

WAS TUN BEI §§-HORROR PER POST?

Informationen zum Thema „Abmahnung“ und „Unterlassungserklärung“

Jede hat von dem Horror schon gehört – vielleicht auch selbst erlebt: ein Brief mit juristischem Kauderwelsch, eine Abmahnung, eine riesige Geldsumme wird genannt, eine Unterschrift gefordert ... ein Prozess angedroht. Und dann geht die Maschine im Kopf los: Existenzangst, Wut, ... oder eben auch reflexartige Paragraphenscheu.

Was tun? Was lassen?

Hier drei beispielhafte Geschichten: konstruiert, aber sie könnten wahr sein, werden.

Risiken und Nebenwirkungen dieses Artikels:

Kein Anspruch auf Vollständigkeit, keine Garantie der Richtigkeit, ersetzt keine Beratung!

Indikation:

Soll kopflose Panik ebenso verhindern wie blauäugige Ignoranz.

Wissen ist Macht, macht handlungsfähig!

Kollegin A: Neugründung mit Werbung „do-it-yourself“

Gute Ratschläge bekommt sie bei dem Unternehmerinnentreff und von ihren Freundinnen. Alle sagen ihr, dass sie werben muss, Visitenkarten, Flyer und unbedingt eine Internetseite.

Visitenkarten gibt es kostenfrei im Internet, Flyer schreibt sie selbst, aber die Internetseite? Da gibt es eine Freundin von einer Freundin, die es kann. Gedacht getan, sie hat gerade sehr wenig Geld und fängt mit der Freundin der Freundin an. Die baut Seiten über einen speziellen Anbieter, den es kostenfrei im Internet gibt. Sie kopiert schöne Fotos für ihre Seite. Den Text kopiert A bei einer Kollegin, fertig. Wenig Arbeit. Geringe Kosten. Dann wird noch die Anzeige gebastelt für die Tageszeitung zum Tag der offenen Tür.

Alles wunderbar, die Praxisfeier läuft gut, die Presse ist da, alle Freundinnen, die ihr ihre Freundinnen schicken werden, alles super.

Wenige Tage später, ein Brief von einem Anwalt: eine Abmahnung mit einer Unterlassungserklärung, bei „Zu widerhandeln“ soll Kollegin A 50.000€ zahlen. Sie hätte Fotos gestohlen? Therapieformen genannt, die so einfach nicht geschrieben werden dürfen? Es gibt ein Foto von ihr in der Zeitung, sie steht vor ihren Heilkräutern, das soll ein Vergehen sein!?

Kollegin B: Neues Werbe-Outfit aus der Agentur

B arbeitet schon lange in ihrer Praxis, alles hat sich bei ihr gewandelt. Nun braucht sie neues Werbematerial. Sie geht direkt zur bekannten Werbeagentur XY. Es gab eine Beratung, was sie sich vorstellen würde, sie solle Texte schreiben, denn woher sollen die Grafikerinnen wissen, was sie an Therapien anbieten würde.

Die Agentur überarbeitet die Texte und baut das Drumherum, kauft Fotos und es werden Fotos von ihr bei der Behandlung aufgenommen. Die Internetseite war sehr ansprechend. Superschönes Papier für den Flyer, alles geschafft. Fertig.

Aber auch sie bekommt einen Anwaltsbrief: Ihr Impressum sei von der Agentur nicht ausreichend beschrieben worden. Es gäbe Text, der nicht korrekt sei, und Fotos, die sie bei ihrer Arbeit zeigten.

Kollegin C: Berufsbezeichnung

C ergeht es ähnlich in so weit, dass auch sie einen Brief erhält. In den Gelben Seiten steht sie als „Psychotherapeutin“ und nicht „Heilpraktikerin beschränkt auf das Gebiet der Psychotherapie“. Auch sie erhält eine Abmahnung – weil sie die Berufsbezeichnung nicht korrekt angeben hätte.

AUTORIN

Beatrix Agnes Haußmann

Cecilienstr. 40

47443 Moers

Telefon: 02841 / 502795

praxis@b-haussmann.de

www.b-haussmann.de

Heilpraktikerin (HP)

seit 1993 in eigener Praxis,

Beratung/Coaching

für Heilpraktikerinnen,

Kurse für

Praxismanagement

geb. 1954



Was sind Abmahnungen?

Juristisch gesehen ist eine Abmahnung eine Aufforderung, ein bestimmtes Verhalten zu unterlassen.

Ihre Funktion ist, Streitigkeiten auf direktem und kostengünstigem Weg ohne Einschaltung eines Gerichts beizulegen und sie ist eine Voraussetzung für eine Klage.

Im „Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb“ heißt es dazu in § 12, Abs. 1:

„Die zur Geltendmachung eines Unterlassungsanspruchs Berechtigten sollen den Schuldner vor der Einleitung eines gerichtlichen Verfahrens abmahnen und ihm Gelegenheit geben, den Streit durch Abgabe einer mit einer angemessenen Vertragsstrafe bewehrten Unterlassungsverpflichtung beizulegen.“

Diese Abmahnung kann im ersten Schritt auch mündlich stattfinden.

Der nächste mögliche Schritt ist dann die schriftliche Abmahnung.

Wer kann abmahnen?

- Kolleg/innen, die gleiche oder ähnliche Leistungen erbringen
- Berufsverbände
- Verbraucherschutzvereine
- Vereine (sog. ‚Abmahnvereine‘, z.B. „Zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbes)
- Urheber/innen (z.B. von Fotos, Zitaten, Karten, Anfahrtsskizzen etc.) ©
- Markeninhaber/innen ®

Was kann abgemahnt werden?

Verstöße gegen folgende Gesetze

(Achtung: das sind nur die wichtigsten, nur Beispiele!):

- | | |
|-----------------------------------|--|
| • Heilmittelwerbe-gesetz (HWG) | • Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) |
| • Urheberrecht-gesetz (UrhG) | • Teledienstgesetz (TDG) |
| • Bundesdatenschutz-gesetz (BDSG) | • Bürgerliche Gesetzbuch (BGB) |

Hierzu einige Beispiele, die Rechtsgrundlage für eine Abmahnung sein können:

Heilmittelwerbe-gesetz (HWG), z.B.:

- Formulierungen wie „... hilft bei der Behandlung von ...“ und „... unterstützend bei ...“
Es dürfen keine Aussagen gemacht werden über „erkennen“, „lindern“, „heilen“ (umgangssprachlich sog. „Heilversprechen“).
- Fotos bei der Arbeit (Es geht darum, dass die/der Behandler/in in dieser Rolle gezeigt wird, es geht nicht um das Persönlichkeitsrecht der Behandelten, d.h. ‚Augenbalken‘ nützt hier nichts.)
- Danksagungen, Empfehlungen, z.B. auch im Gästebuch auf der Internetseite
- Therapienamen, die nicht in die Umgangssprache eingegangen sind

Das Landgericht Düsseldorf (v. 24.07.2006-Az: 12066/05=Volltext) hat z.B. entschieden, dass ein Heilpraktiker auf seiner an die Allgemeinheit gerichteten Internetseite mit Fachbegriffen wie „Osteopathie“, „bioelektrische Funktionsanalyse“ oder „Dunkelfeld-Mikroskopie“ nur werben darf, wenn diese im direkten Zusammenhang mit der Verwendung des Fachbegriffs allgemeinverständlich erläutert werden. Anderenfalls verstoße die Werbung mit diesen Fachbegriffen gegen § 11 Abs. 1 S. 1 Nr. 6 HWG (Heilmittelwerbe-gesetz), sodass ein Mitbewerber nach §§ 8 Abs. 1, 3, 4 Nr. 11 UWG Unterlassung dieser Werbung verlangen könne.

Unlauterer Wettbewerb (UWG), z.B.:

- vergleichende Werbung („Ich bin besser als die Kollegin D ...“)
- Werbung per E-Mail ohne Einwilligung / ungebeten (sog. Spam, per Post ist erlaubt)
- E-Mail-Anschrift, Praxisname, ... die (fälschlicherweise) besagen / suggerieren, etwas sei die einzige, beste, ... Praxis für ... / am Ort
- Nennung der eigenen Person mit nicht korrekt formulierter Berufsbezeichnung

Wenn eine Heilpraktikerin ist, ist sie verpflichtet, diese Berufsbezeichnung auch zu nennen – und zwar in der korrekten Form.

Eine „Heilpraktikerin beschränkt auf das Gebiet der Psychotherapie“ (HPP) darf sich nicht „Psychotherapeutin“ nennen. Für Niedersachsen (ab April 2009 bundesweit) gibt es einen Erlass, der im Briefkopf den Wortlaut verlangt: „Heilpraktiker/in beschränkt auf das Gebiet der Psychotherapie“

- Berufsbezeichnung „Heilpraktikerin“ in Zusammenhang mit unvollständigem Titel

Ist eine Heilpraktikerin (HP oder HPP) promoviert, muss sie zu dem „Dr.“ die Angabe der Fakultät machen, also z.B. Dr. phil. – je nach dem. Dies soll verhindern, dass sie für eine Ärztin gehalten wird. Wenn sie den Dr. med. tatsächlich hat, darf und soll sie das selbstverständlich schreiben.

Urheberrechtsgesetz (UrhG), z.B.:

- Fotos von sich selbst, die von anderen, z.B. einem Fotostudio gemacht wurden (auch das eigene Passfoto): Rechte müssen abgeklärt / erworben werden
- fehlende Rechte an Fotos, Grafiken, Bildmaterial o.ä. für die Internetseite, Werbung auf Flyern, Infomaterial an Kursteilnehmer/innen o.ä. (d.h. jede Verbreitung): Rechte müssen die eigenen sein, sei es weil selbst gemacht oder kaufen – oder schenken lassen, ... (sog. Copyright)
- kopierte Anfahrtsskizzen (Rechte klären, auch bei Verlinkung sicherheitshalber klären)
- Zitieren ohne Einwilligung: Zitate von Autor/innen sind bis 70 Jahre nach deren Tod urheberrechtlich geschützt; Zitieren von Zeitgenoss/innen (Politiker/innen, Prominente) ist ausschließlich ein Privileg der Presse

Teledienstgesetz (TDG), z.B.:

- fehlerhaftes Impressum auf der Internetseite

So ist z.B. für Heilpraktikerinnen die Angabe des zuständigen Gesundheitsamtes Pflicht (Ländergesetzgebung, örtlich verschieden).

Markenrecht, z.B.:

- Zeichen, Embleme, Logos

Achtung: Auch was ähnlich sieht, d.h. zur Verwechslung taugen könnte, kann abgemahnt werden.

Was ist eine Unterlassungserklärung?

Die abmahnende Partei kann eine schriftliche Unterlassungserklärung verlangen. Diese enthält fast immer eine Vertragsstrafe bei Wiederholung.

Damit soll die Wiederholungsgefahr ausgeräumt werden, so dass der Anspruch auf Unterlassen als erfüllt gilt. Bei einer Wiederholung kann unmittelbar die Vertragsstrafe eingefordert und sogar noch eine Klage eingereicht werden.

Durch die Unterschrift gilt die Unterlassungspflicht als anerkannt. Damit ist ein Schutz gegen weitere Abmahnungen gegeben – allerdings nur aufgrund dieser Gesetzeslage im speziellen.

Wird von der abgemahnten Praxis keine Unterlassungserklärung unterzeichnet, kann die abmahnende Seite auf Unterlassungsklagen.

Was tun, wenn eine Abmahnung kommt?

- Ernst nehmen!
Das ist ein wichtiges Dokument, darf nicht in den Müll oder die Ablage wandern.
- Keine Panik!
Klären lassen (!), ob die Forderung berechtigt ist.
- Kompetente Beratung!
Berufsverband hilft weiter
(Fach)-Anwältin/Anwalt aufsuchen
- Nicht sofort bezahlen, nichts unterschreiben:
Zuerst klären, ob die Abmahnung gerechtfertigt ist.

Was hätten die Kolleginnen anders machen können?

- Bevor die Werbung erstellt wird, beim Verband nachfragen.
- Wenn sie schon erstellt ist, um Überprüfung bitten.

Sehr häufig haben Agenturen, Freundinnen und auch (sogar schon betroffene) Kolleginnen keine Erfahrung mit Gesetzen und Vorschriften für Heilpraktikerinnen. Was andere machen, muss nicht erlaubt sein! Vielleicht ist die Kollegin einfach noch nicht abgemahnt worden. Nicht nur Fortbildungen in Therapieformen sind wichtig, auch Wissen um die Rahmenbedingungen des Praxisalltags kann existenzsichernd sein.

Achtung:

Von Seiten der Werbeagenturen besteht keine Haftung für Inhalte der Internetauftritte!

Juristisch verantwortlich ist die Werbende selbst.

Dies muss auch auf der Internetseite im Impressum deutlich sein.

„Verantwortlich für den Inhalt: Name der Praxisinhaberin“ ©

Literatur

SICHTERMANN, MARIE: Heilkunde, Therapie und Selbstständigkeit. Frauenoffensive (3. überarb. Aufl. 2007)

VORMWALD, KRISTINA: Marketing für Heilpraktiker. Sonntag (2004)

BOXBERG, ERNST: Legale Werbung für Ihre Praxis. Urban & Fischer (1985/2002)

Copyright Bild © Amati Holle