Tablets)?

2. Zielgruppe bestimmen

Die Seite ist weltweit verfügbar und Teil einer weltweiten Plattform. Je konkreter die Zielgruppenbestimmung ist, desto größer wird die Akzeptanz der Seite - nicht nur bei der/den ausgemachte(n) Zielgruppe(n) - sein.

Mögliche Zielgruppen:

- Stammpatienten
- Potentielle Patienten im Umkreis
- Presse
- Allgemeine Öffentlichkeit

3. Philosophie und Design entwickeln

Es ist wesentlich, dass die Website der gesamten Philosophie der Organisation entspricht, diese zum Ausdruck bringt und dem Besucher ein Gefühl des Wohlbefindens vermittelt.

Wesentliche Mittel, dies umzusetzen:

- Logo
- Wiederkehrende graphische Symbole (Icons)
- Festgelegte Textformate und Vorlagen (css)
- Motto
- Selbstverpflichtung (Redaktionelle Grundsätze)

4. Ressourcen ermitteln und Datenfluss organisieren

Eine Internet-Präsenz ist Aushängeschild und Spiegel der Praxis. Ihre Betreuung und laufende Pflege sollte in den Arbeitsablauf integriert werden wie die tägliche Reinigung oder der Postversand. Eine optimale Präsenz erfordert daher meist auch eine organisatorische Umgestaltung der Praxisabläufe. Der Informationsfluss muss neu definiert und - wie der Umgang mit den Publikumsreaktionen - organisiert werden.

5. Korrekte Domainbezeichnung wählen

Im Umgang mit Domains galt zunächst das so genannte "Tauchschulen-Urteil" (OLG Hamm, 18. März 2003, Az4 U 14/03) als maßgeblich. Danach wurde die bloße Verknüpfung eines Gattungsbegriffs mit einem Ortsnamen als Alleinstellungsmerkmal angesehen und als unzulässig betrachtet. Diese Auffassung wurde zwischenzeitlich von mehreren Gerichten relativiert (BGH, Urteil vom 1. September 2010, StbSt r 2/10; OLG Celle, 17. November 2011, 13 U 168/11; OLG München, 28. April 2010, 31 Wx 117/09; OLG Hamm, 19. Juni 2008, 4 U 63/08). Zwar stufen die Gerichte die Führung einer Domain als Wettbewerbshandlung ein, die darauf abzielt, Kunden zu gewinnen. Allerdings wird mit der Domainbezeichnung keine Spitzenstellung suggeriert, weil bekanntermaßen eine Domain nur einmal vergeben wird. "Der Vorteil", so heißt es in der Urteilsbegründung des OLG Hamm, "den derjenige erlangt, der ein knappes Gut für sich sichern will, ist nicht per se wettbewerbswidrig." Einschränkend halten die Richter jedoch fest, dass eine eventuell unzulässige Spitzen- oder Alleinstellungswerbung vorliegt, wenn der Bezeichnung der bestimmte Artikel vorangestellt wird, wie im Falle von www.der-allgemeinarzt-hannover.de.

Technik

Aktualisierung

Auf allen Seiten wird das Datum der Erstellung bzw. letzten Aktualisierung angegeben.

Letzte Aktualisierung: TT.MM.JJJJ

Bildschirmauflösung

Die Seite ist für eine Darstellung mit unterschiedlichen Bildschirmauflösungen optimiert.

Browser(kompatibilität)

Es wird der Tatsache Rechnung getragen, dass Besucher mit ganz verschiedenen Browsern die Website besuchen. Die Seite ist für die gängigen Modelle optimiert.

E-Mail

1. Um einen Medienbruch zu vermeiden, wird auf den Seiten eine E-Mail-Adresse angegeben, die als mailto-Hyperlink aufbereitet ist.
2. Es wird erklärt, in welchem Turnus die eigene Mailbox abgefragt und mögliche Anfragen beantwortet werden.
3. Es wird darauf verwiesen, dass keine Beratung fremder Personen per E-Mail erfolgt und auf den Arztbesuch verwiesen.
4. Wenn beidseitig die technischen Möglichkeiten gegeben sind, wird die Arzt-Patienten-Kommunikation digital verschlüsselt.
 - E-Mail-Verschlüsselung: de.wikipedia.org/wiki/E-Mail-Verschlüsselung
5. Es wird ein Hinweis darauf gegeben, dass E-Mails unverschlüsselt gesendet werden und ggfs. Dritte Einsicht haben können.

HTML

Die HTML-Programmierung der Seite ist überprüft und einwandfrei.

Metadaten

1. Der Quelltext der Seite wurde auf Fehler überprüft.
2. Der Dokumententitel (= <title> . </title>) ist vollständig und enthält zwischen 5 und 15 Worten.
3. Die Seite enthält sogenannte Metatags (damit Roboter von Suchmaschinen die Seite indizieren). Die Metadaten wurden zwischen den Sektionen <head>...</head> im Quelltext der Seite eingepflegt.

Mobile Endgeräte

Die Seite ist für die Nutzung auf Smartphones und Tablets optimiert.

Navigation/Performance

1. Die Seite ist übersichtlich strukturiert und die Navigation funktioniert fehlerfrei.
2. Die gewählte Schrift, der Hintergrund und die verwendeten Buttons sind farblich aufeinander abgestimmt.
3. Anklickbare Elemente, wie z.B. Links sind klar erkennbar und funktionieren.
 - Linkalarm (Link-Überprüfung): <https://validator.w3.org/checklink>
4. Filmähnliche Vor- und Abspanne sind abschalt- bzw. überspringbar.
5. Alle gängigen Betriebssysteme werden unterstützt.
6. Plugins werden nur dort eingesetzt, wo sie nicht vermeidbar sind.
7. Ist für das Betrachten bestimmter Inhalte zusätzliche Software erforderlich, wird die erforderliche Vorgehensweise beschrieben. Eine Alternative wird angeboten.
8. Für angebotene Downloads werden Dateigrößen angegeben.
9. Große Bilddateien sind vor dem Herunterladen als "Thumbnails" einsehbar.
10. Die Seite ist für Mobilgeräte (Smartphones/ Tablets etc.) optimiert?

Webserver

Die Internetpräsenz sollte unter HTTPS (englisch = HyperText Transfer Protocol Secure) angeboten werden.

Inhalte

Absichtserklärung

In einer Absichtserklärung wird das Selbstverständnis des Betreibers der Seiten formuliert.

Muster

Was die Besucher unserer Seiten von uns erwarten können!

Unsere Internetseiten enthalten nur seriöse und von ausgewiesenen Fachleuten geprüfte Informationen. Unser Angebot wird ständig aktualisiert und ist frei vom Einfluss irgendwelcher Sponsoren.

Die Navigation in unserem Angebot ist so gestaltet, dass die gewünschten Informationen schnell und mühelos aufgefunden werden können.

Alle Anfragen, die uns erreichen, werden vertraulich behandelt und nach Möglichkeit werktags innerhalb von ... Stunden von den jeweils zuständigen Fachleuten beantwortet.

Datenschutz

In einer Datenschutzerklärung gibt der Betreiber an, wie mit gespeicherten personenbezogenen Daten umgegangen wird und ob (und in welcher Form) Daten an Dritte weitergegeben werden.

Seit dem 25. Mai 2018 gilt die EU-Datenschutzgrundverordnung!

Weiterführende Informationen dazu finden Sie unter den folgenden Links:

- [Hinweise und Empfehlungen zur ärztlichen Schweigepflicht, Datenschutz und Datenverarbeitung in der Arztpraxis](#) (Bundesärztekammer, pdf-Datei, 623 KB)
- [Datenschutz-Check 2018: Was müssen Arztpraxen angesichts der neuen Vorschriften zum Datenschutz tun?](#) (Bundesärztekammer, pdf-Datei, 2,98 MB)
- [Was Praxen und MVZ ab 25. Mai 2018 benötigen – Informationen der KBV](#)

Medizinische Informationen

- Medizinische Informationen werden aktuell, allgemeinverständlich, sachlich richtig und umfassend vermittelt. Fremdwörter werden erklärt, Abkürzungen aufgelöst.
- Externe Quellen werden kenntlich gemacht und an entsprechender Stelle (z.B. Fußnote) nach den gängigen Regeln angegeben.

Praxisorganisation

Die Praxisorganisation wird eindeutig und nachvollziehbar beschrieben (Hinweise auf Sprechstunden, Telefonnummern, Erreichbarkeit außerhalb der Sprechstunden, Praxislage und Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln mit entsprechendem Straßenplan, Angabe über Parkplätze, besondere Einrichtungen für Behinderte/Barrierefreiheit).

Startseite

Die Startseite enthält die wesentlichen Informationen über den Anbieter: Logo, Praxisbezeichnung, Name, ggf. akademischen Grad, Facharztbezeichnung, Adresse, Telefon-, Telefax- und E-Mail-Verbindung.

Rechtslage

Berufsordnung (BO)

Die Berufsordnung der Ärztekammer Niedersachsen enthält in § 28a Patienteninformatio n Festlegungen, die dem TMG entsprechen. Zugleich regelt die Berufsordnung (vgl. § 27 Erlaubte Information und berufswidrige Werbung), dass der „Arzt (...)

1. nach der Weiterbildungsordnung erworbene Bezeichnungen
2. nach sonstigen öffentlich-rechtlichen Vorschriften erworbene Qualifikationen
3. andere Qualifikationen
4. als solche bezeichnete Tätigkeitsschwerpunkte
und
5. organisatorische Hinweise“

als „sachliche berufsbezogene Informationen“ öffentlich ankündigen kann, mit der Einschränkung, dass nach der Weiterbildungsordnung erworbene Bezeichnungen nur in der dort beschriebenen, zulässigen Form geführt und keine mit Weiterbildungsbezeichnungen verwechslungsfähigen Tätigkeitsschwerpunkte angegeben werden dürfen.

Heilmittelwerbegesetz (HWG)

Das HWG gilt für Ärzte nicht unmittelbar, wird aber in der Berufsordnung der Ärztekammer Niedersachsen für entsprechend anwendbar erklärt. "Außerhalb der Fachkreise" so heißt es in § 11 Abs. 1 HWG, darf für Arzneimittel, Verfahren, Behandlungen, Gegenstände oder andere Mittel nicht geworben werden

- „2. mit Angaben oder Darstellungen, die sich auf eine Empfehlung von Wissenschaftlern, von im Gesundheitswesen tätigen Personen, von im Bereich der Tiergesundheit tätigen Personen oder anderen Personen, die auf Grund ihrer Bekanntheit zum Arzneimittelverbrauch anregen können, beziehen,
3. mit der Wiedergabe von Krankengeschichten sowie mit Hinweisen darauf, wenn diese in missbräuchlicher, abstoßender oder irreführender Weise erfolgt oder

durch eine ausführliche Beschreibung oder Darstellung zu einer falschen Selbstdiagnose verleiten kann,

[...]

5. mit einer bildlichen Darstellung, die in missbräuchlicher, abstoßender oder irreführender Weise Veränderungen des menschlichen Körpers auf Grund von Krankheiten oder Schädigungen oder die Wirkung eines Arzneimittels im menschlichen Körper oder in Körperteilen verwendet,

[...]

7. mit Werbeaussagen, die nahelegen, dass die Gesundheit durch die Nichtverwendung des Arzneimittels beeinträchtigt oder durch die Verwendung verbessert werden könnte,

8. durch Werbevorträge, mit denen ein Feilbieten oder eine Entgegennahme von Anschriften verbunden ist,

9. mit Veröffentlichungen, deren Werbezweck mißverständlich oder nicht deutlich erkennbar ist,

[...]

11. mit Äußerungen Dritter, insbesondere mit Dank-, Anerkennungs- oder Empfehlungsschreiben, oder mit Hinweisen auf solche Äußerungen, wenn diese in missbräuchlicher, abstoßender oder irreführender Weise erfolgen,

12. mit Werbemaßnahmen, die sich ausschließlich oder überwiegend an Kinder unter 14 Jahren richten,

13. mit Preisausschreiben, Verlosungen oder anderen Verfahren, deren Ergebnis vom Zufall abhängig ist, sofern diese Maßnahmen oder Verfahren einer unzumutbaren oder übermäßigen Verwendung von Arzneimitteln Vorschub leisten,

14. durch die Abgabe von Arzneimitteln, deren Muster oder Proben oder durch Gutscheine dafür,

15. durch die nicht verlangte Abgabe von Mustern oder Proben von anderen Mitteln oder Gegenständen oder durch Gutscheine dafür.“

Telemediengesetz (TMG) und Rundfunkstaatsvertrag (RStV)

Telemediengesetz (TMG) und Rundfunkstaatsvertrag (RStV) definieren die Aufgaben der Diensteanbieter im Internet. Demzufolge müssen Praxiswebsites "leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar" die unter § 5 Abs. 1 des Telemediengesetzes genannten Pflichtangaben enthalten, die sinnvoller Weise in einem, als Impressum benannten Menüpunkt zusammengeführt werden. Die Pflichtangaben umfassen:

1. Den Namen und die ladungsfähige Anschrift, unter der sie niedergelassen sind, bei juristischen Personen zusätzlich den Vertretungsberechtigten,
2. Angaben, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation mit ihnen ermöglichen, einschließlich der Adresse der elektronischen Post [= E-Mail-Adresse],
3. soweit der Dienst im Rahmen einer Tätigkeit angeboten oder erbracht wird, die der behördlichen Zulassung bedarf, Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde [= Kassenärztliche Vereinigung Niedersachsen],
4. das Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister, in das sie eingetragen sind, und die entsprechende Registernummer,
5. soweit der Dienst in Ausübung eines Berufs (...) angeboten oder erbracht wird, Angaben über
 - a) die Kammer, welcher die Diensteanbieter angehören [= Ärztekammer Niedersachsen],
 - b) die gesetzliche Berufsbezeichnung [= Arzt] und den Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen worden ist,
 - c) die Bezeichnung der berufsrechtlichen Regelungen (= Berufsordnung der Ärztekammer Niedersachsen) und dazu, wie diese zugänglich sind [= www.aekn.de],
6. in Fällen, in denen sie eine Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27a des Umsatzsteuergesetzes oder eine Wirtschafts-Identifikationsnummer nach § 139c der Abgabenordnung besitzen, die Angabe dieser Nummer.

· Online Impressum-Generator: www.juraforum.de/impressum-generator/

§ 55 Abs. 2 des Rundfunkstaatsvertrag (RStV) schreibt vor, dass "Anbieter von Telediensten mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten, in denen vollständig oder teilweise Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text oder Bild wiedergegeben werden" (...) "zusätzlich zu den Angaben nach den §§ 5 und 6 des Telemediengesetzes einen Verantwortlichen mit Angabe des Namens und der Anschrift zu benennen" haben.

Nach § 16 Abs. 2 des Telemediengesetzes handelt ordnungswidrig, wer vorsätzlich oder fahrlässig diese Informationen nicht, nicht richtig oder nicht vollständig verfügbar hält. Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße bis zu 50.000 € geahndet werden. Auch wettbewerbsrechtliche Abmahnungen dürften zulässig sein.

Im Kittel auf der Homepage?

Ja. Der § 11 Abs. 1. Satz 1 Nr. 4 HWG, der dies untersagte, ist gestrichen worden.

Vorher-Nachher-Fotos?

Ja. Sie sind laut § 11 Abs. 1 Nr. 5 HWG lediglich dann verboten, wenn sie in missbräuchlicher, abstoßender oder irreführender Weise erfolgen. Ausdrücklich verboten ist eine Werbung mit einem Vorher-Nachher-Vergleich für operative plastisch-chirurgische Eingriffe.

Hinweise auf bestimmte Apotheken?

Nein. Nach § 31 Abs. 2 der Berufsordnung der Ärztekammer Niedersachsen dürfen Ärzte Patienten nicht ohne hinreichenden Grund an bestimmte Apotheken, Geschäfte oder Anbieter von gesundheitlichen Leistungen verweisen.

Fotos von Patienten oder Personal?

Ja. Allerdings dürfen „Bildnisse [...] nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden.“ (§ 22 Kunsturhebergesetz KUG). Alle Verwertungsmöglichkeiten sollten klar vereinbart und in einer schriftlichen Einwilligungserklärung fixiert werden.

Fachgebiete in der Domainbezeichnung?

Ja. Mit einer Domainbezeichnung wird keine Spitzenstellung suggeriert, weil bekanntermaßen eine Domain nur einmal vergeben wird. Eine Spitzen- oder Alleinstellungswerbung liegt nur vor, wenn der Bezeichnung der bestimmte Artikel (also der, die oder das) vorangestellt wird (vgl. OLG Hamm, Az: 4 U 63/08)

Verlinkung auf Berufsordnung?

Nein. Weder die direkte Wiedergabe der Berufsordnung auf der Website noch die Verlinkung auf die berufsrechtlichen Regelungen ist zwingend erforderlich (vgl. LG Nürnberg-Fürth, Az:3 HKO O 9663/90).

Goldene Regeln für die gelungene Praxishomepage

Aktualität

- Die Aktualität der Seite wird durch ein Logbuch oder durch das Datum der letzten Aktualisierung jeder einzelnen Seite dokumentiert.

Medizinische Informationen

- Es werden patientengerechte medizinische Hintergrundinformationen gegeben.
- Die Informationen sind sachlich richtig, Quellen werden genannt.
- Fremdwörter werden erklärt, Abkürzungen - bei der ersten Verwendung - aufgelöst.

Navigation und Design

- Der Seitenaufwurf ist ohne Zusatzsoftware möglich.
- Die Seite oder ein Teil der Seite ist für Smartphones und Tablets optimiert.
- Systemvoraussetzungen werden spezifiziert (Browsersauglichkeit).
- Menüoptionen enthalten nicht mehr als sieben Wahlmöglichkeiten.
- Ein horizontales Scrollen ist nicht erforderlich.
- Die Farbgestaltung des Hintergrundes ist diskret und beeinträchtigt die Lesbarkeit von Texten und die Nutzbarkeit von Bildinformationen nicht.
- Die Komposition von Text- und Bildelementen ist in der Raumaufteilung ausgewogen und überzeugt in der Anmutung.
- Alle Links sind deutlich hervorgehoben.
- Alle Steuerelemente sind an der gleichen Stelle.
- Das Erscheinungsbild der Steuerelemente ist überall auf der Seite identisch.
- Ein Link zur Startseite ist auf jeder Seite vorhanden.
- Alle Links funktionieren.

Praxisorganisation

- Sprechstundenzeiten, Telefon-, Telefaxnummer und E-Mail-Adresse werden genannt.
- Es wird ein Hinweis gegeben, innerhalb welcher Frist eingehende E-Mails bearbeitet werden.
- Es wird ein Hinweis auf lokale Notdienste gegeben.
- Der Standort der Praxis wird auf einer Karte dargestellt.
- Besondere Einrichtungen für Behinderte (Fahrstuhl, Rampen, Toilette) werden beschrieben.

Recht

- Die laut Telemediengesetz erforderlichen Mindestangaben über den Diensteanbieter sind im Impressum aufgeführt. Die Seite ist berufsrechtlich einwandfrei.

Transparenz

- Sponsoren und Unterstützer, die beim Aufbau bzw. dem laufenden Betrieb der Seite beteiligt waren oder sind, werden genannt.

Vertraulichkeit

- In einer Datenschutzerklärung wird der Umgang mit personenbezogenen Daten erläutert.
- Es wird darauf hingewiesen, dass die Übermittlung von E-Mails ungeschützt erfolgt.
- Es wird erklärt, dass eingehende E-Mailanfragen in der Praxis vertraulich behandelt werden.

Ansprechpartner bei der Ärztekammer Niedersachsen

Für Fragen in diesem Kontext ist die Online-Redaktion der Ärztekammer Niedersachsen zuständig. Im Bedarfsfall wird die Beantwortung mit dem juristischen Geschäftsbereich der Kammer koordiniert. Bei Fragen wenden Sie sich an:

Andreas Pagel, Tel.: 0511/380-2522

E-Mail: andreas.pagel@aeKn.de

Oliver Busse, Tel.: 0511/380-2113

E-Mail: oliver.busse@aeKn.de

Zu unserem Service-Angebot gehören:

- Auskünfte in Sachfragen
- Prüfung bereits existierender oder im Aufbau befindlicher Internetangebote
- Bereitstellung von Materialien zum behandelten Themenbereich