von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

UWG - Schwarze Klausel Nr. 18 - Heilung (nicht) garantiert! - Wenn Verkäufer ihren Produkten falsche Wirkungen zusprechen

Geschwächte und kranke Menschen sowie solche, die in Sorge um diese sind, werden regelmäßig zu leichten Opfern von windigen Verkäufern. Unternehmer, die diesen Menschen Produkte verkaufen, die angeblich heilende Wirkung haben, obwohl dies nicht stimmt,sind oft nur an schnellem Profit interessiert. Ihre Kunden und Konkurrenten sehen Sie dabei eher als Gegner als als Kunde. Weil dies den lauteren Wettbewerb gefährdet, wurde die Schwarze Klausel Nr. 18 in das UWG aufgenommen. Lesen Sie dazu jetzt den neunzehnten Teil der Serie der IT-Recht Kanzlei.

Die Klausel

> *„Unzulässige geschäftliche Handlungen im Sinne des § 3 Abs. 3 sind...*
> *Nr. 18: ...die unwahre Angabe, ein Produkt könne Krankheiten, Funktionsstörungen oder Missbildungen heilen;“*

Kranke in die Irre geführt?

Die Schwarze Klausel Nr. 18 ist klar und deutlich gefasst. Ein Unternehmer, der sein Produkt mit einem Heilungsversprechen versieht, das dieses nicht halten kann, verhält sich wettbewerbswidrig. Größere Verständnisschwierigkeiten hinsichtlich des Wortlauts der Vorschrift ergeben sich nicht. Rechtlich problematisch ist daher nicht die Klausel selbst, sondern vielmehr ihr Verhältnis zu anderen ähnlichen Regelungen aus anderen Gesetzen. Dabei stellt sich vor allem die Frage, welche Vorschriften im Einzelfall vorrangig zu berücksichtigen sind.

Gesundheitswerbung – nicht gerade unproblematisch

Gesundheitswerbung ist heikel. Menschen – entweder selbst krank oder in Not und Sorge um ihnen nahe stehende Personen – werden kaum etwas unversucht lassen und im Zweifel auch viel Geld investieren, um wieder gesund zu werden bzw. die Gesundheit ihrer Liebsten wieder zu bekommen. Deshalb besteht die Gefahr, dass Unternehmer dies ausnutzen, indem sie die Verbraucher belügen, betrügen und in die Irre führen. Davor müssen sie geschützt werden. Dies hat auch der Gesetzgeber gesehen und in verschiedenen Bereichen Regelungen erlassen, die die Verbraucher schützen sollen.

1. Lebensmittelrecht

Im Lebensmittelrecht scheint die Vorschrift des § 12 Absatz 1 Nr. 1 des Lebensmittel-, Bedarfsgegenstände- und Futtermittelgesetzbuches (LFGB) spezieller und damit vorrangig zu sein. Dort heißt es nämlich:

Es ist verboten, beim Verkehr mit Lebensmitteln oder in der Werbung für Lebensmittel allgemein oder im Einzelfall (...) Aussagen, die sich auf die Beseitigung, Linderung oder Verhütung von Krankheiten beziehen (...) zu verwenden.

§ 12 Absatz 1 Nr. 1 LFGB verbietet somit ganz generell die Bewerbung von Lebensmitteln im Zusammenhang mit der Linderung von Krankheiten bzw. der Gesundung und nicht bloß die irreführende Werbung in diesem Bereich. Somit scheint die Schwarze Klausel Nr. 18 überflüssig zu sein, wenn es um Lebensmittel geht.

Allerdings ist zu beachten, dass es sich bei der § 12 LFGB um eine lebensmittelrechtliche und nicht um eine wettbewerbsrechtliche Vorschrift handelt. Die Sanktionsmöglichkeiten des UWG bestehen jedoch nur dann, wenn tatsächlich auch wettbewerbsrechtliche Vorschriften verletzt worden sind. Dies ist jedoch bei § 12 LFGB kein Problem, da diese Vorschrift als sog. Marktverhaltensregelung anerkannt ist und daher über § 4 Nr. 11 UWG zu wettbewerbsrechtlichen Konsequenzen führen kann.

Somit gibt es eine wettbewerbsrechtliche Konkurrenzsituation zwischen § 12 LFGB und der Schwarzen Klausel Nr. 18. Diese ist jedoch ganz leicht aufzulösen: da die Schwarzen Klauseln aufgrund ihres Katalogcharakters und ihres präzisen Wortlauts generell den anderen Vorschriften des UWG vorgehen, gehen sie auch § 12 LFGB vor, die ja nur über § 4 Nr. 11 UWG wettbewerbsrechtliche Wirkung entfalten kann.

2. Arzneimittelrecht

In § 8 des Arzneimittelgesetzes (AMG) ist ein eigenständiges Irreführungsverbot für Arzneimittel geregelt. Dort heißt es in § 8 Absatz 1 Nr. 2 lit. a:

Es ist verboten, Arzneimittel oder Wirkstoffe herzustellen oder in den Verkehr zu bringen, die (...) mit irreführender Bezeichnung, Angabe oder Aufmachung versehen sind. Eine Irreführung liegt insbesondere dann vor, wenn (...) Arzneimitteln eine therapeutische Wirksamkeit oder Wirkungen oder Wirkstoffen eine Aktivität beigelegt werden, die sie nicht haben;

Offensichtlich überschneiden sich die Schwarze Klausel Nr. 18 und diese Regelung in ihrem Anwendungsbereich, wenn es um Arzneimittel geht. Allerdings ist § 8 AMG wiederum eine arzneimittelrechtliche und keine wettbewerbsrechtliche Regelung. Jedoch kann auch diese Vorschrift als sog. Marktverhaltensregelung über § 4 Nr. 11 UWG als wettbewerbsrechtliche Regelung Wirkung entfalten. Wie beim Abschnitt zum Lebensmittelrecht gilt auch hier, dass die Schwarze Klausel aufgrund ihres präzisen Wortlauts Vorrang gegenüber anderen wettbewerbsrechtlichen Regelungen genießt und daher bei wettbewerbsrechtlichen Sachverhalten vorrangig angewendet werden muss.

3. Heilmittelrecht

Auch in § 3 Nr. 2 lit. a des Heilmittelwerbegesetzes (HWG) findet sich für sog. Heilmittel ein spezielles Irreführungsverbot, das dem des Arzneimittelrechts vergleichbar ist. Dafür gilt das bereits Gesagte entsprechend.

Es muss eine Lüge sein

Wie bei allen anderen Irreführungsverboten ist auch bei Klausel Nr. 18 von Relevanz, ob der Verkäufer ausdrücklich objektiv Falsches verlautbaren lassen muss, damit die Vorschrift greift, oder ob es für die Anwendbarkeit der Klausel ausreicht, dass der Verkäufer bloß einen entsprechenden Eindruck bei den Verbrauchern erweckt.

Bei der Schwarzen Klausel Nr. 18 ist ersteres der Fall. Dies bedeutet, dass der Verkäufer tatsächlich ausdrücklich behaupten muss, dass sein Produkt Krankheiten, Funktionsstörungen oder Missbildungen heilt. Nur dann handelt er auch wettbewerbswidrig, sofern seine Aussage unwahr ist.

Was ist eine Krankheit?

Mit dem Begriff „Krankheit“ kann vieles gemeint sein – es ist ein ziemlich schwammiger, ungenauer Begriff. Als Faustregel gilt für dessen Auslegung: der Begriff ist möglichst weit zu verstehen, da auf diese Weise die Verbraucher am umfassendsten vor wettbewerbswidrigen Handlungen von Unternehmern geschützt sind. Somit umfasst der Begriff jede auch nur geringfügige oder vorübergehende Störung der normalen Beschaffenheit des Körpers. Es muss somit keine besonders langwierige, schmerzhafte oder besondere Krankheit vorliegen, damit die Klausel Anwendung findet. Das Gleiche gilt entsprechend für die Begriffe Funktionsstörung und Missbildung.

Heilungsversprechen

Wie der Begriff der Krankheit ist auch der Begriff der Heilung bzw. „heilen“ bei Klausel Nr. 18 weit auszulegen. Es geht somit darum, dass ein Unternehmer/Verkäufer verspricht, dass sein(e) Produkt(e) Krankheiten, Funktionsstörungen oder Missbildungen beseitigen, lindern, verbessern. Nur durch eine derart weite Auslegung des Begriffs sind die Verbraucher – und mittelbar die Konkurrenten des Unternehmers – ausreichend vor wettbewerbswidrigem Verhalten des Unternehmers – und damit vor Schäden – geschützt.

Beispiel

Zur Veranschaulichung ein kurzes Beispiel:

Hobby-Gärtner Emil kommt auf eine tolle Geschäftsidee. Leicht verärgert über die immer weiter verbreitete Ignoranz der Menschen, was Natur und Pflanzenwelt anbelangt, beschließt er, die schönen Blätter des Ahornbaums aus seinem Garten für teures Geld zu verkaufen. Deshalb belegt er auf der nächsten „Esoterica“ – einer regionalen Messe zum Thema Esoterik etc. – einen Standplatz und stellt ein Schild auf mit der Aufschrift:

> *„Besondere Blätter – mit Ahorn alle Kopfschmerzen loswerden. Vertrauen Sie der Kraft der Natur, zerreiben Sie die Blätter zwischen Ihren Fingern und massieren Sie anschließend Ihre Schläfen ein. Regelmäßig angewandt, wirkt es garantiert! Greifen Sie jetzt zu.“*

Da auf der „Esoterica“ das entsprechende Publikum verkehrt, bringt Emil alle seine Blätter an den Mann bzw. die Frau.

Die rechtliche Bewertung des Falles ist vergleichsweise einfach. Kopfschmerzen sind bei entsprechend weiter Auslegung als Krankheit bzw. Funktionsstörung im Sinne der Klausel Nr. 18 anzusehen. Zudem behauptet Emil, die Ahornblätter könnten jede nur erdenkliche Art von Kopfschmerzen heilen, was jedoch nicht der Wahrheit entspricht. Somit verstößt Emil gegen die Schwarze Klausel Nr. 18.

Fazit

Verbraucher verdienen besonders dann Schutz, wenn sie sowieso schon geschwächt sind. Das ist vor allem dann der Fall, wenn sie krank sind oder in Sorge um nahe stehende Personen. Dann sind sie besonders anfällig für Scharlatane und andere Heilung Versprechende. Wollen diese sich auf Kosten anderer unrechtmäßig bereichern, so muss dem Einhalt geboten werden. Genau dafür existiert die Schwarze Klausel Nr. 18.

In der nächsten Woche erfahren Sie mehr über Klausel Nr. 19!

Autor:
RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)
Rechtsanwalt