



Nr. 12/2013 vom 13.12.2013, Seite 1

Liebe Mitglieder,

wie immer kurz vor Jahresende möchten wir Sie noch einmal über die aktuellen derzeitigen Themen informieren.

7. Europäischer Fachkongress Solarien und Besonnung am 16.11.2013 in Frankfurt am Main:

Zunächst dürfen wir uns bei allen Teilnehmern, Sponsoren und Referenten des diesjährigen 7. Europäischen Fachkongresses bedanken. Es war eine tolle Veranstaltung und wir freuen uns bereits jetzt auf das nächste Event mit Ihnen.

Die Bilder zum Kongress finden Sie unter www.fachkongress-solarien.de. Das Video, welches unser Referent Herr Koopmann während des Kongresses produziert hat, steht für Sie zum Anschauen auf der Plattform youtube bereit unter www.youtube.com/watch?v=VROrmu6ciT4

Auch liegen der Geschäftsstelle mittlerweile folgende Präsentationen der Referenten als Datei vor:

Christina Lorenz:	Aktivitätenbericht der European Sunlight Association (ESA)
Frank-David Koopmann:	Online-Videos als Marketing-Instrument
Raschid Bouabba:	Das richtige Personal finden, motivieren und binden – und dabei noch Kosten sparen –

Gerne können Sie diese über die Geschäftsstelle per Email anfordern unter: info@bundesfachverband-besonnung.de.



Nr. 12/2013 vom 13.12.2013, Seite 2

Neues Verbandsorgan ab Januar 2014:

Ab Januar 2014 wird die **fitnessManagement International (fMI)** das Verbandsorgan des Bundesfachverband Besonnung e. V.. Die Erscheinungstermine (ET) für das kommende Jahr sind wie folgt festgelegt:

ET 31.01.2014	1/2014 Februar/März
ET 18.03.2014	FIBO-Ausgabe 2/2014 April/Mai
ET 20.05.2014	Ausgabe 3/2014 Juni/Juli
ET 01.08.2014	Ausgabe 4/2014 Aug./Sept.
ET 01.10.2014	Ausgabe 5/2014 Okt./Nov.
ET 01.12.2014	Ausgabe 6/2014 Dez./Jan.

Als Verbandsmitglied erhalten Sie die Zeitschrift kostenlos zugesandt. Wir bitten um Beachtung, da Verbandsneuigkeiten künftig auch in der fMI publiziert werden.

SEPA-Umstellung zu Ende Januar 2014:

Wir möchten darauf hinweisen, dass der BfB zu Ende Januar den Zahlungsverkehr auf den einheitlichen Europäischen Zahlungsverkehr SEPA umstellt. Sie werden in den nächsten Tagen noch entsprechend per Post hierüber informiert.

Mitgliederumfrage Ergebnisse

Die von Mitte August bis Mitte September diesen Jahres online durchgeführte Mitgliederbefragung war mit 17 Fragen die bisher umfangreichste in der neuen Geschichte des Bundesfachverbandes Besonnung e.V.

Wie bereits bei früher eingeführten Wirtschaftsumfragen wäre ein größerer Zuspruch erfreulich gewesen. Etwa 8 % der Mitglieder beteiligten sich mit vollständig ausgefüllten Datensätzen an der Umfrage. Ein repräsentativer Trend kann jedoch aus den Antworten aufgezeigt werden. Die wichtigsten Ergebnisse sollen hier in aller Kürze vorgestellt werden:

- 1) Gütesiegel
80 % der Befragten sprachen sich für ein Gütesiegel aus oder lehnten es nicht ausdrücklich ab. Lediglich 20 % der Antwortenden lehnten somit ein Gütesiegel ab.



Nr. 12/2013 vom 13.12.2013, Seite 3

86 % der Befragten zeigten sich bereit, bis zu 500 EUR pro Studio für ein solches Gütesiegel zu investieren.

Die Wünsche an die Inhalte des Gütesiegels waren vielfältig, sahen jedoch neben der Erfüllung der Kriterien der UVSV im Wesentlichen noch Hygiene, sonstige Mitarbeiterqualifikation und Seriosität im Vordergrund. Die insgesamt 27 Kommentare werden an die vom Vorstand des Verbandes gegründete Arbeitsgruppe Gütesiegel weitergeleitet.

2) Verbandskongress

Mit fast 62 % wurde der Verbandskongress als wesentliche Plattform des Informations- und Meinungsaustausches gesehen.

3) Zukünftige Verbandsarbeit

Die Frage nach der Ausgestaltung der zukünftigen Verbandsarbeit erbrachte wie erwartet zahlreiche Anregungen und Reaktionen. Ein Schwerpunkt lag hier in der zukünftigen Presse- bzw. PR-Arbeit. Auch wurde immer wieder der Ruf nach einer bundesweiten Werbekampagne laut.

Mit auf dem Kongress vorgestellten Weiß- und Schwarzbuch und der Initiative Gütesiegel wurden bereits erste Schritte umgesetzt.

Ein Workshop über die Ausgestaltung des Sonnenstudios der Zukunft wurde ebenso angeregt, wie Schulungen, die sich nicht nur um das Thema UVSV kümmern.

Generell wurde auch mehr Präsenz des Verbandes gefordert.

Der Vorstand hat beschlossen, sich im Rahmen einer zweitägigen Klausurtagung mit den Kommentaren und Anregungen zu befassen und daraus Handlungsergebnisse abzuleiten.

4) Arbeitsgruppen

84 % der Befragten halten die Einführung von fachlichen Arbeitsgruppen innerhalb des BfB als Anlaufstelle für Mitglieder und zur Unterstützung/ Entlastung des Vorstandes sinnvoll.

Zu den Inhalten, die diese Arbeitsgruppen bearbeiten könnten, wurden ebenfalls zahlreiche Anregungen abgegeben, die sich naturgemäß teilweise mit den Wünschen über die zukünftige Ausrichtung der Verbandsarbeit decken.



Nr. 12/2013 vom 13.12.2013, Seite 4

Hierüber wird ebenfalls in der Klausurtagung zu diskutieren sein. Allerdings erklärten nur 45 % der Befragten ihre Bereitschaft zu einer Mitarbeit in solch einer Arbeitsgruppe.

- 5) Was müssen Händler tun?
Eine deutliche Resonanz löste auch die Frage nach den zukünftigen Aufgaben des Handels aus. Neben den Forderungen nach fairer oder günstigerer Preisgestaltung wurde klar der Wunsch nach qualifizierter Beratung, Unterstützung bei der Standortwahl sowie bei der qualifizierten Begleitung im Geschäftsalltag durch Schulungen oder Beratung formuliert. Auch eine stärkere Unterstützung der PR- und Pressearbeit wurde angemahnt.
- 6) Brancheninitiative
Eine Wiederbelebung der Brancheninitiative mit der Zielsetzung, die Öffentlichkeitsarbeit und das Image der Branche zu stärken, wurde mehrfach deutlich gefordert. Die Unterstützung bei der Umsetzung saisonbedingter Themen war nur einer er von vielen Vorschlägen, die neben Image- und Öffentlichkeitsarbeit immer wieder fielen. Die Bereitschaft, für die Finanzierung der geforderten Maßnahmen nachhaltig einzustehen, war mit über 50 % für einen jährlichen Beitrag von bis zu 500 EUR eindeutig.

Rechtliche Klärung des § 4 der UV-Schutzverordnung

Immer wieder ergeben sich zu dem genannten § der UVSV Fragen und demzufolge Interpretationsfreiräume, die der BfB nun noch einmal abschließend einem Rechtsanwalt zur Klärung vorgelegt hat. Der genannte § ist in der UVSV

§ 4 Einsatz, Aufgaben und Qualifikation des Fachpersonals

- (1) Wer ein UV-Bestrahlungsgerät betreibt, hat sicherzustellen, dass*
1. *mindestens eine als Fachpersonal für den Umgang mit UV-Bestrahlungsgeräten nach Absatz 4 qualifizierte Person (Fachpersonal) während der Betriebszeiten der UV-Bestrahlungsgeräte für den Kontakt mit den Nutzerinnen oder den Nutzern und die Überprüfung der UV-Bestrahlungsgeräte anwesend ist,*



Nr. 12/2013 vom 13.12.2013, Seite 5

2. *das Fachpersonal anbietet, die Nutzerin oder den Nutzer in die sichere Bedienung des UV-Bestrahlungsgerätes einschließlich der Notabschaltung einzuweisen,*
3. *das Fachpersonal anbietet, eine auf die Person abgestimmte Hauttypbestimmung nach Anlage 1 vorzunehmen,*
4. *das Fachpersonal anbietet, einen auf die Person abgestimmten Dosierungsplan nach Anlage 5 zu erstellen.*

Was bedeutet dies in Hinblick auf die Dokumentation?

2) Aufzeichnungen nach § 4 Absatz 1 Nummer 3 und 4 oder Kopien oder Abschriften derselben sind sechs Monate nach ihrer Erstellung aufzubewahren. Die Unterlagen sind vor unbefugtem Zugriff zu schützen.

Unsere Interpretation: Erfolgte Beratungen müssen dokumentiert werden. Im Falle, dass Kunden eine Beratung ablehnen, muss dies **nicht** dokumentiert werden. Dies hat zur Konsequenz, dass es nach wie vor anonyme Sonner gibt.

Stellungnahme zu § 4 Abs.1 Ziff. 1 - 4 und Abs. 3 UVSV Dokumentation Beratungsangebote.

Grundsatz:

Es gilt zunächst der Text der VO. Nach § 4 Abs. 1 und § 4 Abs. 2 sind die Beratungsangebote (Gerätebedienung, Hauttypenbestimmung, Dosierungsplan) zu Beginn einer Bestrahlungsserie zu unterbreiten – gegenüber allen Kunden. Nur dann, wenn der VO-Text einen faktischen Sachverhalt nicht regelt, ist Interpretation geboten. Diese orientiert sich grundsätzlich an Sinn und Zweck der VO im Ganzen.

Ihre Interpretation:

Nach dem reinen Wortlaut der VO ist Ihre Auslegung schlüssig. Erfolgte Beratungen sind zu dokumentieren und 6 Monate aufzubewahren. Die VO räumt dem Kunden ein Wahlrecht Annahme/Ablehnung der Angebote ein. Textlich regelt sie aber nur die Dokumentationspflicht für erfolgte Beratungen. Im Umkehrschluss ergibt sich daraus der Wegfall von Dokumentation bei Kundenablehnung, was vom Lebenssachverhalt aus betrachtet auch logisch ist.



Nr. 12/2013 vom 13.12.2013, Seite 6

Einzelfallrisiko vorprogrammiert.

Der VO-Text überlässt diesen Wegfall der Dokumentationspflicht dem Umkehrschluss aus der gesamten Regelung. Textlich bietet er keinen Hinweis an.

Mit dieser Nicht-Regelung verlagert sich das Problem einer VO-getreuen Betriebsführung auf die Beweisebene im Streitfall: Der Kläger (Geschädigter) rügt ein fehlendes Beratungsangebot und hat „Erinnerungslücken“ bzgl. seiner Ablehnung der angebotenen Beratung (Prozesstaktik). Das Studio hat keine Beweisunterlagen bzgl. des Ablehnungsgespräches. Es steht Aussage gegen Aussage.

Da es sich bei der UVSV um eine typische Schutzregelung handelt (ähnlich dem gesamten Arbeitsrecht) liegt nahe, dass bei der Urteilsfindung die Schutzinteressen des Klägers überwiegen. Das Studio trägt damit ein erhebliches Prozessrisiko.

Fazit: Dem reinen Wortlaut der VO nach gibt es bei Ablehnung des Beratungsangebotes durch den Kunden auch weiterhin de facto „anonyme Sonner“, was das NiSG und die UVSV ihrer Zielstellung nach vermeiden sollen/wollen. Das Schadensrisiko bei Akzeptanz dieser textlichen Konsequenz aus der VO liegt vordergründig bei den Studios.

Im Ergebnis ist deshalb anzuraten, auch eine Dokumentation der Beratungsablehnung für die Praxis vorzuhalten.

Nächster strittiger Punkt ist die 2 Geräte Regelung:

(2) Wer nicht mehr als zwei UV-Bestrahlungsgeräte an einem Aufstellungsort betreibt, kann von Absatz 1 Satz 1 Nummer 1 abweichen, wenn durch technische Maßnahmen sichergestellt ist, dass eine Nutzung der UV-Bestrahlungsgeräte nur möglich ist, wenn der Nutzerin oder dem Nutzer vor Beginn jeder Bestrahlungsserie gemäß Anlage 5 Nummer 3 das Angebot, das in § 3 Absatz 2 Nummer 1 geregelt ist (hier geht es um das Aushändigen der Schutzbrille) sowie die Angebote, die in Absatz 1 Satz 1 Nummer 2 bis 4 geregelt sind, durch Fachpersonal unterbreitet werden.

unsere Interpretation: *es muss nicht immer Personal da sein, sonnen darf aber nur derjenige Kunde, der persönlichen Kontakt zum Fachpersonal hatte. Dies würde bedeuten das selbst Kunden die keine Beratung wünschen, im Falle, dass kein Fachpersonal vor Ort ist, nicht sonnen dürften. Techn. Maßnahmen würde dann bedeuten, dass nur die qualifizierte Fachkraft die entsprechenden Münzen/Karten ausgeben kann.*



Nr. 12/2013 vom 13.12.2013, Seite 7

Interpretation aus dem Markt: es reicht, den Kunden ein Angebot zu unterbreiten, dass eine Beratung durch Fachpersonal zum Beispiel an einem bestimmten Wochentag zu einer bestimmten Uhrzeit angeboten wird, es bleibt dem Kunden überlassen, ob er das Angebot annimmt.

Stellungnahme zur rechtskonformen Umsetzung von § 4 Abs. 2 UVSV (Kleinbetriebsregelung)

Ihre Interpretation ist rechtskonform; sie entspricht dem VO-Wortlaut. Die Marktinterpretation ist eine Umgehung des VO-Wortlautes und entspricht nicht dem Regelungsinhalt (Sinn und Zweckbetrachtung) der Vorschrift. § 4 Abs. 2 UVSV enthält nach klarem, eindeutigen Wortlaut zwei Regelungsvorgaben:

Bereitstellung der Beratungsangebote durch Fachpersonal und Einrichtung eines Techniksystems, das ausnahmslos allen Gerätenutzern den Gerätezugang nur nach der „Unterbreitung“ des Beratungsangebotes ermöglicht – auch Personen, die eine Beratung nicht in Anspruch nehmen wollen. Die „Unterbreitung des Angebotes“ ist ein tatsächlicher, faktischer Vorgang, der sich schon allein aus dem Wortlaut ergibt.

Die Einrichtung von Sprechstunden und bloße Bereitstellung eines Beratungsangebotes allein genügen nicht. Es muss die Zugangsberechtigung zu den „technischen Maßnahmen“ der Benutzungsmöglichkeit für die Geräte hinzukommen.

Nach dem VO-Wortlaut handelt es sich dabei um eine Bedingung „sine qua non“, ohne deren praktische Sicherstellung die Ausnahmeregelung des § 4 Abs. 2 UVSV nicht greift.

Interessanterweise ist eine Nichtbeachtung der Regelungen in § 4 Abs. 2 UVSV nicht in die Bußgeldvorschriften § 8 NiSG, § 9 UVSV aufgenommen. Sanktionen fallen gem. § 6 UVSV in die Regelungskompetenz der Gewerbeaufsicht.

Soweit die Stellungnahmen zu den „umstrittenen Punkten“ im § 4 UVSV.



Nr. 12/2013 vom 13.12.2013, Seite 8

Weißbuch:

Das bereits beim Kongress vorgestellte Weißbuch befindet sich noch einmal in der Überarbeitung und wird in Kürze sowohl als pdf, als auch in Druckversion erhältlich sein. Sobald dies der Fall ist, werden Sie umgehend informiert.

Schwarzbuch:

Mit Hochdruck werden derzeit die Daten in das beim Kongress vorgestellte Internetportal eingestellt und rechtlich überprüft. Wir rechnen damit, dass dieser Internetauftritt bis Mitte Januar 2014 „ins Netz“ gehen kann. Hierüber halten wir Sie ebenfalls auf dem Laufenden.

Aktion gegen Solarien in der Zeitschrift Women's Health

Gestern erhielten wir den Hinweis auf einen Artikel in der genannten Zeitschrift. Hierbei handelt es sich – wie schon so oft – um eine Falschauslegung der Tatsachen. Der Verband hat bereits mit der Chefredaktion Kontakt aufgenommen (siehe Anhang: Womens Health 12.12.13.pdf; WH-Vorschlag Richtigstellung.pdf). Selbstverständlich haben wir dem Verlag auch die falsch zitierte Arbeit der Mayo-Clinic zukommen lassen.

Schriftgröße bei Hinweisschildern/ Aufklebern/ Warnhinweisen etc.

Die richtige Schriftgröße?

Immer wieder kommt es rechtlichen Auseinandersetzungen über die richtige Schriftgröße. Zum einen zeigen sich Mitbewerber irritiert, weil die Schrift zu klein gehalten ist, passierte im Jahr 2011 der Telekom AG:

"beanstandet wurde eine Werbung für einen "Call&Surf"-Tarif. Die Schriftgröße der näheren Angebotsbedingungen in der Fußnote habe nur 5,5 Pt. betragen und sei daher aufgrund der fehlenden Lesbarkeit wettbewerbswidrig".

Zum anderen bemängeln Kontrollbehörden häufig die ausreichende Schriftgröße bei Warnhinweisen, passiert im Jahr 2013 in einem Sonnenstudio im Großraum Berlin.



Nr. 12/2013 vom 13.12.2013, Seite 9

Generell gilt hierzu Folgendes:

BGH, Urt. v. 24.11.1988, I ZR 144/88, II.2.b - Lesbarkeit IV

Eine Größe von 6 Punkten liegt an der unteren Grenze der bei der Gestaltung von Pflichtangaben noch vertretbaren Schriftgröße (BGH aaO, GRUR 1988, 68, 70 - Lesbarkeit I).

Ausnahmen bestätigen jedoch die Regel, so Kölner Richter:

"Hinsichtlich der Schriftgröße führten sie aus, dass es nicht grundsätzlich untersagt sei, die Schriftgröße 5,5 Pt zu verwenden.

Es komme vielmehr in einer Reklame drauf an, ob sich aus der Gesamtgestaltung und der Deutlichkeit des Schriftbilds eine ausreichende Erkennbarkeit ergebe. Wenn diese für einen durchschnittlichen Leser ohne größeren Aufwand und Konzentration möglich sei, dürfe eine solch kleine Schriftgröße durchaus verwendet werden."(OLG Köln, Urt. v. 15.07.2011 - Az.: 6 U 59/11).

Eine weitere Ausnahme definierte der Bundesgerichtshof:

Leitsatz des BGH:

Eine Grundpreisangabe für in Supermärkten angebotene Waren kann auch dann noch als deutlich lesbar im Sinne von § 1 Abs. 6 Satz 2 PAngV anzusehen sein, wenn die dabei verwendete Schriftgröße nur 2 Millimeter beträgt.

BGH, Urteil vom 7. März 2013 - I ZR 30/12 - OLG Nürnberg - LG Nürnberg-Fürth

Dies bedeute im Studioalltag jedoch ganz eindeutig, wer vor rechtlichem Ärger wegen der Schriftgröße sicher sein will, der sollte die 6 Punkt Größe auf keinen Fall unterschreiten.

Im Namen des Vorstands sowie dem ganzen BfB-Team wünschen wir Ihnen, liebe Mitglieder, eine schöne Adventszeit sowie ein geruhsames Weihnachtsfest und einen guten Start ins Jahr 2014!

Herzliche Grüße

Hans-Dieter Roggendorf, Vorsitzender