Was darf ich?

10 Dos & Don‘ts im Marketing für Heilberufe

mit Praxisbeispiel!

wörterfall
die kommunikationswerkstatt

Du hast Angst, eine Abmahnung zu kassieren?

Du bist HeilpraktikerIn, Coach, Therapeutin oder Gesundheitsexpertin ohne HP-Schein und hast bzw. möchtest eine Homepage?
Du bist aber unsicher, was du schreiben darfst, weil du weißt, dass man leicht rechtliche Probleme bekommen kann?

Ich bin Michaela Albrecht, Inhaberin vom Wörterfall.

Als Volljuristin verhelfe ich Menschen in Heilberufen seit 2007 zu abmahnsicheren Websites, die gut aussehen und gut gefunden werden.

Auf den folgenden Seiten liste ich dir zehn wichtige Dos & Don'ts auf, die du beachten solltest, um deine Website abmahnsicherer zu machen. Am Ende findest du noch ein Praxisbeispiel.

Viel Spaß beim Schmökern wünscht dir
Michaela Albrecht

Du findest mich unter:
woerterfall.com

wörterfall
die kommunikationswerkstatt

1 Wenn du keinen HP-Schein hast, darfst du nur mit Gesunden arbeiten.

Wenn du keinen HP-Schein besitzt, bist du nach ständiger Rechtprechung nicht in der Lage, eine zuverlässige Diagnose abzugeben – und darfst das auch nicht.

Außerdem bist du – laut Rechtsprechung – auch nicht fähig, eine potenzielle Gesundheitsgefährdung überhaupt zu erkennen.

Wenn also ein kranker Klient zu dir kommt, ist dessen Gesundheit potenziell gefährdet, weil du nicht fähig bist, einzuschätzen, welche Art von medizinischer Behandlung er braucht und wo deine Expertise endet.

Das betrifft nicht nur physische, sondern auch psychogene Krankheiten.

Wenn du Heiler, Coach oder Traumatherapeut bist und keinen HP-Schein hast, muss daher in deiner Werbung immer wieder klar werden, dass du mit gesunden Menschen arbeitest, die ihre Persönlichkeit weiterentwickeln wollen.

Bei Zuwiderhandlung droht dir ein Strafverfahren wegen Verstoßes gegen § 5 Heilpraktikergesetz:

> *Wer ohne zur Ausübung des ärztlichen Berufs berechtigt zu sein und ohne eine Erlaubnis nach § 1 zu besitzen, die Heilkunde ausübt, wird mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe bestraft.*

2 Verwende keine übertriebenen Begriffe für deinen Beruf oder deine Praxis.

Du darfst den Verbraucher nicht in die Irre führen. Daher solltest du keine Bezeichnungen wählen, die über die Größe oder Bedeutung deines Unternehmens täuschen wie z.B. Zentrum, Institut, Kur o.ä.

Außerdem solltest du keine standeswidrigen oder irreführenden Berufsbezeichnungen nutzen, die z.B. ein Hochschulstudium andeuten, welches es so nicht gibt (z.B. „Diplom-Hypnosetherapeutin“), oder Fantasiebezeichnungen, die etablierten Berufsbezeichnungen nahestehen.

Die Gericht sind nicht blöd und hauen dir das im Zweifel um die Ohren.

3 Erwecke nicht den Anschein von Wissenschaftlichkeit.

Nur wenn eine Studie in einer anerkannten medizinischen Fachzeitschrift (z.B. LANCET) erschienen ist, solltest du mit ihr werben.

Auch wenn es also für deine Methode eine oder mehrere Studien gibt, wirb nicht damit, wenn sie nicht publiziert sind.

4 Verunsichere den Leser nicht.

Achte in deinen Beschreibungen darauf, dem Leser keine Angst zu machen und nicht den Eindruck zu erwecken, es stehe ganz schlimm um ihn.

Beschreibe keine schrecklichen Szenarien, die er nur mit deiner Behandlungsmethode vermeiden kann (z.B. Darmprobleme, die sich zu Krebs entwickeln können,
transgenerationale Traumata, die sich ebenfalls zu schweren Krankheiten entwickeln können usw.).

Dies wird von der Rechtsprechung als Werbung mit Angst oder Verunsicherung betrachtet.

5 Verwende für manuelle Verfahren keine Fotos mit medizinischen Handgriffen.

Nach ständiger Rechtsprechung können auch Fotos irreführende Werbung darstellen.

Du solltest daher vor allem bei manuellen Verfahren keine Fotos von “fachlich richtigen” Handgriffen zeigen, von denen man den Behandlungsablauf ableiten kann.

Die Fotos dürfen keinen darstellenden, sondern nur dekorativen Charakter haben, d.h. die Berührungen sollten nur oberflächlich sein.

6 Bilde Hilfsmittel wie Schröpfgläser oder Akupunkturnadeln nur als Stillleben ab.

Wenn du die Hilfsmittel “in Aktion”, also am Patienten abbildest, könnte das Kompetenz bzw. Wirksamkeit suggerieren.
Aber alles, was nicht wissenschaftlich bewiesen ist, wirkt offiziell nicht. Wenn du Wirksamkeit suggerierst, wird das von Gerichten als irreführend betrachtet.
Verwende also nur Stillleben von deinen Gerätschaften.

7 Auf Behandlungsfotos sollten außer dem Patienten nur deine Hände zu sehen sein.

Die Abbildung des Gesichts des Behandelnden suggeriert nach der Rechtsprechung ebenfalls besondere Kompetenz und Autorität. Für ein medizinisch nicht anerkanntes Verfahren stellt auch dies irreführende Werbung dar. Lass’ dich nur alleine oder im Gespräch mit dem Patienten shooten, aber nicht während der Behandlung.

8 Vermeide lange Indikationenlisten mit Bulletpoints.

Gerichte sehen Indikationenlisten mit mehr als drei Punkten leider als Werbung mit Angst bzw. Verunsicherung an.
Wenn du mehr als drei Indikationen nennen willst, mach’ das lieber im Fließtext.

9 Spar‘ dir Disclaimer (Patientenhinweise) unter deinen Texten oder im Impressum.

Du kannst nicht oben etwas versprechen und es unten wieder aufheben (“die Methoden sind wissenschaftlich nicht anerkannt”), in der Hoffnung, den Disclaimer lese niemand.

Das ist, als würdest du Ladendiebstahl begehen, aber unter deiner Jacke ein T-Shirt tragen mit dem Text “Ich nutze meine Jacke nur als Einkaufswagen. Ich will alles bezahlen”.

Vielmehr solltest du die fehlende Wissenschaftlichkeit an prominenter Stelle ehrlich kommunzieren und auch die Gegenmeinung erwähnen.

10 Verlasse dich nicht auf KANN-Aussagen!

KANN bedeutet nicht nur eine Möglichkeit, sondern auch eine Fähigkeit:

“Die Methode kann Ihnen helfen”

kann man auch so verstehen, als sei sie in der Lage dazu, dem Patienten zu helfen. Entscheidend ist hier die Wahrnehmung des Empfängers: Was denkt der Besucher deiner Website über die Fähigkeiten der Methode?

Wenn die Methode nicht wissenschaftlich anerkannt ist, mache deutlich, dass der Erfolg der Methode nicht garantiert werden kann.

Praxisbeispiel:

Formulierungen müssen immer im Gesamtkontext gesehen werden.

Ich würde dir gerne einfache “So nicht!” / “Lieber so!”-Beispiele geben. Aber meist genügt es nicht, andere Worte zu verwenden.

Um einen abmahnsicheren Text zu erstellen, muss man oft den ganzen (Ab-)Satz auseinander nehmen und eine Ebene höher oder mehrere Schritte rückwärts gehen, um den kompletten Kontext abzuflachen oder ganz zu verändern.

Häufig müssen Formulierungen entfernt und durch allgemeineren Inhalt ersetzt werden. Oder man muss eine allgemein formulierte, kurze Wirkaussage viel ausführlicher beschreiben, um sie in den Details zu entkräften.

Aber ich hoffe, das folgende Beispiel hilft dir trotzdem!

Hier ist ein Text über Bioresonanztherapie, den mir eine Kundin vorgelegt hatte, mit den vorgenommenen Korrekturen:

Vorlage:

Seit über 30 Jahren wird die Bioresonanzmethode in der Humanmedizin als besonderes Diagnose- und Therapieverfahren eingesetzt.

Meine Anmerkung:

Suggeriert zu viel Autorität und Seriosität; es klingt, als habe Bioresonanz einen festen Platz in der Humanmedizin.
Diesen Absatz haben wir komplett gestrichen.

Vorlage:

Die Grundlagen dafür basieren auf Erkenntnissen der Quanten- und Biophysik.

Meine Anmerkung:

Zu ungenau und dadurch zu mutig.

Besser:

Die Bioresonanztherapie nimmt Bezug auf Erkenntnisse der Quantenmechanik. Stark vereinfacht ausgedrückt sollen Elementarteilchen von Materie ganz allgemein in ständiger Wechselwirkung zwischen Masse und Energie stehen.

Vorlage:
Hier wurde bewiesen, dass jede Zelle, jedes Organ aber auch Viren, Pollen, Pilze, Umweltgifte und vieles mehr ureigene Schwingungen, sogenannte Frequenzmuster, haben.

Meine Anmerkung:
Das wurde sicher nicht so in der Quanten- oder Biophysik bewiesen!

Besser:
Somit kann man jede Zelle, jedes Organ, aber auch Viren, Pollen, Pilze, Umweltgifte oder unbelebte Materie einem elektromagnetischen Feld mit eigenem Frequenzmuster zuordnen.

Vorlage:
Im Bioresonanzgerät werden die elektromagnetischen Schwingungen des Klienten, der über eine Magnetfeldmatte und spezielle Elektroden mit dem Gerät verbunden ist, eingespeist und analysiert.

Meine Anmerkung:
Das darfst du sagen, weil du noch nichts über die Zuverlässigkeit der Analyse behauptest.

Vorlage:

Aufgrund dieser Analyse können Allergien, Unverträglichkeiten, belastende Umweltgifte und sämtliche Schwachpunkte im Organismus aufgespürt werden.

Meine Anmerkung:

Problematisch, weil impliziert wird, dass die Analyse alle Schwachpunkte zuverlässig aufspürt. Da muss man mehr in die Tiefe gehen.

Besser (mit mehr Beschreibung):

Sie befinden sich durch die Magnetfeldmatte und die Elektroden in einem Kreislauf mit dem Bioresonanzgerät.

Man kann sich den Vorgang so vorstellen, dass das Gerät die von Ihrem Körper abgegebenen Wellen "ausliest" und mit dem vom Gerät erzeugten Frequenzspektrum vergleicht.

Mit einem stiftartigen Gerät berühren Sie die Ampullen der Reihe nach (Beschreibung, was man sieht!).
Währenddessen stelle ich fest, ob und wie stark mein Tensor bei der jeweiligen Ampulle reagiert (Beschreibung, was man sieht!).
Aus der Reaktion ziehe ich Rückschlüsse (subjektive Wahrnehmung!), wie Ihr Körper mit den getesteten Frequenzmustern in Resonanz geht.
Dies werte (subjektive Wahrnehmung!) ich als Ergebnis für Allergien, Umweltgifte etc.

Alles gar nicht so einfach, oder?

Ich habe einen Onlinekurs konzipiert, in welchem ich HeilpraktikerInnen, Coaches und TherapeutInnen beibringe, worauf sie beim Texten achten müssen.

Wenn du dabei sein willst, oder wenn du direkt Hilfe bei deinen Internettexten brauchst, melde dich bei mir:

0177 – 405 17 67

info@woerterfall.de

wörterfall
die kommunikationswerkstatt