

Praxis auf Social Media

Werberecht, Fremdwerbeverbot, Impressum und Kennzeichnung auf Instagram, TikTok und YouTube, nach der aktuellen Rechtsprechung 2025.

Online-Sichtbarkeit und Reputation · Baustein 2 von 6 · Stand 15.09.2026



ALS ARZT ODER ÄRZTIN POSTEN

Ist berufsrechtlich streng von Fremdwerbung getrennt

LG Karlsruhe, 06.11.2025: Vertrauenswürdigkeit als Arzt darf nicht für Fremdprodukte genutzt werden.



EINE INSTAGRAM-STORY MIT BEHANDLUNGSABLAUF

Gilt als Vorher-Nachher-Werbung, auch ohne direkten Bildvergleich

OLG Frankfurt, 06.11.2025: die chronologische Abfolge genügt bereits.

≠

Zwei Leitentscheidungen aus demselben Monat zeigen: die Gerichte prüfen Social-Media-Inhalte inzwischen genauso streng wie die eigene Website.

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 Social Media für Praxen ein rechtliches Minenfeld ist

› Wie Sie weiterlesen: zwei Wege

2 Das Fremdwerbeverbot: der Fall „Medfluencer“

3 Erlaubte Aufklärung vs. verbotene Fremdwerbung

4 Vorher-Nachher-Werbung auf Social Media

5 Impressumspflicht auf Social-Media-Profilen

6 Werbekennzeichnung bei Kooperationen

7 Plattform-Besonderheiten: TikTok und YouTube

8 Datenschutz und typische Problemfälle

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 eine höchstrichterliche Klärung noch aussteht, 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 planen gerade einen Post oder eine Kooperation und wollen heute noch wissen, ob er zulässig ist.

Kapitel 2 und 3: Fremdwerbeverbot und die Abgrenzung zur erlaubten Aufklärung.

Kapitel 6: Werbekennzeichnung bei Kooperationen.

Danach die Kapitel 4, 5, 7 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 zweite Baustein widmet sich dem Social-Media-Auftritt.

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 zweite von sechs im 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 €

Social
Media

39 €

✓ Ihrer

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.