

den. Bei der pädiatrischen Analgesie werden NSARs und kurzwirkende Opiate zur perioperativen Schmerzkontrolle eingesetzt. Nurofen-Saft ist bereits ab dem dritten Lebensmonat zugelassen und wird gerne verwendet. Opiate sollten nur vom Kinderanästhesisten verabreicht werden und müssen überwacht werden, da das Risiko einer Atemdepression besteht.

Insgesamt erfordert die Dermatochirurgie bei Kindern besondere Sorgfalt und eine individuelle Anpassung der Behandlungsmethoden, um optimale ästhetische und funktionelle Ergebnisse zu erzielen.

Redaktionelle Erstellung: Dr.ⁱⁿ Christine Rous

Korrespondenz: editors@skinonline.at

be performed very well today without complications. In terms of pediatric analgesia, NSAIDs and short-acting opiates are used for perioperative pain control. Nurofen juice is approved from the age of three months and on and is often used. Opiates should only be administered by a pediatric anesthesiologist and must be monitored as there is a risk of respiratory depression.

Overall, dermatosurgery in children requires special care and the individual adaptation of the treatment methods to achieve optimal aesthetic and functional results.

Editorial work: Dr.ⁱⁿ Christine Rous

Correspondence: editors@skinonline.at

Literatur

1. Neuhaus K Landolt MA, Theiler M, Schiestl C, Masnari O. Skin-related quality of life in children and adolescents with congenital melanocytic naevi – an analysis of self- and parent reports. *J Eur Acad Dermatol Venereol.* 2020;34(5):1105–11.
2. Bellier-Waast F, Perrot P, Duteille F, Stalder JF, Barbarot S, Pannier M, et al. Surgical treatment for giant congenital nevi: what are the psychosocial consequences for the child and family? *Ann Chir Plast Esthet.* 2008;53(5):408–14.
3. Viana ACL, Goulart EMA, Gontijo B, Bittencourt FV. A prospective study of patients with large congenital melanocytic nevi and the risk of melanoma. *An Bras Dermatol.* 2017;92(2):200–5.

Manfred Fiebiger

Digitale Präsenz von Dermatologen – Chancen und Herausforderungen

Salzburg, Österreich, Fiebiger & Eiler Hautärzte,
Linzer Gasse 4, 5020 Salzburg

Jahrestagung der ÖADF in Wien, ERSTE Campus Wien,
9.-11. Mai 2024

Eine professionelle Website ist heutzutage für jede Arztpraxis und Klinik unverzichtbar geworden. Sie bietet die Chance, das gesamte Leistungsspektrum übersichtlich zu präsentieren und neue Patienten anzusprechen. Für Ambulanzen und Spezialambulanzen können wichtige Informationen wie Kontaktdaten, Telefonnummern, Ambulanzzeiten und zuständige Mitarbeiter veröffentlicht werden, was die Terminvereinbarung für Patienten und zuweisende Ärzte erleichtert. Zudem kann darauf hingewiesen werden, welche Unterlagen zu einem Termin mitzubringen sind.

Auch die meisten Ordinationen verfügen mittlerweile über einen eigenen Internetauftritt. Neben Anschrift, Telefonnum-

Manfred Fiebiger

Digital presence of dermatologists – opportunities and challenges

Salzburg, Austria, Fiebiger & Eiler Hautärzte,
Linzer Gasse 4, 5020 Salzburg

Annual Conference of the ÖADF in Vienna,
ERSTE Campus Vienna, May 9-11, 2024

Nowadays, a professional website has become indispensable for every medical practice and clinic. It offers the opportunity to present the entire range of services clearly and to attract new patients. For both general and specialist outpatient clinics, important information such as contact details, telephone numbers, outpatient clinic times, and responsible staff can be published, making it easier for patients and referring doctors to make appointments. It can also indicate which documents need to be brought to an appointment.

Most surgeries now also have their own website. In addition to giving the address, telephone number, e-mail

mer, E-Mail-Adresse und Öffnungszeiten bietet sich hier oft die Möglichkeit einer Online-Terminvereinbarung. Dies spart Zeit und Ressourcen in der Praxisverwaltung. Auch Urlaubsvertretungen oder etwaige Krankenstände können auf der Website unkompliziert mitgeteilt werden, ebenso wie die Schwerpunkte der Ordination.

Um die Wahrnehmung einer Website zu verbessern, empfiehlt sich der Einbau professioneller Fotos. Bei der Verwendung externer Fotos muss dabei jedoch auf mögliche Urheberrechte geachtet werden, da Firmen das Web nach ihren Bildern durchsuchen und bei Verstößen gegen ihre Urheberrechte Schadenersatz einklagen können. Der rechtliche Rahmen für Arzthomepages ist über die Ärztekammerhomepage unter „Arzt und Öffentlichkeit“ abrufbar. Diese Informationen sind sehr wichtig, da bei Verstößen disziplinarrechtliche Probleme entstehen können. Um Schwierigkeiten zu vermeiden, sollte im Zweifelsfall die juristische Abteilung der Landesärztekammer kontaktiert werden, bevor etwas veröffentlicht wird.

Um die Sichtbarkeit der Praxis-Website in Suchmaschinen zu erhöhen, sind Maßnahmen der Suchmaschinenoptimierung (SEO) sinnvoll. Eine gute Programmierung und regelmäßige Wartung können dazu beitragen, dass die Seite in Suchergebnissen (z.B. bei Suchanfrage „Hautarzt Wien“) weiter oben platziert wird. Erfahrungsgemäß werden die ersten angezeigten Seiten bevorzugt angeklickt. Alternativ bietet Suchmaschinenmarketing (SEM) die Möglichkeit, die eigene Seite durch bezahlte Anzeigen in den Suchergebnissen weiter oben zu platzieren. Diese gesponserten Einträge werden als solche gekennzeichnet und der Seitenbetreiber muss für jeden Klick einer suchenden Person eine Gebühr an die Suchmaschine entrichten. Ob sich dieser Aufwand lohnt, sollte im Vorfeld sorgfältig mit dem Webprogrammierer besprochen werden, da eine schlecht umgesetzte SEM-Kampagne zwar Kosten verursacht, aber nicht zwangsweise einen messbaren Mehrwert für die Praxis bringt.

Für die eigene Homepage ist eine „Open source“-Lösung zu empfehlen, bei der man selbst Beiträge hochladen kann, ohne stets den Webprogrammierer kontaktieren zu müssen. Darüber hinaus sollte ein „Responsive Design“ (responsives Webdesign) implementiert werden, damit die Website auch auf Smartphones und Tablets optimal dargestellt wird. Dies ist wichtig, da die meisten Patienten ihre Handys für die Arzt-suche verwenden.

Nachteile einer eigenen Website sind die Kosten, die investierte Arbeitszeit und die Bewertungsportale. Sobald eine Seite online geht, wird sie von Google gelistet und jeder hat die Möglichkeit, die Ordination zu bewerten und Erfahrungsberichte zu schreiben. Positive Bewertungen sind erfreulich, jedoch kommen auch schlechte Bewertungen vor, die teilweise berechtigt sind, beispielsweise bei schlechtem Zeitmanagement der Praxis. Es gibt jedoch auch ungerechtfertigte Bewertungen, etwa, wenn Patienten außerhalb der Ordinationszeiten kommen und nicht mehr untersucht werden können, wenn sie telefonisch nicht durchkommen oder keinen kurzfristigen Termin bekommen. Anonyme Bewertungen

address, and opening hours, it is often possible to make an appointment online. This saves time and resources in the practice administration. Vacation replacements or any sick leave can also be easily communicated on the website, as can the focus of the practice.

To improve the perception of a website, it is advisable to include professional photos. When using external photos, however, attention must be paid to possible copyrights, as companies can search the web for their images and sue for damages if their copyrights are infringed upon. The legal framework for doctors' homepages can be found on the homepage of the Medical Association (in German: *Österreichische Ärztekammer*) under “Doctors and the public” (in German: *Arzt und Öffentlichkeit*). This information is very important, as disciplinary issue can arise if infringements occur. To avoid difficulties if there is any doubt, the legal department of the regional medical association should be contacted before anything is published.

In order to increase the visibility of the practice website in search engines, search engine optimization (SEO) measures are useful. Good programming and regular maintenance can help to ensure that the site appears higher up in search results (e.g., for the search query “dermatologist Vienna”). Experience has shown that the first pages displayed are clicked on first. Alternatively, search engine marketing (SEM) enables your own site to appear higher up in the search results by including paid advertisements. These sponsored entries are marked as such, and the site operator must pay the search engine owner a fee for each click by a person searching. Whether this effort is worthwhile should be carefully discussed with the web programmer in advance, as a poorly implemented SEM campaign may incur costs, but does not necessarily bring measurable added value to the practice.

An “open source” solution is recommended for your own homepage, where you can upload content yourself without always having to contact the web programmer. In addition, a “responsive web design” should be implemented, so that the website also is displayed optimally on smartphones and tablets. This is important, as most patients use their cell phones to search for doctors.

The disadvantages of having your own website are the costs, the time invested, and the review portals. As soon as a website goes online, it is listed by Google, and everyone has the opportunity to rate the practice and write testimonials. Positive reviews are pleasing, but there are also bad reviews, some of which are justified, for example, if the practice has poor time management. However, unjustified reviews are also given, for example, when patients arrive outside surgery hours and can no longer be examined, if they cannot reach anyone on the phone, or cannot get an appointment at short notice. Any-

sind ein weiteres Problem, da auf konkrete Vorwürfe nicht eingegangen werden kann und oft unklar ist, ob die Person überhaupt in der Ordination war. Die Empfehlung von spezialisierten PR-Firmen lautet, dass jede Bewertung beantwortet werden sollte. Für positive Bewertungen sollte man sich bedanken, bei negativen Bewertungen sollte man die Situation aus der eigenen Sicht höflich klarstellen, jedoch darauf achten, nicht gegen die ärztliche Schweigepflicht zu verstoßen, um unangenehme juristische Konsequenzen zu vermeiden. Standespolitisch sollte die Forderung nach einer Klarnamenpflicht für Bewertungsportale gestellt werden, um eine faire und transparente Bewertungskultur zu gewährleisten.

Korrespondenz: office@fiebiger.at

Tabelle:

Gestaltung einer Arzt-Homepage

In der von der Österreichischen Ärztekammer gemäß § 53 Abs. 4 ÄrzteG beschlossenen Werberichtlinie „Arzt und Öffentlichkeit“ ist dem Arzt die Einrichtung einer eigenen oder die Beteiligung an einer fremden Homepage ausdrücklich gestattet.

Standesrechtliche Werbebeschränkungen

Selbstverständlich hat der Arzt aber nicht nur bei gedruckten Informationen, sondern auch bei der Gestaltung seines Internetauftritts die für Ärzte geltenden Werbebeschränkungen zu beachten. So darf auch die Website des Arztes keinesfalls unsachliche, unwahre oder das Standesansehen beeinträchtigende Informationen enthalten. Unzulässig ist etwa das Darstellen einer wahrheitswidrigen medizinischen Exklusivität und die Selbstanpreisung der eigenen Person oder der ärztlichen Leistungen in aufdringlicher oder marktschreierischer Form.

Ausdrücklich verboten wird dem Arzt die Werbung für Arzneimittel, Heilbehelfe und sonstige medizinische Produkte sowie für deren Hersteller und Vertrieber. Erlaubt sind hingegen sachliche Informationen über Kenntnisse und Fähigkeiten, die der Arzt durch eigenständige Aus- und Weiterbildung erworben hat, Informationen über das medizinische Leistungsangebot oder etwa die Bekanntgabe allfällig bestehender Kassenverträge.

Impressumpflicht nach dem E-Commerce-Gesetz

Neben den werberechtlichen Vorschriften gelten für den Arzt als Betreiber einer Website auch die Informationspflichten nach dem E-Commerce-Gesetz (ECG). Nach § 5 Abs. 1 ECG hat der Webseitenbetreiber den Nutzern folgende Mindestinformationen ständig sowie leicht und unmittelbar zugänglich zur Verfügung zu stellen:

mous reviews are another problem, as it is not possible to respond to specific allegations, and it is often unclear whether the person was even in the surgery. Specialized PR companies recommend that every review should be answered. Positive reviews should be thanked, and negative reviews should be politely clarified from the doctor's point of view, but care should be taken not to breach medical confidentiality to avoid unpleasant legal consequences. In terms of professional policy, there should be a demand for a clear name requirement for review portals in order to create a fair and transparent review culture.

Correspondence: office@fiebiger.at

Table:

Design of a doctor's homepage

In the advertising guideline “Doctor and the Public” adopted by the Austrian Medical Association pursuant to Section 53 (4) of the Doctors' Act (*Ärztegesetz, ÄrzteG*), doctors are expressly permitted to set up their own homepage or to participate in a third-party homepage.

Advertising restrictions under professional law

However, it goes without saying that doctors must comply with the advertising restrictions that apply to doctors, not only when providing printed information but also when designing their website. For example, a doctor's website may not contain any information that is biased, untrue, or detrimental to the doctor's professional reputation. It is also not permitted, for example, to present untruthful medical exclusivity or to promote oneself or one's medical services in an intrusive or exaggerated manner.

Doctors are expressly prohibited from advertising medicines, remedies, and other medical products as well as their manufacturers and distributors. However, factual information about knowledge and skills that the doctor has acquired through independent training and continuing education, information about the range of medical services provided or, for example, the disclosure of any existing health insurance contracts is permitted.

Imprint obligation according to the E-Commerce Act

In addition to the advertising regulations, the information obligations under the E-Commerce Act (*E-Commerce-Gesetz, ECG*) also apply to the doctor as the operator of a website. According to § 5 (1) ECG, the website operator must provide users with the following minimum amount of information at all times and in an easily and directly accessible manner:

- seinen Namen;
- die geografische Anschrift, unter der er niedergelassen ist;
- die Kommunikationsdaten wie Telefon, Fax, E-Mail, Internetadresse;
- die Firmenbuchnummer und das Firmenbuchgericht (etwa bei einer Gruppenpraxis in der Rechtsform einer OEG);
- einen Hinweis auf die Zugehörigkeit zur Ärztekammer des Bundeslandes;
- die Berufsbezeichnung und den Mitgliedstaat, in dem diese verliehen wurde;
- einen Hinweis auf die berufsrechtlichen Vorschriften und den Zugang zu diesen (Verweis auf das Ärztegesetz, abrufbar unter www.ris.bka.gv.at/bundesrecht);
- die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (sofern vorhanden)

Seit dem Fall des Preisnennungsverbotes sind Honorarangeboten für ärztliche Leistungen grundsätzlich erlaubt. Allerdings ist bei der Gestaltung der Homepage zu beachten, dass gemäß § 5 Abs. 2 ECG Preise jedenfalls so angeführt werden müssen, dass sie ein durchschnittlich aufmerksamer Betrachter leicht erkennen und zuordnen kann. Es muss eindeutig erkennbar sein, ob die Preise einschließlich der Umsatzsteuer (soweit ärztliche Leistungen ausnahmsweise der Umsatzsteuer unterliegen) sowie aller sonstigen Abgaben und Zuschläge ausgezeichnet sind (Bruttopreise) oder nicht.

Verstoß gegen die Informationspflichten

Die Nichteinhaltung dieser Informationspflichten auf Webseiten kann verwaltungsstrafrechtliche Folgen nach sich ziehen und mit einer Geldstrafe in Höhe von bis zu € 3.000,- geahndet werden. Eine Missachtung der Informationspflichten nach § 5 ECG kann daneben aber auch zu einer zivilrechtlichen Unterlassungsklage nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) führen. Nach ständiger Rechtsprechung ist eine Gesetzesverletzung aber nur dann sittenwidrig und damit wettbewerbswidrig, wenn sie geeignet ist, dem gesetzwidrig Handelnden einen Wettbewerbsvorteil gegenüber den gesetzestreuem Mitbewerbern zu verschaffen („Wettbewerbsvorsprung durch Rechtsbruch“).

Offenlegungspflicht nach dem Mediengesetz

Seit Inkrafttreten der Novelle des Mediengesetzes am 1. Juli 2005 gilt für Websites zusätzlich zu den Informationspflichten nach dem ECG eine Offenlegungspflicht nach § 25 Mediengesetz. Ein Arzt, der zur Präsentation seiner Praxis über eine eigene Homepage verfügt, gilt daher als Medieninhaber im Sinne des Mediengesetzes.

Auch nach dem Mediengesetz müssen diese Angaben leicht und unmittelbar auffindbar zur Verfügung gestellt werden. Die Offenlegung nach dem Mediengesetz kann gemeinsam mit den Informationen nach § 5 Abs. 1 ECG erfolgen.

- the doctor's name;
- the geographical address where they are established;
- the contact data such as telephone, fax, e-mail, website address;
- the commercial register number and the commercial register court (e.g., in the case of a group practice in the legal form of an OEG);
- a reference to the affiliation to the provincial medical association;
- the professional title and the EU member state in which it was awarded;
- a reference to the professional regulations and access to these (reference to the Medical Practitioners Act, available at [/www.ris.bka.gv.at/bundesrecht](http://www.ris.bka.gv.at/bundesrecht));
- the sales tax identification number (if available)

Since the price naming law came into force, it is generally permitted to state fees for medical services. However, when designing the homepage, it must be noted that according to § 5 (2) ECG, prices must always be stated in such a way that an average attentive viewer can easily recognize and understand them. Whether the prices include VAT (if medical services are subject to VAT) and any other charges and surcharges (gross prices) must be clearly stated.

Violation of the information obligations

Failure to comply with these obligations to provide information on websites can have consequences under the administrative criminal law and be punished with a fine of up to € 3,000. Failure to comply with the obligations to provide information under § 5 ECG can also lead to a civil injunction under the Act Against Unfair Competition (*Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb*, UWG). According to established case law, however, a violation of the law is only immoral and, therefore, anti-competitive if it has the potential to give the violator a competitive advantage over law-abiding competitors (“competitive advantage through violation of the law”).

Disclosure obligation under the Media Act

Since the amendment to the Media Act came into force on July 1, 2005, websites are subject to a disclosure obligation under § 25 of the Media Act in addition to the obligations to provide information under the ECG. A doctor who has their own website to present their practice, therefore, is considered a media owner according to the Media Act.

According to the Media Act, this information must also be made available in an easily and directly findable form. Disclosure pursuant to the Media Act can be made together with the information pursuant to § 5 (1) ECG.

Für Websites, die nur der Präsentation eines Unternehmens sowie der Produkte oder Leistungen eines Unternehmens dienen und darüber hinaus keinen die öffentliche Meinungsbildung beeinflussenden Informationsgehalt aufweisen, gilt eine beschränkte Offenlegungspflicht.

Für diese sogenannten „kleinen Websites“ sind folgende Angaben erforderlich:

- Name/Firma des Medieninhabers (i.d.R. der Inhaber/Betreiber der Website)
- Unternehmensgegenstand des Medieninhabers
- Wohnort/Sitz des Medieninhabers

Bis auf den Unternehmensgegenstand haben diese Angaben aber ohnehin schon auf Grund des § 5 ECG zu erfolgen, da der Medieninhaber i.d.R mit dem Inhaber bzw. Betreiber der Website ident sein wird.

Verantwortlichkeit für Links

Werden auf einer Website Verweise (Links) auf fremde Internetseiten gesetzt, so ist nach § 17 ECG der Linksetzer für diese Informationen dann nicht verantwortlich, wenn

- er von einer rechtswidrigen Tätigkeit oder Information keine tatsächliche Kenntnis hat und
- keine fahrlässige Unkenntnis in Bezug auf die rechtswidrige Tätigkeit oder Information besteht, oder
- er den Link nach Erlangung der Kenntnis oder des Bewusstseins von der Rechtswidrigkeit unverzüglich entfernt hat.

Dieses Haftungsprivileg greift aber dann nicht, wenn die verlinkte Seite von einem Anbieter betrieben wird, der dem Linksetzer untersteht (Tochterunternehmen) oder der Linksetzer die fremden Informationen als seine eigenen darstellt (§ 17 Abs. 2 ECG).

Aus Haftungsgründen sollte bei der Setzung von Links daher darauf Bedacht genommen werden, nicht den Eindruck zu vermitteln, dass der fremde Inhalt übernommen und in den eigenen Inhalt „eingebaut“ werden soll. Vielmehr ist es ratsam, Links auf fremde Websites so zu positionieren bzw. darzustellen (etwa durch eine besondere Markierung), dass für den Nutzer klar erkennbar ist, dass man auf eine fremde Website wechselt.

Vorsicht vor Urheberrechtsverletzungen

Für die Gestaltung des eigenen Webauftritts ist man nicht selten versucht, Fotos, Grafiken, Musik, Texte oder Textteile aus dem Internet herunterzuladen und für die eigene Website zu verwenden. Allerdings ist hier Vorsicht geboten, denn es könnte sich dabei um urheberrechtlich geschützte Werke handeln, die ohne Zustimmung des Erstellers bzw. Verfassers nicht ohne weiteres verwendet werden dürfen. Sofern für die Verwendung von Lichtbildern, Grafiken oder Texten

A limited disclosure obligation applies to websites that only serve to present a company and its products or services and do not contain any information that could influence the formation of public opinion.

The following information is required for these so-called “small websites”:

- Name/company of the media owner (usually the owner/operator of the website)
- Corporate purpose of the media owner
- Place of residence/registered office of the media owner

With the exception of the object of the company, however, this information must already be provided on the basis of § 5 ECG, as the media owner will generally be identical to the owner or operator of the website.

Responsibility for links

If a website contains links to external websites, the provider of the link is not responsible for this information in accordance with § 17 ECG, if

- they have no actual knowledge of an unlawful activity or information and
- there is no willful ignorance with regard to the unlawful activity or information, or
- they have removed the link immediately once they have gained knowledge or become aware of the illegality.

However, this liability privilege does not apply if the linked site is operated by a provider that is subordinate to the link provider (subsidiary) or if the link provider presents the third-party information as its own (§ 17 (2) ECG).

For liability reasons, therefore, care should be taken when setting links to avoid giving the impression that the third-party content should be adopted and “incorporated” into one’s own content. Instead, it is advisable to position or display links to third-party websites so that (e.g., by means of a special marking) the user can clearly recognize that they are switching to a third-party website.

Beware of copyright infringements

When designing your own website, it is not uncommon to be tempted to download photos, graphics, music, texts, or parts of texts from the Internet and to use them for your own website. However, caution is advised here, as these could be copyright-protected works that may not be used without the consent of the creator or author. If you do not already have permission or rights of use for these photographs, graphics, or texts, it is advisable to

nicht bereits entsprechende Werknutzungsbewilligungen oder Werknutzungsrechte vorliegen ist es zur Vermeidung von kostspieligen zivilrechtlichen Klagen ratsam, bereits vor Integration der Elemente in die eigene Website die Zustimmungserklärung des Urhebers (Hersteller, Verfasser, u.a.) zur Veröffentlichung einzuholen.

Muster-Impressum

Das nachfolgende Muster-Impressum dient der Übersicht über die erforderlichen Informationen und Angaben für Websites nach den geltenden gesetzlichen Bestimmungen. Die Vorlage enthält keineswegs rechtsverbindliche Vorgaben, sondern versteht sich als Anregung und mögliche Hilfestellung für die Umsetzung der oben angeführten gesetzlichen Verpflichtungen. Es empfiehlt sich jedenfalls, die erforderlichen Informationen und Angaben bereits auf der Startseite der Website zu positionieren oder mittels klar erkennbarem Link (etwa „Impressum“ oder „Wir über uns“) den Nutzern zur Verfügung zu stellen.

Impressum

Information gemäß § 5 E-Commerce-Gesetz und Offenlegung gemäß § 25 Mediengesetz:

Diensteanbieter und Medieninhaber:
Dr. Erika MUSTERFRAU

Musterstraße 10
5020 Salzburg

Tel.: +43 662 11 22 33
Fax: +43 662 11 22 33 - 44
E-Mail: praxis@doc-salzburg.at
Homepage: www.doc-salzburg.at

Mitglied der Ärztekammer für Salzburg
Berufsbezeichnung: Arzt für Allgemeinmedizin
(verliehen in Österreich)
Tätigkeit unterliegt dem Ärztegesetz 1998
(siehe <http://www.ris.bka.gv.at/bundesrecht>)
Firmenbuchnummer: *
Firmenbuchgericht: *
UID-Nr.: ATU 11111111

* z.B. bei einer Gruppenpraxis

obtain the author's (producer, author, etc.) declaration of consent for publication before integrating the elements into your own website in order to avoid costly civil law suits.

Sample imprint

The following sample imprint provides an overview of the information and details required for websites in accordance with the applicable legal provisions. The template does not contain any legally binding specifications, but is intended as a guide and possible aid for meeting the above-mentioned legal obligations. In any case, it is recommended that the required information and details should be positioned on the homepage of the website or made available to users via a clearly recognizable link (e.g., "Imprint" or "About us").

Imprint

Information pursuant to § 5 E-Commerce Act and disclosure pursuant to § 25 Media Act:

Service provider and media owner:
Dr. Erika MUSTERFRAU

Musterstrasse 10
5020 Salzburg

Tel.: +43 662 11 22 33
Fax: +43 662 11 22 33 - 44
E-mail: praxis@doc-salzburg.at
Homepage: www.doc-salzburg.at

Member of the Salzburg Medical Chamber
Professional title: General practitioner
(awarded in Austria)
Activity subject to the Medical Practitioners Act 1998
(see <http://www.ris.bka.gv.at/bundesrecht>)
Company register number: *
Company register court: *
UID-No.: ATU 11111111

* e.g., for a group practice

Literatur

Kundmachung der Österreichischen Ärztekammer Nr. 03/2014. Verordnung der Österreichischen Ärztekammer über die Art und Form zulässiger ärztlicher Informationen in der Öffentlichkeit (Arzt und Öffentlichkeit 2014).

Veröffentlicht am 30.06.2014 unter <https://www.aeksbg.at/index.php?eID=dumpFile&t=f&f=417&token=cf9e8a4doe1d-5bd1ce7bb6fc9ad33bca08937ed9>