

Änderungen im Heilmittelwerbegesetz – Auswirkungen auf die Heilpraktikerwerbung

Mit Gültigkeit ab 6. September 2005 wurden Änderungen im Heilmittelwerbegesetz (HWG) vorgenommen. Vollzogen wurden die Änderungen über das Vierzehnte Gesetz zur Änderung des Arzneimittelgesetzes vom 29.08.2005. Die wichtigsten Änderungen betreffen die Paragraphen 1, 7 und 12. In § 1 wird bestimmt, dass das HWG nunmehr auch Anwendung findet auf die Werbung für operative plastisch-chirurgische Eingriffe, soweit sich die Werbeaussage auf die Veränderung des menschlichen Körpers ohne medizinische Notwendigkeit bezieht. Diese Erweiterung des Anwendungsbereiches trat erst am 01. April 2006 in Kraft. Bisher waren sogenannte Schönheitsoperationen vom HWG nicht erfasst. Der Gesetzgeber sah hier Handlungsbedarf, weil die Zahl derartiger operativer Eingriffe, wie z.B. Brustvergrößerungen durch Implantate oder Fettabsaugung, rapide angestiegen ist, und diese Eingriffe mit Risiken verbunden sind, die zu erheblichen Gesundheitsschäden führen können (s. Bundestagsdrucksache 15/5316 v. 19.04.2005). Durch die Einbeziehung in das HWG werden betroffene Verbraucher vor suggestiven und irreführenden Werbemethoden geschützt, die eine sachgerechte Entscheidung behindern. U.a. sind die in der Werbung für Schönheitsoperationen häufig anzutreffenden Vorher- Nachher- Vergleiche nun nicht mehr zulässig, da derartige Vergleiche durch § 11 Abs. 1 Nr. 5 b) untersagt werden. § 7 Absatz 1 verbietet auch weiterhin, Zuwendungen und sonstige Werbegaben (Waren oder Leistungen) anzubieten, anzukündigen oder zu gewähren oder als Angehöriger der Fachkreise anzunehmen. Allerdings sind als Ausnahme jetzt solche Zuwendungen oder Werbegaben zulässig, die in einem bestimmten oder auf bestimmte Art zu berechnenden Geldbetrag oder in einer bestimmten oder auf bestimmte Art zu berechnenden Menge gleicher Ware gewährt werden (§ 7 Abs. 1 Nr. 2). Für Heilpraktiker bedeutet diese Änderung, dass sie künftig Rabatte bzw. Preisnachlässe auf ihre Leistungen anbieten, in der Werbung ankündigen und gewähren dürfen. Allerdings darf der Heilpraktiker ansonsten zulässige Werbegaben nur dann **annehmen**, wenn diese zur Verwendung in der Praxis bestimmt sind. Eine in ihren Auswirkungen schwerwiegende Änderung wurde in § 12 vorgenommen. § 12 verbietet die Werbung mit Bezug auf bestimmte Krankheiten, die in der Anlage A zu § 12 aufgelistet werden. Der in diese Anlage bisher enthaltene umfangreiche Katalog einer Vielzahl unzulässiger Krankheitsangaben wurde drastisch auf folgende Krankheiten begrenzt:

A. Krankheiten und Leiden beim Menschen

1. Nach dem Infektionsschutzgesetz vom 20. Juli 2000 (BGBl. I S. 1045) meldepflichtige Krankheiten oder durch meldepflichtige Krankheitserreger verursachte Infektionen,
2. bösartige Neubildungen,
3. Suchtkrankheiten, ausgenommen Nikotinabhängigkeit,
4. krankhafte Komplikationen der Schwangerschaft, der Entbindung und des Wochenbetts.

Auch für Krankheiten und Leiden beim Tier wurde die Liste unzulässiger Krankheitsangaben in der Anlage A gekürzt. Der Gesetzgeber hat mit den vorgenommenen Änderungen u.a. auch Vorgaben der EU umgesetzt (s. *Richtlinie 2001/83/EG, zuletzt geändert durch die Richtlinie 2004/27/EG*). Für den Heilpraktiker bedeutet die Änderung, dass er sich in seiner Werbung künftig auf eine Vielzahl schwerwiegender organischer Krankheiten beziehen darf, die er vorher nicht erwähnen durfte. Erlaubt ist somit bspw. die Nennung von Herzkrankheiten, Augenerkrankungen, Stoffwechselstörungen oder Nervenerkrankungen. Eine Ausweitung des Katalogs besteht darin, dass jetzt der Bezug auf sämtliche Suchtkrankheiten verboten ist, während vorher lediglich die Trunksucht vom Verbot betroffen war. Zulässig ist allerdings nach wie vor die Erwähnung von Nikotinabhängigkeit.