

von Tobias Kuntze

Irreführend: Werbung mit "Heilsteinen"

Nach einem Urteil des LG Hamburg ist es irreführend und daher unzulässig sog. "Heilsteinen" krankheitsvorbeugende oder krankheitslindernde Wirkung zuzumessen. Dies gilt selbst dann, wenn auf den fehlenden wissenschaftlichen Nachweis bestimmter Heilwirkungen hingewiesen wird.

"Hilft bei Bluthochdruck, lindert Kopfschmerzen und fördert den Kreislauf". Mit diesen Worten warb eine Händlerin im vorliegenden Fall (Urteil vom 21.08.2008; Az. 327 O 204/08) für die von ihr im Internet angebotenen "Heilsteine". Hiergegen richtete sich der Kläger, der die Auffassung vertrat, dass es irreführend sei, bestimmten Steinen heilende Wirkung beizumessen, ohne auf einen bislang fehlenden wissenschaftlichen Nachweis bestimmter Heilwirkungen hinzuweisen.

Der Rechtsstreit wurde vom Hamburger LG zugunsten des Klägers entschieden. Nach Ansicht des LG sei es gem. §§ 3, 4 Nr. 11, 5 UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) und gem. §§ 1 I Nr. 2, 3 S. 2 Nr. 1 HWG (Heilmittelwerbegesetz) irreführend, bestimmten Steinen krankheitslindernde und/oder krankheitsheilende Wirkung zuzuschreiben, obwohl es keinerlei Anhaltspunkte dafür gebe, dass die sog. "Heilsteine" heilende Wirkung entfalten. Insbesondere sei es verboten, für krankheitsbezogen beworbene Mittel/Gegenstände in der Weise zu werben, dass der Käufer therapeutische Wirkungen erwartet, denen das Mittel in Wahrheit nicht gerecht wird oder deren Wirkung nicht hinreichend gesichert ist. Gleichgültig soll es dabei sein, ob mit konkreten Wirkungen der Steine geworben oder den Steinen in allgemeiner Weise heilende Wirkung zugesprochen wird.

Der Unterlassungsanspruch gegen die Klägerin umfasste aber nicht nur das Verbot, Steinen krankheitsheilende Wirkung beizulegen, sondern auch das Verbot, die Steine im konkreten Zusammenhang als "Heilsteine" zu bezeichnen. Denn nach Ansicht des Gerichts stellt die Bezeichnung "Heilsteine" im Kontext mit der Werbung für die angeblich krankheitslindernde Wirkung von Steinen eine unzulässige Werbeangabe i.S.d UWG und HWG dar.

Ausführlich erläutert wurde auch die Frage, ob ein entsprechender Hinweis auf den fehlenden wissenschaftlichen Nachweis für die krankheitsbezogene Wirkung der Steine eine Haftung des Händlers ausschließen könne. Nach Ansicht des LG Hamburg könne selbst ein solcher Hinweis eine bei der Werbung mit "Heilsteinen" auftauchende Irreführungsgefahr nicht ausräumen, da ein solcher Hinweis den unrichtigen Eindruck erwecken würde, dass die beworbenen Steine die heilende Wirkung auslösen könnten und es insoweit nur an einem wissenschaftlichen Nachweis fehle (ebenso LG Gießen, Az. 6 O 43/07). Dies widerspreche jedoch - so das Gericht - in unvereinbarer Weise der unstrittigen Tatsache, dass es noch nicht einmal Anhaltspunkte für eine heilende Wirkung von "Heilsteinen" gebe.

Aber auch wenn ein Händler einen wissenschaftlichen Nachweis über die Heilwirkung seiner Steine vorlegen könnte, ist eine Irreführung nicht von vorneherein ausgeschlossen. Denn nach Ansicht des LG Gießen sind an eine solche wissenschaftliche Absicherung hohe Anforderungen zu stellen. Die Werbeangaben müssen - so die Richter - gesicherten wissenschaftlichen Erkenntnissen entsprechen, die durch klinisch pharmakologische Untersuchungen mit klinischen Tests und klinische Erprobung gewonnen wurden. Dabei ist es Aufgabe des Werbenden, diese wissenschaftliche Absicherung glaubhaft zu machen, so dass dieser im Prozess die Beweislast trägt. Ist die gesundheitsfördernde Wirkung allerdings umstritten, wie es auch bei den "Heilsteinen" der Fall ist, so verbietet sich nach Ansicht des Gerichts eine derartige Werbung.

Fazit

Eine Werbung für krankheitslindernde "Heilsteine" ist irreführend, da bisher kein wissenschaftlicher Nachweis eine tatsächlich vorliegende Heilwirkung belegen kann. Nach Ansicht des LG Hamburg kann selbst ein Hinweis des Verkäufers auf die fehlende wissenschaftliche Absicherung der Heilwirkungen von "Heilsteinen" eine Irreführung der Kunden nicht verhindern, da ein solcher Hinweis den unrichtigen Eindruck erwecken würde, dass die beworbenen Steine die heilende Wirkung auslösen könnten und es insoweit nur an einem wissenschaftlichen Nachweis fehle.

Hinweis: Der vorliegende Beitrag wurde unter Mitwirkung unseres juristischen Mitarbeiters, Herrn Tobias Kuntze, erstellt.

Autor:

Tobias Kuntze

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)