MW SEA Marketing

FÜR ÄRZTE & PRAXEN

DIE HWG-CHECKLISTE

10 Regeln für rechtssichere Google Ads als Arzt

Was Sie als Arzt wissen müssen — HWG-konform, DSGVO-sicher und abmahnsicher.

Warum diese Checkliste?

Die meisten Google Ads Agenturen kennen die Regeln des Heilmittelwerbegesetzes nicht. Diese Checkliste zeigt Ihnen die 10 wichtigsten Regeln — verständlich erklärt und mit konkreten Beispielen.

Mason Werner
Google Ads Spezialist für Ärzte

AUSGABE 2026
MW-SEA-MARKETING.COM

Google Ads können für Ärzte ein kraftvolles Werkzeug sein, um neue Patienten zu gewinnen — wenn Sie die Regeln kennen.

Das Problem: Die meisten Ärzte wissen nicht genau, was das Heilmittelwerbegesetz (HWG) und die ärztliche Berufsordnung erlauben. Und die meisten Google Ads Agenturen auch nicht. Das Ergebnis: abgelehnte Anzeigen, gesperrte Accounts oder im schlimmsten Fall Abmahnungen.

Als ehemaliger Mitarbeiter im Namen von Google und Spezialist für Google Ads im medizinischen Bereich habe ich in den letzten Jahren gelernt, was funktioniert und was nicht. Diese Checkliste fasst die 10 wichtigsten Regeln zusammen — klar, verständlich und mit Beispielen aus der Praxis.

> **WICHTIG ZU WISSEN**
>
> *„Die Anzeige ist oft das kleinere Problem — gesperrte Accounts und Abmahnungen kommen meist von Keywords, Landing Pages oder Tracking-Fehlern. Deshalb schauen wir uns alle drei Bereiche an."*

Die 10 Regeln im Überblick

01	Keine Heilungs- und Erfolgsversprechen	HWG §3
02	Keine Vorher-/Nachher-Darstellungen	HWG §11
03	Keine Angst- und Druckwerbung	HWG §11
04	Keine übertriebenen Selbstanpreisungen	BERUFSORDNUNG
05	Sachlich informieren statt anpreisen	§27 MBO-Ä
06	Vorsicht bei Gesundheits-Keywords	GOOGLE ADS
07	Google Health Policies beachten	GOOGLE ADS
08	Keine Gesundheitsdaten im Tracking	DSGVO ART. 9
09	Server-Side Tracking nutzen	TRACKING
10	Konsistenz: Anzeige & Landingpage	COMPLIANCE

© 2026 · Nur für persönliche Nutzung

01

HWG §3 — IRREFÜHRENDE WERBUNG

Keine Heilungs- und Erfolgsversprechen

Das ist die wichtigste Regel. Sie dürfen als Arzt keine Aussagen machen, die eine sichere Heilung oder einen garantierten Erfolg versprechen. Das gilt für Anzeigen, Landing Pages und auch für Keywords.

SO NICHT	BESSER
„Heilt Rückenschmerzen in 7 Tagen — 100 % Erfolg garantiert"	*„Moderne Behandlung bei Rückenschmerzen — terminsichere Diagnose in unserer Praxis"*

Rechtsgrundlage: §3 HWG (Verbot irreführender Werbung)

02

HWG §11 — WERBEBESCHRÄNKUNGEN

Keine Vorher-/Nachher-Darstellungen

Besonders bei ästhetischer Medizin, Orthopädie und Dermatologie gilt: Vorher-/Nachher-Bilder sind in der Publikumswerbung weitgehend verboten. Selbst wenn sie echt sind. Google blockt solche Anzeigen zudem häufig direkt.

SO NICHT	BESSER
Bild eines Patienten vor/nach einer Operation als Anzeigenmotiv	*Praxis-Atmosphäre, Team-Foto oder ein sachliches Produktbild*

Rechtsgrundlage: §11 HWG (Unzulässige Werbung)

03

HWG §11 — ANGST UND DRUCK

Keine Angst- und Druckwerbung

Werbung, die Angst vor einer Krankheit schürt oder suggeriert, dass Nichtnutzung zu Schäden führt, ist unzulässig. Ebenso verboten: künstliche Zeitdruck-Formulierungen („Nur heute gesund bleiben").

SO NICHT	BESSER
„Warten Sie nicht länger — bevor es zu spät ist"	*„Termine kurzfristig verfügbar — vereinbaren Sie jetzt Ihren Beratungstermin"*

Rechtsgrundlage: §11 Abs. 1 Nr. 7 HWG

© 2026 · Nur für persönliche Nutzung

04

ÄRZTLICHE BERUFSORDNUNG

Keine übertriebenen Selbstanpreisungen

Begriffe wie „führend", „einzigartig", „der beste" sind riskant. Die ärztliche Berufsordnung fordert sachliche Information statt reißerischer Anpreisung. Auch Superlative ohne objektiven Beleg sind problematisch.

SO NICHT	BESSER
„Die beste HNO-Praxis in Wien" / „Führender Spezialist"	*„HNO-Praxis in Wien mit über 10 Jahren Erfahrung in [Spezialisierung]"*

Rechtsgrundlage: §27 MBO-Ä (Erlaubte Information, unerlaubte Werbung)

05

§27 MBO-Ä

Sachlich informieren statt anpreisen

Der Grundsatz der ärztlichen Berufsordnung: sachliche, wahrheitsgemäße Information ist erlaubt — anpreisende, irreführende oder vergleichende Werbung nicht. Das gilt auch für Google Ads und Landing Pages.

SO NICHT	BESSER
„Schmerzfrei leben — endlich wieder! Jetzt kommen."	*„Schmerztherapie in unserer Praxis — Termin nach Vereinbarung"*

Rechtsgrundlage: §27 MBO-Ä (Berufsordnung für Ärzte)

© 2026 · Nur für persönliche Nutzung

06

GOOGLE ADS — KEYWORDS

Vorsicht bei Gesundheits-Keywords

Google blockt automatisch bestimmte Gesundheits-Keywords — besonders bei verschreibungspflichtigen Medikamenten, sensiblen Diagnosen oder Wirkstoffnamen. Wer auf diese bietet, bekommt Ablehnungen oder im schlimmsten Fall Account-Sperren.

PROBLEMATISCH

Wirkstoffnamen, „verschreibungspflichtig", sensible Diagnosen als Keywords

BESSER

Leistungs-Keywords: „HNO Wien", „Allergietest Termin", „Fußchirurg Beratung"

Quelle: Google Ads Healthcare & Medicines Policy

07

GOOGLE ADS — POLICIES

Google Health Policies beachten

Google hat strikte Richtlinien für Gesundheitsdienstleister. Für bestimmte Kategorien (Medikamente, Behandlungen) brauchen Sie eine Zertifizierung. Ohne diese werden Ihre Anzeigen abgelehnt — meist ohne klare Erklärung.

SO NICHT

Kampagne aufsetzen und hoffen, dass sie durchgeht

BESSER

Vorab prüfen: Gehört Ihre Leistung in eine zertifizierungspflichtige Kategorie?

Quelle: support.google.com/adspolicy/answer/176031

© 2026 · Nur für persönliche Nutzung

08

DSGVO ART. 9

Keine Gesundheitsdaten im Tracking

Gesundheitsdaten sind nach Art. 9 DSGVO eine besonders sensible Datenkategorie. Werden sie versehentlich an Google übertragen (z.B. durch die URL beim Termin-Buchen), riskieren Sie Bußgelder. Viele Praxen machen das unwissentlich.

SO NICHT

URL: /termin/?behandlung=Hallux-valgus-OP — Diagnose wird an Google gesendet

BESSER

URL: /termin — neutral, keine Gesundheitsdaten im Query-String

Rechtsgrundlage: DSGVO Art. 9 (Verarbeitung besonderer Kategorien personenbezogener Daten)

09

TRACKING — BEST PRACTICE

Server-Side Tracking nutzen

Server-Side Tracking erlaubt es, Conversion-Daten an Google zu übertragen, ohne sensible Informationen mitzusenden. Der Server sitzt dazwischen und filtert alles Kritische heraus. Für Arztpraxen ist das der sicherste Weg zu sauberen Daten.

SO NICHT

Client-Side Tracking mit Standard-GA4, das alle URL-Parameter mitschickt

BESSER

Server-Side Container (GTM), der sensible Daten vor dem Senden entfernt

Tools: Server-Side GTM, Taggrs, Stape — alle DSGVO-freundlich

10

COMPLIANCE — KONSISTENZ

Konsistenz: Anzeige & Landingpage

Wenn Ihre Anzeige ein Versprechen macht, muss die Landingpage das einlösen — ohne zu übertreiben. Inkonsistenzen zwischen Ad und LP sind nicht nur schlecht für den Quality Score, sie können auch rechtlich problematisch sein.

SO NICHT

Ad: „Termin in 24h" → LP: „Wartezeit derzeit 3 Wochen"

BESSER

Ad: „Termin online buchen" → LP: Online-Buchungstool sichtbar im Hero

Grundsatz: Was die Anzeige verspricht, muss die Landingpage halten

© 2026 · Nur für persönliche Nutzung

AUS DER PRAXIS

Die 5 häufigsten Gründe, warum Arzt-Accounts gesperrt werden

→ **1. Werbeverbotene Keywords**

Bieten auf verschreibungspflichtige Wirkstoffnamen oder sensible Diagnosen.

→ **2. Anzeigentexte mit Heilversprechen**

Formulierungen wie „heilt", „garantiert", „100% Erfolg" lösen automatische Prüfungen aus.

→ **3. Landingpages mit Compliance-Problemen**

Fehlende Pflichtangaben, unzulässige Claims oder Vorher-Nachher-Bilder.

→ **4. Sensible Daten in URL-Parametern**

Diagnose- oder Behandlungsnamen im Query-String, die an Google gesendet werden.

→ **5. Inkonsistenz zwischen Ad und LP**

Was die Anzeige verspricht, wird auf der Landingpage nicht eingelöst.

Wichtiger Hinweis

Diese Checkliste ersetzt keine Rechtsberatung. Sie dient der Information und Sensibilisierung. Bei konkreten Rechtsfragen wenden Sie sich bitte an einen auf Medizinrecht spezialisierten Anwalt.

© 2026 · Nur für persönliche Nutzung

BRAUCHEN SIE HILFE BEI DER UMSETZUNG?

Kostenloses Erstgespräch für Ihre Praxis

Ich helfe herausragenden Ärzten, sichtbar zu werden — rechtssicher und messbar. Wenn Sie diese 10 Regeln in Ihrer Praxis umsetzen wollen, unterstütze ich Sie gerne persönlich.

30 Minuten · Unverbindlich · Diskret.
Wir schauen gemeinsam, ob eine Zusammenarbeit Sinn macht.

Kostenloses Erstgespräch buchen →

Mason Werner

Google Ads Spezialist für Ärzte
MW SEA Marketing · mw-sea-marketing.com · office@mw-sea-marketing.com

Rechtlicher Hinweis: Dieser Leitfaden stellt keine Rechtsberatung dar. Die dargestellten Informationen beruhen auf öffentlich verfügbaren Quellen und Erfahrungswerten aus der Praxis. Bei rechtlichen Fragen wenden Sie sich an einen auf Medizinrecht spezialisierten Anwalt. Stand: 2026. Änderungen der Rechtslage vorbehalten.

© 2026 · Nur für persönliche Nutzung