

Titel:

Verbot von Werbeaussagen für ein Nahrungsergänzungsmittel

Normenketten:

VO (EG) Nr. 1924/2006 Art. 2 Abs. 5, Art. 10 Abs. 1 u. 3, Art. 28 Abs. 5

UWG § 3a

Leitsatz:

Die Indikationen „Stress, Konzentrationsprobleme, Abgeschlagenheit, nervöse Unruhe“, mit denen für ein Nahrungsergänzungsmittel geworben wird, werden von den angesprochenen Verkehrskreisen nicht lediglich als eine bloße Lästigkeit oder Unpässlichkeit, die zum Alltag des menschlichen Lebens gehören, aufgefasst sondern als gesundheitsbezogene Angaben. (Rn. 23 – 25) (redaktioneller Leitsatz)

Schlagwort:

Health-Claims-Verordnung

Rechtsmittelinstanz:

OLG München vom -- – 29 U 1609/20

Fundstellen:

MD 2020, 777

LSK 2020, 22245

GRUR-RS 2020, 22245

Tenor

I) Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung zu verhängenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder einer Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu vollziehen an den Geschäftsführern der Beklagten, zu unterlassen,

Im geschäftlichen Verkehr für das Nahrungsergänzungsmittel „Ashwagandha“ mit den Angaben zu werben:

1. „Ashwagandha bei Stress“ und/oder „Konzentrationsprobleme“ und/oder „Abgeschlagenheit“ und/oder „Nervöse Unruhe“

sofern dies geschieht, wie in Anlage K 3 wiedergegeben;

2. „Zur Anwendung bei Stress sowie stressbedingten Konzentrationsproblemen, Abgeschlagenheit und/oder nervöser Unruhe“, sofern dies geschieht, wie in Anlage K 4 wiedergegeben;

3. „Dauerstress? Alsiroyal Ashwagandha bei Stress Bei Dauer-Stress fühlt man sich häufig angespannt, überfordert, erschöpft, unkonzentriert, gereizt oder schläft unruhig.

Alsiroyal Ashwagandha bei Stress trägt zu seelischem und körperlichem Wohlbefinden sowie emotionaler Balance bei“, sofern dies geschieht wie in Anlage K 5 wiedergegeben.

II) Die Beklagte trägt die Kosten des Rechtsstreits.

III) Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar, in Ziffer I) gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 45.000,00 € und in Ziffer II) gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des zu vollstreckenden Betrages.

Tatbestand

1

Der Kläger, ein Wettbewerbsverband im Sinne von § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG macht gegen die Beklagte wettbewerbsrechtliche Unterlassungsansprüche geltend.

2

Die Beklagte bringt das Nahrungsergänzungsmittel „Ashwagandha bei Stress“ in Verkehr. Auf der Produktumverpackung und dem Beipackzettel des Produktes wirbt die Beklagte mit den folgenden Angaben:

„Ashwagandha bei Stress“ und „Konzentrationsprobleme“ und „Abgeschlagenheit“ und „Nervöse Unruhe“

„Zur Anwendung bei Stress sowie stressbedingten Konzentrationsproblemen, Abgeschlagenheit und/oder nervöser Unruhe“.

3

Insoweit wird auf die Anlagen K 3 und K 4 Bezug genommen.

4

In einer Werbeanzeige zu dem Produkt „Ashwagandha bei Stress“ im „Reformhaus Kurier“, August 2018, Seite,6 wirbt die Beklagte mit folgenden Angaben:

„Dauerstress? Alsiroyal Ashwagandha bei Stress Bei Dauer-Stress fühlt man sich häufig angespannt, überfordert, erschöpft, unkonzentriert, gereizt oder schläft unruhig.

Alsiroyal Ashwagandha bei Stress trägt zu seelischem und körperlichem Wohlbefinden sowie emotionaler Balance bei“,

5

Insoweit wird auf Anlage K 5 Bezug genommen.

6

Da der Kläger eine derartige Bewerbung für dieses Produkt für unzulässig hält, mahnte er die Beklagte mit Schreiben vom 20.08.2018 (Anlage K 6) ab. Nachdem die seitens des Klägers geforderte Unterlassungserklärung nicht abgegeben wurde, macht der Kläger die Unterlassungsansprüche im Klagewege geltend.

7

Der Kläger trägt vor, die geltend gemachten Unterlassungsansprüche stünden ihm auf Grundlage der §§ 8; 3; 3 a UWG in Verbindung mit Art. 10 VO (EG) 1924/2006 des europäischen Parlamentes und des Rates vom 20.12.2006 über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel (Lebensmittel-GesundheitsangabenVO = Health ClaimsVO) zu.

8

Bei den seitens des Klägers angegriffenen Werbeaussagen der Beklagten handele es sich um gesundheitsbezogene Angaben im Sinne von Art. 2 Nummer 5 der LGVO. Sämtliche streitgegenständlichen Angaben würden seitens des angesprochenen Verbrauchers dahingehend verstanden, mit Einnahme des Mittels könne man Stress, Konzentrationsproblemen, Abgeschlagenheit und/oder nervöser Unruhe wirksam begegnen. In der nach Art. 13 LGVO zu verabschiedenden Liste der zugelassenen gesundheitsbezogenen Angaben in der Verordnung (EU) Nummer 432 vom 16.05.2012 seien die in Rede stehenden Angaben bezogen auf das hier in Rede stehende Produkt nicht enthalten. Abweichungen von zugelassenen Angaben seien nur in engen Grenzen zulässig, diese Grenzen seien hier nicht eingehalten.

9

Darüber hinaus sei auch nicht ersichtlich, dass das Mittel seiner Zusammensetzung und Wirksamkeit nach den Anforderungen des Art. 5 Absatz 1 LGVO genüge.

10

Darüber hinaus dürften gesundheitsbezogene Angaben nach Art. 10,13 VO (EG) Nummer 1924/2006 nur zu dem jeweiligen Nährstoff, der Substanz oder dem Lebensmittel gemacht werden, für die sie nach der Gemeinschaftsliste zugelassen sind, nicht jedoch zu dem Lebensmittel selbst, das diese Elemente enthält, ohne den der zugelassenen Aussage zugrunde liegenden Zusammenhang mit der Substanz herauszustellen. Auch an dies halte sich die Beklagte vorliegend nicht. Die Beklagte könne sich auch nicht darauf berufen, dass eine der im Mittel enthaltenen Zutat pflanzlicher Herkunft sei. Diesbezüglich sehe die LGVO einen Ausnahmetatbestand nicht vor. Die Beklagte könne sich auch deshalb nicht auf die pflanzliche Eigenschaft einer in dem Mittel enthaltenen Zutat berufen, weil die angegriffenen Aussagen nicht unter Art. 10 Abs. 3 der Verordnung fallen würden.

11

Darüber hinaus verstoße die Beklagte auch gegen Art. 7 Abs. 3, 4 LMIV. Die Beklagte werbe mit zahlreichen Angaben, welche eine Wirkung bei krankhaftem Stress suggerieren würden. Die Beklagte stelle auf physische, also körperliche Zustände ab, weshalb kurzfristiger, psychischer Stress nicht mehr das alleinige Problem des Rezipienten sei, sondern bereits die Auswirkungen länger andauernden Stresses, welche sich in physischen Beschwerden niederschlagen. Die gemachten Aussagen hätten deshalb Krankheitsbezug. Nach Art. 7 Abs. 3 LM IV dürften aber Informationen über ein Lebensmittel diesem keine Eigenschaften der Vorbeugung, Behandlung oder Heilung einer menschlichen Krankheit zuschreiben oder den Eindruck dieser Eigenschaft entstehen lassen. Dieser Eindruck werde aber gerade durch die Werbung der Beklagten bei den angesprochenen Verkehrskreisen hervorgerufen.

12

Die Klagepartei beantragt daher:

13

Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung zu verhängenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder einer Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu vollziehen an den Geschäftsführern der Beklagten, zu unterlassen,

Im geschäftlichen Verkehr für das Nahrungsergänzungsmittel „Ashwagandha“ mit den Angaben zu werben:

1.

„Ashwagandha bei Stress“ und/oder „Konzentrationsprobleme“ und/oder „Abgeschlagenheit“ und/oder „Nervöse Unruhe“

sofern dies geschieht, wie in Anlage K 3 wiedergegeben;

2.

„Zur Anwendung bei Stress sowie stressbedingten Konzentrationsproblemen, Abgeschlagenheit und/oder nervöser Unruhe“, sofern dies geschieht, wie in Anlage K 4 wiedergegeben;

3.

„Dauerstress? Alsiroyal Ashwagandha bei Stress Bei Dauer-Stress fühlt man sich häufig angespannt, überfordert, erschöpft, unkonzentriert, gereizt oder schläft unruhig.

Alsiroyal Ashwagandha bei Stress trägt zu seelischem und körperlichem Wohlbefinden sowie emotionaler Balance bei“,

sofern dies geschieht wie in Anlage K 5 wiedergegeben.

14

Die Beklagte beantragt,

Die Klage wird abgewiesen.

15

Die Beklagte trägt vor, eine gesundheitsbezogene Werbung liege nicht vor. Bei den angegebenen Indikationen gehe der Verbraucher nicht davon aus, dass er „krank“ sei. Es gehe lediglich um die positive Förderung der Gesundheit. Vom Krankheitsbegriff seien geringe Lästigkeiten und Unpässlichkeiten nicht umfasst. Mit hoher Belastung im Alltag sowie Stress würden die angesprochenen Verkehrskreise keine Krankheit verbinden.

16

Des Weiteren trägt die Beklagte vor, dass die Health-Claims-VO auch deshalb nicht anwendbar sei, weil Zutaten des beworbenen Produktes Botanicals seien und die Europäische Kommission und die EFSA die Bewertung dieser sogenannten Botanicals zurückgestellt habe. Dies bedeute, dass eine abschließende Bewertung bezüglich Botanicals nicht vorliege, sodass auch kein Verstoß gegen die VO 1924/2006/EG vorliegen könne.

17

Darüber hinaus trägt die Beklagte vor, dass auch eine Irreführung nach LFGB in Verbindung mit der LMIV nicht vorliege. Hinsichtlich des enthaltenen Wirkstoffes sei der Nutzen bei den angegebenen Indikationen wissenschaftlich belegt.

18

Im Übrigen wird Ergänzung des Tatbestandes auf die zwischen den Parteien gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen sowie auf das Sitzungsprotokoll vom 18.07.2019 Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

A)

19

Die zulässige Klage ist begründet, dem Kläger stehen die geltend gemachten Unterlassungsansprüche zu nach §§ 8 Abs. 1, Abs. 3 Nummer 2; 3; 3a UWG in Verbindung mit Art. 10 der Verordnung (EG) 1924/2006 des europäischen Parlamentes und des Rates vom 20.12.2006 über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel (Lebensmittelgesundheitsangaben Verordnung = Health Claims Verordnung, HCVO).

20

I) Nach Art. 10 Abs. 1 HCVO sind gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel verboten, sofern sie nicht gemäß Art. 13 HCVO zugelassen und in die Liste der zugelassenen Angaben aufgenommen sind.

21

Nach Art. 2 Abs. 5 HCVO sind „gesundheitsbezogene Angaben“ alle Angaben, mit denen erklärt, suggeriert oder auch nur mittelbar zum Ausdruck gebracht wird, dass ein Zusammenhang zwischen einer Lebensmittelkategorie, einem Lebensmittel oder einem seiner Bestandteile einerseits und der Gesundheit andererseits besteht. Aus Gründen des Verbraucherschutzes ist dabei der Begriff der gesundheitsbezogenen Angaben weit zu fassen und umfasst sowohl die vorübergehenden und flüchtigen Auswirkungen, als auch die kumulativen Auswirkungen des wiederholten und längerfristigen Verzehrs eines bestimmten Lebensmittels auf den körperlichen Zustand.

22

II) Unter Berücksichtigung dieses Grundsatzes handelt es sich bei den von der Beklagten verwendeten und seitens des Klägers angegriffenen Werbeaussagen durchgehend um gesundheitsbezogene Angaben. Zu den von der Werbung angesprochenen Verkehrskreisen gehören Personen, welche unter Stress stehen, Konzentrationsprobleme haben und unter Abgeschlagenheit und nervöser Unruhe leiden. Zu den angesprochenen Verkehrskreisen zählen somit auch die Mitglieder der erkennenden Kammer.

23

Die angesprochenen Verkehrskreise verstehen die in Rede stehenden Angaben dahingehend, dass man mit der Einnahme des Mittels Stress, Konzentrationsproblemen, Abgeschlagenheit und/oder nervöser Unruhe wirksam begegnen kann. Die Verkehrskreise gehen davon aus, dass Personen, welche sich gestresst fühlen und an Konzentrationsproblemen leiden, sich abgeschlagen fühlen oder von nervöser Unruhe befallen sind, mit der Einnahme des Mittels über einen gewissen Zeitraum hinweg bei gleich bleibenden Stressfaktoren erheblich weniger gestresst oder gänzlich von Stress befreit sind. Die Verkehrskreise gehen davon aus, dass, wenn sie zuvor unter Konzentrationsproblemen gelitten haben, sie sich nach Einnahme des Mittels wieder gut konzentrieren können. Des Weiteren gehen die Verkehrskreise davon aus, dass sie, anstatt abgeschlagen zu sein, nach Einnahme des Mittels wieder munter und voller Tatendrang sind und vorhandene nervöse Unruhe sich entweder deutlich reduziert oder sogar ganz verschwindet.

24

Die Indikationen „Stress, Konzentrationsprobleme, Abgeschlagenheit, nervöse Unruhe“ für die die Beklagte das Mittel bewirbt, werden im konkreten Fall von den angesprochenen Verkehrskreisen nicht lediglich als eine bloße Lästigkeit oder Unpässlichkeit, die zum Alltag des menschlichen Lebens gehören, aufgefasst. Verbraucher, die sich von der in Rede stehenden Werbung der Beklagten angesprochen fühlen, sind nicht solche Personen, die über ausreichende mentale Ressourcen verfügen, um mit Stress, Abgeschlagenheit und nervöser Unruhe umgehen zu können. Denn wenn diese Ressourcen vorhanden wären, würde bei den betroffenen Personen nicht der Wunsch bestehen, sich durch die Einnahme eines Präparates zusätzlich zu

stärken. Die Personen würden dann die anstehenden Aufgaben einfach bewältigen, ohne sich überhaupt Gedanken darüber machen zu müssen und zu machen, ob einem die anstehenden Probleme über den Kopf wachsen. Die angesprochenen Verkehrskreise sind vielmehr solche Personen, bei denen der Stress, die Konzentrationsprobleme, die Abgeschlagenheit und die nervöse Unruhe vermeintlich oder tatsächlich die Ebene einer bloßen Lästigkeit oder Unpässlichkeit verlassen haben. Dafür spricht auch, dass die Beklagte selbst in ihrer Werbung darauf hinweist, dass anhaltender Stress im Privat- oder Berufsleben die Gesundheit und die Lebensqualität beeinträchtigen kann und auf der seelischen Ebene es zu Nervosität und Unruhe kommen kann. Die angesprochenen Verkehrskreise gehen deshalb davon aus, dass bei Einnahme des Produktes der Beklagten die beschriebenen Symptome/Probleme gelindert, gebessert werden oder sogar verschwinden.

25

Aus Sicht der angesprochenen Verkehrskreise handelt es sich somit um gesundheitsbezogene Angaben, da mit diesen zum Ausdruck gebracht wird, dass ein Zusammenhang zwischen dem beworbenen Nahrungsergänzungsmittel (oder einem seiner Bestandteile) einerseits und der Gesundheit der angesprochenen Verkehrskreise andererseits ein Zusammenhang besteht.

26

Damit verstößt die Beklagte durch die in Rede stehenden Werbeaussagen gegen Art. 10 Abs. 1 HCVO.

27

Die nach Art. 13 HCVO zu verabschieden Liste der zugelassenen gesundheitsbezogenen Angaben ist in der Verordnung (EU) 432 / 2012 vom 16.05.2012 festgelegt.

28

Die hier in Rede stehenden Angaben bezogen auf das von der Beklagten vertriebene Produkt sind in dieser nicht enthalten.

29

III) Die Beklagte kann sich im vorliegenden Falle auch nicht darauf berufen, dass für die von ihr beworbene Wirkung des Produktes in diesem enthaltene Pflanzensubstanzen verantwortlich seien, es sich um ein sogenanntes Botanical handle und deshalb die HCVO keine Anwendung finde. Denn mit der Verabschiedung der Teil-Listen entsprechend der VO 432/2012 hat der europäische Gesetzgeber das Verbotsregime der HCVO in Kraft gesetzt. Einen Ausnahmetatbestand in der HCVO dahingehend, dass Art. 10 Abs. 1 HCVO für pflanzliche Zutaten nicht gelten würde, gibt es nicht.

30

Auf Art. 10 Abs. 3 HCVO kann die Beklagte sich im vorliegenden Falle ebenfalls nicht berufen. Denn die Erwägung, Art. 10 Abs. 3 HCVO sei insoweit nicht zu vollziehen, solange ein Botanical noch nicht beschlossen, sondern dessen Prüfung zurückgestellt worden ist, kann jedenfalls auf spezifische gesundheitsbezogene Angaben im Sinne von Art. 10 Abs. 1 HCVO nicht übertragen werden (vergleiche OLG Frankfurt am Main, Urteil vom 29.05. 2019, Aktenzeichen 6U 38/18). Im vorliegenden Falle handelt es sich allerdings bei den in Rede stehenden Aussagen nicht um Verweise auf allgemeine, nicht spezifische Vorteile des Nährstoffes oder des Lebensmittels für die Gesundheit im allgemeinen, sondern vielmehr um spezifische Gesundheitsangaben, weil, wie oben ausgeführt, die Beklagte mit den angegriffenen Aussagen zum Ausdruck bringt, dass das Mittel gerade bei bestimmten körperlichen und gesundheitlichen Problemen eine Wirkung entfalten werde.

31

IV) Die Beklagte kann sich auch nicht auf die Übergangsvorschrift des Art. 28 Abs. 5 HCVO berufen. Denn die Beklagte hat nichts dazu vorgetragen, dass und welche der in Rede stehenden Aussagen zur Aufnahme in die Liste nach HCVO angemeldet worden wäre. Ohne Anmeldung kann aber keine der streitgegenständlichen Angaben zurückgestellt worden sein und damit unter die Übergangsvorschrift des Art. 28 Abs. 5 HCVO fallen. Denn wenn noch nicht einmal aufgrund des Standes zur Anmeldung gelangter Claims davon auszugehen ist, dass über gesundheitsbezogene Angaben zu Stoffen, welche in dem Produkt enthalten sind, die Kommission im Rahmen der Bearbeitung der Liste angemeldeter, aber noch nicht verbeschiederter Claims entscheiden werde, kann nicht darauf verwiesen werden, dass bis zur vollständigen Verabschiedung der Liste entsprechende spezifische Angaben, wie auch unspezifische Angaben verwendet werden könnten.

32

V) Darüber hinaus gilt, dass gesundheitsbezogene Angaben nach Art. 10, 13 HCVO jeweils nur zu dem bestimmten Nährstoff, der Substanz oder dem Lebensmittel gemacht werden dürfen, für die sie nach der Gemeinschaftsliste zugelassen sind und nicht zu dem jeweiligen Lebensmittel, welches diese Elemente enthält, ohne den der zugelassenen Aussage zu Grunde liegenden Zusammenhang mit der Substanz herauszustellen. Auch hiergegen verstößt die Beklagte, weil aus der von der Beklagten verwendeten Werbung nicht klar hervorgeht, ob die vermeintlichen Wirkungen auf der Zutat Ashwagandha oder der ebenfalls enthaltenen Panthothensäure beruhen soll.

33

Damit liegt im Ergebnis ein Verstoß der Beklagten gegen Art. 10 HCVO vor. Dieser enthält ein Werbeverbot und stellt sich somit als eine Vorschrift dar, welche auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln. Ein Verstoß gegen diese Vorschrift ist somit unlauter im Sinne von § 3 a UWG und nach § 3 UWG zu unterlassen.

34

Somit erweisen sich die geltend gemachten Unterlassungsansprüche als begründet und war der Klage daher stattzugeben.

B)

35

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs. 1 ZPO.

C)

Vorläufige Vollstreckbarkeit: § 709 Satz 1, Satz 2 ZPO.

Verkündet am 20.02.2020