
Lebensmittel

Dr. Antje Dau, Büro Hamburg

Im Berichtsjahr gingen bei der Wettbewerbszentrale erneut viele Beschwerden wegen Verstößen gegen die Health Claims Verordnung (HCVO) und die Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV) ein. Hauptangriffspunkt war die Verwendung von unzulässigen gesundheits- und krankheitsbezogenen Angaben. Die Beanstandungen betreffen die unterschiedlichsten Branchen. Knapp 10 Jahre nach Geltung der HCVO zeigt sich, dass die Verordnung nicht den als Hauptziel bezweckten Verbraucherschutz erreicht hat. Die Beschwerden zur unzureichenden oder fehlenden Angabe der verpflichtenden Informationen über Lebensmittel waren im zweiten Geltungsjahr der LMIV rückläufig. Hieran kann man erkennen, dass die Unternehmen ihren Kennzeichnungspflichten größtenteils nachgekommen sind. Einen weiteren Schwerpunkt bildeten die stark im Trend liegenden veganen Lebensmittel. Hier stellt sich die Frage, ob vegane Produkte beispielsweise als „Frischkäseersatz“ beworben werden dürfen. Wie jedes Jahr nehmen Irreführungsfälle wie Herkunftstäuschungen oder Mogelpackungen ebenfalls einen Teil der Arbeit ein. Den Online-Handel beschäftigte auch im Berichtsjahr weiterhin die Frage nach der Zertifizierungspflicht beim Vertrieb von Bio-Lebensmitteln, da die Sache mittlerweile vom Bundesgerichtshof (BGH) dem Europäischen Gerichtshof (EuGH) zur Entscheidung vorgelegt wurde.

Health Claims Verordnung

Im Vorjahr hatte die Wettbewerbszentrale von einem Grundsatzverfahren für die Mineralwasserbranche berichtet, durch das geklärt werden soll, ob Mineralwasser nur dann mit gesundheitsbezogenen Angaben beworben werden darf, wenn die von der HCVO im Anhang aufgestellten Mindestanforderungen an dem Mineraliengehalt eingehalten werden. Diese Frage hat das Oberlandesgericht Koblenz bejaht (OLG Koblenz, Urteil vom 02.12.2015, Az. 9 U 616/15; F 4 0025/14; siehe auch den Tätigkeitsbericht 2015, Seite 59 sowie die News vom 09.12.2015 unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/branchen/lebensmittel/aktuelles/_news/?id=1629). Gegen diese Entscheidung hat das Mineralwasserunternehmen Nichtzulassungsbeschwerde beim BGH eingelegt, die dort unter dem Az. I ZR 257/15 geführt wird. Eine Entscheidung über die Annahme lag bei Redaktionsschluss noch nicht vor.

In einem weiteren Fall hat das Oberlandesgericht Celle einem Unternehmen verboten, sein Diät-Produkt mit einem Zitat, einem Interview oder mit Fotos von einem Arzt zu bewerben. Dadurch entstehe der Eindruck, dass er mit seiner ärztlichen und wissenschaftlichen Autorität hinter dem Produkt steht. Hierin liege eine unzulässige Empfehlung nach der HCVO, die dem Per-se-Verbot des Art. 12 lit. c HCVO unterfällt (OLG Celle, Beschluss vom 09.06.2016, Az. 13 U 155/15; F 4 0683/14). Das Unternehmen hat gegen den Be-

schluss Nichtzulassungsbeschwerde beim BGH eingelegt. Diese wird beim BGH unter dem Az. IZR 137/16 geführt. Durch Versäumnisurteil des Landgerichts Aachen wurde einem Anbieter eines Nahrungsergänzungsmittels verboten, mit Aussagen wie „in 8 Wochen 23 kg abnehmen“ zu werben. Solche Aussagen sind nach Art. 12 lit. b HCVO per se verboten (LG Aachen, Urteil vom 12.01.2016, Az. 41 O 54/15; F 8 0167/14; siehe hierzu auch die News vom 19.08.2015 unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=1573). Im letzten Jahr wurde von einem Verfahren beim Landgericht Lüneburg berichtet, in dem es um die Zulässigkeit der Bewerbung eines Nahrungsergänzungsmittels (Vitamin-D-Präparat) in einer Anzeige ging. Betroffen waren Aussagen wie „das unterschätzte Risiko – Vitamin D-Mangel kann weitreichende Folgen haben. Seit langem ist bekannt, dass eine Unterversorgung mit Vitamin D akut zu häufigen Erkältungen und Entzündungen führen kann“. Während das Landgericht Lüneburg Anfang des Jahres 2016 die Aussagen noch als zulässig einstufte (LG Lüneburg, Urteil vom 14.01.2016, Az. 7 O 37/15), hat das Oberlandesgericht Celle in der mündlichen Verhandlung deutlich gemacht, dass es die Anzeige als einen Verstoß gegen die HCVO ansieht. Daraufhin hat der Anbieter des Nahrungsergänzungsmittels eine Unterlassungserklärung abgegeben, sodass das Verfahren übereinstimmend für erledigt erklärt werden konnte (OLG Celle, Az. 13 U 23/16; F 8 0025/15; siehe hierzu auch den Tätigkeitsbericht 2015, Seite 60 sowie die News vom 19.10.2016 unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=2762).

In einem weiteren Fall hat das Landgericht München I einem Getränkehersteller untersagt, sein Erfrischungsgetränk mit der Aussage „Lass die Vitaminbombe platzen und dein Immunsystem Salsa tanzen“ zu bewerben. Durch die Aussage werde suggeriert, dass der Verbraucher sein Immunsystem zu besonderen Leistungen bewegen könne. Derartige Aussagen seien nicht in die Liste der zugelassenen gesundheitsbezogenen Angaben aufgenommen worden (LG München I, Urteil vom 21.09.2016, Az. 37 O 3339/16; M 4 0170/15; siehe hierzu auch die News vom 13.10.2016 unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=1760).

Alle weiteren Verfahren konnten außergerichtlich durch die Abgabe von Unterlassungserklärungen beendet

werden. Beanstandet wurde die Aussage „belebend“ für ein alkoholfreies Bier. Da durch die Aussage Bezug genommen wird auf die körperliche Aktivität bzw. die Fitness und die Aussage für keine Zutat des Bieres zugelassen ist, handelte es sich um eine unzulässige gesundheitsbezogene Angabe (F 8 0081/16). Weitere Verstöße betrafen auch in diesem Berichtsjahr wieder Aussagen für Kinderwunschtees. Diese wurden z. B. als „Fruchtbarkeitstee“ und mit Aussagen wie „dadurch kann der Frauenmantel Mangelzustände ausgleichen, die zu prämenstruellen Störungen und zu Wechseljahrsbeschwerden führen“ beworben (u. a. F 8 0136/16; F 8 0147/16; siehe hierzu auch die News vom 02.02.2016 unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=1654).

Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV)

Im zweiten Geltungsjahr der LMIV sind die Beschwerden über die unzureichende Angabe der verpflichtenden Informationen über Lebensmittel zurückgegangen. Vereinzelt haben Händler im Internet nicht die nötigen Informationen bereitgehalten. Ein Gerichtsverfahren musste aber nicht geführt werden. In allen Fällen haben die Händler eine Unterlassungserklärung abgegeben und die Verstöße behoben (F 8 0013/16; F 8 0038/16; F 8 0094/16; siehe hierzu auch den Tätigkeitsbericht 2015, Seite 60). Seit dem 13.12.2016 ist die Nährwertdeklaration verpflichtend auf den Produkten und auch im Internet anzugeben. Darüber, ob es hier zu Beschwerden über Mängel bei der Umsetzung kommt, wird im nächsten Jahr zu berichten sein. Für Altbestände sieht Art. 54 Abs. 1 LMIV noch einen Abverkauf vor, bis die Bestände erschöpft sind. Bei Produkten mit langem Haltbarkeitsdatum kann es daher sein, dass erst in einigen Jahren eine der LMIV entsprechende Nährwertdeklaration vorgenommen wird (siehe hierzu die News vom 12.12.2016 unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=2792 sowie vom 13.09.2016 unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=1747).

Wie im Vorjahr war auch im Berichtsjahr einer der Hauptangriffspunkte ein Verstoß gegen Art. 7

Abs. 3 LMIV. Danach ist es verboten, Lebensmittel Eigenschaften der Vorbeugung, Behandlung oder Heilung einer menschlichen Krankheit zuzuschreiben (siehe hierzu auch den Tätigkeitsbericht 2015, Seite 60). Ein Anbieter von Kaffeekapseln warb mit der Aussage „Unser Lieblingsgetränk ist gesund – sagen Studien. Kaffee kann das Krebsrisiko mindern und helfen, Depressionen sowie Alzheimer-Erkrankungen zu vermeiden“ (F 8 0213/16; siehe hierzu die News vom 07.12.2016 unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/branchen/lebensmittel/aktuelles/_news/?id=2785). Nahrungsergänzungsmittel wurden beworben mit „gegen Kater“, „Anti-Hang Over“, „Kater-Mittel“. Durch derartige Aussagen wird suggeriert, dass die negativen Einflüsse durch übermäßigen Alkoholkonsum wie Kopfschmerzen oder Übelkeit beseitigt werden können (F 8 0138/16; F 8 0154/16; F 8 0166/16). Die genannten Fälle konnten außergerichtlich durch Abgabe einer Unterlassungserklärung beendet werden.

Vegane Lebensmittel

Ein wichtiger Problembereich war außerdem die Bewerbung von veganen Lebensmitteln. Die 12. Verbraucherschutzministerkonferenz (VSMK) hat sich auf Definitionen für vegane und vegetarische Lebensmittel geeinigt. Bisher waren die Begriffe nicht eindeutig definiert, sodass Rechtsunsicherheit herrschte, wie die Begriffe zu beurteilen sind. Die Länder haben vereinbart, dass die Definitionen von der Lebensmittelüberwachung bei der Beurteilung der Kennzeichnung von Lebensmitteln zukünftig zugrunde gelegt werden sollen.

Von der Wettbewerbszentrale beanstandet wurde ein Fall, in dem Gummibärchen als „vegan“ beworben wurden, obwohl die Gummibärchen den Farbstoff „Carmin“ enthalten. Unter Anwendung der Definition wurde die Auslobung „vegan“ als irreführend angesehen, weil der Farbstoff „Carmin“ aus den weiblichen Cochenille-Läusen gewonnen wird und damit aus tierischer Herkunft stammt. Das Unternehmen hat eine Unterlassungserklärung abgegeben. Nach Auskunft des Unternehmens wird das Produkt nicht mehr produziert (F 8 0069/16; siehe auch die News vom 07.06.2016

unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=1713).

Aufgrund von Beschwerden wurden Bezeichnungen wie „veganer Frischkäse“ oder „wie Frischkäse“ als wettbewerbswidrig angegriffen. Art. 78 i. V. m. Anhang VII der Verordnung (EU) Nr. 1308/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 17.12.2013 über eine gemeinsame Marktorganisation für landwirtschaftliche Erzeugnisse regeln genau, welche Anforderungen an die Verwendung des Begriffs „Käse“ zu stellen sind. Diese Bezeichnung ist nur tierischen Produkten vorbehalten. Zwei Fälle konnten durch Abgabe einer Unterlassungserklärung beendet werden (F 8 0159/15; F 8 0024/16). In einem Fall („wie Frischkäse“) wurde Klage beim Landgericht Konstanz eingereicht (Az. 7 O 25/16 KfH; F 8 0020/16; siehe auch die News vom 07.04.2016 unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=1689). Zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses lag noch keine Entscheidung vor.

Irreführende Lebensmittelkennzeichnung

Wie schon in den Jahren zuvor wurde in zahlreichen Fällen von Lebensmittelverpackungen und Werbeausagen über Lebensmittel Irreführung festgestellt. Einen der Schwerpunkte der Irreführungsfälle bildeten die Herkunftstäuschungen. Nachdem der Bundesgerichtshof entschieden hatte, dass die Werbung mit der Angabe „Himalaya Salz“ irreführend ist, wenn das so beworbene Salz in einem ca. 200 km entfernten deutlich niedrigen Mittelgebirgszug abgebaut wird, gingen bei der Wettbewerbszentrale zahlreiche Beschwerden über das Angebot von Himalaya-Salzen ein. Die Anbieter wurden im Wege von Hinweisschreiben darauf aufmerksam gemacht, dass bereits beim Angebot in deutlicher Form darauf hingewiesen werden muss, dass das Salz nicht aus dem Himalaya, sondern aus Pakistan stammt. Die Verstöße konnten abgestellt werden (u. a. F 8 0100/16; F 8 0102/16; F 8 0121/16).

In einem anderen Verfahren geht es um die Herkunftstäuschung bei Kultur-Champignons. Das Oberlandes-

gericht Stuttgart hat, obwohl es eine Irreführung der Verbraucher bejaht hat, entschieden, dass Kulturkampagnons auch dann nur mit der Angabe „Ursprung: Deutschland“ zu versehen sind, wenn die Champignons lediglich für die Ernte nach Deutschland gefahren werden und die Aufzucht in den Niederlanden stattgefunden hat. Für eine zusätzliche Kennzeichnung mit Hinweisen auf die Aufzucht in den Niederlanden besteht nach Ansicht des Gerichts keine gesetzliche Grundlage. Entscheidend sei, dass der europäische Gesetzgeber den betroffenen Unternehmer verpflichtet habe, dass Ernteland als Ursprungsland anzugeben (Art. 23 Abs. 1, 2b Verordnung (EWG) Nr. 2913/92 (Zollkodex)). Die darin liegende Täuschung des Verbrauchers im Falle von grenzüberschreitenden Produktionsprozessen sei daher vom europäischen Gesetzgeber angeordnet (OLG Stuttgart, Urteil vom 10.03.2016, Az. 2 U 63/15; F 4 0784/13; siehe hierzu auch die News vom 18.03.2016 unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=1679). Die Wettbewerbszentrale hat gegen die Entscheidung Revision eingelegt. Diese wird beim Bundesgerichtshof unter dem Az. I ZR 74/16 geführt (siehe hierzu die News vom 15.09.2016 unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=1749). Termin zur mündlichen Verhandlung ist der 04.05.2017.

Die weiteren Fälle zu Herkunftstäuschungen konnten außergerichtlich durch die Abgabe von Unterlassungserklärungen beseitigt werden. In einem Fall hat ein Lebensmitteleinzelhändler einen Mozzarella mit der Aussage „italienischer Mozzarella“ beworben, obwohl das Produkt in Tschechien hergestellt wird (F 8 0041/16). In einem anderen Fall hatte ein Eis-Café mit „Original italienisches Eis“ geworben, obwohl es sich bei dem Eis um deutsches Speiseeis gehandelt hat (F 8 0153/16). Ein Hartkäse aus Kuhmilch wurde als „Izmir Tulum Peyniri – Hartkäse nach türkischer Art“ angeboten, obwohl das Produkt aus Deutschland stammt. Der Hersteller hat jetzt einen deutlichen Hinweis auf die Herstellung in Deutschland aufgenommen (F 8 0151/16).

In einem weiteren Fall hat das Landgericht Frankfurt einem Unternehmen untersagt, u. a. für Tiefkühlpommes mit den Aussagen „100% klimaneutral“ und „der weltweit erste 100% klimaneutrale Tiefkühl-Kartoffelspezialist. Vom Kartoffelacker bis ins Tiefkühlregal des Handels“ zu werben. Das Gericht führt aus, dass die

Werbung von den angesprochenen Verkehrskreisen so verstanden werde, dass die Produkte des Unternehmens vollständig klimaneutral seien, sich mithin nicht schädlich auf das Klima auswirken. Den Hinweis auf die 100%ige Klimaneutralität der gesamten Produktionskette einschließlich der Logistik würden die angesprochenen Verkehrskreise mit der Vorstellung verbinden, dass es dem Unternehmen als ersten Hersteller gelungen sei, bei jedem einzelnen Produktionsschritt (Herstellung und Vertrieb) durch entsprechende Maßnahmen einen CO₂-Ausstoß zu vermeiden (LG Frankfurt am Main, Urteil vom 31.05.2016, Az. 3-06 O 40/15; F 8 0045/15; siehe hierzu die News vom 18.06.2016 unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=1720). Das Unternehmen hat gegen die Entscheidung Berufung beim Oberlandesgericht Frankfurt eingelegt. Die mündliche Verhandlung findet am 21.09.2017 statt. Die Sache wird beim Oberlandesgericht Frankfurt unter dem Az. 6 U 146/16 geführt.

Im Vorjahr wurde von einer Mogelpackung berichtet, zu der die Wettbewerbszentrale Klage beim Landgericht Bremen eingereicht hatte. Gegenstand des Verfahrens war 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. Das Landgericht Bremen hat die Verpackung als Mogelpackung eingestuft und das Inverkehrbringen untersagt. Das Unternehmen hat vom Gericht eine Aufbrauchfrist bis zum 01.10.2016 eingeräumt bekommen (LG Bremen, Urteil vom 25.02.2016, Az. 9 O 408/15; F 8 0156/14; siehe auch Tätigkeitsbericht 2015, Seite 61 sowie die News vom 03.03.2016 unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=1669).

Im Vorjahr wurde ebenfalls über einen Fall einer intransparenten Verkaufsförderungsmaßnahme berichtet, in dem die Wettbewerbszentrale beim Landgericht Hamburg eine Klage eingereicht hatte. Auf Chips-Dosen hieß es „Buy 2 cans & get a Karaoke Kit“. Im Fließtext der Dose wurde in kleiner Schrift darüber informiert, dass neben den zwei Dosen auch noch drei Euro zu zahlen sind. Die Wettbewerbszentrale hat das als irreführend beanstandet. Bevor der Termin zur mündlichen Verhandlung stattfand, hat das Unternehmen eine Unterlassungserklärung abgegeben, sodass die Sache ohne gerichtliche Entscheidung abgeschlossen

sen werden konnte (LG Hamburg, Az. 327 O 464/15; F 8 0096/15; siehe hierzu auch den Tätigkeitsbericht 2015, Seite 61).

Quelle: Auszug aus dem Jahresbericht der Wettbewerbszentrale 2016, im Volltext abzurufen unter www.wettbewerbszentrale.de

Online-Handel

Auch im Berichtsjahr hat die Wettbewerbszentrale die Frage der Notwendigkeit einer Bio-Zertifizierung für Onlinehändler, die Bio-Lebensmittel zum Verkauf anbieten, beschäftigt. Der Bundesgerichtshof hat dem Europäischen Gerichtshof folgende Frage zur Vorabentscheidung vorgelegt: „Liegt ein im Sinne von Art. 28 Abs. 2 der Verordnung (EG) Nr. 834/2007 „direkter“ Verkauf an den Endverbraucher bereits vor, wenn der Unternehmer oder sein Verkaufspersonal dem Endverbraucher die Erzeugnisse ohne Zwischenschaltung eines Dritten verkauft, oder setzt ein „direkter“ Verkauf darüber hinaus voraus, dass der Verkauf am Ort der Lagerung der Erzeugnisse unter gleichzeitiger Anwesenheit des Unternehmers oder seines Verkaufspersonals und des Endverbrauchers erfolgt?“ (BGH, Beschluss vom 30.03.2016, Az. I ZR 243/14; F 4 0844/12; siehe auch den Tätigkeitsbericht 2015, Seite 61, 62 sowie die News vom 30.03.2016 unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=1685). Die Wettbewerbszentrale ist der Ansicht, dass das Tatbestandsmerkmal „direkt“ beim Online-Handel mit Bio-Lebensmitteln nicht erfüllt ist, da es gerade an einer direkten Verkaufshandlung unter Anwesenheit der Endverbraucher, wie sie beispielsweise im Supermarkt gegeben ist, fehlt. Mit einer Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs ist im Jahr 2017 zu rechnen. Die Sache wird beim Europäischen Gerichtshof unter dem Aktenzeichen C-289/16 geführt. Zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses war noch kein Termin einer Entscheidung oder mündlichen Verhandlung bekannt.