

von Mag. iur Christoph Engel

Werbung mit "wissenschaftlicher Absicherung": Eine Studie muss reichen

Bei der Werbung mit "wissenschaftlich nachgewiesenen" Eigenschaften eines Produkts genügt die Heranziehung einer einzigen Studie, sofern diese von einer anerkannten Forschungsstelle lege artis durchgeführt wurde. Dies entschied der BGH in einem aktuellen Urteil (21.01.2010, Az. I ZR 23/07) aus dem Werberecht.

Der Fall

Ein bekannter Shampoo-Hersteller bewarb ein koffeinhaltiges Produkt u.a. mit der Behauptung, das Koffein schütze vor erblich bedingtem Haarausfall. Dies sei auch (was zutraf) durch eine Studie der Universität Jena nachgewiesen worden.

Ein Wettbewerbsverein mahnte daraufhin den Hersteller ab und verlangte Unterlassung dieser Aussagen, da eine einzelne Studie nicht als wissenschaftlich fundierte Basis dienen könne. Später zog der Verein vor Gericht. In erster Instanz sowie in der Berufungsinstanz unterlag der Hersteller; in beiden Instanzen wurde die Rechtsauffassung des Wettbewerbsvereins von den Richtern bestätigt - eine wissenschaftliche Absicherung liege erst dann vor, wenn die behauptete Wirkung Gegenstand einer breiteren wissenschaftlichen Diskussion und die Wirkung hierbei überwiegend anerkannt sei. Gerade nicht nachgewiesen wurde jedoch, dass das beworbene Shampoo die angepriesene Wirkung nicht habe. Der Hersteller beantragte folgerichtig Revision vor dem BGH; diese führte zur Aufhebung des Berufungsurteils sowie zur Zurückverweisung an das Berufungsgericht.

Das Urteil des BGH

Die Richter des **BGH teilten in ihrem Urteil (21.01.2010, Az. I ZR 23/07)** ausdrücklich nicht die Rechtsansicht der Vorinstanzen. Vielmehr hätten die Richter der Vorinstanzen zu strenge Anforderungen an das Merkmal der wissenschaftlichen Absicherung gestellt; der Annahme, der wissenschaftliche Beweis stehe vielmehr noch aus, sei nicht zu folgen:

"Eine Irreführung im Hinblick auf die in der Werbung der Beklagten enthaltene Aussage, die behauptete Wirkung von Coffein sei wissenschaftlich gesichert, kann jedoch gleichfalls nur angenommen werden, wenn davon auszugehen ist, dass eine solche wissenschaftliche Absicherung nicht gegeben ist. [...]. Die Revision rügt mit Recht, dass das Berufungsgericht das Fehlen einer hinreichenden wissenschaftlichen Absicherung der behaupteten Wirkung von Coffein nicht rechtsfehlerfrei festgestellt hat. Das Berufungsgericht hat zu strenge Anforderungen an eine hinreichende wissenschaftliche Absicherung [...] gestellt."

Der Maßstab der breiten wissenschaftlichen Diskussion sei zu hoch, vielmehr könne durchaus auch eine einzelne, sauber und methodisch durchgeführte Untersuchung eine wissenschaftliche Absicherung begründen:

*"Dabei ist das Berufungsgericht zwar zunächst rechtlich zutreffend davon ausgegangen, dass die Beklagte die Verantwortung für die Richtigkeit ihrer Wirkungsaussage trifft und sie diese deshalb gegebenenfalls auch beweisen muss. [...]
Entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts setzt die hinreichende wissenschaftliche Absicherung [...] jedoch nicht voraus, dass die dem beworbenen Mittel beigelegte Wirkung Gegenstand einer allgemeinen wissenschaftlichen Diskussion geworden ist. Die hinreichende wissenschaftliche Absicherung kann sich vielmehr schon aus einer einzelnen Arbeit ergeben, sofern diese auf überzeugenden Methoden und Feststellungen beruht [...]."*

Kommentar

Im vorliegenden Fall ist die Rechtsauffassung des BGH ohne Weiteres überzeugend; schließlich kann einem Hersteller, der ein innovatives Produkt mit einer bestimmten Wirkung auf den Markt bringen will, kaum auferlegt werden, vor der Bewerbung des Produkts erst noch eine breite wissenschaftliche Debatte anzuregen und deren Ergebnis abzuwarten. Vielmehr muss es in solchen Fällen ausreichen, wenn die fragliche Wirkung von einer einzigen Forschungsstelle geprüft und bestätigt wurde. Problematisch wird die Sache natürlich bei "gekauften" Studien beziehungsweise wissenschaftlichen Arbeiten von unseriösen oder unbekanntem Instituten. Da im vorliegenden Fall jedoch die überzeugend durchgeführte Expertise einer renommierten Universität vorlag, hat der Hersteller der Nachweispflicht bezüglich seiner Behauptung sicherlich genüge getan.

Autor:

Mag. iur Christoph Engel

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)