
Lebensmittel

Dr. Antje Dau, Büro Bad Homburg

Health Claims Verordnung

Im Berichtsjahr hat der Fruchtquark „Monsterbacke“ erneut den Bundesgerichtshof beschäftigt. Der BGH hat entschieden, dass der Slogan „So wichtig wie das tägliche Glas Milch“ auf einem Früchtequark nicht irreführend ist und keine nach der Health Claims Verordnung (abgekürzt HCVO) unzulässige gesundheitsbezogene Angabe darstellt. Allerdings müsste die Vorinstanz, das Oberlandesgericht Stuttgart, klären, inwieweit auf dem Produkt Hinweise nach Art. 10 Abs. 2 HCVO hätten gegeben werden müssen. Bei den Hinweisen handelt es sich beispielsweise um Informationen über die Bedeutung einer abwechslungsreichen und ausgewogenen Ernährung und einer gesunden Lebensweise sowie zur Menge des Lebensmittels und zum Verzehrsmuster, die erforderlich sind, um die behauptete positive Wirkung zu erzielen. Die Parteien haben nach der Entscheidung gemeinsam beschlossen, den Rechtsstreit für erledigt zu erklären (BGH, Urteil vom 12.02.2015, Az. I ZR 36/11; F 4 0806/09; siehe die News vom 12.02.2015 unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=1509).

Das Oberlandesgericht Koblenz hat in einem Grundsatzerfahren für die Mineralwasserbranche entschieden, dass Mineralwasser nur dann mit gesundheitsbezogenen Angaben beworben werden darf, wenn die von der Health Claims Verordnung im Anhang aufgestellten Mindestanforderungen an den Mineralienge-

halt eingehalten werden. Da die Calcium- und Magnesiumwerte des Mineralwassers deutlich unter diesen Werten lagen, durften gesundheitsbezogene Angaben nicht verwendet werden. Konkret ging es um die Aussagen „Ob für gesunde Knochen, Zähne oder Muskeln – Calcium ist ein echter Allrounder im Körper“ sowie „Magnesium unterstützt unter anderem den Energiestoffwechsel und die Muskelfunktion – wertvoll vor allem für sportlich aktive Menschen“ (OLG Koblenz, Urteil vom 02.12.2015, Az. 9 U 616/15; F 4 0025/14; siehe die News vom 09.12.2015 unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/branchen/lebensmittel/aktuelles/_news/?id=1629).

Weitere Verstöße gegen die Health Claims Verordnung betrafen beispielsweise einen Kinderwunschtee, der u. a. mit Aussagen wie „die Fruchtbarkeit natürlich steigern“, „Beeinflussung der weiblichen Libido“ oder „hormonelle Prozesse im Körper anstoßen“ beworben wurde. Bei den Aussagen handelte es sich weder um zugelassene gesundheitsbezogene Angaben, noch waren die Aussagen wissenschaftlich hinreichend nachgewiesen (F 8 0081/15). Aber auch alkoholische Getränke (hier ein Vodka-Mischgetränk) wurden mit Aussagen wie „wird dir den Hangover ersparen“ oder „Party ohne Kopfweh am Tag danach – garantiert“ beworben. Nach Art. 4 Abs. 3 HCVO dürfen alkoholische Getränke ab 1,2 Volumenprozent gar nicht mit gesundheitsbezogenen Angaben beworben werden (F 8 0137/15). Beide Fälle konnten durch die Abgabe einer Unterlassungserklärung beendet werden.

Einen Schwerpunkt bildeten Beschwerden über die Bewerbung von Nahrungsergänzungsmitteln. In einem

Fall warb ein Anbieter eines Nahrungsergänzungsmittels mit der Aussage „in 8 Wochen 23 kg abnehmen“. Solche Angaben über die Dauer und das Ausmaß der Gewichtsabnahme sind nach Art. 12b HCVO per se verboten. Da in dem Fall eine außergerichtliche Streitbeilegung nicht möglich war und auch ein Einigungsstellenverfahren vor der Industrie- und Handelskammer Aachen nicht zu einer Einigung geführt hat, hat die Wettbewerbszentrale Klage beim Landgericht Aachen eingereicht. Zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses lag noch keine Entscheidung vor (Az. 41 O 54/15; F 8 0167/14). In einem weiteren Verfahren wurde ein Nahrungsergänzungsmittel (Vitaminpräparat) in einer Anzeige mit nicht nach der Verordnung (EU) Nr. 432/2012 zugelassenen gesundheitsbezogenen Aussagen beworben. Auch in dem Fall wurde die Abgabe einer Unterlassungserklärung abgelehnt. Mit einer Entscheidung des Landgerichts Lüneburg ist im ersten Halbjahr 2016 zu rechnen (Az. 7 O 37/15; F 8 0025/15).

Lebensmittel- informationsverordnung

Im ersten Geltungsjahr der Lebensmittelinformationsverordnung (Verordnung (EU) Nr. 1169/2011, abgekürzt LMIV) sind zahlreiche Beschwerden über Verstöße eingegangen. Beanstandet wurden insbesondere die fehlenden oder unzureichenden verpflichtenden Informationen über Lebensmittel wie beispielsweise das Zutatenverzeichnis oder die Allergene im Internet (z.B. F 8 0051/15; F 8 0094/15; F 8 0145/15; F 8 0177/15, siehe hierzu die News vom 26.08.2015 unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/branchen/lebensmittel/aktuelles/_news/?id=1580). Teilweise waren die verpflichtenden Informationen aber auch nicht hinreichend deutlich genug platziert. Beispielsweise wurde in einem Katalog nur ganz allgemein auf die Internetseite des Anbieters der Lebensmittel verwiesen, ohne darauf hinzuweisen, dass dort die verpflichtenden Informationen nach der LMIV abgerufen werden können. Das reicht nicht aus (F 8 0044/15). In den meisten Fällen konnte eine außergerichtliche Klärung erfolgen. Nur in einem Fall hat die Wettbewerbszentrale einen Prozess gegen einen Pralinen- und Schokoladenanbieter wegen der unzureichenden Information

über die Waren im Fernabsatz beim Landgericht München eingereicht. Das Verfahren wurde durch Versäumnisurteil beendet (LG München, Urteil vom 02.09.2015, Az. 33 O 12059/15; F 8 0066/15).

Ein weiterer Hauptangriffspunkt waren Verstöße gegen Art. 7 Abs. 3 LMIV, nach dem es verboten ist, Lebensmittel Eigenschaften der Vorbeugung, Behandlung oder Heilung einer menschlichen Krankheit zuzuschreiben. Geworben wurde u.a. mit den Aussagen „kämpft gegen Krebszellen und Tumore“ für Heilpilze (F 8 0046/15), „Hilft bei Schlafstörungen und Angstzuständen“ für ein Getränk (F 8 0143/15) sowie „effektive Hilfe bei Reizdarm, Sodbrennen und Durchfall“ für ein Nahrungsergänzungsmittel (F 8 0034/15). Die genannten Fälle konnten alle außergerichtlich durch Abgabe einer Unterlassungserklärung beendet werden.

Irreführende Lebensmittelkennzeichnung

Im Berichtsjahr waren in zahlreichen Fällen von Lebensmittelverpackungen und Werbeaussagen über Lebensmittel Irreführungen festzustellen. In einem Fall wurde die Verpackung eines Mozzarellas, der in Tschechien hergestellt wird, so gestaltet, dass die Vorderseite auf eine Herkunft aus Italien hinwies. Neben dem Schriftzug „die N° 1 in Italia“ befanden sich Elemente aus den italienischen Nationalfarben und italienisch aussehende Landschaften auf der Packung. Auf der Rückseite der Verpackung befand sich ein kleiner versteckter Hinweis darauf, dass das Produkt in Tschechien produziert wird. Das Unternehmen hat eine Unterlassungserklärung abgegeben. Der Hinweis auf die Herkunft aus Tschechien erfolgt nach einer Aufbrauchsfrist von drei Monaten deutlicher, direkt unter dem Mindesthaltbarkeitsdatum (F 8 0111/15).

In einem weiteren Fall ist die Wettbewerbszentrale gegen die Aussagen „100% Klimaneutral“ und „der weltweit erste 100% klimaneutrale Tiefkühl-Kartoffelspezialist. Vom Kartoffelacker bis ins Tiefkühlregal des Handels“ u.a. auf Tiefkühlpommes vorgegangen. Da das Unternehmen selbst nicht klimaneutral arbeitet, sondern nur CO²-Emissionen vermeidet und reduziert und

das, was sich nicht vermeiden lässt, durch Projekte ausgeglichen wird, wurden die Aussagen nach Art. 7 Abs. 1 lit. a LMIV als irreführend beanstandet. Das Unternehmen hat die Abgabe einer Unterlassungserklärung abgelehnt. Eine Entscheidung des Landgerichts Frankfurt a.M. wird im Jahr 2016 erwartet (Az. 3-06 O 40/15; F 8 0045/15).

In mehreren Fällen wurden Lebensmittelverpackungen als Mogelpackung beanstandet. In einem Fall hat das Oberlandesgericht Karlsruhe für einen Frischkäse, dessen Vorgängerverpackung bereits vom Gericht als Mogelpackung eingestuft wurde, entschieden, dass die äußere Gestaltung und Befüllung geeignet ist, einen nicht unerheblichen Teil der angesprochenen Verkehrskreise über die in der Packung enthaltene Menge zu täuschen, wenn das Außenmaß der Verpackung mehr als das Doppelte des Volumens der Innenpackung beträgt (OLG Karlsruhe, Urteil vom 20.03.2015, Az. 4 U 196/14; F 8 0043/14; siehe hierzu die News vom 16.04.2015 unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=1526). In einem anderen Fall wurden Surimi-Sticks in einer Verpackung vertrieben, die sehr große Hohlräume aufwies, für die es technisch keine Notwendigkeit gab. Das Unternehmen hat eine Unterlassungserklärung abgegeben (F 8 0021/15). Ein weiterer Fall betraf ebenfalls die Verpackung eines Frischkäses, der in einer überdimensionierten Verpackung zum Verkauf angeboten wird. Bei einem Gesamtvolumen von 288 ml enthält der Becher nur 150 g Frischkäse. Die Sache konnte nicht außergerichtlich geklärt werden. Eine Entscheidung des Landgerichts Bremen lag zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses noch nicht vor (Az. 9 O 408/15; F 8 0156/14).

Bei der Wettbewerbszentrale gingen auch Beschwerden ein, die eine fehlerhafte Bezeichnung des Lebensmittels zum Gegenstand hatten. Zum einen hatten die Betreiber von bekannten Fischrestaurants „Scampi vom Grill“ angeboten, obwohl es sich tatsächlich um Garnelen handelte. Die Verordnung (EU) Nr. 1379/2013 verlangt die Verwendung korrekter Bezeichnungen für Fischerzeugnisse (HH 1 0303/15). Zum anderen hatte ein Unternehmen im Internet einen veganen Brotaufstrich als „Frischkäse“ beworben. Die Verwendung dieser Bezeichnung wurde beanstandet, da die Käseverordnung genaue Anforderungen an die Verwendung des Begriffs „Käse“ stellt. Sind diese nicht erfüllt,

darf ein Produkt nicht als „Käse“ oder „Frischkäse“ bezeichnet werden (F 8 0159/15; siehe hierzu die News vom 17.12.2015 unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/home/_news/?id=1635). In beiden Fällen gaben die Unternehmen eine Unterlassungserklärung ab.

Wie im Vorjahr gab es auch im Berichtsjahr Beschwerden über intransparente Verkaufsförderungsmaßnahmen. Auf Chips-Dosen hieß es „Buy 2 cans & get a mini football“. Im unübersichtlichen Fließtext der Dose wurde in kleiner Schrift darüber informiert, dass neben den zwei Dosen auch noch zwei Euro zu zahlen sind. Die Wettbewerbszentrale hat das als irreführend beanstandet. Das Unternehmen hat eine konkrete Unterlassungserklärung bezogen auf die Verpackung abgegeben. In einer neuen Aktion hat das Unternehmen für einen Karaoke Kit in ähnlicher Weise geworben, nur dass die Verpackung nicht mehr so viel Fließtext umfasst. Hier war eine Zuzahlung von drei Euro erforderlich. Die Wettbewerbszentrale hat Klage beim Landgericht Hamburg eingereicht. Ein Termin zur mündlichen Verhandlung lag zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses noch nicht vor (LG Hamburg, Az. 327 O 464/15; F 8 0096/15).

Online-Handel

Die Wettbewerbszentrale erwartet eine Grundsatzentscheidung des Bundesgerichtshofs zur Frage der Notwendigkeit einer Bio-Zertifizierung für Onlinehändler, die Bio-Lebensmittel zum Verkauf anbieten. Im Ergebnis geht es um die Auslegung von § 3 Abs. 2 Öko-Landbaugesetz (ÖLG), der in Deutschland als Ausnahme von Art. 28 Abs. 2 EG-Öko-Verordnung eingeführt wurde. § 3 Abs. 2 ÖLG sieht für die Unternehmer eine Befreiung von der Pflicht, sich dem Öko-Kontrollsystem zu unterstellen, vor, die Erzeugnisse direkt an den Endverbraucher oder -nutzer verkaufen, sofern diese Unternehmer die Erzeugnisse nicht selbst erzeugen, aufbereiten oder an einen anderen Ort als in Verbindung der Verkaufsstelle lagern oder solche Erzeugnisse nicht aus einem Drittland einführen oder solche Tätigkeiten durch einen Dritten ausüben lassen. Am 10.12.2015 fand beim Bundesgerichtshof die mündli-

che Verhandlung statt. Eine Entscheidung lag zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses noch nicht vor (BGH, Az. I ZR 243/14; F 4 0844/12; siehe auch den Tätigkeitsbericht 2014, Seite 62 sowie die News vom 21.04.2015 unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=1530). Die eingehenden Beschwerden wegen fehlender Bio-Zertifizierung von Online-Händlern wurden im Berichtsjahr nicht weiter verfolgt, da zunächst der Ausgang des Verfahrens beim Bundesgerichtshof abgewartet wird.

Quelle: Auszug aus dem Jahresbericht der Wettbewerbszentrale 2015, im Volltext abzurufen unter www.wettbewerbszentrale.de