

von Dr. Marie Sichtermann

Die Reform des Heilmittelwerbegesetzes

Das Heilmittelwerbegesetz (HWG) war ein Eldorado für Abmahnvereine, es enthielt eine ganze Reihe von Bestimmungen mit Verboten, deren Sinn verlorengegangen war. Nun ist es mit Wirkung vom 12. Oktober 2012 reformiert worden, die absurdesten Regelungen sind weggefallen oder abgeschwächt. Alle, für die das Gesetz gilt, können nun aufatmen, denn ihre Werbung ist rechtlich einfacher geworden.

Ich will hier für Sie zusammenstellen, was nicht mehr gilt und was Sie immer noch zu beachten haben.

Zunächst das, was gleich geblieben ist: das ist die Gruppe derjenigen, die das Gesetz betrifft und die Zusammenhänge, für die es seine Wirkung entfaltet. Da dies die schwierigste Frage in der Anwendung des HWG war und immer noch ist, will ich das kurz für Sie skizzieren.

Es ist immer gut, das Gesetz selbst zu lesen. Ich zitiere hier den Gesetzestext nur soweit er für Sie als Shiatsu-PraktikerInnen von Belang ist: Das HWG benennt in § 1 seinen Geltungsbereich:

§1 (1) Dieses Gesetz findet Anwendung auf die Werbung für

1. Arzneimittel im Sinne des § 2 des Arzneimittelgesetzes, 1a. Medizinprodukte ...
2. **andere Mittel, Verfahren, Behandlungen und Gegenstände, soweit sich die Werbeaussage auf die Erkennung, Beseitigung oder Linderung von Krankheiten, Leiden, Körperschäden oder krankhaften Beschwerden bei Mensch oder Tier bezieht**, sowie operative plastisch-chirurgische Eingriffe, soweit sich die Werbeaussage auf die Veränderung des menschlichen Körpers ohne medizinische Notwendigkeit bezieht. (1) (Das ganze Gesetz finden Sie unter www.gesetze-im-Internet.de)

§ 1 HWG verlangt die Beachtung des Gesetzes von allen, die in ihrer Werbung Aussagen zu den genannten Themen machen (Erkennung, Beseitigung, Linderung von Krankheiten usw.). Über den Begriff „Werbung“ kann man Doktorarbeiten schreiben, gehen Sie bitte einfach davon aus, dass Ihre Falbblätter, Karten und Webseiten jedenfalls dazugehören.

Komplizierter ist es, den Personenkreis zu bestimmen, der betroffen ist. Alle, die mit einer Erlaubnis die Heilkunde ausüben, also HeilpraktikerInnen (HP) und ÄrztInnen, sind jedenfalls vom HWG gemeint und müssen sich daran halten. Diejenigen von Ihnen, die diese Berufe mit Shiatsu verbinden, werden diese Problematik daher kennen.



Es gibt nach den Beschlüssen des BVerfG aus dem Jahre 2004 (2) auch eine erlaubte Ausübung der Heilkunde ohne Prüfungen. In erster Linie gehören dazu alle, die eine geistige oder spirituelle Heilmethode ausüben (Singen, Beten, Handauflegen). Das Gericht hat entwickelt, dass ein Verfahren, das keinerlei Gefahr für die Patienten birgt, ohne Approbation oder HP-Schein angewendet werden darf. Der mittelbaren Gefahr, dass sich die Leute für geheilt hielten und keinen Arzt aufsuchten, könne durch einen schriftlichen Hinweis begegnet werden. Den Grundgedanken dieser Entscheidungen, dass es auf das Gefahrenpotential einer Methode ankommt, hat die Rechtsprechung seitdem folgerichtig weiterentwickelt. Demnach sind alle Heilmethoden erlaubnisfrei, die bei regelrechter Anwendung

- * keinen Schaden bei den behandelten Personen anrichten können,
- * für die es keine Kontraindikationen gibt,
- * die kein Gefährdungspotential haben
- * und für die ein ärztliches Fachwissen nicht erforderlich ist.

Wie die meisten von Ihnen wissen, kann Shiatsu in zwei Bereiche aufgeteilt werden, einen, der medizinisches Fachwissen und daher eine Erlaubnis als Ärztin oder HP erfordert und einen, der medizinisches Fachwissen nicht erfordert, der deshalb erlaubnisfrei ausgeübt wer-

den kann. Wer in diesem zweiten Bereich Shiatsu praktiziert, befindet sich eigentlich außerhalb des HWG. Dennoch kann es sein, dass die Werbung in die Nähe der Linderung von Leiden, also in Berührung mit dem HWG kommt. Sie sollten daher das HWG kennen und sich sicherheitshalber daran halten.

Ein Beispiel soll das veranschaulichen: Sie arbeiten mit Shiatsu als energetischer Methode im Wellnessbereich und sind sich sicher, dass Ihre Art der Anwendung keinen Schaden verursachen kann. Wenn Sie für Entspannungsmassagen, eine Shiatsu-Ausbildung oder für ein Seminar werben, in dem Sie Menschen einfache Do-In-Übungen für die Anwendung zu Hause zeigen wollen ohne Bezug zu Krankheiten oder Leiden, bewegen Sie sich außerhalb des HWG und sind an dessen Beschränkungen nicht gebunden. Wenn Sie jedoch in Ihrer Werbung zum Ausdruck bringen, dass Shiatsu über die Entspannung und Stressreduktion auch helfen könnte bei Schlafstörungen oder Rückenproblemen, sind Sie nahe an der Linderung von Leiden und halten sich besser an das HWG. Was Sie als Shiatsu-Praktizierende/r dürfen und was nicht, ist eine komplexe Materie, in die ich hier nicht weiter einsteigen will, ich streife sie nur, um Ihnen die Reform des Heilmittelwerbegesetzes näher zu bringen. Diejenigen von Ihnen, die Heilmittel erbringen, wie Physio- und Ergotherapeuten oder Podologinnen können mit ihren Angeboten ebenfalls im Bereich oder der Nähe des § 1 HWG liegen und sollten bei ihrer Werbung das Gesetz beachten.

Folgende Übersicht soll Ihnen den Vergleich des alten mit dem neuen § 11 HWG erleichtern:

Altes HWG bis Oktober 2012

§11

- (1) Außerhalb der Fachkreise darf für Arzneimittel, Verfahren, Behandlungen, Gegenstände oder andere Mittel nicht geworben werden
 - (1) mit Gutachten, Zeugnissen, wissenschaftlichen oder fachlichen Veröffentlichungen sowie mit Hinweisen darauf,
 - (2) mit Angaben, dass das Arzneimittel, das Verfahren, die Behandlung, der Gegenstand oder das andere Mittel ärztlich, zahnärztlich, tierärztlich oder anderweitig fachlich empfohlen oder geprüft ist oder anderweitig angewendet wird,
 - (3) mit der Wiedergabe von Krankengeschichten sowie mit Hinweisen darauf,
 - (4) mit der bildlichen Darstellung von Personen in der Berufskleidung oder bei der Ausübung der Tätigkeit von Angehörigen der Heilberufe, des Heilgewerbes oder des Arzneimittelhandels,
 - (5) mit der bildlichen Darstellung von Veränderungen des menschlichen Körpers oder seiner Teile durch Krankheiten, Leiden oder Körperschäden,
 - der Wirkung eines Arzneimittels, eines Verfahrens, einer Behandlung, eines Gegenstandes oder eines anderen Mittels durch vergleichende Darstellung des Körperzustandes oder des Aussehens vor und nach der Anwendung,
 - des Wirkungsvorganges eines Arzneimittels, eines Verfahrens, einer Behandlung, eines Gegenstandes oder eines anderen Mittels am menschlichen Körper oder an seinen Teilen,
 - (6) mit fremd- oder fachsprachlichen Bezeichnungen, soweit sie nicht in den allgemeinen deutschen Sprachgebrauch eingegangen sind,
 - (7) mit einer Werbeaussage, die geeignet ist, Angstgefühle hervorzurufen oder auszunutzen,
 - (8) durch Werbevorträge, in denen ein Feilbieten oder eine Entgegennahme von Anschriften verbunden ist,
 - (9) mit Veröffentlichungen, deren Werbezweck missverständlich oder nicht deutlich erkennbar ist,
 - (10) mit Veröffentlichungen, die dazu anleiten, bestimmte Krankheiten, Leiden, Körperschäden oder krankhafte Beschwerden beim Menschen selbst zu erkennen und mit den in der Werbung bezeichneten Arzneimitteln, Gegenständen, Verfahren, Behandlungen oder anderen Mitteln zu behandeln, sowie mit entsprechenden Anleitungen in audiovisuellen Medien,
 - (11) mit Äußerungen Dritter, insbesondere mit Dank-, Anerkennungs- oder Empfehlungsschreiben, oder mit Hinweisen auf solche Äußerungen,
 - (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,
 - (14) durch die Abgabe von Mustern oder Proben von Arzneimitteln oder durch Gutscheine dafür,
 - (15) durch die nicht verlangte Abgabe von Mustern oder Proben von anderen Mitteln oder Gegenständen oder durch Gutscheine dafür.
- Für Medizinprodukte gilt Satz 1 Nr. 6 bis 9, 11 und 12 entsprechend.
(2)

Prüfen Sie also bitte immer zuerst am Text des § 1 HWG, ob Ihre Werbung sich überhaupt auf die Erkennung, Heilung oder Linderung von Krankheiten, Leiden usw. bezieht – wenn nicht, so gilt für Sie nur das allgemeine Verbot der Irreführung des UWG. (3)

Auch das HWG verbietet eine irreführende Werbung, insoweit hat sich nichts geändert. Ich möchte dennoch darauf hinweisen, dass das, was oft und wie ich meine, missverständlich als Verbot von „Heilungsversprechen“ bezeichnet wird, nach § 3 HWG so lautet:

§ 3 Unzulässig ist eine irreführende Werbung. Eine Irreführung liegt insbesondere dann vor,

1. wenn Arzneimitteln, Medizinprodukten, Verfahren, Behandlungen, Gegenständen oder anderen Mitteln eine therapeutische Wirksamkeit oder Wirkungen beigelegt werden, die sie nicht haben,
2. wenn fälschlich der Eindruck erweckt wird, dass
 - a) ein Erfolg mit Sicherheit erwartet werden kann,
 - b)....

Sie dürfen also niemals sagen, dass ein Verfahren wirklich hilft oder wirkt. Rein sprachlich lässt sich das mit „kann helfen“ oder ähnlichem ausdrücken. Eleganter ist es allerdings, wenn Sie einfach sagen, dass Sie eine bestimmte Methode z.B. bei Arthrose **anwenden**. Damit sagen Sie nicht, dass ein Erfolg erwartet werden kann. Außerdem ist immer zu überlegen, ob Sie im Hinblick auf die Nr. 1 des § 3 anmerken sollten, dass die Wirksamkeit Ihrer Verfahren wissenschaftlich nicht erwiesen sei.

Neue Regelung ab Oktober 2012

§ 11

- (1) Außerhalb der Fachkreise darf für Arzneimittel, Verfahren, Behandlungen, Gegenstände oder andere Mittel nicht geworben werden
 1. (weggefallen)
 - (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,
 - (4) (weggefallen)
 - (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,
 - (6) (weggefallen)
 - (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,
 - (10). (weggefallen)
 - (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.
- Für Medizinprodukte gilt Satz 1 Nr. 7 bis 9, 11 und 12 entsprechend. Ferner darf für die in § 1 Nummer 2 genannten operativen plastisch-chirurgischen Eingriffe nicht mit der Wirkung einer solchen Behandlung durch vergleichende Darstellung des Körperzustandes oder des Aussehens vor und nach dem Eingriff geworben werden.
(2)

Wie Sie sehen, wurde in einigen Vorschriften (Nr. 3, 5, 11) der Zusatz eingefügt, dass dies und jenes nicht „in missbräuchlicher, abstoßender oder irreführender Weise“ erfolgen dürfe, Was bedeutet das nun? Eine Kommentierung dieser Begriffe findet sich auch im Internet so gut wie nicht. Es besteht wohl Einigkeit darüber, dass es schon sehr dick aufgetragen sein muss, damit von abstoßend oder missbräuchlich die Rede sein kann, während eine Irreführung bereits durch § 3 verboten ist. Nehmen wir mal die Nr. 11: Sie richten auf ihren Webseiten ein „Gästebuch“ ein, in dem Ihre PatientInnen oder KlientInnen ihre Begeisterung ausdrücken oder Sie bewerten dürfen. Das war vorher untersagt. Ich kann mir vorstellen, dass es als Missbrauch oder Irreführung anzusehen sein könnte, wenn Sie diese Gästeeinträge selber schreiben oder von guten Bekannten schreiben lassen. Aber darüber werden wir erst Gewissheit haben, wenn es Gerichtsentscheidungen dazu gibt.

Noch ein Hinweis: § 12 HWG gilt unverändert weiter. Er verbietet die Nennung bestimmter Leiden in der Werbung außerhalb von Heilbädern, Kurorten oder Kuranstalten. Diese Leiden sind in der Anlage zu § 12 HWG aufgezählt und der Vollständigkeit halber und weil dies wirklich wichtig ist, gebe ich Ihnen den Text der Anlage hier wieder: HWG Anlage (zu § 12) Krankheiten und Leiden, auf die sich die Werbung nicht beziehen darf

A. Krankheiten und Leiden beim Menschen

1. Nach dem Infektionsschutzgesetz vom 20. Juli 2000 (BGBl. I S. 1045) meldepflichtige Krankheiten oder durch meldepflichtige Krankheitserreger verursachte Infektionen,
2. bösartige Neubildungen,
3. Suchtkrankheiten, ausgenommen Nikotinabhängigkeit,
4. krankhafte Komplikationen der Schwangerschaft, der Entbindung und des Wochenbetts.

Sie dürfen also in Ihrer Werbung weder Krebs, noch Aids, noch Bulimie, noch die postpartale Depression erwähnen. Sollten Sie sich gerade Menschen mit dieser Problematik zuwenden wollen, müssen Sie andere Umschreibungen suchen.

Insgesamt ermöglicht Ihnen die Reform des HWG nun eine viel entspanntere Planung Ihrer Werbemittel:

Sie dürfen ganz frei Bilder, Zeichnungen und andere Darstellungen zeigen, auf denen Sie eine Shiatsubehandlung ausführen.

Ebenso dürfen Sie uneingeschränkt Fremd- und Fachwörter benutzen und müssen nicht mehr darüber nachdenken, wie Sie Shiatsu in deutscher Sprache erklären können.

1) Alle Vorschriften, die sich um Werbung für Arzneimittel drehen, habe ich hier weggelassen.

(2) BVerfG Beschlüsse vom 2.3.2004 und 3.6.2004

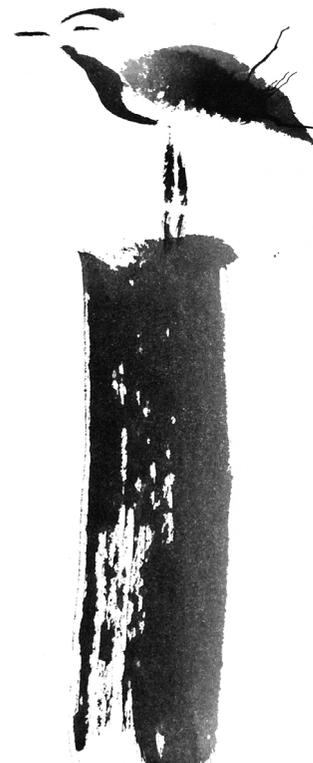
(3) Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb in der Fassung der Bekanntmachung vom 3. März 2010, BGBl. I S. 254

Geld & Rosen

Projekt- und Unternehmensberatung für Frauen und soziale Einrichtungen

info@geld-und-rosen.de

www.geld-und-rosen.de



Neue PraktikerInnen

Sonja Deike-Brummer
Julius-Leber-Str. 53
38116 Braunschweig
0531 – 51 17 98

Ulrike Friemann
Hasseroder Str. 1
13187 Berlin
0177 – 5 06 89 13

Ute Götz
Hauptstr. 34
65462 Ginsheim
06144 - 9 23 07

Christine Gossmann-Träger
Am Kubergraben 14
34128 Kassel
0561 – 614 49

Sabine Häring
Michelsgrundweg 2
97702 Münnerstadt
09733 – 78 28 89

Maike Hilse
Thadenstr. 120, Hs. 4
22767 Hamburg
040 – 76 97 55 04

Ulrike Jeljeli
Wildschwanbrook 125
22145 Hamburg
040 – 33 98 66 08

Andrea Kohler
Bergstr. 12
69120 Heidelberg
06221 – 47 26 69

Enrico Palumbo
Am Steinweg 134
76297 Stutensee
0171 - 7 88 27 09

Maria Petersen
Neu-Langerwisch 10/29
14552 Michendorf
033205 – 6 32 93

Henriette Scheytt
Wielandstr. 9
12159 Berlin
030 - 3 25 52 04

Pia Tomppert
Keplerstr. 6
71272 Renningen-Malmsheim
07159 – 70 57 28