

Website-Check für deine Heilpraxis

Punkte 1 bis 8 sind die Stolpersteine aus dem Werberecht: Prüfen kann die Agentur, gerade stehen musst du. Punkte 9 bis 13 zeigen, ob deine Website gefunden wird.

- ☐ **1. Keine Seite enthält ein Heilversprechen.** **Du selbst**
Keine Sätze wie „hilft sicher“; die Agentur prüft vor, du gibst frei (§ 3 HWG).
- ☐ **2. Keine Krankheit aus der Liste im Anhang des HWG steht bei deinen Behandlungen.** **Du selbst**
Etwa Krebs, Suchtkrankheiten, meldepflichtige Infektionen; die Agentur prüft vor, du gibst frei (§ 12 HWG).
- ☐ **3. Fallbeispiele, Fotos und Patientenstimmen legen keine Heilung nahe.** **Du selbst**
Und nirgends steht „von Ärzten empfohlen“; die Agentur prüft vor, du gibst frei (§ 11 HWG).
- ☐ **4. Deine Erlaubnis steht so da wie im Bescheid.** **Du selbst**
Kein Titel, der nach Arzt oder Psychotherapeut klingt, Ausbildung mit Institut und Jahr (§ 132a StGB).
- ☐ **5. Jede angebotene Leistung deckt deine Erlaubnis ab.** **Du selbst**
Nichts, was nur ein Arzt darf, etwa bei sexuell übertragbaren Krankheiten (§ 24 IfSG).
- ☐ **6. Alle Bewertungen sind echt und ohne Gegenleistung.** **Du selbst**
Keine gekauften, keine gegen Rabatt, keine von Bekannten (UWG, Anhang Nr. 23b, 23c).
- ☐ **7. Antworten auf Bewertungen verraten nichts über die Behandlung.** **Du selbst**
Auch nicht, ob jemand Patient war; die Regel gibst du vor, gerade stehst du (Art. 9 DSGVO).
- ☐ **8. Das Impressum nennt die Aufsichtsbehörde.** **Du selbst**
Dazu Name, Anschrift, E-Mail; die Behörde nennt dir das Gesundheitsamt, die Agentur prüft vor, du gibst frei (§ 5 DDG).
- ☐ **9. Jedes Verfahren hat eine eigene Seite.** **Agentur**
Mit Ablauf, Dauer, Kosten und für wen es gedacht ist, ohne Ergebnis zu versprechen.
- ☐ **10. Es gibt eine Seite über dich und eine zur ersten Sitzung.** **Agentur**
Mit Foto, Erlaubnis im Wortlaut, Ablauf und Preis der ersten Sitzung; Bescheid und Nachweise lieferst du.
- ☐ **11. Alle Patienten werden um eine Bewertung gebeten.** **Wir oder dein Team**
Nicht nur die Zufriedenen, ohne Gegenleistung und ohne vorgegebenen Text.
- ☐ **12. Dein Google-Unternehmensprofil ist vollständig.** **Wir oder dein Team**
Sprechzeiten, Verfahren und Fotos aktuell, Kontaktdaten genau wie auf der Website.
- ☐ **13. Nur wenn du Personal suchst: Jede offene Stelle hat eine eigene Seite.** **Agentur**
Im Quelltext mit den Angaben für die Jobsuche bei Google versehen, mit echten Vorteilen im Text.