

von Mag. iur Christoph Engel

Verband Sozialer Wettbewerb: Abmahnungen gegen Wellness- und Fitness-Produkte

Der „Verband Sozialer Wettbewerb e.V.“ (VSW) scheint sich auf den Wellness-Sektor einzuschließen: Der IT-Recht Kanzlei liegt aktuell eine Abmahnung vor, in der gleich gegen mehrere Wellness- bzw. Fitness-Produkte vorgegangen wird. Konkret betroffen sind die Artikel „Celluless MD“, „Gym Form Duo“ und „Dyna-Muskeltrainer“, die mit übertriebenen Wirkversprechen angeboten wurden. Ein (un-)schöner Anlass, einmal die Problemfelder „Wellness-Werbung“ und „Wettbewerbsvereine“ etwas näher zu betrachten.

Abgemahnte Werbung

Die Abmahnungen beziehen sich auf irreführende Werbeaussagen im Sinne der §§ 3, 4 Nr. 11, 5 UWG. So solle das Massagegerät „Celluless MD“ mit einer speziellen Vakuumtechnik und besonderen Massageköpfen Fettzellen abbauen, Cellulite reduzieren und allgemein den Körper verschlanken. Das Muskelstimulationsgerät „Gym Form Duo“ sollte per elektronischer Stimulation den Muskelaufbau fördern und den Trainingseffekt derart steigern, dass in halber Trainingszeit das doppelte Resultat erzielt werden könne. Auch der „Dyna-Muskeltrainer“ sollte dies schaffen, und darüber hinaus noch beachtliche Resultate erbringen, etwa 60 Sit-ups in nur zwei Minuten.

All das widerspricht natürlich gesicherten wissenschaftlichen Erkenntnissen und ist daher in die Kategorie „Quatsch“ einzuordnen. Leider ist das in diesem Fall gar nicht so witzig, weil im deutschen Wettbewerbsrecht Quatsch relativ teuer werden kann. Im vorliegenden Fall kam es zur Abmahnung, die mit € 166,60 zumindest noch recht glimpflich beziffert war.

Problemfeld „Wellness/Fitness in der Werbung“

Fitness und Wellness sind derzeit echte Zugpferde im eTrade: Viele Verbraucher wollen ihre Gesundheit, ihr Äußeres oder ihre Muskulatur ein wenig pflegen, und zwar möglichst ohne große Anstrengung. Gesetzgeber und Rechtsprechung wollen jedoch nicht, dass diese guten Absichten Themen völlig hemmungslos in der Werbung ausgenutzt werden – das Risiko ist hier schließlich recht hoch, dass der sachunkundige Bürger im Vertrauen auf falsche Werbeversprechen gerade das Gegenteil seiner guten Absichten erreicht und seine Gesundheit, sein Wohlbefinden oder die Umwelt schädigt. Die Werbung für Produkte aus dem Sektor Fitness/Wellness wird daher regelmäßig besonderen Anforderungen hinsichtlich des Wahrheitsgehalts und der Nachweisbarkeit unterworfen. Hinzu kommt, dass viele Produkte noch besonderen Bestimmungen aus dem Lebensmittel- oder Medizinrecht unterworfen sind (insb. HCVO [pdf], LFGB und HWG).

Es kann daher nur angeraten werden, Angebote, Werbetexte und Informationsmaterial in diesem Bereich mit allergrößter Sorgfalt zu erstellen und alle rechtlichen Aspekte dabei zu berücksichtigen. Nähere Informationen zu diesem Themenkomplex finden Sie übrigens im [Beitrag vom 01.08.2012](#).

Problemfeld „Wettbewerbsvereine“

Zu den bereits dargestellten Problemen gesellt sich noch die inzwischen kaum mehr überschaubare Zahl an „Wettbewerbsvereinen“, die mit Argusaugen über die Einhaltung des UWG und weiterer Sondernormen (HCVO, HWG etc. – s.o.) wachen. Und der liebevolle Beiname „Abmahnvereine“, den diese Institutionen mittlerweile tragen, verrät auch gleich, wie sie finanziert werden: Mit Abmahnungen. Gesetzlich verankert sind diese Vereine in § 8 Abs. 2 Ziffer 2 UWG, wonach eine Klagebefugnis, und nach § 12 Abs. 1 UWG auch die Abmahnbefugnis

“

"rechtsfähigen Verbänden zur Förderung gewerblicher oder selbständiger beruflicher Interessen, soweit ihnen eine erhebliche Zahl von Unternehmern angehört, die Waren oder Dienstleistungen gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt vertreiben, soweit sie insbesondere nach ihrer personellen, sachlichen und finanziellen Ausstattung imstande sind, ihre satzungsmäßigen Aufgaben der Verfolgung gewerblicher oder selbständiger beruflicher Interessen tatsächlich wahrzunehmen und soweit die Zuwiderhandlung die Interessen ihrer Mitglieder berührt"

”

zusteht. Aufgrund der Finanzierung durch Abmahnungen werden jedoch nicht nur evidente Verstöße gegen den lautereren Wettbewerb abgemahnt, sondern auch unerhebliche Lappalien (ein schönes Beispiel sind etwa kleinere Fehler im Impressum). Die reine Existenz der Wettbewerbsvereine schwebt folglich wie ein Damoklesschwert über jedem Händler und kann praktisch jederzeit zu einer Abmahnung führen. Dies sollte sich jeder im eTrade Tätige bewusst machen, und auch entsprechende Vorkehrungen treffen.

Kommentar

Weniger Orangenhaut und mehr Muskulatur, ganz ohne Schwitzen oder Hungern? Dem geneigten Leser dürfte klar sein, dass das nicht ganz der Wahrheit entsprechen dürfte. In der Werbung für Wellnes- und Fitness-Produkte sind solche Übertreibungen jedoch immer problematisch, da a) der angesprochene Kundenkreis gelegentlich zur Faulheit neigt und tatsächlich Geld in seltsame Gerätschaften investiert und b) die besagten Abmahnvereine schnell versuchen werden, aus solcher Werbung selbst Kapital zu schlagen. Es sollte daher gerade bei Produkten wie den oben beschriebenen der Grundsatz gelten: Ehrlich währt am längsten. Das mag zwar nicht unbedingt den Verkauf fördern, spart aber viel Geld für Rechtsstreitigkeiten aller Art.

Autor:

Mag. iur Christoph Engel

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)