

Deutscher Dachverband für Psychotherapie DVP e.V

Informationsmaterial

GRUNDSATZ 7: ÖFFENTLICHE ERKLÄRUNGEN

Genereller Grundsatz:

Grundsatz 7.a: Bei der Bekanntmachung und Werbung für fachliche Dienste dürfen folgende Informationen zur Beschreibung des psychotherapeutisch Tätigen und der angebotenen Leistungen aufgeführt werden:

Name

höchster akademischer Grad bzw. höchster von einer anerkannten Institution erworbener Titel

Datum, Art und Bezeichnung des ECP-Zertifikats

die Mitgliedschaft in psychotherapeutischen Verbänden und anderen fachlichen Einrichtungen

Adresse

Telefonnummer

Sprechstundenzeiten

eine kurze Auflistung der angebotenen Leistungen

Honorarinformationen

Fremdsprachenkenntnisse

Erläuterung zu Versicherungsleistungen oder möglichen Honorarzahllungen durch Dritte sowie weitere relevante Informationen.

Zusätzliche für den Klienten relevante Informationen dürfen aufgeführt werden, sofern sie nicht gegen die vorliegenden ethischen Richtlinien verstoßen.

Grundsatz 7.b: Bei der Bekanntmachung und Werbung für psychotherapeutische Leistungen oder Veröffentlichungen, wird keine Zugehörigkeit zu einer Organisation aufgeführt, die in irreführender Art und Weise auf die fachliche Anerkennung oder Trägerschaft durch diese Institution hindeutet. Speziell dürfen nicht ein europäischer Status, die national anerkannte Registrierung oder die Zugehörigkeit zum Fachverband in einer Art und Weise angeführt werden, dass durch diese Angabe spezielle Kenntnisse oder zusätzliche Qualifikationen suggeriert werden. Öffentliche Bekanntmachungen umfassen Werbung in Zeitungen, Zeitschriften, Büchern, Telefonbüchern, Adressenverzeichnissen, Internet, Fernsehen, Radio oder Kino. Jegliche Form von Werbung enthält zu keinem Zeitpunkt

falsche, betrügerische, irreführende oder ungerechtfertigte Angaben;

beabsichtigte Fehlinterpretation von Fakten durch Verkürzung oder Herauslösung aus dem ursprünglichen Kontext;

Patientenaussagen über die Qualität psychotherapeutischer Leistungen und Produkte;

Angaben, die zu falschen Erwartungen bezüglich positiver Behandlungsergebnisse führen;

Angaben über einzigartige, ungewöhnliche oder neuartige Leistungen/Fähigkeiten;

Inhalte, die auf Ängste oder Emotionen des Patienten im Falle des Nichtantretens einer Therapie abzielen;

Behauptungen über die verhältnismäßige Erwünschtheit der Leistungen;

Aussagen zur gezielten Anwerbung einzelner Patienten.

Grundsatz 7.c: Vertreter von Presse, Radio, Fernsehen oder anderen Medien werden zu keine Zeit durch Zahlungen, Wertgegenstände oder andere Leistungen für Werbung und Veröffentlichung entlohnt. Eine bezahlte Anzeige muss als solche deklariert sein, sofern dies nicht bereits aus dem Kontext erkennbar ist. Bei Werbeanzeigen in Radio oder Fernsehen werden diese vorab aufgezeichnet und vom psychotherapeutisch Tätigen vor der Veröffentlichung bestätigt und zugelassen werden. Kopien der Werbeanzeigen und Aufzeichnungen verbleiben beim psychotherapeutisch Tätigen.

Grundsatz 7.d: Ankündigungen oder Werbeanzeigen für Gruppentherapien zur persönlichen Entwicklung, Sitzungen für spezielle Interessensgruppen, Kurse, Beratungen, Fortbildungen und Vermittlungen stellen Inhalt und Absicht der angebotenen Leistung eindeutig dar. Die Aus- und

Fortbildung sowie die Berufserfahrung der Lehrenden werden genau angegeben und den Kursteilnehmern vor Beginn des Seminars oder des Kurses verfügbar gemacht. Ebenso ist die Information über Honorar und Vertragsbedingungen allen Teilnehmern vor Kursbeginn zugänglich zu machen.

Grundsatz 7.e: Bei der Erstellung oder Verbreitung psychotherapeutischer Techniken, Produkte, Bücher oder anderer Verkaufsgüter gewährleisten die verantwortlichen psychotherapeutisch Tätigen, dass Bekanntmachung und Werbung für das jeweilige Produkt in fachlich und wissenschaftlich sowie ethisch und sachlich angemessener und richtiger Art und Weise geschieht.

Grundsatz 7.f: Psychotherapeutisch Tätige beteiligen sich nicht zur persönlichen Vorteilsnahme an kommerziellen Ankündigungen und Werbeveranstaltungen, die der Öffentlichkeit die Inanspruchnahme urheberrechtlich geschützter oder nur von einem Anbieter erhältlicher Leistungen oder Waren empfiehlt. Dies gilt insbesondere, wenn die Teilnahme an der Werbeveranstaltung speziell in der Funktion als psychotherapeutisch Tätiger erfolgt.

Grundsatz 7.g: Psychotherapeutisch Tätige repräsentieren ihre Wissenschaft und ihre Leistungen und Produkte angemessen und korrekt; es erfolgt keine Falschdarstellung durch Sensationsmacherei, Übertreibung oder oberflächliche Darstellung. Es ist die oberste Verantwortung psychotherapeutisch Tätiger, der Öffentlichkeit bei qualifizierter Urteilsbildung und wissenschaftlichen Entscheidungen zu helfen.

Grundsatz 7.h: In der Lehr- und Ausbildungstätigkeit gewährleisten psychotherapeutisch Tätige, dass alle Angaben in Katalogen und Kursbeschreibungen akkurat und vollständig sind, insbesondere bezüglich der Kursinhalte, der Bewertungskriterien und der Lehrerfahrung. Ankündigungen, Broschüren oder Werbeanzeigen für Workshops, Seminare oder andere Fortbildungsveranstaltungen stellen präzise die Zielgruppe des Angebots sowie die Kriterien für die Kursteilnahme, die Zielsetzungen des Kurses sowie die zu erwartenden Kursinhalte dar. Weiterhin weisen die Kursankündigungen die Ausbildung und Lehr- und Berufserfahrung aller beteiligten Lehrenden sowie die Kursgebühren korrekt aus.

Grundsatz 7.i: Öffentliche Ankündigungen oder Werbeanzeigen zur Akquise von Forschungsteilnehmern, in denen klinische oder therapeutische Leistungen als Anreiz angeboten werden, müssen die Art der Leistungen sowie die Kosten und anderen Verpflichtungen der Forschungsteilnehmer umfassend darlegen.

Grundsatz 7.j: Psychotherapeutisch Tätige erkennen die Verpflichtung zur Richtigstellung an, falls psychotherapeutische Fachqualifikationen oder fachliche Einrichtungen durch Produkte oder Dienstleistungen in einer Art und Weise repräsentiert werden, die mit diesen Richtlinien nicht vereinbar ist.

Grundsatz 7.k: Individuelle diagnostische und therapeutische Leistungen werden nur im Rahmen eines professionellen psychotherapeutischen Verhältnisses erbracht. Sofern persönliche Ratschläge/Empfehlungen durch öffentliche Vorträge, Artikel, Radio- oder TV-Sendungen, Post oder andere Medien erteilt werden, beruft der psychotherapeutisch Tätige sich hierbei auf aktuellste Daten und Erkenntnisse und lässt höchste fachliche Ansprüche walten.

Grundsatz 7.l: Für Produkte, die durch öffentliche Vorträge, Artikel, Radio- oder TV-Sendungen, Post oder andere Medien beworben oder präsentiert werden, gelten dieselben anerkannten Standards wie für Produkte, die in der psychotherapeutischen Behandlung zum Einsatz kommen.