„Medfakes“: KI macht illegale Werbung mit Prominenten

Wenn aus den Medien bekannte Ärzte und Ärztinnen in Videos für medizinische Produkte werben, handelt es sich meist um Fälschungen: Betrüger werben mit KI-generierten Videos für dubiose Nahrungsergänzungsmittel.

VON IRENE HABICH

Im Interview mit der Tagesschau warb Eckart von Hirschhausen vermeintlich für ein neues Wundermittel: „Sie werden erstaunt sein, dass sie Diabetes in nur 17 Stunden loswerden können, ohne ihr Zuhause zu verlassen“, verspricht der TV-Arzt und Moderator darin. Ein Video davon zirkulierte im Netz. Doch das Interview hat so niemals stattgefunden, es wurde mit künstlicher Intelligenz (KI) erzeugt. Es handelt sich bei dem Clip um ein typisches Medfake, also Werbung für medizinische Mittel, die auf gefälschte Bilder, Videos oder Tonaufnahmen prominenter Personen setzt, um glaubwürdig zu erscheinen.

Die so beworbenen Produkte können stets über verlinkte Verkaufsplattformen direkt bestellt werden. Es sind in der Regel keine echten, zugelassenen Medikamente, sondern Imitate. Oder teure Nahrungsergänzungsmittel nicht genau bekannter Zusammensetzung, deren Wirksamkeit und Unbedenklichkeit nicht erwiesen ist. Im schlimmsten Fall können sie der Gesundheit schaden.

Um die 2000 „Fake-Versionen“ seiner Person gibt es nach von Hirschhausens Schätzung im Netz. Sie machen Werbung für Abnehmpulver, Medikamente gegen Schmerzen und hohen Blutdruck oder für Potenzmittel. Er hat beschlossen, sich dagegen zu wehren und ist Teil der Initiative #StopMedFakes, mit der der Wort Bild Verlag (Herausgeber von u. a. der Apotheken Umschau) aktuell über das Thema aufklärt. Im Juni war bereits eine Doku von Hirschhausen über Medfakes in der ARD erschienen.

Er ist dabei längst nicht der einzige Betroffene. Die Notfallmedizinerin Carola Holzner postet in den sozialen Medien als „Doc Caro“ mit großer Reichweite medizinische Infos. Im Interview mit der Apotheken Umschau berichtet sie, wie ihre Videos auf Youtube oder Instagram mithilfe von KI-Anwendungen manipuliert werden – sodass sie plötzlich mit ihrer eigenen Stimme für Abnehmkapseln wirbt. Ihre Follower können solche Fälschungen oft nicht erkennen. Viele beschweren sich sogar empört bei ihr, dass sie für unseriöse Produkte wirbt.

Auch der Diabetologe Mathias Riedel, bekannt aus der NDR-Sendung „Die Ernährungsdocs“, wirbt als KI-Klon im Netz unfreiwillig für Pillen und Pulver. Von Hirschhausen, Holzner und Riedel haben eines gemeinsam: Sie genießen Glaubwürdigkeit, weil sie echte Mediziner sind. Es gibt viel echtes Videomaterial von ihnen im Netz, das sich manipulieren lässt. Und sie sind beliebt und haben einen hohen Bekanntheitsgrad.

Das macht sie zu den idealen Werbegesichtern von Medfakes. In Hirschhausens ARD-Doku schildert die Seniorin Ursula, was ihr durch den Kopf ging, als sie auf eine Anzeige mit Hirschhausens Foto stieß: „Das muss gut sein, wenn es von Dr. Eckart von Hirschhausen kommt“, dachte sie. Im Nachhinein schäme sie sich fast ein bisschen dafür, so gutgläubig gewesen zu sein, sagt Ursula. Sie bestellte das empfohlene, teure Nahrungsergänzungsmittel, das vermeintlich „die Gefäße reinigen“ sollte. Als sie bemerkte, dass es sich um ein Medfake handelte und die Werbeversprechen unseriös waren, forderte sie eine Erstattung. Sie blieb aber auf ihren Ausgaben sitzen.



Foto: Negative Space / Pexels

Die gefälschte Werbung ist auf gleich mehrere Weisen illegal. So ist es zum einen generell nicht erlaubt, Nahrungsergänzungsmittel mit konkreten Heilsversprechen zu bewerben, also zu behaupten, dass diese Krankheiten heilen würden. Aussagen über eine allgemeine, gesundheitsfördernde Wirkung müssten belegbar sein. Ärzten und Ärztinnen ist unlautere Werbung, also Werbung mit wissenschaftlich nicht belegbaren Aussagen, sogar per Berufsordnung verboten.

Natürlich ist es auch nicht erlaubt, deren Identitäten im Netz zu klauen. Trotzdem ist es meist schwer, den Verantwortlichen beizukommen. Denn die Betrügenden sitzen im Ausland, die Organisation und der Vertrieb der Produkte werden von verschiedenen Ländern aus gesteuert. Wie groß das Problem ist, zeigt eine Analyse österreichischer Forschungsinstitute. Diese hatten im Netz gezielt nach KI-generierten Deepfakes gesucht, in denen dubiose Nahrungsergänzungsmittel beworben wurden. Sie fanden für 2025 rund 4600 problematische Anzeigen dieser Art, die europaweit 21,5 Millionen Menschen erreichten.

ZENTRALE MELDESTELLE GEFORDERT

Das Österreichische Institut für angewandte Telekommunikation (ÖIAT), das an der Auswertung beteiligt war, fordert neue gesetzliche Regeln: Es würde Social-Media-Plattformen gerne verpflichten, problematische Werbeanzeigen aktiv aufzuspüren und diese nicht erst nach Beschwerden zu löschen. Die Verbraucherzentrale NRW wünscht sich laut Apotheken Umschau für Deutschland eine zentrale Meldestelle für irreführende Gesundheitswerbung. Bisher seien zu viele unterschiedliche Stellen an der Regulierung beteiligt: Ärztekammern, Lebensmittelüberwachungsstellen, Landesmedienanstalten und Gesundheitsämter.

Was aber kann jeder selbst tun, um sich vor dem Betrug mit Medfakes zu schützen? Die Verbraucherzentrale gibt einige Tipps, mit denen sich die manipulierten Videos erkennen lassen. So sind die Fälschungen selten perfekt, bei genauem Hinsehen lassen sich meist eine unnatürliche Mimik oder Lippenbewegungen erkennen, die nicht zum Gesagten passen – so wie bei schlecht synchronisierten Filmen. Auch können die vertraute Stimme und die Betonung des oder der Prominenten leicht verändert klingen.

Weitere Hinweise sind fehlende Quellen. Über die beworbenen Produkte gibt es keine Berichte in seriösen Medien oder offiziellen Social-Media-Kanälen der Promis. Immer lohnt es sich auch, auf Details zu achten: Rechtschreibfehler und ein fehlendes Impressum auf der Verkaufsplattform sowie ausländische Webadressen sind Hinweise auf betrügerische Angebote. Ein weiteres Zeichen sind übertriebene Werbeversprechen, wie zum Beispiel ein Gewichtsverlust von 20 Kilogramm in sieben Tagen durch ein beworbenes Abnehmmittel.

Wer auf eine verdächtige Anzeige oder ein Medfake-Video stößt, sollte dieses keinesfalls anklicken, rät die Verbraucherzentrale, auch wenn es neugierig macht. Stattdessen sollte man einen Screenshot erstellen und den Inhalt bei der entsprechenden Plattform melden. In den Feedback-Einstellungen zur Anzeige sollte man diese als irreführend oder Täuschung markieren. Verbraucherwarnungen und Artikel über die gefälschte Werbung sollte man weiterverbreiten, um andere zu warnen.

Bei der Verbraucherzentrale gibt es auch eine detaillierte Anleitung dazu, wie sich die Werbeeinstellungen im Browser so anpassen lassen, dass weniger oder zumindest keine personalisierten Werbeinhalte angezeigt werden. Vor der Bestellung über unbekannte Onlineshops sollte man diese überprüfen: „Diese Seiten wirken auf den ersten Blick professionell mit Logos, Kundenbewertungen oder angeblichen Presseberichten“, warnt die Verbraucherzentrale. Doch wer sich dort registriert oder etwas bestelle, riskiere viel: „Häufig wird gar keine Ware geliefert, stattdessen drohen Datenmissbrauch, betrügerischer Telefonkontakt oder der Verlust von Geld – etwa durch Einzahlungen auf nicht existierende Konten.“

Der Fakeshop-Finder der Verbraucherzentralen kann helfen, dubiose Anbietende zu erkennen. Nach dem Kauf über eine betrügerische Plattform sind die Chancen gering, das Geld zurückzuerhalten, auch wenn man von seinem Widerrufsrecht Gebrauch machen möchte. Das gilt vor allem, wenn die Anbietenden im Ausland sitzen. Es kann versucht werden, die Bank oder den Zahlungsdienstleister einzuschalten, um Zahlungen rückabzuwickeln. Vor allem, wenn es um größere Summen geht, ist es sinnvoll, Anzeige bei der Polizei zu erstatten. Über Onlinewachen ist das heute von zu Hause aus möglich.

WhatsApp führt Gastanrufe ein: Mitreden auch ohne Konto

WhatsApp-Nutzende können nun auch jene per Link zu Gesprächen und Video-Calls einladen, die kein Konto bei Metas Messenger-Dienst besitzen. Für das neue Feature namens Gastanrufe müssen die Gäste nichts installieren, die Teilnahme an Calls läuft einfach im Browser, wie das Unternehmen mitteilt - und das kostenlos und ohne Zeitbegrenzung.

Gäste benötigen immer die Zustimmung des Einladenden, um an einem Call teilnehmen zu können - einzeln oder an Gruppenanrufen mit bis zu 32 Personen. Die Gäste müssen in einem Warteraum bleiben, bis sie hereingelassen werden. Sie können zudem jederzeit wieder von einem laufenden Anruf ausgeschlossen werden.

Gäste können die Telefonnummern anderer Teilnehmender nicht sehen, selbst keine Nachrichten senden und auch selbst niemanden zum Anruf einladen. Sie können aber etwa im Call ihren Bildschirm teilen, Reaktionen senden oder virtuell die Hand heben.



Sie haben ein WhatsApp-Konto? Gut. Dann können sie nun andere ohne Konto per Link zu Anrufen einladen.

Foto: Zacharie Scheurer/dpa-mag

Um jemanden zu einem Gespräch einzuladen, tippt man oben rechts auf das Anrufe-Symbol und wählt dann das Pluszeichen-Symbol (+) und erstellt einen Anruflink, der an den oder die Eingeladenen verschickt wird.

Fürs weitere Jahr plant Meta nach eigenen Angaben auch noch die Integration von Google- oder Outlook-Kalendern, damit Nutzende auch von dort aus direkt Gespräche starten können.

Bis das Gastanruf-Feature auf allen Smartphones oder Tablets auftaucht, kann noch einige Zeit vergehen. Im Zweifel in den App-Stores prüfen, ob ein Update für WhatsApp verfügbar ist. (dpa)

Nachbar muss zu hohe Garage dulden

Zu hoch, zu nah an der Grenze oder gar nicht erst genehmigt: Wenn Eigentümer auf ihrem eigenen Grundstück etwas bauen, schauen Nachbarn oft ganz genau hin. Werden auch wirklich alle Bauvorschriften eingehalten? Wer den Verdacht hat, dass etwas nicht stimmt, sollte mit dem Einschalten der zuständigen Behörde lieber nicht zu lange warten. Andernfalls kann das Recht auf bauaufsichtliches Einschreiten verwirkt sein, zeigt ein Beschluss des Oberverwaltungsgerichts Niedersachsen (Az. 1 LA 47/25), auf den das Rechtsportal anwaltauskunft.de hinweist.

In dem konkreten Fall hatte ein Grundstückseigentümer bereits 1970 eine Garage direkt an der Grundstücksgrenze errichtet, die die maximal zulässige Höhe von 3 Metern um fast 30 Zentimeter überschritt.

Trotz der Abweichung unternahmen die Nachbarn mehr als 50 Jahre lang keinerlei rechtliche Schritte gegen den Bau oder die Nutzung der Garage. Erst als sie ihr Grundstück verkauften, forderte dessen neuer Eigentümer die Beseitigung des Bauwerks und verklagte die zuständige Bauaufsichtsbehörde auf baurechtliches Einschreiten - ohne Erfolg.

Zunächst wies das Verwaltungsgericht die Klage in erster Instanz ab, das Oberverwaltungsgericht Niedersachsen wies später auch den Antrag auf Berufung zurück. Die Begründung der Richter: Der Anspruch auf Rückbau war bereits verwirkt.

Durch die jahrzehntelange Untätigkeit der früheren Eigentümer durfte der Garagenbesitzer darauf vertrauen, dass gegen die Garagenhöhe keine Einsprüche mehr erhoben werden. Auch der Eigentümerwechsel ändere daran nichts.

Vielmehr müsse sich der neue Grundstückseigentümer das Verhalten der früheren Eigentümer anrechnen lassen, da er mit dem Kauf in das bestehende nachbarschaftliche Gemeinschaftsverhältnis eingetreten ist.



Nachbarn sollten mögliche Verstöße gegen genehmigte Bauvorhaben nicht über Jahrzehnte unbeachtet lassen.

Foto: Laura Ludwig/dpa-mag

Das Abwehrrecht war damit bereits vor dem Eigentümerwechsel verwirkt, der neue Eigentümer muss die Garage hinnehmen. (dpa)

