

WETTBEWERBSRECHT

## Zur unzulässigen Werbung mit Nabelschnurblut

von RAin, FAin für MedR Rita Schulz-Hillenbrand, Würzburg, [www.schulz-hillenbrand.de](http://www.schulz-hillenbrand.de)

Mit Urteil vom 19. Juli 2011 (Az: 14 U 87/11) hat das Oberlandesgericht (OLG) Dresden auch in zweiter Instanz die Werbung einer Nabelschnurblutbank für wettbewerbswidrig erachtet.

### Der Fall

Die Beklagte betreibt eine kommerzielle (auch) autologe Nabelschnurblutbank. Unter anderem warb sie im Internet wie folgt:

„Wir sorgen dafür, dass das Nabelschnurblut Ihres Kindes dauerhaft konserviert wird und im Krankheitsfall rasch zur Verfügung steht, so sichern Sie Ihrem Kind die Chance für einen gesundheitlichen Neuanfang – ein Leben lang. (...) Die Gelegenheit, seinem Kind diese einzigartige Vorsorge für Jahrzehnte zu sichern, gibt es aber nur einmal: bei der Geburt. (...) Nach Expertenmeinung wird man künftig Schlaganfall, Alzheimer und/oder Parkinson ebenso mit Nabelschnurblut therapieren wie chronische Wunden, Hautverbrennungen und Verletzungen der Wirbelsäule. Auch in der regenerativen Medizin gibt es enorme Erfolge: Aus körpereigenen Stammzellen wird neue Haut und neuer Knorpel hergestellt, ja sogar Organersatz“.

Der klagende Verband nahm daraufhin die Beklagte u. a. wettbewerbsrechtlich auf Unterlassung von Werbeaussagen im Zusammenhang mit der Einlagerung von Nabelschnurblut in Anspruch. Das Landgericht (LG) Leipzig untersagte der Beklagten die Werbeaussage, mit Stammzellen aus Nabelschnurblut könnten zum einen heute schon Krankheiten mit Gewissheit geheilt oder gelindert werden, zum anderen sei sicher davon auszugehen, dass sich der medizinische Nutzen derartiger Therapien in naher Zukunft drastisch erhöhen werde. Die dagegen gerichtete Berufung blieb erfolglos.

### Die Entscheidung des OLG Dresden

Während das LG Leipzig von einer Absatzwerbung nach § 10 HWG ausging, kam es für das OLG Dresden darauf nicht mehr an, weil die Werbung unter Hinweis auf Heilung und Linderung von Krankheiten mittels Nabelschnurblut jedenfalls zur Täuschung geeignet und damit unlauter nach § 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG sei. Die Werbung richte sich nicht an ein medizinisches Fachpublikum, sondern an die Allgemeinheit. Beim Verbraucher entstände der Eindruck, er handle gerade seinem neu geborenen Kind gegenüber in höchstem Maße unverantwortlich und gefährde dessen Chancen auf ein gesundes Leben, wenn er die Dienstleistung der Beklagten nicht in Anspruch nehmen würde.

### Praxishinweis

Das Urteil ist noch nicht rechtskräftig. Praxen und Institutionen, die Nabelschnurblut konservieren, sollten etwaige Werbemaßnahmen prüfen und die weitere Entwicklung beobachten.



**IHR PLUS IM NETZ**  
Urteil: [www.iww.de](http://www.iww.de)  
Abruf-Nr. XXX

**Nabelschnurblutbank warb mit möglichen Chancen auf Heilung**

**Werbung ist wegen Täuschung der Verbraucher unlauter**

**Anbieter sollten Werbemaßnahmen prüfen und Fortgang beobachten**