

von Mag. iur Christoph Engel

## Werbung für Fettreduktion durch Lipolyse, Teil 3: Deutliche Worte des OLG Hamm

In letzter Zeit werden wir nicht müde zu betonen, dass allzu optimistische Werbung für Wunderkuren wie z.B. die "Lipolyse" (Fettreduktion per Ultraschall) nach deutschem Wettbewerbs- und Medizinprodukterecht nicht zulässig ist und eine bei Abmahnsportlern recht beliebte "Falle" darstellt. In unserer beliebten Reihe "Medizinprodukte mit Risiken und Nebenwirkungen" stellen wir deshalb ein neues Urteil vor - schon wieder hat es ein Unternehmen erwischt, diesmal vor dem OLG Hamm. Hier fanden die Richte sehr deutliche Worte zur eigentlichen Problematik, ein guter Grund, dieses Urteil einmal näher zu betrachten.

### Sachverhalt

Ein deutsches Unternehmen hatte in der Türkei einen Lipolyse-Apparat beschafft, mit dem hierzulande eben dieses Verfahren an "gut gepolsterten" Verbrauchern durchgeführt werden sollte. Hierzu wurde auch eine Website eingerichtet, in der das Verfahren u.a. mit folgenden Worten angepriesen wurde:

*"macht per Ultraschall in einem nichtinvasiven Body-Contouring-Verfahren ein für allemal Schluss mit Problemzonen; [...] Alternative zur Fettabsaugung; [...] reduziert Fettzellen per Ultraschall; [...] Die unter der Haut liegenden Fettzellen werden somit gezielt und vor allem dauerhaft entfernt. In den kommenden Tagen baut der Körper die entleerten Fettzellen ab; [...] Für den Fitness-/Gesundheits- und Wellness-Markt konzipiert, ist die [Behandlung] die zurzeit kostengünstigste Alternative, sein 'Fett' schonen loszuwerden; [...] Durch das erzeugte elektrisch-magnetische Wechselfeld werden 100.000 Schwingungen pro Sekunde erzeugt. Durch die Vibrationen treffen die Fettzellen in tieferen Lagen aufeinander, erwärmen, werden perforiert und entleeren ihr 'fat droplet' in den interstitiären Raum. [...] Die benachbarten Strukturen wie Haut, Blutgefäße, Nerven und Bindegewebe bleiben vollkommen unbeeinflusst von der Behandlung. Die Inhaltsstoffe der Fettzelle werden über körpereigene Mechanismen wie die Blut-Kapillaren und das lymphatische System über den Darm, die Leber und die Nieren abgebaut und ausgeschieden; [...] wurde entwickelt, um kleinere Problemzonen zu behandeln aber auch mittel- bis übergewichtigen Frauen und Männern zu einem schnellen Erfolg zu verhelfen, die den Wunsch nach einer besseren Körperkontur haben; [...] bietet die Alternative für Menschen, die eine effiziente Fettreduktion im Unterhaut-Fettgewebe an Problemzonen wie Armen, Beinen, Bauch oder Po, ohne Operation suchen; [...] nach den vorliegenden Erfahrungen führt bereits die erste Behandlung zu einer sichtbaren Umfangsreduktion."*

Das Unternehmen kassierte daraufhin eine Abmahnung wegen Irreführung in der Werbung, die Sache landete schließlich vor Gericht. In zweiter Instanz vor dem OLG Hamm wurde die Unzulässigkeit dieser Werbeaussagen schließlich bestätigt.

## Grundproblem

Die Lipolyse ist ein eher theoretisches Verfahren - ein stichhaltiger wissenschaftlicher Nachweis der Wirksamkeit von Ultraschall gegen Fett fehlt bislang. Zwar wird von den Herstellern und Anwendern dieser Geräte oftmals angeführt, dass in "alternativen Kreisen" dieses Verfahren als nutzbringend angesehen wird, überzeugende wissenschaftliche Gutachten und Studien konnten bislang jedoch nicht vorgelegt werden. Dementsprechend sollte die Werbung für dieses Verfahren mit äußerster Vorsicht betrieben werden - schließlich gilt hier das Heilmittelwerberecht (insbesondere das HWG), und dadurch werden besonders hohe Anforderungen an die Inhalte der Werbung gestellt.

## Urteil des OLG Hamm

In ihrem Urteil (**OLG Hamm, 18.11.2010, Az. I-4 U 148/10**) kamen die Richter dementsprechend zu dem Ergebnis, dass die oben angeführten Werbeaussagen unzulässig und somit insbesondere auch wettbewerbswidrig sind. Das Unternehmen wurde dementsprechend zu Recht abgemahnt und bleibt nun auf den Anwalts- und Verfahrenskosten sitzen.

Das Urteil enthält einige sehr interessante Passagen, die im Folgenden ein wenig herausgestellt werden sollen. So befassten sich die Richter z.B. mit der Anwendbarkeit des Heilmittelwerberechts auf die Lipolyse:

*"Das HWG findet auf die typische Schlankheitswerbung jedenfalls regelmäßige Anwendung. Anders könnte es aussehen, wenn man [...] entscheidend in den Vordergrund stellt, dass es (erkennbar) nicht um die Gewichtsreduzierung gehen soll, sondern hier die kosmetische Korrektur der Körperkontur im Sinne eines besseren Erscheinungsbildes beworben werden soll. [...] Die ersehnte Gewichtsreduzierung schwingt [jedoch] überall mit. Schon wegen des sensiblen Grenzbereichs spricht mehr dafür, den Bereich der Heilmittelwerbung weit zu fassen und eine solche auch hier zu bejahen. Die Frage kann aber letztlich offen bleiben, weil auch bei einem kosmetischen Verfahren, das keine eigentliche Heilwirkung verspricht, nicht mit irreführenden Werbeaussagen geworben werden darf."*

Ferner wurde klargestellt, welche Partei im Heilmittelwerberecht beweispflichtig hinsichtlich des Inhalts der Werbeaussagen ist - und zwar der Werbende:

*"Generell ist es zwar bei einer irreführenden Werbung Sache des Antragstellers, die Unrichtigkeit der Werbebehauptung glaubhaft zu machen. Macht der Werbende aber im Bereich der gesundheitsbezogenen oder auch nur kosmetischen Werbung Wirkaussagen und sind die zugrundeliegenden Wirkungen nach dem Vortrag des Antragstellers wissenschaftlich umstritten, so gilt anderes. Den Werbenden trifft dann die Verantwortung für die objektive Richtigkeit seiner Angabe. Er muss sie dann im Streitfall beweisen [...]."*

Insbesondere wurde auch deutlich gemacht, welche Anforderungen an die Beweisführung hinsichtlich der Richtigkeit von Werbeaussagen zu stellen sind. Nicht-akademische Indizien wie z.B. Dankesbriefe der Behandelten bleiben hier chancenlos:

*"Erfahrungsberichte zufriedener Kunden betreffen einzelne Behandlungen und geben die subjektive Einschätzung des Behandelten wieder. Sie machen sämtlich ausschließlich auf den Einzelfall bezogene Aussagen darüber, wie die Behandlung in ihrem Fall gewirkt hat, ohne dass die Gründe dafür bekannt sind. Die Behandelten können etwa die Behandlung mit einer Diät oder Nahrungsumstellung verbunden haben, was die Antragsgegnerin in ihrem geänderten Internetauftritt sogar empfiehlt. [...] Der Nachweis der der beworbenen Wirkweisen lässt sich auch nicht daraus herleiten, dass die Kunden der Antragsgegnerin nach deren Vortrag die Geld-zurück-Garantie nur in ganz seltenen Ausnahmefällen in Anspruch genommen haben sollen. Das kann, selbst wenn der Vortrag zutrifft, die verschiedensten Ursachen haben. Wer sich bereits auf eine Behandlung mit Ultraschallwellen eingelassen hat, ist schon aus psychologischen Gründen eher geneigt, deren Einsatz für erfolgreich zu halten."*

Zumindest hätte das Unternehmen darauf hinweisen müssen, dass die Aussagen auf wissenschaftlich umstrittenen Thesen beruhen:

*"Denn die Antragsgegnerin hat jedenfalls nicht darauf hingewiesen, dass die Wirkweisen in jedem Fall nach wie vor wissenschaftlich umstritten sind. Sie hat vielmehr die dauerhaften und effizienten Wirkungen als gesicherte Erkenntnis dargestellt, die jedenfalls ein Teil der angesprochenen Verkehrskreise dann auch für wissenschaftlich gesichert hält. Diesen Eindruck haben die verbrämten und so unstreitig nicht zutreffenden Angaben [...] gerade noch verstärken sollen. Das ist bereits irreführend. In keinem Fall hätte die Antragsgegnerin außerdem übergewichtige Frauen und Männer ansprechen und diesen einen Erfolg versprechen dürfen."*

## Kommentar

Die Lipolyse bleibt also ein werberechtliches Problem - nicht von Ungefähr widmen wir dem Thema jetzt schon den dritten Artikel. Zu beachten ist hier vor allem, dass keinesfalls ungesicherte Aussagen über die spezifischen Wirkmechanismen und Erfolge des Verfahrens gemacht werden dürfen, solange kein gesicherter Nachweis erfolgt ist. Alternativ muss in aller Deutlichkeit herausgestellt werden, dass die angepriesene Wirkung auf umstrittenen Hypothesen beruht und nicht wissenschaftlich nachgewiesen wurde.

## Weiterführende Informationen

Weitere Informationen zum Thema finden Sie hier:

- [Artikel vom 21.09.2010 \(Lipolyse I\)](#)
- [Artikel vom 30.11.2010 \(Lipolyse II\)](#)
- [Artikel vom 22.07.2010 \(Entschlackung\)](#)
- [Artikel vom 09.08.2010 \(Anti aging\)](#)

Der letzte Artikel enthält weiterführende Informationen zur Problematik des Heilmittelwerberechts, insbesondere auch zur wissenschaftlichen Absicherung.

Autor:

**Mag. iur Christoph Engel**

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)