

Therapieangebote auf der Praxishomepage

Vorgaben des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) und des Heilmittelwerbegesetzes (HWG) beachten

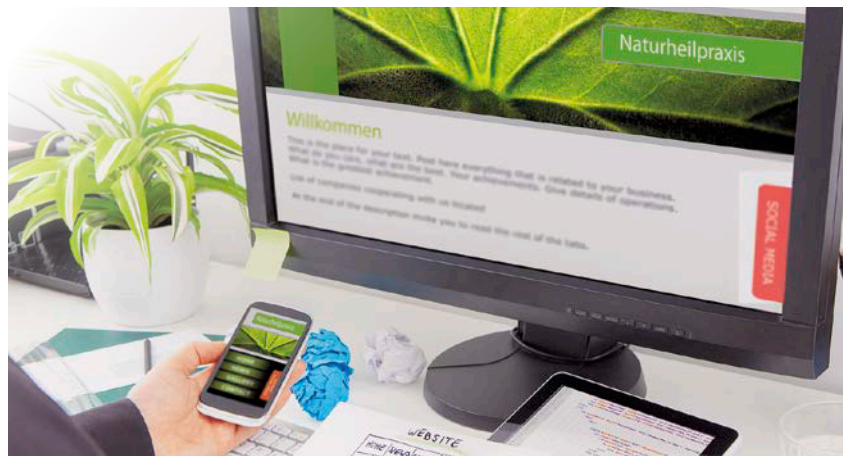
Liebe BDHN-Mitglieder,

in der heutigen Kolumne „Heilpraktiker und Recht“ möchte ich Sie auf einige Fallstricke bei der Gestaltung Ihrer Praxishomepage im Hinblick auf die von Ihnen angebotenen Therapiearten aufmerksam machen.

Viele von Ihnen haben ja zu Werbezwecken eine Homepage online gestellt. Eine gut gepflegte Internetseite ist für Ihre Patienten eine hervorragende Werbung im Internet, Sie werden durch die Homepage leichter gefunden, potentielle Patienten können sich so einen Eindruck von Ihnen und Ihrer Praxis machen. Bitte achten Sie jedoch darauf, dass Sie die werberechtlichen Vorgaben des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) sowie insbesondere des Heilmittelwerbegesetzes (HWG) einhalten. Insbesondere im medizinischen Bereich gilt: Werbung muss stets der Wahrheit entsprechen und sie darf nicht irreführend und damit unlauter sein.

Bei der Sichtung von Heilpraktiker-Homepages sehe ich häufig solche, welche in rechtlicher Sicht grenzwertig sind, da dort mit Therapien aus der Naturheilkunde und Alternativmedizin verbunden mit Heilversprechen geworben wird. So wird etwa geschrieben, dass Homöopathie gegen Kopfschmerzen hilft. Wenn Sie solche Aussagen auf Ihrer Homepage tätigen, müssen Sie im Zweifel in der Lage sein, dies mit wissenschaftlich-medizinischen Studien zu belegen. Ausgangspunkt ist hier die Schulmedizin. Die Rechtsprechung verlangt für solche Wirksamkeitsnachweise etwa eine randomisierte, placebokontrollierte Doppelblindstudie mit einer adäquaten statistischen Auswertung, welche die durch Veröffentlichung in den Diskussionsprozess der Fachwelt einbezogen wurde (in letzter Zeit vgl. etwa OLG Celle, Urt. v. 31.07.2018, Az. 18 U 26/18 mit weiteren Nachweisen). Solche Studien, welche den Anforderungen evidenzbasierter Medizin entsprechen, gibt es für viele Verfahren in der Naturheilkunde bzw. Alternativmedizin nicht.

Wenn man mit solchen Heilversprechen wirbt, besteht stets die Gefahr



Wer bei seinen Gesundheitsleistungen mit Heilversprechen wirbt, läuft jederzeit Gefahr, abgemahnt zu werden und muss dann auch das Heilversprechen beweisen.

einer Abmahnung durch einen Konkurrenten (z. B. Heilpraktiker, Arzt usw.) oder durch einen Verband, der Wettbewerbsverstöße verfolgt. Eine Abmahnung ist immer sehr unangenehm, häufig folgt einer Abmahnung ein gerichtliches Verfahren, wenn man die vorgelegte strafbewehrte Unterlassungserklärung nicht unterzeichnet. In einem Gerichtsverfahren müssen Sie beweisen, dass ein von Ihnen getätigtes Heilversprechen tatsächlich wahr ist.

Vermeiden Sie daher Aussagen auf Ihrer Homepage, die suggerieren, dass eine von Ihnen angebotene Methode einen Heilerfolg herbeiführen kann, wenn das nicht mit medizinisch-naturwissenschaftlichen Methoden nachgewiesen werden kann, d.h. wenn keine wissenschaftlichen Studien existieren, welche das belegen können.

Ein Heilversprechen liegt nicht nur dann vor, wenn Sie es direkt formulieren (z.B. ... hilft gegen Kopfschmerzen), sondern auch schon dann, wenn bei einem unbefangenen Leser der Eindruck entsteht, dass die angebotene Therapie zum Heilerfolg führen kann (z.B. ...findet Anwendung bei chronischen Kopfschmerzen). Auch Formulierungen wie „vielfach bewährt“, „erfolgreich angewandt“ oder „hilft nachweislich“ sind als kritisch zu bewerten. Denn auch solche Formulierungen suggerieren, dass ein Heilerfolg bei der Anwendung einer Therapie eintreten wird.

Übrigens: Es bringt nichts, mit irreführenden Werbeaussagen zu werben

und an einer „versteckten“ Stelle auf der Homepage daraufhinzuweisen, dass die Aussagen wissenschaftlich nicht nachweisbar sein. Was zählt, ist die Gesamtbetrachtung der Homepage. Fragen Sie sich immer, wie ein Patient die Homepage verstehen würde, wenn er diese unvoreingenommen betrachtet.

Letztlich ist es eine Frage des Einzelfalls, ob eine Werbung irreführend ist oder nicht. Als Heilpraktiker sollten Sie jedoch stets daran denken, dass viele der von Ihnen angewandten Verfahren wissenschaftlich nicht nachweisbar sind - was für die Patienten, die Sie behandeln natürlich kein Grund ist, sich nicht bei Ihnen behandeln zu lassen.

Und bedenken Sie zu guter Letzt: Die beste Werbung für Sie als Heilpraktiker ist immer noch ein zufriedener Patient, der Sie weiterempfiehlt.



Michael Dligatch
Verbandsanwalt des BDHN e.V.