

## **Wirkungsangabe bei kosmetischem Gerät erlaubt?**

**In dem vom Oberlandesgericht Karlsruhe zu entscheidenden Fall geht es um die wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit einer Werbung für ein kosmetisches Ultraschallgerät. Der Hersteller gab in der Werbung an, dass man mit seinem Gerät unter anderem eine Verjüngung der Haut erreichen könne. Dies hielt ein Wettbewerber für irreführend und mahnte ihn ab.**

Die Parteien streiten um die wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit von Werbeaussagen im Zusammenhang mit der Behandlung der menschlichen Haut mittels eines Ultraschallgerätes.

Ein Hersteller medizinischer Ultraschallgeräte hatte im geschäftlichen Verkehr eines seiner Geräte mit der Wirkungsangabe "Faltenreduktion", "Hautverjüngung", "schneller und sichtbarer Erfolg" sowie "Bindegewebsstraffung" beworben. Daraufhin nahm ihn ein Konkurrent wegen irreführender Werbung auf Unterlassung in Anspruch.

### **Entscheidung des Gerichts**

Das OLG Karlsruhe entschied mit [Urteil vom 23.11.2011, Az. 6 U 93/11](#), dass der Hersteller die Werbung mangels gesicherter wissenschaftlicher Erkenntnisse bezüglich der behaupteten Wirkungsbachweise zu unterlassen habe.

Ein zu kosmetischen Zwecken eingesetztes Ultraschallgerät dürfe nur mit Wirkungsnachweisen beworben werden, wenn es für diese Behauptung wissenschaftliche Nachweise gibt, welche von unabhängigen Dritten bestätigt wurden. Dies war vorliegend nicht der Fall. Eine Studie, die der geschäftsführende Gesellschafter des Herstellers konzipiert habe, das die entsprechenden Geräte herstellt, genüge diesen Anforderungen nicht.

### **Fazit**

Bei der Werbung mit Wirkungsnachweisen für kosmetische oder medizinische Geräte ist immer darauf zu achten, dass die entsprechenden Anwendungen und Wirkungen von unabhängiger Dritter Seite bestätigt werden. Für die Darlegung einer fehlenden wissenschaftlichen Absicherung kann der Vortrag eines Wettbewerbers genügen, dass der beworbene Wirkungsnachweis in der Wissenschaft zumindest in Zweifel gezogen wird.