
Kosmetik

Christiane Köber, Büro Bad Homburg

Irreführende Berufsbezeichnungen

Kosmetiker/Kosmetikerinnen arbeiten am gesunden Menschen. Therapeutisch dürfen sie nicht tätig werden. Das verbietet das Heilpraktikergesetz, nach dessen Regeln nur Ärzte oder Heilpraktiker mit der entsprechenden Erlaubnis „Heilkunde“ ausüben dürfen. Diese Grenzen werden jedenfalls werblich häufiger überschritten. Eine Kosmetikerin, die sich als „para. med. Therapeutin für Hautgesundheit“ bezeichnet, erweckt den Eindruck, sie könne mehr als die „normale“ Kosmetikerin und verschafft sich damit einen Vorteil vor ihren Mitbewerbern. Das hat in einem Verfahren der Wettbewerbszentrale das Landgericht Heilbronn bestätigt (LG Heilbronn, Urteil vom 28.09.2017, Az. 21 O 45/17 KfH, nicht rechtskräftig; F 4 0539/16). Wer die Wortbedeutung von „para“ nicht kenne, so die Begründung, sehe als zentrale Botschaft, dass die Kosmetikerin medizinische Leistungen erbringe. Wer das Wort „para“ im Sinne von „Alternativmedizin“ interpretiere, verstehe den Buchstabenzusatz erst recht als Hinweis auf die Ausübung alternativer medizinischer Verfahren. Verstärkt werde der Bezug zum medizinischen Bereich durch die Bezeichnung „Therapeutin“.

Werbung mit Auszeichnungen

Auch im Kosmetikbereich ist Werbung mit Tests, Gütesiegeln, Auszeichnungen etc. beliebt. Ein Kosmetikstudio hatte mit einem Gütesiegel „Best in Medical Beauty“ geworben, ohne dass für den Verbraucher ersichtlich war, warum und aufgrund welcher Kriterien gerade dieses Kosmetikstudio als das „Beste“ ausgewählt worden war. „Verliehen“ wurde dieses „Gütesiegel“ offensichtlich von einem Geschäftspartner, der die Produkte lieferte. Die Kosmetikerin verpflichtete sich zur Unterlassung (F 4 0249/17).

In zwei weiteren Verfahren hat die Wettbewerbszentrale allerdings gegen Kosmetikerhersteller Klage einreichen lassen. In dem einen Fall geht es um die Bezeichnung „Winner 2017“ in der Kategorie „Anti-Aging“-Produkte. Was getestet wurde, welche Konkurrenzprodukte getestet wurden, wie diese im Verhältnis zum Produkt des Werbenden bewertet wurden und in welchen Kriterien das Produkt wie abgeschnitten hat, blieb vollständig im Dunkeln. Da das Unternehmen keine Unterlassungserklärung abgegeben hat, lässt die Wettbewerbszentrale die Frage vor dem Landgericht Aachen klären (LG Aachen, Az. 42 O 118/17; F 4 0321/17).

Um einen ähnlichen Sachverhalt geht es in dem zweiten Verfahren vor dem Landgericht Nürnberg. Das Kosmetikunternehmen wirbt damit, „Gewinner“ eines

„Spa-Awards“ zu sein. Dieser „Spa-Award“ hat es sich laut Ausführungen im entsprechenden Internetauftritt zum Ziel gesetzt, einen Maßstab für Qualität zu setzen. Aufgeführt sind allerdings nur *Bewerbungs*kriterien für die Unternehmen, nicht aber *Bewertungs*kriterien (LG Nürnberg-Fürth, Az. zum Redaktionsschluss noch unbekannt; F 4 0333/17).