

meyer's food . news

AKTUELLE RECHTSPRECHUNG 2021-2023

- LMIV 1169/2011
- Irreführung
- Krankheitsbezogene Angaben
- Herkunft
- Bio
- Health Claims

APRIL 2023



INHALTE

AKTUELLE RECHTSPRECHUNG 2021-2023

Die Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 vom 25. Oktober 2011 betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel (gängiges Akronym „LMIV“), die Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel (HCVO), aber auch andere horizontale und vertikale Kennzeichnungsregelungen geben immer wieder Anlass, dass sich Gerichte mit Details derselben beschäftigen und die Normen auslegen. Hier beschäftigen wir uns mit der jüngsten Rechtsprechung aus Ende 2021 bis heute hierzu.

LMIV 1169/2011

Julia Ciric

3

„Geflügel Salami“ (OVG Münster),
„alkoholfreier Wein“ (LG Berlin)

Alkoholtoleranz – Tomatenschnaps (LG Berlin)

„Schokoladenpulver“ (EuGH)

Bezeichnung des Lebensmittels - „BiFi“ (EuGH)

Nährwertdeklaration – veganer Joghurt-Ersatz
„Lughurt“ (OLG Rostock)

Irreführung, krankheitsbezogene Angaben

Natalie Hartmann

5

Nahrungsergänzungsmittel in Form von Gummibärchen
(LG München I)

Schmerzen, Entzündungen, Osteoporose (KG Berlin)

Herkunft, Bio

Dr. Levke Voß

7

Feta, die Zweite: „Dänischer Feta“ (EuGH)

Werbung mit selbst entworfenem Bio-Logo
(OLG München)

Health Claims

Christina Schröck, LL.M.

9

Edition

April 2023

Editor

Prof. Dr. Alfred Hagen Meyer

meyer
rechtsanwälte

Sophienstrasse 5
80333 München
Fon +49 (0)89 550 69 88-0
office@meyerlegal.de
www.meyerlegal.de

Graphic Design & Layout

Kullmanndesign
kullmann-design.com

© Coverbild Kevin Riedl

LMIV 1169/2011

Julia Ciric

ÜBERSICHT

- „Geflügel Salami“ (OVG Münster), „alkoholfreier Wein“ (LG Berlin)
- Alkoholtoleranz – Tomatenschnaps (LG Berlin)
- „Schokoladenpulver“ (EuGH)
- Bezeichnung des Lebensmittels - „BiFi“ (EuGH)
- Nährwertdeklaration – veganer Joghurt-Ersatz „Lughurt“ (OLG Rostock)

IRREFÜHRUNG

Information über Lebensmittel dürfen nicht irreführend sein (Art. 7 Abs. 1 LMIV). Eine etwaige Irreführung beurteilt sich nach der Gesamtaufmachung des Produkts, sodass neben dem Wortlaut werblicher Aussagen auch Bilder, Grafiken oder erläuternde bzw. klarstellende Zusatzangaben zu berücksichtigen sind. Je Zusammensetzung eines Lebensmittels können für die Kaufentscheidung gerade auch die Angaben im Zutatenverzeichnis relevant sein.

Die Aufmachung einer Salami, die auf der Vorderseite des Etiketts als **„Geflügelsalami“** bezeichnet wird und auf deren Rückseite sich der in kleiner Schrift der Zusatz „mit Schweinespeck“ befindet, ist irreführend, denn die prominente Angabe „Geflügelsalami“ erweckt den falschen Eindruck, die Salami bestünde ausschließlich aus Geflügel (OVG Münster, Beschluss 15.08.2022, Az. 9 A 517/20).

Auch die Aufmachung eines „Zera Chardonnay“ – einem jedoch nur handelsüblichen Traubensaft – ist ob des Eindrucks als alkoholfreier Wein (abgefüllt in einer Burgunderflasche mit Hinweisen wie „alcohol free, sans



JULIA CIRIC
ciric@meyerlegal.de

meyer.

alcohol“ sowie der Marke „Zera Chardonnay“ irreführend. Diese Fehlvorstellung hätte allenfalls durch einen ausdrücklichen Hinweis an einer sichtbaren Stelle ausgeräumt werden können (LG Berlin, Urteil 19.05.2022, Az. 52 O 273/21).

ALKOHOLTOLERANZ

Gemäß Art. 9 Abs. 1 lit. k LMIV ist für Getränke mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Volumenprozent die Angabe des vorhandenen Alkoholgehalts in Volumenprozent verpflichtend vorgesehen, nach den Vorgaben des Art. 28 Abs. 2 LMIV i.V.m. Anhang XII.

Der angegebene Alkoholgehalt war Streitpunkt bei einem **Tomatenschnaps**, bei dem es sich weder um eingelegte noch um mazerierte Früchte oder um Pflanzenteile im Sinne der Ziffer 3 des Anhangs XII der LMIV handelt. Damit kann nicht auf den dort vorgesehenen höheren Toleranzbereich von 1,5% zurückgegriffen werden. Vielmehr stellt es ein „sonstiges Getränk“ nach Ziffer 4 dar (LG Berlin, Urteil 31.08.2021, Az. 102 O 47/19).

ZUTATENVERZEICHNIS - ZUSAMMENGESETZTE ZUTAT

Nach Art. 2 Abs. 2 Buchst. h) LMIV ist eine zusammengesetzte Zutat eine Zutat, die aus mehr als einer Zutat besteht. Nach Art. 2 Abs. 2 Buchst. f) LMIV sind auch Bestandteile einer zusammengesetzten Zutat Zutaten des Enderzeugnisses und somit nach Art. 18 LMIV grundsätzlich im Zutatenverzeichnis des Enderzeugnisses anzugeben. Nach Anhang VII Teil E Ziff. 1 LMIV darf eine zusammengesetzte Zutat unter ihrer Bezeichnung

im Zutatenverzeichnis angegeben werden darf, wenn die Bezeichnung in einer Rechtsvorschrift festgelegt oder üblich ist, sofern unmittelbar danach eine Aufzählung ihrer Zutaten folgt. Anhang VII Teil E Ziffer 2 LMIV sieht jedoch Ausnahmen vor. Gemäß dessen Buchst. a) ist ein Zutatenverzeichnis bei zusammengesetzten Zutaten entbehrlich, wenn deren Zusammensetzung in einer Rechtsvorschrift der Union festgelegt ist und die zusammengesetzte Zutat weniger als 2 % des Enderzeugnisses ausmacht.

Ein tschechisches Unternehmen vertrieb Milch-Schokoladen-Desserts, deren Zutatenverzeichnis bemängelt wurde. In tschechischer Sprache wurde bei den Produkten im Zutatenverzeichnis **„Schokolade in Pulverform“** angegeben. Eine Aufschlüsselung dieser zusammengesetzten Zutat erfolgte nicht. Die tschechischen Behörden waren der Auffassung, dass auf Grundlage der tschechischen Umsetzung der Kakaorichtlinie 2000/36/EG nur bei der Verwendung des Begriffs **„Schokoladenpulver“** auf eine Aufschlüsselung der Zutaten verzichtet werden konnte. Dieser Wortlaut wurde aber gerade nicht verwendet. Dagegen wehrte sich das Unternehmen und argumentierte, dass in anderen Sprachfassungen der Kakaorichtlinie **„Schokolade in Pulverform“** beschrieben werde.

Der EuGH entschied, bei der Begriffsbestimmung für Schokoladenpulver in der Kakaorichtlinie handelt es sich um eine rechtlich vorgeschriebene Bezeichnung im Sinne der LMIV. Nach Art. 17 Abs. 1 Satz 1 LMIV gilt jedoch, dass, sofern eine in Rechtsvorschriften festgelegte Bezeichnung besteht, diese auch zwingend verwendet werden muss. Eine Berufung auf die Ausnahmvorschrift des Anhangs VII Teil E Ziffer 2 Buchst. a) LMIV ist jedoch nur dann möglich, wenn die in Rechtsvorschriften festgelegte Bezeichnung tatsächlich verwendet wird. Eine



eigene Übersetzung der Bezeichnung dieser Zutat, wie sie beispielsweise in anderen Sprachfassungen der Richtlinie enthalten sei, ist demgegenüber unzulässig (EuGH, Urteil 13.01.2022, Rs. C-881/19).

PRODUKTENNAME VS. BEZEICHNUNG DES LEBENSMITTELS

Der Ausdruck „Produktname“ wird ausschließlich in Anhang VI Teil A Nr. 4 LMIV verwendet und ist gesetzlich nicht definiert. In vor allem in der deutschen („Produktname“) und der französischen Sprachfassung („nom du produit“) weicht der Ausdruck stärker von dem in Art. 17 LMIV enthaltenen Ausdruck „Bezeichnung des Lebensmittels“ bzw. „dénomination de la denrée alimentaire“ ab. Die Sichtweise, dass die beiden in Rede stehenden



Ausdrücke nicht dieselbe Bedeutung haben, wird nach Ansicht des EuGH durch die anderen Sprachfassungen jedoch nicht bestätigt.

Im Vorabentscheidungsverfahren vor dem EuGH ging es um die Frage, ob der Hinweis auf den Austausch tierischer Fette durch Pflanzenfette „mit Palmfett und Rapsöl“ bei einer „Geflügel-Minisalami“ im Zusammenhang mit der Fantasiebezeichnung **„BiFi The Original Turkey“** bzw. der geschützten Marke **„BiFi The Original“** erfolgen müsse, weil es sich hierbei um den „Produktnamen“ im Sinne von Anhang VI Teil A Nr. 4 LMIV handelt. Dies ist nach Auffassung des EuGH nicht der Fall (EuGH, 01.12.2022, Rs. C-595/21).

QUID - LUPINENEIWEISS

Art. 22 Abs. 1 LMIV schreibt vor, dass die Angabe der Menge einer bei Herstellung oder Zubereitung eines Lebensmittels verwendeten Zutat oder Zutatenklasse erforderlich ist, wenn die betreffende Zutat oder Zutatenklasse u.a. in Buchst. b) auf der Kennzeichnung durch Worte, Bilder oder einer graphischen Darstellung hervorgehoben ist. Das auslösende Tatbestandsmerkmal des Art. 22 Abs. 1 lit. b) LMIV 1169/2011 ist die Hervorhebung einer Zutat, also deren prominenter Herausstellung, nicht ihre bloße Benennung.

Diese Voraussetzungen erfüllte ein veganer Joghurt-Ersatz, für dessen Herstellung aus der Lupinenpflanze Eiweiß extrahiert wurde, nicht. Im Endprodukt befand

sich das Eiweiß als Bestandteil einer „Lupinenzubereitung“. Auf dem Etikett war, farblich abgehoben, das „Eiweiß der Süßlupine“ erwähnt und es fanden sich nur Angaben zum Anteil der „Lupinenzubereitung“ also solche sowie zum Gesamteiweißanteil. Der Kläger war der Ansicht, es läge ein Verstoß gegen Art. 22 Abs. 1 lit. b) LMIV vor, weil der Anteil dieser „Zutat“ am Produkt nicht angegeben wäre.

Bei dem in Rede stehenden Lupineneiweiß handelt es sich um eine „Zutat“ i.S.d. Art. 22 Abs. 1 LMIV 1169/2011. Daran ändert der Umstand nichts, dass „Eiweiß“ zugleich ein unter Nährwertgesichtspunkten deklarierungspflichtiger Inhaltsstoff i.S.d. Art. 30 Abs. 1 Satz 1 lit. b) LMIV 1169/2011 ist. Dass auch die Lupine als solche „Zutat“ im hier maßgeblichen Sinne ist bzw. sein kann, steht der Eigenschaft des „Lupineneiweißes“ als „Zutat“ gleichfalls nicht entgegen.

Das OLG Rostock entschied, dass der Pflicht zur Mengenangabe nicht genügt wurde. Der Anteil konkret an „Lupineneiweiß“ ergibt sich nicht aus dem Verpackungsaufdruck. Zwar wies die Beklagte darauf hin, der Eiweißanteil werde schließlich in der Nährwerttabelle angegeben. Der Hinweis ist aber schon deshalb nicht zielführend, weil sich der insgesamt zu deklarierende Eiweißanteil nicht im Lupineneiweiß erschöpft. Auch die Angabe der Menge an „Lupinenzubereitung“, die sich im Zutatenverzeichnis findet („Lupinenzubereitung (7,4 %; Wasser, Lupinen Eiweiß Isolat), ...“), wäre nicht geeignet, die Pflicht aus Art. 22 Abs. 1 lit. b) LMIV zu erfüllen. Das ergibt sich schon daraus, dass diese Mengenangabe sich nicht allein auf den in der „Zubereitung“ enthaltenen (Lupinen-) Eiweißanteil bezieht, sondern den dominierenden Wasseranteil einschließt ([OLG Rostock, Urteil 16.02.2022, Az. 2 U 24/21](#)).

IRREFÜHRUNG, KRANKHEITS-BEZOGENE ANGABEN

Natalie Hartmann

ÜBERSICHT

- Nahrungsergänzungsmittel in Form von Gummibärchen (LG München I)
- Schmerzen, Entzündungen, Osteoporose (KG Berlin)

NAHRUNGSERGÄNZUNGSMITTEL IN FORM VON GUMMIBÄRCHEN

[LG München I, Urteil vom 11.03.2021 – 1 HK O 17003/20](#)

Bei Nahrungsergänzungsmitteln in Form von Gummibärchen sieht das LG München eine Verwechslungsgefahr mit konventionellen angereicherten Fruchtgummis und stuft Produkte aufgrund des Risikos der Überdosierung als unsicher i.S.d. Art. 14 Abs. 1, Abs. 2a BasisVO 178/2002 ein.

Gegenstand des Verfahrens war ein Nahrungsergänzungsmittel mit Vitamin D, welches in Form von Gummibärchen (Fruchtgummis) in einer Einheit von 60 Stück in einem Gefäß mit Schraubdeckel in den Verkehr gebracht wurde. Ein Gummibärchen enthielt 50 µg Vitamin D, die Verzehrempfehlung lag bei 1 Stück pro Tag. Auf der Internetseite bewarb der Hersteller das Produkt u.a. mit den Angaben „*Naschen für Schönheit und Wohlbefinden [...]*“

„der verführerisch fruchtige Geschmack macht die kleinen Bärchen zum Genuss. Naschen für die Schönheit – besser geht’s kaum!“ und „Mein täglicher Begleiter Vitamin D & dank @bearswith benefits so einfach und lecker zu sich zu nehmen. Ich liebe die „Hey Sunshine Sun Vitamins““.

Das LG München entschied, dass das Produkt aufgrund der Gefahr der Überdosierung als unsicher i.S.d. Art. 14 Abs. 1, 2a BasisVO 178/2022 einzustufen sei. Das Gericht teilte die Auffassung des Antragstellers, wonach bei einer täglichen langfristigen Zufuhr von Vitamin D-Präparaten zwischen 50 und 100 µg nach der aktuellen Studienlage ein erhöhtes Gesundheitsrisiko ausgehe und stützte dies auf eine Stellungnahme des Bundesinstituts für Risikobewertung (BfR) vom 31. Juli 2020, wonach eine Zufuhr von mehr als 20 µg Vitamin D am Tag über Lebensmittel ernährungswissenschaftlich nicht zu begründen sei und ab einer Einnahme von 25 µg pro Tag zahlreiche Nebenwirkungen auftreten könnten. Dass die Menge an



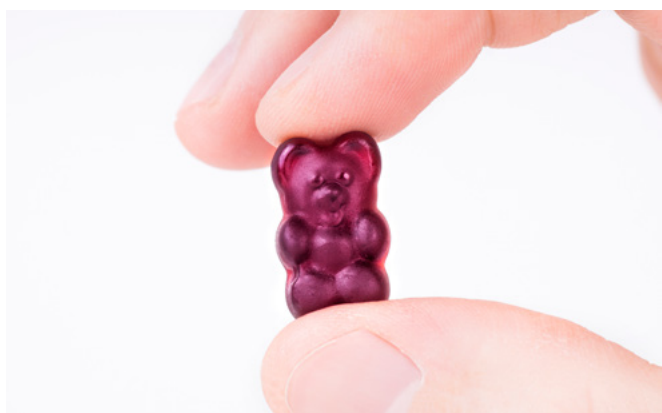
NATALIE HARTMANN
hartmann@meyerlegal.de

meyer

Vitamin D die im Jahr 2012 durch die EFSA festgelegte obere tolerierbare Aufnahmemenge (UL) von 100 µg pro Tag bei Erwachsenen und 50 µg pro Tag bei Kindern und Jugendlichen von 10 bis 17 Jahren nicht überschreitet, änderte für das Gericht nichts an dieser Einschätzung. Denn bei der Beurteilung der Sicherheit sei einzubeziehen, dass nach Art. 14 Abs. 2a, Abs. 3 BasisVO 178/2002 die normalen Bedingungen der Verwendung eines Lebensmittels durch den Verbraucher und auf allen Produktions-, Verarbeitungs- und Vertriebsstufen sowie die dem Verbraucher vermittelten Informationen zu berücksichtigen sind.

Für das Gericht war daher relevant, dass die Kennzeichnung des Produkts lediglich eine „Verzehrempfehlung“, nicht jedoch eine „Warnung“ enthalte. Der Pflichthinweis „Das Produkt außerhalb der Reichweite von kleinen Kindern lagern. Die empfohlene Verzehrmenge darf nicht überschritten werden“ sei an unauffälliger Stelle in winziger Schrift in einem Fließtext verborgen, so dass er keine unmittelbar wahrnehmbare Warnung enthalte. Hinzu komme die Aufmachung des Produktes mit winkenden Bären, fliegenden Herzchen und dem Produktnamen „HEY SUNSHINE SUN VITAMINS“ sowie der Gestaltung als Fruchtgummi in Gummibärchen Form. Durch diese Gestaltung in Kombination mit der Darreichungsform in einem für Süßigkeiten typischen Gefäß mit Schraubverschluss sei für den angesprochenen Endverbraucher nicht erkennbar, dass es sich bei dem Produkt um ein Nahrungsergänzungsmittel handle, zumal Nahrungsergänzungsmittel in Form von Fruchtgummi keinesfalls – wie von der Antragsgegnerin behauptet – üblich und dem Verbraucher bekannt seien.

Zum einen sei die Bezeichnung als „Nahrungsergänzungsmittel“ in kleiner Schrift mitten im Fließtext versteckt, so dass sie leicht überlesen werde, zum anderen sei im Zutatenverzeichnis Vitamin D nicht aufgeführt.



Hinzu komme, dass dem durchschnittlichen Verbraucher Fruchtgummis, gerade auch in Form von Gummibärchen, seit Jahrzehnten als Süßigkeiten – teils mit Vitaminanreicherung – bekannt sind. Verstärkt werde die

Gefahr der Überdosierung noch durch die Angaben auf der Homepage, nach denen das Produkt zum „Naschen“ und aufgrund des Geschmacks ein besonderer Genuss sei. Nach Auffassung des Gerichts bezieht sich das Wort „Naschen“ bei Fruchtgummis üblicherweise nicht auf ein Stück, sondern auf das mehrfache genießerische Zugreifen auf mehrere Bärchen nach und nach.

Im Ergebnis kam das Gericht daher zu dem Schluss, dass für den Verbraucher nicht hinreichend erkennbar werde, dass es sich um ein Nahrungsergänzungsmittel handelt, dessen Höchstmenge nicht überschritten werden dürfe. Es sei daher mit einer Überdosierung zu rechnen, weshalb das Produkt sowohl als unsicher i.S.d. Art. 14 Abs. 2a, 3 BasisVO 178/2002 als auch als irreführend i.S.d. Art. 7 Abs. 1 lit. a LMIV 1169/2011 einzustufen und damit nicht verkehrsfähig sei.

Die Entscheidung bestätigt einmal mehr, dass zur Beurteilung der Verkehrsfähigkeit stets die Gesamtaufmachung des Lebensmittels entscheidend ist. Die Tatsache, dass sämtliche Pflichtkennzeichnungselemente der Nahrungsergänzungsmittelverordnung vorhanden sind, ist nicht ausreichend, wenn diese im Fließtext versteckt sind und die sonstige Aufmachung (Darreichungsform als Fruchtgummi, Verpackungsform, Verführung des Verbrauchers zum „Naschen“ und „Genuss“) den Eindruck eines dem Verbraucher bekannten Lebensmittels zum allgemeinen Verzehr erweckt.

LEBENSMITTELWERBUNG MIT KRANKHEITSBEZOGENEN ANGABEN

KG Berlin, Urteil vom 04.10.2022 – 5 U 1048/20

Das Kammergericht musste sich mit der Frage befassen, ob die Angaben „...gegen Schmerzen, Entzündungen“, „...zur Vorbeugung und Bekämpfung von Osteoporose“ oder „Medizin gegen Depression“ in der Kennzeichnung von Nahrungsergänzungsmitteln als irreführend einzustufen sind. Wenig überraschend stellte das Gericht klar, dass es sich bei diesen Angaben um krankheitsbezogene Angaben handelt, die einen Verstoß gegen Art. 7 Abs. 3, 4a LMIV 1169/2011 begründen.

Daneben bejahte das Gericht für ein Vitamin D und Calcium enthaltendes und mit der Angabe „...zur Bekämpfung von Osteoporose“ beworbenes Nahrungsergänzungsmittel auch eine Irreführung nach § 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG, da der Beklagte keine wissenschaftlichen Erkenntnisse benannt habe, die die Aussage rechtfertigen könnten. Der Beklagte trug vor, die Angabe sei zulässig, da die Einnahme der empfohlenen täglichen Dosis „100 % der Referenzmenge der LMIV“ erreichte würden. Zusätzlich stützte er die Zulässigkeit auf die nach Anhang I der VO 1228/2014 über die Verringerung eines Krankheitsrisikos zugelassene gesundheitsbezo-

gene Angabe „Calcium und Vitamin D tragen dazu bei, den Verlust an Knochenmineralstoffen bei postmenopausalen Frauen zu verringern. Eine geringe Knochenmineraldichte ist ein Risikofaktor für durch Osteoporose bedingte Knochenbrüche“.

Diesbezüglich stellte das Gericht klar, dass für den Nachweis der Wirksamkeit eines Produktes weder das bloße Erreichen von „100% der Referenzmenge der LMIV“ von Vitamin D und Calcium durch die empfohlene tägliche Aufnahmemenge, noch die Existenz einer für das Produkt nicht einschlägigen gesundheitsbezogenen Angabe ausreichte. Die bloße Einnahme der „Referenzmenge“ in Anhang XIII LMIV 1169/2011 belege keine wissenschaftliche Erkenntnis, wonach deren Einnahme in irgendeiner Weise geeignet wäre, Osteoporose „umfassend und wirksam“ „zu bekämpfen“. Denn die Angaben zur Referenzmenge in Anhang XIII LMIV 1169/2011 dienen nach Auffassung des Gerichts vor allem der Vergleichbarkeit von Lebensmitteln, geben aber nicht den tatsächlichen Bedarf bestimmter Personengruppen wieder. Bei der zugelassenen gesundheitsbezogenen Angabe nach VO

1228/2014 sei zu beachten, dass diese Calcium und Vitamin D lediglich in Zusammenhang mit der Prävention, nicht aber der Bekämpfung von Osteoporose bringe. Außerdem sei er ausschließlich bei Nahrungsergänzungsmitteln für Frauen ab 50 Jahren zulässig und dies auch nur, soweit darauf hingewiesen wird, dass sich eine positive Wirkung erst bei einer täglichen Einnahme von mindestens 1.200 mg Calcium und 20 µg Vitamin D einstelle. Da das streitgegenständliche Produkt aber weder nur Frauen ab einem Alter von 50 Jahren als Zielgruppe bestimme noch die für die Zulässigkeit der Angabe erforderlichen Mindestmengen enthalte, sei diese nicht geeignet, die Wirksamkeit des Produktes zu belegen.

Schließlich stellt das Gericht klar, dass beim Fehlen jeglicher tragfähigen wissenschaftlichen Grundlage für Werbeaussagen auch ein Gutachten eines Sachverständigen zum Beleg der Richtigkeit von Werbeaussagen nicht ausreichend ist. Denn die Einholung eines solchen Gutachtens könne nichts an dem Vorwurf ändern, den Verkehr durch eine Behauptung irregeführt zu haben, für deren Richtigkeit keine hinreichenden Anhaltspunkte vorliegen.

HERKUNFT, BIO

Dr. Levke Voß

ÜBERSICHT

- Feta, die Zweite: „Dänischer Feta“ (EuGH)
- Werbung mit selbst entworfenem Bio-Logo (OLG München)

FETA, DIE ZWEITE: „DÄNISCHER FETA“ DARF NICHT IN DRITTLÄNDER AUSGEFÜHRT WERDEN

[EuGH Urt. v. 14.7.2022 – C-159/20](#)

Bereits 1994 beantragte Griechenland den Schutz der Bezeichnung „Feta“. Die Eintragung als geschützte Ursprungsbezeichnung (kurz g.u.) nach der (heute geltenden) [VO \(EU\) 1151/2012](#) erfolgte im Jahr 2002. Der Versuch von u.a. Dänemark, die Eintragung für nichtig erklären zu lassen, blieb ohne Erfolg. Mit Entscheidung vom 25.10.2005 (C-465/02 und C-466/02) bestätigte der EuGH die Bezeichnung «Feta» als geschützte Ursprungsbezeichnung für Griechenland. Seitdem darf der Name nur für in Griechenland hergestellten Käse verwendet werden.

Jetzt ging der Streit um Feta in die zweite Runde: Dänemark duldete nämlich, dass dänische Unternehmen im eigenen Land hergestellten Käse unter der Bezeichnung „Feta“ in Drittstaaten exportierten. Das Land sah in dem Export keinen Verstoß gegen die Verordnung 1151/2012, da diese nur für Erzeugnisse gelte, die im Unionsgebiet verkauft würden.

Dieser Einschätzung erteilte der EuGH mit der vorliegenden Entscheidung eine Absage: Schon der Wortlaut von Art. 13 Abs. 1 VO 1151/2012, der „jede direkte oder indirekte kommerzielle Verwendung eines eingetragenen Namens“ verbietet, nimmt die Ausfuhr gerade nicht vom Verbot aus, so der EuGH. Im Gegenteil verpflichtet Art. 13 Abs. 3 VO 1151/2012 die Mitgliedstaaten sogar dazu, angemessene Schritte zu unternehmen, um mögliche



DR. LEVKE VOSS

voss@meyerlegal.de

meyer

widerrechtliche Verwendungen der Bezeichnungen für Erzeugnisse, die in dem jeweiligen Mitgliedstaat *erzeugt oder vermarktet* werden, zu vermeiden oder zu beenden. Die Verpflichtung gilt damit bereits mit der Erzeugung. Zudem verlangen Art. 36 und 37 der VO 1151/2012 eine Überprüfung der Erzeugnisse vor ihrer Vermarktung und schließen damit zur Ausfuhr bestimmte Erzeugnisse in die Überprüfung mit ein.

Bei Betrachtung der verfolgten Ziele räumt der EuGH ein, dass insbesondere Verbraucher durch die geschützten Bezeichnungen klare Informationen über die wertsteigernden Merkmale des Erzeugnisses erhalten sollen (Art. 4 lit. c) VO 1151/2012) und stimmt diesbezüglich der Argumentation Dänemarks zu, dass sich das tatsächlich nur auf die Verbraucher in der Union bezieht, nicht aber auf Verbraucher in Drittländern.

Neben der Verbraucherinformation zielt die VO 1151/2012 aber ebenso darauf ab, einen einheitlichen Schutz der Namen im Gebiet der Union als Recht des geistigen Eigentums (Art. 4 lit. b) zu sichern als auch den Erzeugern faire Einkünfte für die Qualität ihrer Erzeugnisse zu gewährleisten (Art. 4 lit. c). Jedenfalls diese Ziele seien auch beeinträchtigt, wenn Produkte, die die g.U. „Feta“ tragen ohne der Spezifikation zu entsprechen, aus der EU ausgeführt werden.

Einen Verstoß Dänemarks gegen den Grundsatz der loyalen Zusammenarbeit (Art. 4 Abs. 3 EUV) lehnte der EuGH schließlich ab. Ein solcher kann nur festgestellt werden, soweit er sich auf andere Verhaltensweisen als die bezieht, die einen dem Mitgliedstaat zur Last gelegten Verstoß gegen spezifische Verpflichtungen darstellen. Über die Duldung der Ausfuhr hinaus (was bereits den Verstoß gegen die VO 1151/2012 begründete), konnte der EuGH jedoch keine weiteren Handlungen Dänemarks feststellen, die die Position der Union bei internationalen Verhandlungen zur Gewährleistung des Schutzes ihrer Qualitätsregelungen schwächen könnten.

(KEINE) WERBUNG MIT SELBST ENTWORFENEM BIO-LOGO

OLG München, Urt. v. 9.12.2021 – 6 U 1973/21

Bei Verwendung selbstgestalteter Bio-Logos gilt es, Vorsicht walten zu lassen. Das musste ein Unternehmen erfahren, das mit einem firmeneigenen Zeichen die Bio-Qualität seiner Kräutertees auf der Verpackung und in der Werbung hervorhob. Das Unternehmen verstand sein Logo als eine Marke, die bloß zur Kennzeichnung der betreffenden Produkte diene und allgemein auf die den Produkten innewohnende Qualität hinweisen solle. Die dagegen vorgehende Wettbewerbszentrale stellte auch nicht die Eigenschaft als Bio-Lebensmittel in Frage, vertrat jedoch die Ansicht, das verwendete Logo habe

die Anmutung, ein unabhängiger Dritter habe das Produkt auf Einhaltung bestimmter Kriterien geprüft und daraufhin ein Gütesiegel verliehen.

Dabei bleibt zu berücksichtigen, dass es für die Auslobung eines Lebensmittels als „bio“ immer die Einhaltung der Voraussetzungen der VO 2018/848 und damit einer Zertifizierung durch einen Dritten bedarf. Für seine Entscheidung verweist das OLG München aber auf zusätzliche Öko- bzw. Bio-Kennzeichen verschiedener Organisationen wie z.B. demeter oder Bioland, die dafür die Einhaltung von Standards verlangen, die über die EU-Bio-Verordnung hinausgehen. Aufgrund der Vielzahl solcher Kennzeichnung kann der Verbraucher eine konkrete Zuordnung zwar häufig nicht vornehmen; trotzdem bringt er, so das Gericht, einem solchen Gütesiegel ein höheres Vertrauen entgegen als einer Anpreisung, die der Unternehmer selbst ausspricht.

Aufgrund dieser vom OLG München unterstellten, allgemein gesteigerten Aufmerksamkeit gegenüber bestimmten Standards bei der biologischen Herstellung soll der Verkehr bei Produkten, auf denen neben dem EU-Bio-Logo ein weiteres Bio-Siegel angebracht ist, dieses regelmäßig als Hinweis darauf verstehen, dass es sich um eine Auszeichnung durch einen Dritten handelt. Bei der Bewertung des streitgegenständlichen Logos stellten die Richter dabei unter anderem neben dem Ort der Anbringung auch auf die Größe und die Gestaltung des Logos ab.

Das Urteil sieht damit zwar kein grundsätzliches Verbot für Hersteller, auf die Bio-Qualität seiner Produkte hinzuweisen; dies ist auch weiterhin selbst mit firmeneigenen Logos möglich. Um ähnliche Diskussionen zu vermeiden, sollte aber der Eindruck vermieden werden, dass es sich um ein von Dritten verliehenes Gütezeichen handelt. Die Revision gegen diese Entscheidung ist beim BGH anhängig (Az. I ZR 13/22).



HEALTH CLAIMS

HEALTH CLAIMS – NICHTS NEUES UNTER DER SONNE

Christina Schröck, LL.M.



CHRISTINA SCHRÖCK
LL.M.

schroeck@meyerlegal.de

meyer.

Die Werbung mit gesundheitsbezogenen Angaben erfreut sich gerade im Bereich der Nahrungsergänzungsmittel und Modegetränke großer Beliebtheit. Sei es im Namen des Produkts oder durch Werbeaussagen. Manchmal stützen sich die vollmundigen Versprechen auch auf pflanzliche Bestandteile, sog. Botanicals. Dabei geht öfter die Fantasie mit den Marketingabteilungen durch. Daher hatten die Gerichte in den letzten zwei Jahren wieder viel in diesem Bereich zu tun.

Inhaltlich bieten die Fälle zwar eine Einsicht in die bunte Welt der Werbebotschaften, die sich mit ihren kreativen Versprechungen oft weit aus dem Fenster lehnen. Von den Entscheidungen der Gerichte dürften Kenner der Thematik dagegen wenig überrascht sein.

Nach der EU Health Claims Verordnung 1924/2006 (HCVO) dürfen spezifische gesundheitsbezogene Angaben nur verwendet werden, wenn diese explizit zugelassen sind. Außerdem dürfen Health Claims nicht übers Ziel hinausschießen und mehr versprechen als laut Zulassung nachweisbar ist. In der Regel beschränken sich die Nachweise auf die Unterstützung normaler Körperfunktionen. Insofern dürfte es wenig verwunderlich erscheinen, dass Aussagen wie

- „weckt die körpereigene Energie“,
- „Anti-Stress-Komplex“,
- „Immunstark“ oder
- „für bewegliche Gelenke“ als zu weitreichend unter-sagt wurden

(LG München I, 04.11.2021 - 17 HK O 5071/20; OLG Hamburg, 02.06.2022 - 3 U 110/21; LG Nürnberg-Fürth, 02.06.2022 - 19 O 7179/21; OLG Karlsruhe, 28.07.2022 - 4 U 225/22).

Mitunter beziehen sich die vollmundigen Versprechungen auch auf Botanicals, etwa im Fall von **Maca**, einer südamerikanischen Knolle. Der Hersteller sprach dem Inhaltsstoff unterstützende Funktionen für die geistige und körperliche Leistungsfähigkeit zu und glaubte sich auf eine Übergangsregelung der HCVO berufen zu können. Bei den sog. On-Hold-Claims

wurde zwar ein Antrag auf Zulassung gestellt, die EU hat über diesen aber noch nicht entschieden. In derartigen Fällen muss der Verwender aber im Zweifel die ausgelobte Wirkung nachweisen können, was bei Maca nicht gelang (LG Hamburg, 10.02.2022 – 416 HK O 79/21). Es genügt also nicht, in einer Antragsliste zu stehen. Wissenschaftliche Grundlagen sind ebenfalls erforderlich – wie bereits seit Jahren bekannt sein sollte.



Im Fall „**H-Nutrition**“ waren die gesundheitsbezogenen Angaben nicht einmal beantragt (LG Düsseldorf, 24.02.2022 – 37 O 34/20). Die werbende Firma konnte sich auf keinerlei gelistete Angaben stützen, lobte aber die stimmungshobende Wirkung der Kräuter Dong Quai und Mönchspfeffer aus. Auch die Angabe, dass eine Formel mit Enzymen der Verdauung helfe, ließ eine wissenschaftliche Grundlage oder einen zugrunde liegenden zulässigen Claim vermissen.

Auf ähnlich wackeligen Beinen standen die Werbebotschaften für ein Nahrungsergänzungsmittel mit dem Titel „**Anti-Stress-Komplex**“ (OLG Hamburg, 02.06.2022 - 3 U 110/21). Hier sollte Safranextrakt das emotionale Gleichgewicht verbessern, sodass sich Verbraucher optimistischer, glücklicher, entspannter und dynamischer fühlten. Auch Melonensaft-Extrakt verbessere die Lebensqualität und führe zur Abnahme von Stressgefühlen und Erschöpfung. Eine belastbare Grundlage für diese Angaben konnte der Hersteller jedoch nicht bieten.

Selbst im einstweiligen Rechtsschutz, der aufgrund der Eilbedürftigkeit nur eine summarische Überprüfung erlaubt, muss die **wissenschaftliche Absicherung** gesundheitsbezogener Angaben glaubhaft gemacht

werden. Hierfür muss die Angabe mit überwiegender Wahrscheinlichkeit zutreffen. Diese Glaubhaftmachung misslang bei einem Nahrungsergänzungsmittel mit Hagebutte, das mit der positiven Wirkung auf die Beweglichkeit der Gelenke beworben wurde (OLG Karlsruhe, 28.07.2022 – 4 U 225/22). Zwar legte das Unternehmen zwei Studien vor, die die Wirksamkeit belegen sollten. Diesen stand jedoch eine Meta-Analyse unter Hinzuziehung einer dritten Studie entgegen, die für eine wissenschaftliche Absicherung der Angaben (bislang nicht erfolgte) Langzeitstudien als erforderlich ansah.

Besonders pfiffige Hersteller „versteckten“ ihre Health Claims im Namen des Produkts oder einer Art Gattungsbezeichnung. Doch ob

- „Fatburner“,
- „Konzentrations-Drink“ oder
- „Erectonin“,

auch diese gelten als gesundheitsbezogene Angaben (OLG Hamburg, 12.05.2021 - 3 U 194/18; LG Darmstadt, 12.09.2022 - 18 O 11/22; LG Berlin, 25.05.2021 - 15 O 95/21; LG Magdeburg, 12.07.2022 - 36 O 80/21). Im Falle von Markennamen genügt es, diesen zugelassene Angaben beizufügen. Ein solches Beifügen ist jedoch erforderlich und die erklärende Aussage muss das unspezifische Schlagwort tatsächlich untermauern.

Insgesamt bestätigt sich die bekannte Tendenz der Gerichte, den Gesundheitsbezug weit zu verstehen, den Bedeutungsgehalt zugelassener Claims dagegen eng zu definieren. Daher erwiesen sich die meisten Angaben als unzulässig, da sie nicht oder nicht in diesem Umfang zugelassen waren. In vielen Fällen wäre es vermutlich einfacher gewesen, nach erfolgter Beanstandung die Werbung zu unterlassen statt ein langwieriges, kostspieliges Verfahren anzustrengen. Oder die betroffenen Unternehmen hätten bereits in der Planung einen Anwalt hinzuziehen können. #askyourlawyer

BÜCHER



NOVEL FOOD

Novel Food Verordnung
Fälle – Recht - Verfahren

Prof. Dr. Alfred Hagen Meyer

3. Auflage 2023
kostenfrei

[Bestellung hier >>](#)

WEBINAR

the
FOOD
LAW
CAST
by meyer.

KOSTENLOSES
ONLINE-SEMINAR
5 MAI 2023

HEALTH CLAIMS

NEUE RECHTSPRECHUNG 2021 BIS HEUTE

Referentin Christina Schröck, LL.M.

[Mehr Information >>](#)

Weitere Bücher finden Sie hier...

meyer



www.meyerlegal.de/buecher.html

NEU IM TEAM



LENA-MELTEM FINSTER, LL.M.

Rechtsanwältin Lena-Meltem Finster berät nationale und internationale Mandanten in verschiedenen Bereichen des Lebensmittelrechts. Schwerpunktmäßig unterstützt sie Mandanten dabei u.a. in strafrechtlichen Verfahren. Sie berät auf Deutsch und Englisch.

Lena-Meltem Finster studierte Rechtswissenschaften an der Ludwig-Maximilians-Universität München und der Bilgi Universität Istanbul. Ihr Fokus lag dabei auf dem Europa- und Völkerrecht. Dies vertiefte sie anschließend im Rahmen ihres LL.M.s Transnational Crime and Justice an der University for Peace in Kooperation mit dem United Nations Interregional Crime and Justice Research Institute (UNICRI) in Turin. Ihr anschließendes Referendariat absolvierte sie in München und Brasilien. Bereits währenddessen unterstützte sie das Team der meyer.rechtsanwalts GmbH.

meyer.



IHRE EXPERTEN IM LEBENSMITTELRECHT, KOSMETIKRECHT, PHARMA- UND WETTBEWERBSRECHT

Wir sind eine der führenden Kanzleien in den Branchen Lebensmittel, Lebensmittelkontaktmaterialien, Bedarfsgegenstände, kosmetische Mittel, Spielzeug und Verbraucherprodukte, Futtermittel und Heilmittel in Europa.

meyer.rechtsanwälte bietet Ihnen dabei die juristische Kompetenz hochspezialisierter und erfahrener Rechtsanwälte. Mit unserer jahrzehntelangen Expertise betreuen wir Sie kompetent und insbesondere stets auch individuell. Das bedeutet für Sie: umfassende, bestmögliche Beratung und Vertretung in allen Phasen der rechtlichen Auseinandersetzung, von der

Produktidee, über die Umsetzung hinweg bis hin zum Inverkehrbringen Ihrer Produkte. Und - wenn notwendig – selbstverständlich auch in Krisenfällen.

Schwierige naturwissenschaftliche und technische Vorfragen klären wir dabei mit dem Know-how der Naturwissenschaftler aus Pharmazie, Lebensmittelchemie und -technologie unseres Kooperationspartners [meyer.science GmbH](https://www.meyer.science.com).

Anfragen koordinieren wir für Sie jederzeit auch weltweit. Wir arbeiten hierfür international mit renommierten Anwaltskanzleien und Beratern zusammen.