

Online-Bewertungen rechtssicher managen

Der Prüf-Ablauf, um unberechtigte Bewertungen wirksam anzugehen, ohne durch die eigene Antwort die ärztliche Schweigepflicht zu verletzen.

Online-Sichtbarkeit und Reputation · Baustein 1 von 6 · Stand 15.09.2026



BIS 2024

Kaum durchsetzbar

Portale verlangten faktisch Nachweise, die eine Praxis kaum liefern konnte.



SEIT OLG MÜNCHEN 2024 UND LG HAMBURG 2025

≠

Genügt die formlose Beanstandung per E-Mail

Kein Formularzwang, keine detaillierte Begründungspflicht der Praxis.

Die Rechtslage hat sich spürbar zugunsten der Praxen verschoben, wer das nicht weiß, verschenkt eine reale Chance.

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 Bewertungen für Ihre Praxis rechtlich heikel sind
- › Wie Sie weiterlesen: zwei Wege
- 2 Wer darf Sie bewerten? Der Behandlungskontakt als Grundregel
- 3 Die Prüfpflichten des Portals im Detail
- 4 Die Schweigepflicht-Fälle beim Reagieren
- 5 Positive Bewertungen sammeln, ohne sich strafbar zu machen
- 6 Das Google-Unternehmensprofil rechtssicher führen
- 7 Der praktische 5-Schritte-Prüfablauf
- 8 Drei typische Problemkonstellationen
- 9 Offene und umstrittene Rechtsfragen
- 10 Checkliste zum Ausdrucken, und wo dieser Guide endet

AKTUALITÄTSHINWEIS

Dieser Guide gibt den Stand vom 15.09.2026 wieder. Kapitel 9 benennt ausdrücklich, wo die Rechtsprechung uneinheitlich oder eine höchstrichterliche Klärung noch offen ist, statt eine einheitliche Rechtslage vorzutäuschen, die es so nicht gibt. 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 haben gerade eine neue, unberechtigte Bewertung erhalten und wollen heute noch reagieren.

Kapitel 4: die Schweigepflicht-Fälle beim Reagieren. Diesen Teil bitte nicht überspringen, bevor Sie irgendwo öffentlich antworten.

Kapitel 7: der praktische 5-Schritte-Prüfablauf.

Danach die Kapitel 2, 3, 5, 6 und 8 zum Verstehen, und Kapitel 9 und 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.

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.

WORUM ES IN DIESEM THEMENPFAD GEHT

Dieser Themenpfad behandelt die Sichtbarkeit und den Ruf Ihrer Praxis jenseits der eigenen Website: Bewertungen, Social Media, bezahlte Werbung, Gesundheits-Content, Patienten-werben-Patienten und Team- und Karriereseiten. Dieser erste Baustein widmet sich Bewertungen und dem Google-Unternehmensprofil.

HIER ENDET DIE LESEPROBE

Ab hier steht der eigentliche Inhalt

Was Sie im Hintergrund unscharf sehen, ist die erste von 10 Kapitelseiten 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

Sichtbar. Geschützt.

Dieser Baustein ist der erste von sechs im neuen Thema **Online-Sichtbarkeit und Reputation**.

Alle sechs Bausteine zusammen kosten weniger als die Summe der Einzelkäufe, und alle vier

Themen zusammen bilden das Kompendium.

KOMPENDIUM

Alle vier Themen, 24 Bausteine

399 €

THEMA

Online-Sichtbarkeit und Reputation, 6 Bausteine

169 €

EINZELN

Ein Baustein, frei wählbar

ab 29 €

DIE SECHS BAUSTEINE DES THEMAS ONLINE-SICHTBARKEIT UND REPUTATION

Online-
Bewertungen

39 €

✓ Ihrer

Social
Media

39 €

Bezahlte
Werbung

39 €

Gesundheits-
Content

39 €

Patienten-werben-
Patienten

39 €

Team- und
Karriereseiten

29 €

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.