

Autor/-in: Jonas Dirker

Rubrik: Stadt Bonn

Weblink: [https://ga.de/bonn/stadt-bonn/eckart-von-hirschhausen-wird-als-werbegesicht-missbraucht\\_aid-112339305](https://ga.de/bonn/stadt-bonn/eckart-von-hirschhausen-wird-als-werbegesicht-missbraucht_aid-112339305)<sup>1</sup> von PMG gewichtet 02-2024

Mediengattung: Online News

Visits (VpD): 1,32 (in Mio.)<sup>1</sup>

# Arzt Eckart von Hirschhausen wird als Werbe Gesicht missbraucht

## Erfundene Gesundheitsversprechen

In den sozialen Medien taucht immer wieder Fake-Werbung mit dem Konterfei von Eckart von Hirschhausen auf. Zahlreiche Menschen sind schon auf den Schwindel reingefallen.

Der bekannte Arzt, Wissenschaftsjournalist und Fernsehmoderator Eckart von Hirschhausen, der sein Büro in Bonn hat, ist seit Monaten Opfer von Werbetätern, die sein Gesicht und seine Popularität nutzen, um in den sozialen Medien für dubiose Blutdruckmittel zu werben. Bei der Verbraucherzentrale NRW melden sich seit Monaten fast täglich Menschen, die die Fake-Werbung bemerkt haben oder auf sie hereingefallen sind.

„Es passiert konstant seit Monaten, dass sich die Leute bei uns melden“, sagt Gesa Schölgens, die die zahlreichen Anfragen an die Verbraucherzentrale bearbeitet. Knapp 700 Beschwerden habe es laut der Leiterin des Projekts Faktencheck Gesundheitswerbung bisher gegeben. Gut die Hälfte sei auf den Schwindel hereingefallen, der in den sozialen Medien in Form von bebilderten Werbeanzeigen daherkomme.

In den Anzeigen zu sehen ist meist eine Kombination aus einem Lebensmittel, einem eingefügten Bild Hirschhausens im Vordergrund sowie einem Bild oder einer Grafik, die im Zusammenhang mit dem Thema Bluthochdruck stehen soll, etwa ein Herz, ein Blutdruckmessgerät oder eine Pulslinie. Versprochen wird den Usern wahlweise eine „einfache Behandlung von Bluthochdruck“, wirksame Mittel zu dessen Stabilisation, ein „organischer Pflanzenkomplex“ oder gar ein „revolutionärer Komplex zur Unterstützung kardiovaskulärer Gesundheit“.

### Panikmache: Fake-Zitaten warnen vor platzendem Herz

Wer auf die Anzeige klickt, landet auf einer Webseite, die dem Auftritt bekannter Medienmarken aus Deutsch-

land nachempfunden ist und auf der ein Bericht zu einem angeblichen Interview mit Hirschhausen zu lesen ist. „Die nachgebauten Seiten täuschen optisch vor, zur ARD, dem ZDF oder zu Bild zu gehören“, berichtet Schölgens. Auch hier gehe es darum, sich das Vertrauen der Kunden durch die bekannte Optik der Marken zu erschleichen. „Inhaltlich ist das letztlich aber alles Humbug. Solche Wundermittel, wie sie dort angepriesen werden, gibt es nicht. Das ist ein Geschäft mit der Angst und der Hoffnung der Menschen“, ärgert sich Schölgens.

Die Zielgruppe des Produkts ist dabei enorm groß. Gut 20 bis 30 Millionen Deutsche sollen nach Angaben der Techniker Krankenkasse Bluthochdruck haben. Vor allem an sie richtet sich das gefälschte Interview, das auch versucht, mit gefälschten Zitaten Hirschhausens zum Kauf zu verleiten. „Kümmern sie sich dringend um die Reinigung ihrer Blutgefäße, bevor ihr Herz platzt“, wird den Nutzern etwa direkt in einer fett und rot geschriebenen Überschrift Angst gemacht. „Zum Glück gibt es einen Weg zur Rettung, und ich empfehle dringend, ihn zu nutzen“, wird Hirschhausen direkt darunter die potenzielle Lösung des Problems in den Mund gelegt.

Die im Laufe des Textes beworbenen Produkte mit Namen wie CardioBalance, CardioOne, Cardiotensive oder Cardiotonus können nach Angaben der Verbraucherzentrale ihre Versprechen nicht einhalten und sind ihrer Ansicht nach unzulässig. Wer Verdacht schöpft und die Internetseite verlassen möchte, wird abermals abgefangen. Diesmal scheint die Seite einer Bundesanstalt nachempfunden. In der oberen Ecke prangt der Bundesadler, daneben ein

kleiner Streifen in Schwarz, Rot und Gold. „Achtung“, wird der Nutzer gewarnt. „Sind Sie sicher, dass Sie gehen wollen? 57 Prozent der Menschen mit Bluthochdruck sterben an einem Herzinfarkt.“

### Hirschhausen bittet, Betrugsfälle bei ihm zu melden

Dem Treiben rechtlich einen Riegel vorzuschieben, stellt sich jedoch als schwierig heraus. Vor allem deshalb, weil immer wieder neue Webseiten mit angeblichen Heilmitteln entstehen. „Löscht man eine Seite, ploppt einfach eine neue auf“, beklagt Verbraucherschützerin Schölgens. Betroffenen Prominenten wie Hirschhausen rät sie dazu, entsprechende Betrugsfälle öffentlich zu machen und mit der eigenen Reichweite Verbraucher vor einem möglichen Fehlgriff zu bewahren. Hirschhausen kommt dem [in Form eines großen roten Stickers auf seiner eigenen Homepage nach](#). „Achtung: Werbung mit meinem Namen!“ steht dort geschrieben. Auf der dahinterliegenden Informationsseite warnt Hirschhausen, dessen Stiftung „Humor hilft heilen“ ihren Sitz in Bonn hat, vor den Produkten.

„Ich stehe weder in Bezug zu diesem Produkt, noch mache ich Werbung für andere Produkte“, heißt es dort. Auch die Fotos und Zitate werden als Fälschungen ausgewiesen. User, die auf die Werbung aufmerksam werden, bittet Hirschhausen eine E-Mail an [zuschauer@hirschhausen.com](mailto:zuschauer@hirschhausen.com) zu senden, um den Tätern und ihren Webseiten nachzugehen. Auch auf Instagram hatte sich der prominente Arzt von den Werbetätern distanziert – bereits im Juni vergangenen Jahres. In seinem Post gibt Hirschhausen an, auch juri-

stisch gegen die Fake-Werbung vorzugehen. Eine Anfrage nach dem aktuellen Stand und ob er dies weiter verfolgen, ließ das Büro Hirschhausens unbeantwortet.

### **Medienanwalt sieht theoretisch gute Chancen für Löschung**

Ganz so schlecht stünden die Aussichten auf eine erfolgreiche Löschung der Webseiten tatsächlich nicht, sagt Florian Wagenknecht. Der Fachanwalt für Urheber- & Medienrecht der Bonner Kanzlei TWW Law kennt vergleichbare Fälle, in denen ebenfalls gegen das allgemeine Persönlichkeitsrecht verstoßen und Werbung mit der Popularität von Prominenten gemacht wird. „Etwa drei Viertel der Seiten bekommen wir gelöscht“, gibt Wagenknecht an. Das Aufspüren der Seitenbetreiber

sei dagegen nur in etwa einem Drittel der Fälle erfolgreich. Von ihnen können Prominente wie auch Normalos im Fall eines entsprechenden Rechtsverstoßes Lizenzgebühren einklagen. In bekannten Fällen von Stefan Raab oder Günther Jauch seien aufgrund des zu ersetzenden Wertes so bereits Gebühren in Höhe von bis zu 20.000 Euro erstritten worden.

„Rechtlich kann man sich also in jedem Fall wehren. Praktisch stehen die Chancen deutlich schlechter, da sich die Spuren zum Anbieter oft verlieren“, fasst der Anwalt zusammen. Und selbst im Erfolgsfall – man könne sich nicht dagegen wehren, dass alsbald eine ähnliche Seite mit neuerlichem Betrugsversuch auftauche.

Wie man Fake-Werbung entlarven kann

Verbraucherschützerin Gesa Schölges rät Nutzern im Internet im Falle eines Betrugsverdachts zunächst die Webseiten-URL zu überprüfen. Logos, Design und auch Zitate von Prominenten ließen sich fälschen, die URL verrate viele Betrüger jedoch, so Schölges. Auch ein fehlendes Impressum sei ein Hinweis auf einen möglichen Betrug. Gebe es nach einer ersten Recherche über das Produkt immer noch Unsicherheit, könne die Verbraucherzentrale helfen. Wer bereits einen Kaufvertrag abgeschlossen hat, dem rät die Verbraucherzentrale dringend zum Widerruf. Dies sei jedoch nicht immer einfach oder bei fehlenden Angaben für den Kontakt schlicht nicht möglich, sagt Schölges.

**Abbildung:**

Eckart von Hirschhausen: Der Bonner ist von einem Betrug betroffen, bei dem dubiose Anbieter mit seinem Gesicht für Blutdruckmittel werben.

**Fotograf-in:**

Foto: Eckart von Hirschhausen/Dominik Butzmann

**Wörter:**

968