

von **Anna-Lena Baur**

## OLG Düsseldorf: Werbung für Hyaluronkapseln als Hautverjüngungsmittel ist wettbewerbswidrig

Hyaluron ist ein wichtiger Bestandteil des Bindegewebes und findet in der Medizin insbesondere für Arthritis geschädigte Gelenke Anwendung. Seit einigen Jahren hält Hyaluron aber auch Einzug in der Kosmetikindustrie. Die Wirksamkeit von Hyaluronsäure in Kapselform als kosmetisches Mittel gegen Hautalterung war Gegenstand eines jüngst vom OLG Düsseldorf (Urteil vom 09.02.2017, Az.: 20 U 10/16.) gefällten Urteils.

### Hautverjüngender Effekt von Kapseln nicht ausreichend wissenschaftlich belegt

Der Beklagte hatte die Wirkung von Hyaluronkapseln unter anderem mit folgenden Slogans beworben: "Und jetzt aufgrund der neuen, besten, medizinischen Qualität werden Sie die Falten wesentlich schneller geglättet haben", "wann sehe ich einen Effekt? Mit dem neuen Tagesangebot locker nach 2 Wochen", "Spürbar jüngere Haut" sowie "Die sanfte Faltenbehandlung von innen!"

Das OLG Düsseldorf ging von einer irreführenden Handlung des Werbenden aus, da es die Wirkung von Hyaluronkapseln als Hautverjüngendes Mittel als derzeit nicht ausreichend wissenschaftlich nachgewiesen erachtet. Das OLG nimmt insbesondere dann eine Irreführung an, wenn die Angaben im Zusammenhang der Werbung insgesamt so verstanden werden, dass der Verzehr des beworbenen Mittels zu einer jüngeren Haut führt, indem die Falten geglättet werden und dies sogar gleichwertig oder besser/schneller wie die unter anderem in der kosmetischen Medizin eingesetzte Injektion.

### Fazit

Das OLG Düsseldorf sieht in der Werbung für Hyaluronprodukte nicht per se eine Irreführung, verlangt aber, dass nur solche Effekte beworben werden, die wissenschaftlich ausreichend bewiesen sind.

Autor:

**Anna-Lena Baur**

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)