

Heilmittelwerbung auf der Praxis-Website: wo Ihre Werbeaussagen die Grenze überschreiten

Der Prüf-Ablauf für Praxis-Websites, damit aus gut gemeintem Praxis-Marketing kein Fall für das Heilmittelwerbe-gesetz wird.

Praxis-Website-Pflichten · Baustein 2 von 6 · Stand 15.09.2026



WAS AUF DER WEBSITE STEHT

„Endlich schmerzfrei, garantiert.“

Formulierung auf einer Leistungsseite.



WAS DAS HWG ERLAUBT

§3 HWG: keine Erfolgsversprechen, kein garantierter Heilerfolg

Grundregel des Heilmittelwerbe-gesetzes.

≠

Zwei Aussagen. Eine davon überschreitet die Grenze des HWG.

Autoren dieses Guides

Dieser Guide entstand in redaktioneller Verantwortung von medivendis und wurde rechtlich durch einen auf Gesundheitsrecht spezialisierten Rechtsanwalt geprüft.



AUTOR

Tobias Boltze

Geschäftsführer, medivendis oHG

Tobias Boltze ist Geschäftsführer der medivendis oHG und verantwortet die Methodik, mit der medizinrechtliche Anforderungen, von Heilmittelwerberecht über Datenschutz bis Barrierefreiheit, in überprüfbare und laufend kontrollierte Systeme übersetzt werden. Sie stammt aus dem Aufbau einer Prüf-Architektur, die Websites regulierter Branchen fortlaufend gegen zwanzig Prüfbereiche misst, von der Erstprüfung bis zur Überwachung nach dem Livegang. Aus über 25 Jahren im Online-Marketing kennt er die Stelle, an der Praxis-Websites regelmäßig auffällig werden: nicht in der Absicht, sondern in Formulierungen und Technik, die nach dem Livegang niemand mehr nachprüft. Die rechtlichen Maßstäbe entstehen in Zusammenarbeit mit Gesundheitsrechtskanzleien wie juravendis; die Bewertung des Einzelfalls bleibt dort.



RECHTLICHE PRÜFUNG

RA Thomas Bruggmann, LL.M.

Inhaber, juravendis Rechtsanwaltskanzlei

Thomas Bruggmann ist Inhaber der Kanzlei juravendis in München. Er berät seit mehr als 20 Jahren Unternehmen schwerpunktmäßig zu Fragen des Lebensmittel- und sonstigen Gesundheitsrechts, insbesondere zu Fragen der Produktabgrenzung und Health Claims. Er ist Autor zahlreicher einschlägiger Veröffentlichungen, Referent der Lebensmittelrechtsakademie an der Universität Marburg und der Behr's Akademie sowie ehemaliger Lehrbeauftragter der Universität Erlangen-Nürnberg.

Übersicht

1 Warum „nur Marketing“ nicht stimmt

› Wie Sie weiterlesen: zwei Wege

2 Was das Heilmittelwerbegesetz überhaupt regelt

3 Die Grundregel: Information vs. Anpreisung

4 Die Erfolgsversprechen-Fälle

5 Vorsorge- und Schwerpunktangaben

6 IGeL-Leistungen bewerben

7 Patientenstimmen und Bewertungen

8 Vorher-Nachher-Bilder

9 Der Prüf-Ablauf Satz für Satz

10 Was danach kommt

AKTUALITÄTSHINWEIS

Dieser Guide gibt den Stand vom 15.09.2026 wieder. Die Rechtsgrundlagen aus Kapitel 2 sind deutlich stabiler als einzelne Formulierungsbeispiele, die sich mit neuer Rechtsprechung weiterentwickeln können. Die Fälle in den Kästen „Aus dem AppCore Universum“ sind verdichtete Praxis und keine benannten Kunden.

Wie Sie weiterlesen

Ab hier trennen sich zwei sinnvolle Wege durch diesen Guide. Beide führen durch dieselben Kapitel, nur in anderer Reihenfolge. Es gibt keinen doppelten Inhalt, Sie verpassen also nichts.

WEG A · SOFORT LOSLEGEN

Sie wollen heute noch prüfen, was auf Ihrer Website steht.

Kapitel 3: die Grundregel Information vs. Anpreisung. Diesen Teil bitte nicht überspringen, sonst fehlt der Maßstab für alles Weitere.

Kapitel 9: der Prüf-Ablauf mit Selbst-Check-Liste.

Danach die Kapitel 2, 4 bis 8 zum Verstehen der einzelnen Fallgruppen, und Kapitel 10 zum Abschluss.

WEG B · ERST VERSTEHEN

Sie wollen wissen, warum das Thema überhaupt eines ist, bevor Sie etwas ändern.

Lesen Sie der Reihe nach weiter ab Kapitel 2. Der Aufbau ist so gedacht: erst die Rechtsgrundlage, dann die Grundregel, dann die typischen Fallgruppen, dann der Prüf-Ablauf, dann der Abschluss.

Wenn Sie nicht sicher sind, nehmen Sie Weg B. Er dauert eine knappe Stunde und erspart die Rückfragen, die auf Weg A erfahrungsgemäß nach dem ersten Befund kommen.

DAS FRAMEWORK DIESES THEMENPFADS

Alle Guides des Themenpfads Praxis-Pflichten folgen demselben Vier-Schritte-Vorgehen: **Prüfen · Einordnen · Anpassen · Belegen**. Es taucht in jedem Kapitel wieder auf, damit Sie es einmal lernen und auf jedes weitere Thema dieses Themenpfads anwenden können.

HIER ENDET DIE LESEPROBE

Ab hier steht der eigentliche Inhalt

Was Sie im Hintergrund unscharf sehen, ist die erste von 10 Kapiteln dieses Bausteins. Sie ist bewusst nicht lesbar: die Leseprobe zeigt Aufbau und Machart, nicht das Ergebnis.

Der vollständige Baustein führt 10 Kapitel, je mit einem typisierten Fall aus dem AppCore Universum, dazu Prüf-Ablauf, Werkzeug-Übersicht und Checkliste zum Ausdrucken.

Vollständiger Baustein 39 €

medivendis · medivendis.de/audit

Einzel. Im Thema. **Komplett.**

Dieser Baustein ist einer von sechs im Thema **Praxis-Website-Pflichten**. Alle sechs zusammen kosten weniger als die Summe der Einzelkäufe, und alle vier Themen zusammen bilden das Kompendium.

KOMPENDIUM

Alle vier Themen, 24 Bausteine

399 €**THEMA**

Praxis-Website-Pflichten, 6 Bausteine

169 €**EINZELN**

Ein Baustein, frei wählbar

ab 29 €

DIE SECHS BAUSTEINE DES THEMAS PRAXIS-WEBSITE-PFLICHTEN

Barrierefreiheit

29 €

Heilmittelwerbung

39 €

✓ Ihrer

Patientendaten &
DSGVO**29 €**Impressum &
Pflichtangaben**29 €**IGeL-Preis-
transparenz**29 €**Vorher-Nachher-
Bilder**39 €****Zuerst gilt aber: Wie steht es wirklich um Ihre Website?**

Dieser Guide erklärt das Verfahren. Messen kann er Ihre Website nicht. Der medivendis Audit prüft sie kostenfrei gegen alle 20 Lösungen in einem Lauf, ohne Vertrag und ohne Kreditkarte.

medivendis.de/audit

* Alle angegebenen Preise sind Nettopreise, zzgl. gesetzl. MwSt.