

Hohes Maß an Verbraucherschutz

Teil 2: Die Health-Claim-Verordnung in der Praxis

Die 2007 in Kraft getretene Health-Claims-Verordnung (HCV) bezweckt die Vereinheitlichung unterschiedlicher nationaler Regelungen freiwilliger Produktangaben nährwert- und gesundheitsbezogener Art. Welche Rolle spielt sie derzeit im Brau- und Getränkektor? Im ersten Teil (siehe BRAUINDUSTRIE-Nr. 10/2014, Seite 68 f.) wurden die Grundzüge und die Problematik der Verordnung dargestellt. Der Folgebeitrag beleuchtet die Entwicklung der Verordnung seit ihrem Erlass sowie weitere für die Getränkewirtschaftsrelevante Rechtsprechung.

Sowohl nährwertbezogene als auch gesundheitsbezogene Angaben bedürfen grundsätzlich einer Zulassung. Die zugelassenen nährwertbezogenen Angaben ergeben sich aus dem Anhang der Verordnung, die zulässigen gesundheitsbezogenen Angaben wurden auf einen späteren Zeitpunkt festgelegt. Beides ist sieben Jahre nach Inkrafttreten der Verordnung noch nicht vollständig.

Seit ihrem Inkrafttreten im Jahr 2007 ist die HCV mehrmals geändert worden. Dem unvollständigen Regelwerk fehlten sowohl die zugelassenen nährwertbezogenen wie gesundheitsbezogenen Angaben. Durch die Verordnung (GO) 116/2010 vom 9. Februar 2010 wurde der Anhang mit den zugelassenen nährwertbezogenen Angaben angefügt. Die zum 1. Januar 2013 in Kraft getretene Verordnung (EU) 432/212 legt bezüglich der zugelassenen Angaben nur eine Teilliste vor, sodass die Liste der zugelassenen gesundheitsbezogenen Angaben auch derzeit noch nicht vollständig ist.

Wichtige Rolle im Getränkebereich

„Anti-Aging-Bier“

Seit ihrem Bestehen hat die HCV im Getränkebereich eine wichtige Rolle gespielt. Bereits im Frühjahr 2008 erging ein das sogenannte „Anti-Aging-

Bier“ betreffendes Urteil zum Anwendungsbereich der Verordnung. Ob die Bezeichnung „Anti-Aging“ eine gesundheitsbezogene Angabe darstelle, ließ das Gericht offen, da die Brauerei die Übergangsvorschrift des Art. 28 Absatz 2 HCV für sich in Anspruch nehmen konnte. Danach dürfen Produkte mit Handelsnamen oder Markennamen, die vor dem 1. Januar 2005 bereits bestanden, bis zum 19. Januar 2022 weiterhin in den Verkehr gebracht werden (VG Frankfurt/Oder, Urteil vom 7. Februar 2008, Az. 4K 455/04).

Allerdings wertete das Gericht Hinweise auf dem Rückenetikett den Zellschutz betreffend und die Abwehr schädlicher Angriffe freier radikaler als gesundheitsbezogene Angaben, die für alkoholische Getränke über 1,2 Vol.-Prozent Alkohol nach Art. 28 Absatz 5 HCV grundsätzlich nicht gemacht werden dürfen.

Bionade

Die erste wichtige Entscheidung zu den nährwertbezogenen Angaben und den Bedingungen für ihre Verwendung im Anhang der HCV betraf das Erfrischungsgetränk Bionade (LG Düsseldorf, Urteil vom 28. Juli 2008, Az. 37 O 74/08 -Bionade-). Die Hersteller warben „mit viel Calcium und Magnesium“, „Bionade ist kalziumreich“, „weitere wichtige Bestandteile sind Calcium und Magnesium“.

Das Landgericht untersagte die Aussagen im Hinblick auf die im Anhang gehaltenen Definitionen für eine Vitamin- oder Mineralstoffquelle bzw. dem Hinweis auf einen hohen Vitamin- oder Mineralstoffgehalt. Die Angabe, ein Lebensmittel sei eine Vitamin- oder Mineralstoffquelle, ist nur zulässig, wenn das Produkt eine signifikante Menge des Vitamins oder Mineralstoffs gemäß dem Anhang der Nährwertkennzeichnungsrichtlinie (90/496/EWG) enthält.

Eine signifikante Menge ist danach 15 Prozent des Tagesbedarfs an Calcium und Magnesium. Wird nicht nur lediglich auf den Gehalt eines Vitamins oder Mineralstoffs hingewiesen, sondern auf einen hohen Vitamin- oder Mineralstoffgehalt, so ist diese Angabe nur zulässig, wenn das Produkt mindestens das Doppelte der „signifikanten Menge“ (hier also 30 Prozent) enthält.

RA Michael Kendler

Rechtsanwalt bei der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V. in Frankfurt, Büro München (www.wettbewerbszentrale.de)



Allerdings betrafen die meisten Gerichtsentscheidungen der vergangenen Jahre sowohl im Bereich der Nährwert- als auch der gesundheitsbezogenen Angaben werbliche Formulierungen, die eher dem allgemeinen Sprachgebrauch oder dem Allgemeinwissen entlehnt waren, wie „Energy“ oder „isotonisch“.

„Energy“

Im Bereich der nährwertbezogenen Angaben hatte das OLG Hamm, Urteil vom 10. Juli 2012, Az. I-4 U 38/12 – Energy & Vodka –, nicht rechtskräftig, = WRP 2012, 1572 – §§ 3, 4 Nr. 11, 8 Abs. 1 Seite 1, Abs. 3 Nr. 2 UWG; Art. 2 Abs. 2 Nr. 3, Nr. 4, Art. 4 Abs. 3 Seite 2 VO 1924/2006/EG (HCV), zu klären, ob der Begriff „Energie“ eine nährwertbezogene Angabe darstelle. Die Bezeichnung „Energy“ für ein Mischgetränk aus einem koffeinhaltigen Erfrischungsgetränk und Vodka verstößt als nährwertbezogene Angabe gegen Art. 4 Abs. 3 Seite 2 der HCV.

Die Beklagte vertreibt das Mischgetränk „Energy & Vodka“, das einen Alkoholgehalt von 10 Vol.-Prozent hat und zu 26,7 Prozent aus Vodka und zu 73,3 Prozent aus einem koffeinhaltigen Erfrischungsgetränk besteht. Der Kläger, ein eingetragener Verein, verlangte die Unterlassung der Bezeichnung des Getränks, da es sich bei der Angabe „Energy“ um eine nach der Health-Claims-Verordnung unzulässige nährwertbezogene Angabe handle.

Das OLG Hamm bejahte einen Unterlassungsanspruch nach § 4 Nr. 11 UWG i. V. m. der HCV. Die Bezeichnung „Energy“ stelle eine nährwertbezogene Angabe nach Art. 2 Abs. 2 Nr. 4 HCVO dar, da sie dem Verbraucher suggeriere, das Getränk enthalte besondere positive Nährwertigenschaften. Denn der Verbraucher übersetze den Begriff mit den Worten Energie, Kraft oder Leistungsvermögen. Eine solche Angabe sei gemäß Art. 4 Abs. 3 Seite 2 HCV unzulässig, denn die Regelung verbiete grundsätzlich nährwertbezogene Angaben für Getränke mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Vol.-Prozent.

Eine rein objektive Beschaffenheitsangabe sah das Gericht in der Bezeichnung „Energy & Vodka“ nicht, da die Bezeichnung „Energy“ „aufgrund ihres eigenständigen Begriffsinhalts über eine (lediglich) abgekürzte Verkehrsbezeichnung für den in dem Mischgetränk enthaltenen Energiedrink hinaus (geht)“.

Hierüber kann man trefflich streiten. Einen allgemeinen Schluss, jede Aussage zu einem Lebensmittel enthalte stets auch eine Nährwert- oder gar eine gesundheitsbezogene Angabe kann man hieraus nicht herleiten. Die Nichtzulassungsbeschwerde ist beim BGH anhängig unter Az. I ZR 167/12.



Kräuterlikör

Der BGH (Beschluss vom 13. Januar 2011, Az. I ZR 22/09) hat zur Klärung der Auslegung der Verordnung über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel (HCV) dem EuGH die Frage vorgelegt, ob ein Kräuterlikör mit mehr als 1,2 Vol.-Prozent Alkoholgehalt mit „wohltuend“ oder „bekömmlich“ beworben werden darf. Hierbei komme es darauf an, ob der Durchschnittsverbraucher die Formulierung auf das gesundheitliche Wohlbefinden oder lediglich auf das allgemeine Wohlbefinden beziehe.

Ob das „allgemeine Wohlbefinden“ auch eine „gesundheitsbezogene Angabe“ darstelle, sei durch den EuGH zu prüfen. Sollte dies verneint werden, sei anhand der Verordnung durch den EuGH zu prüfen, ob die Zielrichtung der Aussage gesundheitsbezogen sei und ob es der Verhältnismäßigkeit entspricht, ein Getränk mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Vol.-Prozent, welches den Körper oder dessen Funktionen nicht belastet, nach der Verordnung zu verbieten.

Der Fall ist noch nicht entschieden, aus der EuGH-Entscheidung wird der BGH aber voraussichtlich ableiten, dass die Aussage „der wohltuende und bekömmliche Kräuterlikör“ für ein alkoholisches Getränk namens „Gurkhtaler Kräuterlikör“ als gesundheitsbezogene Angabe zu werten und daher verboten ist. Dies steht zu erwarten, hat doch der EuGH hierzu für ein nicht so starkes alkoholisches Getränk, nämlich für Wein in der Entscheidung „Deutsches Weintor“ bereits gesprochen.

Bezeichnung „bekömmlich“

Der EuGH hat in der Entscheidung (Urteil vom 6. September 2012, Az. C 544/10) festgestellt, dass die Bezeichnung „bekömmlich“ gegen die HCV verstößt. Geklagt hatte eine Winzergenossenschaft, die Weine der Rebsorten Dornfelder und Burgunder mit Zusatzbezeichnungen wie „Edition mild“ und „sanfte Säure“ beworben hatte. Wegen des geringen Säuregehalts waren die Flaschen mit einem Aufdruck „Edition mild bekömmlich“ versehen und auch in der Preisliste als „bekömmlich“ ausgewiesen.

Die Lebensmittelüberwachung sah hierin eine gesundheitsbezogene Angabe und damit einen Verstoß gegen Art. 4 Absatz 3 HCV. Die Winzergenossenschaft klagte bis zum Bundesverwaltungsgericht und argumentierte, dass die Bezeichnung „bekömmlich“ das allgemeine Wohlbefinden und nicht die Gesundheit betreffe, das „Wohlbefinden“ aber sei von den Regeln der HCV nicht umfasst.

Das Bundesverwaltungsgericht legte die Frage, ob es sich bei „bekömmlich“ um eine gesundheitsbezogene Aussage handle, dem Europäischen Gerichtshof vor. Dieser bejahte die Frage. Die Angabe suggeriere, dass der Wein aufgrund seines verringerten Säuregehalts gut an die Verdauung angepasst oder leicht verdaulich sei. Sie suggeriere damit eine positive ernährungsbezogene oder physiologische Wirkung. Dabei ist es, so der EuGH, für den Begriff der gesundheitsbezogenen Aussage unerheblich, ob die behauptete positive Wirkung vorübergehend oder nachhaltig ist.

Vom Begriff der „gesundheitsbezogenen Angabe“ seien auch solche Angaben wie „bekömmlich“ erfasst, wenn sie mit dem Hinweis auf einen reduzierten Gehalt an Stoffen (hier die Weinsäure), die von einer Vielzahl von Verbrauchern als nachteilig angesehen werden, einhergehen und damit suggerieren, dass ein Teil des menschlichen Körpers (hier das Verdauungssystem) darunter nicht oder weniger leidet.

Zwar muss nochmal deutlich darauf hingewiesen werden, dass die Einstufung des Begriffes „bekömmlich“ nur im Zusammenhang mit der werblichen Angabe zur Säurereduzierung des Weins erfolgte. Dennoch hat diese Rechtsprechung viel Kritik erfahren müssen, zumal aus dem Urteil des EuGH mit keinem Wort hervorgeht, weshalb die werbliche Bezeichnung eine „positive Ernährung bezo-



gene oder physiologische Wirkung“ suggerieren solle. Der EuGH meint ernsthaft, dass die Bezeichnung dadurch, dass sie al-lein die leichte Vertraulichkeit des in Rede stehenden Weins herausstellt, geeignet ist, dessen Konsum zu fördern und letztlich die mit einem übermäßigen Konsum jedes alkoholischen Getränks einhergehenden Gefahren für die Gesundheit der Verbraucher erhöht.

Dies wird ein situationsadäquat aufmerksamer Verbraucher, von dem ja das europäische Wettbewerbsrecht seit Jahren ausgeht, nicht annehmen, da er einen als säurearmen ausgelobten Wein sicher nicht für ein weniger gesundheitsgefährliches alkoholisches Getränk halten wird als sauren Wein (vergleiche hierzu Hagenmeyer WRP 2013/447).

Die Tragweite dieses Urteils besteht also darin, dass sie Angaben wie „für Ihr Wohlbefinden“, „bekömmlich“, „wohltuende“ etc. dann der HCV unterwirft, wenn diese mit Hinweisen zu den Inhaltsstoffen in einer Werbung zusammen auftauchen.

Begriff „vitalisierend“

Letzter Akt dieser sicherlich fragwürdigen Entwicklung ist das brandaktuelle Urteil des OLG Hamm, das einer Brauerei die Bewerbung von alkoholfreiem Bier mit dem Begriff „vitalisierend“ untersagt.

Das Gericht stellt hierzu in seiner Presseerklärung fest: „Der 4. Zivilsenat des Oberlandesgerichts Hamm hat der Beklagten die beanstandete Werbung für ihr alkoholfreies Bier mit dem Begriff „vitalisierend“ untersagt, weil dieser Werbeaussage keine spezielle gesundheitsbezogene Angabe beigefügt worden war. Die streitgegenständliche Werbung verstoße gegen Art. 10 Abs. 3 der Europäischen Health-Claim-VO (HCV), VO (EG) Nr. 1924/2006.“

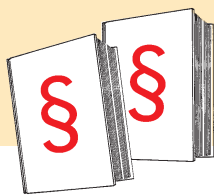
Mit dem Begriff „vitalisierend“ habe die Beklagte für ein Lebensmittel geworben. „Vitalisierend“ sei eine unspezifische gesundheitsbezogene Angabe im Sinne der HCVO. Der Bezug zur Gesundheit ergebe sich bereits aus dem Wortsinn. „Vitali-

sieren“ stehe für „beleben“ und „anregen“. Für den Verbraucher bringe das Adjektiv „vitalisierend“ eine Verbesserung des Gesundheitszustandes zum Ausdruck. Deswegen suggeriere die Beklagte, dass der Konsum ihres alkoholfreien Bieres eine Verbesserung des Gesundheitszustandes bewirke, wenn sie es mit der Angabe „vitalisierend“ bewerbe.

Dass der Ausdruck auch in Verbindung mit dem Werbeträger *Vitali Klitschko* verstanden werden könne, stehe dem nicht entgegen. „Vitalisierend“ solle ebenfalls eine Produkteigenschaft beschreiben, was sich aus seiner Nennung in einem engen räumlichen Zusammenhang mit den Bezeichnungen „erfrischend“ und „isotonisch“ ergebe. Die Angabe „vitalisierend“ sei zudem unspezifisch im Sinne von Art. 10 Abs. 3 HCV, weil sie sich nicht auf eine bestimmte zu fördernde Körperfunktion beziehe.

Fazit

Auch wenn sich darüber streiten lässt, ob die Rechtsprechung bei den vorgenannten allgemeinen Begriffen, allen voran die des EuGH, nur eine Gesamtbewertung der Werbung vornimmt oder eine fragliche gesundheitspolitische Zielrichtung verfolgt, zeigt sich ganz deutlich, welche starke Einschränkungen sich aus Art. 4 Absatz 3 HCV für Alkoholika ergeben. □



RECHTSFRAGEN AUS DER PRAXIS

Gesetzlicher Urlaubsanspruch nach unbezahltm Sonderurlaub

Eine Arbeitnehmerin hatte in der Zeit vom 1. Januar 2011 bis zum 30. September 2011 unbezahlten Sonderurlaub erhalten. Bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses verlangte sie Abgeltung des während des Sonderurlaubs entstandenen Urlaubs in Höhe von 15 Arbeitstagen. Der Arbeitgeber lehnte dies ab.

Mit Urteil vom 6. Mai 2014 stellte das BAG (9 AZR 678/12) fest, dass jeder Arbeitnehmer im bestehenden Arbeitsverhältnis bei Erfüllung der Wartezeit im Kalenderjahr einen unabdingbaren Anspruch auf bezahlten Erholungsurlaub hat, §§ 1, 13 Bundesurlaubsgesetz (BUrlG).

Eine spezialgesetzliche Kürzungsmöglichkeit wie bei Elternzeit oder Wehrdienst gibt es während der Pflegezeit (§§ 3, 4 PflegeZG) nicht. Kommt es zum Ruhen des Arbeitsverhältnisses aufgrund einer Vereinbarung der Arbeitsvertragsparteien, hindert dies grundsätzlich weder das Entstehen des gesetzlichen Urlaubsanspruchs noch ist der Arbeitgeber zur Kürzung des gesetzlichen Urlaubs berechtigt. (PBB)