



Ursprüngliches und verfälschtes Feng Shui Irreführende Werbung im Bereich des Feng Shui

Von Rechtsanwältin Anne Rose, Hamburg

Der Begriff Feng Shui ist nicht geschützt, ebenso wenig wie der Begriff Feng-Shui-Meister. Und auch die Ausbildung zum Feng-Shui-Berater ist staatlich nicht anerkannt.

Diese Umstände führen jedoch nicht dazu, dass Berater auf diesem Gebiet sich jedweder Werbung und Vorgehensweise zur Kundengewinnung bedienen können. Auch für Feng-Shui-Berater und -Ausbildungsinstitute gilt das Wettbewerbsgesetz.

Das UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) verbietet unrichtige Angaben über Befähigung und Qualifikation des Wettbewerbers sowie über die wesentlichen Merkmale der angebotenen Dienstleistung, die geeignet sind, einen nicht unerheblichen Teil des betroffenen Adressatenkreises über das Angebot in die Irre zu führen (Anlage 1).

Dabei schützt das UWG nicht jeden Verbraucher vor jeder denkbaren Irreführung. Entscheidend ist vielmehr die Frage, ob die bei den mit der Werbung angesprochenen Verkehrskreisen erweckte Vorstellung mit den wirklichen Verhältnissen nicht übereinstimmt und ob durch diese Irreführung das Vertrauen der Verbraucher gewonnen und ihre Nachfrageentscheidung angeregt wird.

Eine Irreführung ist nach diesen Grundsätzen als wahrscheinlich anzusehen, wenn sich ein Berater/Ausbildungsinstitut damit rühmt, das einzige Ausbildungsinstitut zu sein, das das "ursprüngliche Feng Shui, das Essential Feng Shui" lehrt. Dies ist dann umso gravierender, wenn im gleichen Atemzug die Lehre aller anderen Ausbildungsinstitute als verfälscht bewertet wird.

Dass im Gegenteil die Aussage, das einzige - d.h. somit weltweit einzige - Institut zu sein, das Essential-Feng-Shui unterrichtet, nicht richtig sein kann, wird allein schon durch die zahlreichen anderen Schulen und Berater belegt, die ihres Zeichens nach ebenso Essential-Feng-Shui lehren, so etwa

- Simon Brown, Autor des Buches "Essential Feng Shui"
<http://www.amazon.de/Essential-Feng-Shui-Brown/dp/0706378547>
- Lillian Too, ebenfalls Autorin eines Buches mit dem Titel "Essential Feng Shui"
<http://www.amazon.com/Essential-Feng-Shui-Step-Step/dp/0345429044> sowie
- sämtliche Berater der Western School of Feng Shui.

Simon Brown und Lillian Too bieten auch Seminare und Kurse an.

Unter <http://www.westernschooloffengshui.com/practitioners.php> sind sämtliche Berater der Western School of Feng Shui gelistet, darunter auch Berater aus Europa.

Darüber hinaus wurde "Essential Feng Shui" im Oktober 1999 von der Western School of Feng Shui als U.S. Marke eingetragen (Anlage 2).

Die bei den mit der Werbung angesprochenen Verkehrskreisen erweckte Vorstellung darüber, dass ein bestimmtes Institut das einzige Institut ist, das Essential-Feng-Shui unterrichtet, stimmt somit mit den wirklichen Verhältnissen nicht überein.

Sofern durch diese Irreführung das Vertrauen der Verbraucher gewonnen und ihre Nachfrageentscheidung angeregt wird, liegt eine verbrauchertäuschende Werbung vor.

Mag sich jeder selbst ein Bild von der Qualität der Feng-Shui-Energie machen, die eine solche Werbeaussage beinhaltet.



Anlage 1)

In § 5 (Irreführende geschäftliche Handlungen) des UWG heißt es:

(1) Unlauter handelt, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt. Eine geschäftliche Handlung ist irreführend, wenn sie unwahre Angaben enthält oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über folgende Umstände enthält:

- 1. die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung wie Verfügbarkeit, Art, Ausführung, Vorteile, Risiken, Zusammensetzung, Zubehör, Verfahren oder Zeitpunkt der Herstellung, Lieferung oder Erbringung, Zwecktauglichkeit, Verwendungsmöglichkeit, Menge, Beschaffenheit, Kundendienst und Beschwerdeverfahren, geographische oder betriebliche Herkunft, von der Verwendung zu erwartende Ergebnisse oder die Ergebnisse oder wesentlichen Bestandteile von Tests der Waren oder Dienstleistungen;*
- 2. den Anlass des Verkaufs wie das Vorhandensein eines besonderen Preisvorteils, den Preis oder die Art und Weise, in der er berechnet wird, oder die Bedingungen, unter denen die Ware geliefert oder die Dienstleistung erbracht wird;*
- 3. die Person, Eigenschaften oder Rechte des Unternehmers wie Identität, Vermögen einschließlich der Rechte des geistigen Eigentums, den Umfang von Verpflichtungen, Befähigung, Status, Zulassung, Mitgliedschaften oder Beziehungen, Auszeichnungen oder Ehrungen, Beweggründe für die geschäftliche Handlung oder die Art des Vertriebs;*
- 4.*

Anlage 2) **Int. Cl.: 41**

Prior U.S. Cls.: 100, 101 and 107

Reg. No. 2,285,024

United States Patent and Trademark Office

Registered Oct. 12, 1999

**SERVICE MARK
PRINCIPAL REGISTER**

ESSENTIAL FENG SHUI

HULSH, JONATHAN (UNITED STATES CITIZEN), DBA WESTERN SCHOOL OF FENG SHUI
437 S. HIGHWAY 101
SUITE 752
SOLANA BEACH, CA 92075 AND

COLLINS, TERAH KATHRYN (UNITED STATES CITIZEN), DBA WESTERN SCHOOL OF FENG SHUI
437 S. HIGHWAY 101
SUITE 752
SOLANA BEACH, CA 92075

FOR: EDUCATIONAL SERVICES FOR FENG SHUI PRACTITIONERS, NAMELY, CONDUCT-

ING CLASSES, SEMINARS AND WORKSHOPS IN THE FIELD OF THE ART AND SCIENCE OF FENG SHUI, IN CLASS 41 (U.S. CLS. 100, 101 AND 107).

FIRST USE 2-14-1997; IN COMMERCE 2-14-1997.

NO CLAIM IS MADE TO THE EXCLUSIVE RIGHT TO USE "FENG SHUI", APART FROM THE MARK AS SHOWN.

THE ENGLISH TRANSLATION OF "FENG SHUI" IS "THE WIND AND THE WATER".

SER. NO. 75-506,638, FILED 6-22-1998.

BARBARA RUTLAND, EXAMINING ATTORNEY