
Kosmetik

Christiane Köber, Büro Bad Homburg

Große Verpackung für kleine Tiegel

Der Bundesgerichtshof hat in einem Rechtsstreit der Wettbewerbszentrale gegen einen Kosmetikkonzern diesem Recht gegeben. In den Anfang Februar 2018 veröffentlichten Urteilsgründen führt der BGH aus, dass der Kunde weder über die Füllmenge noch die Größe des in der Verpackung enthaltenen Tiegels getäuscht werde. Das hatte die Wettbewerbszentrale beanstandet, denn die Tiegel waren in Faltschachteln verpackt und saßen auf einer Art „Papp-Podest“. Die Füllmenge der Creme war auf der Unterseite angegeben; zudem befand sich auf einer der Seiten die Abbildung des Tiegels mit der Unterschrift „Die Produktabbildung entspricht der Originalgröße“. Die Wettbewerbszentrale hatte das Produkt als „Mogelpackung“ beanstandet und beim OLG Hamburg auch Recht bekommen. Auf die Revision der Beklagten hob der BGH das Urteil auf. Er geht anders als das OLG Hamburg davon aus, dass der Verbraucher durch das Verhältnis zwischen Verpackung und Tiegel nicht über die eigentliche Größe des Tiegels getäuscht werde. Für die Wettbewerbsrichter ist es fernliegend, dass die Größe des Tiegels als solche, unabhängig von der Füllmenge, einen eigenständigen Wert für den Verbraucher darstellt (BGH, Urteil vom 11.10.2017; Az. I ZR 78/16; F 4 0901/13).

Natürliche Deo-Creme

Das Landgericht Heidelberg hat die Betreiberin eines Online-Shops, die sich auf Kosmetik spezialisiert hat, verurteilt, eine Deo-Creme nicht mehr als „natürlich“ zu bewerben, sofern die Creme einen synthetischen Stoff enthält. Darüber hinaus muss die Shop-Betreiberin, wenn sie auf ein Testurteil „sehr gut“ verweist, die Prüfkriterien nennen und mitteilen, welche Produkte konkret getestet wurden (LG Heidelberg, Anerkenntnisurteil vom 12.03.2018, Az. 12 O 4/18 KfH; F 4 0502/17). Die Wettbewerbszentrale hatte den Hinweis auf eine „natürliche“ Creme als irreführend beanstandet, weil sie einen Stoff synthetischen Ursprungs enthielt, der für Naturkosmetik verboten ist. Zudem hatte sie die nicht transparenten Testergebnisse beanstandet.

Irreführende Berufs- oder Tätigkeitsbezeichnungen

Bereits im Tätigkeitsbericht 2017 hat die Wettbewerbszentrale über ein Verfahren berichtet, in dem es um die Bezeichnung „para. med. Therapeutin für Hautgesundheit“ für eine Kosmetikerin ging. Das Landgericht Heilbronn hatte die Bezeichnung als irreführend untersagt. Wer die Wortbedeutung von „para.“ nicht kenne, so die Begründung des Landgerichts, 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“. Das Urteil ist nun rechtskräftig geworden, nachdem auch der Senat beim Oberlan-

desgericht Stuttgart im Termin zur mündlichen Verhandlung dazu tendierte, die Irreführung zu bejahen, woraufhin die Beklagte die Berufung zurücknahm (LG Heilbronn, Urteil vom 28.09.2017, Az. 21 O 45/17; Az. beim OLG 2 U 166/17; F 4 0539/16).

Unzutreffende und irreführende Aussagen zur beruflichen Qualifikation sind kein Einzelfall. In zahlreichen Fällen hat die Wettbewerbszentrale Begriffe wie „medizinische Kosmetik“ oder „medizinische Kosmetikerin“ beanstandet. Kosmetiker/Kosmetikerinnen arbeiten am gesunden Menschen. Diagnose und Therapie ist ihnen nach dem Heilpraktikergesetz untersagt. Würde eine Kosmetikerin tatsächlich therapeutisch tätig, so verstieße sie gegen das Heilpraktikergesetz. Hielte sie sich im Rahmen des ihr Erlaubten, so wäre der Hinweis auf „medizinische Kosmetik“ irreführend, weil damit der Eindruck erweckt wird, diese Kosmetikerin biete vor den „nur“ pflegenden Kosmetikerinnen ein Mehr an Leistung. Das gilt natürlich auch für medizinische Fachangestellte. So hat die Wettbewerbszentrale den Flyer einer medizinischen Fachangestellten beanstandet, die in ihrem Flyer behauptete „Unsere Praxis ist auf medizinische Schönheitsbehandlungen spezialisiert“. Auch eine medizinische Fachangestellte kann nicht eigenständig medizinisch tätig werden. Hinzu kam, dass eine Faltenbehandlung mit Botox beworben wurde. Auch dabei handelt es sich um „Ausübung der Heilkunde“ im Sinne des Heilpraktikergesetzes. Zudem darf Botox nur von Ärzten angewendet werden. Hinzu kam, dass die Werbende versuchte den Eindruck einer ärztlichen Tätigkeit zu erwecken, indem sie als Aufsichtsbehörde die Bundesärztekammer und die örtliche Kassenärztliche Vereinigung angab (Az. F 4 0414/18). Schillernde Berufsbezeichnungen verschaffen auf der einen Seite dem Werbenden einen nicht gerechtfertigten Vorteil, auf der anderen Seite täuschen sie in erheblicher Weise den Verbraucher. Dieser hat – gerade wenn es um seine Gesundheit geht – das Recht auf größtmögliche Transparenz im Hinblick auf die beruflichen Qualifikationen des Werbenden.

Quelle: Auszug aus dem Jahresbericht der Wettbewerbszentrale 2018, im Volltext abzurufen unter www.wettbewerbszentrale.de