von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

Anwendungsbereich und Begriffsbestimmungen der Health-Claims-Verordnung – Teil 2 der Serie zur HCVO

Der zweite Teil der Serie zur Health-Claims-Verordnung (HCVO) befasst sich mit Fragen zum Anwendungsbereich der EU-Verordnung Nr. 1924/2006 und stellt die verschiedenen Verordnungsbegriffe mit ihren Ausprägungen durch die Rechtsprechung dar. Wann ist die HCVO überhaupt anwendbar? Wo gilt sie nur eingeschränkt, wo gar nicht? Wie verhält sich die Verordnung zu anderen Rechtsakten? Durch welche Aussagen werden die Pflichten der HCVO ausgelöst? Lesen Sie im Folgenden mehr zu diesen und weiteren Themen.

A. Fragen zum Anwendungsbereich der Health-Claims-Verordnung (HCVO)

Frage: In welchen Fällen findet die Health-Claims-Verordnung überhaupt Anwendung?

Die EU-Verordnung Nr. 1924/2006 („Health-Claims-Verordnung“) findet Anwendung

- gemäß Artikel 1 Absatz 2 bei nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben, die in kommerziellen Mitteilungen bei der Kennzeichnung und Aufmachung von oder bei der Werbung für Lebensmittel **und Nahrungsergänzungsmittel** gemacht werden, die als solche an den Endverbraucher abgegeben werden sollen; hierzu gehören auch Lebensmittel, die unverpackt oder in Großgebinden in Verkehr gebracht werden. Der 4. Erwägungsgrund der Verordnung erläutert dazu, dass auch Angaben in kommerziellen Mitteilungen, u. a. auch in allgemeinen oder produktübergreifenden Werbeaussagen über Lebensmittel und in Werbekampagnen wie solchen, die ganz oder teilweise von Behörden gefördert werden, der Verordnung unterfallen.
- gemäß Artikel 1 Absatz 2 bei Lebensmitteln, die für Restaurants, Krankenhäuser, Schulen, Kantinen und ähnliche Einrichtung zur Gemeinschaftsverpflegung bestimmt sind.

Copyright © | **IT-Recht Kanzlei München** | Alter Messeplatz 2 | 80339 München | **Tel.** + 49 (0)89 13014330 | **Fax** +49 (0)89 130143360

- gemäß Artikel 1 Abs. 3 bei Handelsmarken, sonstigen Markennamen und Fantasiebezeichnung, die als nährwert- oder gesundheitsbezogene Angabe ausgelegt werden können. Auch in Marken oder Namen enthaltene Botschaften haben sich somit an den Zulässigkeitskriterien der Verordnung zu messen, sind also insbesondere dem Irreführungsverbot und den weiteren allgemeinen Zulässigkeitsbedingungen der Art. 5-7 unterworfen Steht der Aussagegehalt der Marke oder Bezeichnung mit den Bestimmungen im Einklang, ist er also nicht irreführend oder läuft mit Blick auf die in Bezug genommenen Lebensmittel keiner allgemeinen Verwendungsbedingung zuwider, darf die Marke oder Bezeichnung ohne ein behördliches Zulassungsverfahren nach Art. 15-18 HCVO verwendet werden, sofern im gleichen Zuge ergänzend eine konkrete nährwert- oder gesundheitsbezogene Anwendung aus den Listen verwendet wird **(Kopplungsansatz)**. Auch hier drohen aber "Nährwertprofile": Werden die Vorgaben zum Zucker-, Salz- oder Fettgehalt nicht erfüllt und können die Produkte nicht entsprechend verändert werden, darf nach Ablauf einer Übergangsfrist von 15 Jahren die Marke mit "gesundheitswerbendem" Inhalt nicht mehr verwendet werden (Quelle hierzu: FAQ des Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde, e.V.)
- bei der Bewerbung ganzer Lebensmittelgruppen (vgl. hierzu Urteil des LG Berlin vom 10.05.2011, Az. 16 O 259/10).

Frage: In welchen Fällen ist die Health-Claims-Verordnung nur eingeschränkt anwendbar?

Die Verordnung findet nur eingeschränkt Anwendung

- auf vorverpackte Lebensmitteln (einschließlich Frischprodukten wie Obst, Gemüse oder Brot), die dem Endverbraucher oder Einrichtungen zur Gemeinschaftsverpflegung zum Kauf angeboten werden, und auf Lebensmittel, die entweder an der Verkaufsstelle auf Wunsch des Käufers verpackt oder zum sofortigen Verkauf fertig verpackt werden (in dem Fall gelten Artikel 7 und Artikel 10 Absatz 2 Buchstaben a und b der Verordnung nicht – eine Nährwertkennzeichnung wäre dementsprechend nicht verpflichtend).
- auf Handelsmarken, Markennamen oder Phantasiebezeichnungen, die in der Kennzeichnung, Aufmachung oder Werbung für ein Lebensmittel verwendet werden und als nährwert- oder gesundheitsbezogene Angabe aufgefasst werden können (Art. 1 Abs. 3).

Frage: In welchen Fällen findet die Health-Claims-Verordnung überhaupt keine Anwendung?

Die Verordnung findet keine Anwendung

- bei nicht gesundheits- oder nährwertbezogenen Angaben (s. dafür die Begriffsbestimmungen unter C.)

- bei nichtkommerziellen Mitteilungen, wie sie z.B. in Ernährungsrichtlinien oder -empfehlungen von staatlichen Gesundheitsbehörden und -stellen oder in nichtkommerziellen Mitteilungen und Informationen in der Presse und in wissenschaftlichen Veröffentlichungen zu finden sind.
- bei nährwertbezogenen Angaben mit negativen Aussagen (also auf negative Eigenschaften bezugnehmend)
- bei Angaben, die **nach dem Gemeinschaftsrecht oder den nationalen Vorschriften obligatorisch sind**. Dementsprechend gilt die Health-Claims-Verordnung etwa auch nicht **bei gesetzlichen Kennzeichnungsvorgaben**, wie etwa den Vorgaben gemäß der deutschen Lebensmittelkennzeichnungsverordnung. Dasselbe gilt bei diätetischen Lebensmitteln, die gemäß der Diätenverordnung nur in den Verkehr gebracht werden dürfen, wenn sie etwa auf den Verpackungen bestimmte krankheitsbezogene Hinweise enthalten.
- bei Kosmetika, Futtermitteln, Arzneimitteln und etwa Medizinprodukten. (Grund: Die Verordnung greift ausschließlich bei Lebensmitteln und Nahrungsergänzungsmitteln) Achtung: hier können aber die Verbote der EU-KosmetikVO, des LFGB, MPG oder AMG einschlägig sein.

Frage: Was ist bei gesundheitsbezogener Werbung vorrangig zu prüfen, die Health-Claims-Verordnung oder § 11 LFGB?

Bis zu seiner Änderung zum 13.12.2014, die durch das Inkrafttreten der vorrangigen europäischen Lebensmittelinformationsverordnung bedingt wurde, war das Verhältnis des §11 LFGB zur HCVO umstritten. Dieser enthielt nämlich ebenso wie die Vorschriften der Health-Claims-Verordnung Zulässigkeitsanforderungen für die Werbung mit gesundheitsbezogenen Angaben und verbat – ebenso wie die HCVO – in Abs. 1 Nr. 2 vor allem die Behauptung von nicht wissenschaftlich nachgewiesenen Wirkungen (vgl. Art. 5 Abs. 1 lit. a, 6 HCVO) Während das OLG Stuttgart (Urteil vom 02.03.2011 – Az. U 61/10) von einer generellen Subsidiarität des §11 LFGB im Anwendungsbereich der HCVO (also bei der Werbung für an Verbraucher abzugebende Lebensmittel mit gesundheitsbezogenen Angaben) ausging, sprachen sich andere Gerichte für einen etwaigen Vorrang der HCVO, allenfalls aber für eine parallele Anwendbarkeit der Vorschriften aus (OLG Hamburg, Urteil vom 21.06.2012 – Az. 3 U 97/11; OLG Hamm, Urteil vom 13.12.2011- Az. 4 U 92/11)

Nunmehr ist der §11 LFGB vollständig geändert worden und verweist in seinen Bestimmungen zum Täuschungsschutz ausschließlich deklaratorisch auf die Lebensmittelinformationsverordnung. Verbote für gesundheitsbezogene Angaben wurden aus dem Gesetzeswortlaut entfernt, sodass nach eindeutiger Wertung des Gesetzgebers der HCVO uneingeschränkte Geltung ohne die Notwendigkeit von nationalen Parallelbestimmungen beigemessen wurde.

Ein Konfliktpotenzial zwischen der HCVO und dem §11 LFGB besteht nicht mehr.

Allenfalls zu bemerken ist, dass §11 Abs. 3 LFGB klarstellt, dass für nach Art. 14 HCVO zugelassene krankheitsbezogene Angaben der Verbotstatbestand des Art. 7 Abs. 3 LMIV nicht greift.

Frage: Was ist bei krankheitsbezogener Werbung vorrangig zu prüfen, die Health-Claims-Verordnung oder § 12 LFGB?

Bis Mitte 2014 bestand ein Spannungsverhältnis zwischen den spezifischen Regeln der HCVO über die Zulässigkeit von krankheitsbezogenen Angaben und dem §12 Abs. 1 Nr. 1 LFGB, der derlei Aussagen ebenfalls nur unter bestimmten Voraussetzungen gestattete. Unter Berufung darauf, dass der einschlägige Absatz des §12 LFGB ebenfalls auf EU-Recht, nämlich dem Art. 2 Abs. 1 lit. b. der RL 2000/13/EG beruhte, ging das OLG Hamburg hier mangels eines Hierarchieverhältnisses von einer parallelen Anwendbarkeit der Vorschriften aus. (Urteil vom 14.06.2012 – Az. 3 U 5/11).

Zum 13.06.2014 wurde der §12 LFGB unter Anerkennung der besonderen Voraussetzungen des Art. 14 HCVO, der krankheitsbezogene Angaben zwar grundsätzlich verbietet, aber die Möglichkeit einer Zulassung auf Antrag vorsieht, vollständig aufgehoben. Seitdem ist eine Normenkonkurrenz nicht mehr vorhanden.

Frage: In welchem Verhältnis steht die HCVO zur Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV)?

Während die HCVO die Zulässigkeit von nährwert-, gesundheits- und krankheitsbezogenen Angaben, die meist zur absatzfördernden Bewerbung auf freiwilliger Basis eingesetzt werden, reguliert und unter strenge Voraussetzungen aufstellt, schreibt die LMIV verpflichtende Angaben für die Kennzeichnung von Lebensmitteln vor, die zwingend zu beachten sind. Insofern verbietet die HCVO – vorbehaltlich einer Gestattung nach den spezifischen Vorschriften – grundsätzlich den Einsatz von werbenden Angaben mit Gesundheits- oder Nährwertbezug, während die LMIV die Anführung bestimmter Pflichtinformationen gebietet.

Für die Pflichtinformationen nach der LMIV entfaltet die HCVO keine Wirkung, vgl. Art. 2 Abs. 2 Nr. 1 HCVO.

Dennoch kann es zu Überschneidungen im Bereich des Art. 7 Abs. 1 lit. b und Art. 7 Abs. 3 LMIV mit den Bestimmungen der HCVO kommen.

Nach Art. 7 Abs. 1 lit. b LMIV dürfen verwendete Informationen dem Lebensmittel keine Eigenschaften oder Wirkungen zuschreiben, die es nicht besitzt. Beschriebene Eigenschaften oder Wirkungen sind regelmäßig gesundheits- oder nährwertbezogen, sodass ein Spannungsverhältnis zur HCVO entsteht. Weil insofern jedoch die HCVO die Zulässigkeit von derlei Angaben an die jeweiligen Nährstoffe und im Lebensmittel verwendeten Substanzen und nicht an das Lebensmittel als solches knüpft, ist sie spezifischer. Zudem sind die zugelassenen Angaben weitgehend abschließend in den verordnungsbegleitenden Listen festlegt, sodass von einer vorrangigen Anwendbarkeit der HCVO auszugehen ist. Dies gilt aber nur insoweit, als tatsächliche gesundheits- oder nährwertbezogene Angaben vorliegen (anderenfalls ist die HCVO nicht anwendbar) und als Angaben gemacht werden, die nicht von der LMIV hinsichtlich der Zielsetzung verbindlich vorgeschrieben werden (Art. 2 Abs. 2 Nr. 1 HCVO).

Art. 7 Abs. 3 LMIV verbietet Lebensmittelinformationen, die dem Lebensmittel Eigenschaften der Vorbeugung, Behandlung oder Heilung einer menschlichen Krankheit zuschreiben oder den Eindruck dieser Eigenschaften entstehen lassen. Gleiches ergeht aus Art. 14 HCVO, der aber derartige Angaben ausnahmsweise nach einer behördlichen Genehmigung zulässt. Das generelle Verbot der LMIV steht einem Verbot mit Erlaubnisvorbehalt aus der HCVO gegenüber.

Richtigerweise ist Art. 7 Abs. 3 LMIV dann, wenn eine krankheitsbezogene Angabe nach der HCVO zugelassen wurde, nicht anwendbar. Anderenfalls unterliefe das absolute Verbot der LMIV die Sonderregelung des Art. 14 HCVO. Ebendies ergibt sich deklaratorisch auch aus dem abgeänderten §11 Abs. 3 LFGB.

B. Begriffsbestimmungen zur Health-Claims-Verordnung (HCVO)

Definition: „Angabe"

Eine „Angabe“ im Sinne der Verordnung ist jede Aussage oder Darstellung

- die nach dem Gemeinschaftsrecht oder den nationalen Vorschriften **nicht** obligatorisch ist, einschließlich Darstellungen durch Bilder, grafische Elemente oder Symbole in jeder Form, **und**
- mit der erklärt, suggeriert oder auch nur mittelbar zum Ausdruck gebracht wird, dass ein Lebensmittel (oder ein Nahrungsergänzungsmittel) besondere Eigenschaften besitzt (vgl. Artikel 2 Abs. 2 Nr.1 HCVO).

Der Begriff „Angabe“ ist damit sehr weit zu fassen, die Schriftlichkeit der Angabe ist nicht zwingend. Auch Aussagen, die etwa über das Internet, Fernsehen, Rundfunk etc. getätigt werden, können „Angaben“ i.S.d. Verordnung sein.

Maßgeblich für das Vorliegen einer Angabe im Sinne der HCVO ist, dass Aussagen erfolgen oder Darstellungen gegeben werden, die bei einem normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher den Eindruck hervorrufen können, ein Lebensmittel besitze besondere Eigenschaften (vgl. EuGH, Urt. v. 18.7.2013, C-299/12, Tz. 24 - Green - Swan Pharmaceuticals; BGH, Urt. v. 26.2.2014 – Az. I ZR 178/12, Tz. 13 - Praebiotik)

Entscheidend ist mithin stets das konkrete Verbraucherverständnis!

Keine Angaben im Sinne der Verordnung sind Aussagen oder Darstellung, die aus der Sicht der angesprochenen Verbraucher lediglich auf eine Eigenschaft eines Lebensmittels hinweisen, die alle Lebensmittel der angesprochenen Gattung besitzen; in einem solchen Fall fehlt der Aussage oder Darstellung die Lenkungswirkung, deren Regulierung die Beschränkungen rechtfertigt, die die Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 hinsichtlich der Verwendung nährwert- und gesundheitsbezogener Angaben vorsieht.

Die Bezeichnung eines Getränks als **„Energy und Vodka“** sei damit als Angabe über die Zusammensetzung der Flüssigkeit im Sinne einer Mixtur aus Alkohol und einem koffeinhaltigen

Erfrischungsgetränk aufzufassen und werde durch die Zutatenliste auf der Verpackung so konkretisiert, dass ein durchschnittlich informierter Verbraucher vordergründig nicht von einer positiven Wirkung auf die Leistungsfähigkeit, sondern von einer Deklaration über den Inhalt ausgehe. Das Vorliegen einer Angabe im Sinne der HCVO sei damit zu verneinen. (BGH, Urt. v. 9.10.2014 – Az. I ZR 167/12, Tz. 13 – ENERGY & VODKA)

Hinweis: Nicht erforderlich ist, dass der verantwortliche Lebensmittelunternehmer die gesundheits- oder nährwertbezogenen Angaben selbst äußert. Unter bestimmten Voraussetzungen hat er sich so auch gesundheitsbezogene Aussagen Dritter zurechnen zu lassen. Im Rahmen einer Fernsehsendung mit Zuschauerbeteiligung kann es etwa bereits genügen, wenn der Werbende es geduldet hat, dass im Rahmen einer reklamehaften Anpreisung seiner Produkte in dieser Sendung Werbeaussagen von anrufenden Zuschauern so einbezogen werden, dass bei den zuschauenden Verbrauchern der Eindruck entsteht, diese Werbeaussagen seien Teil der zu vermittelnden Werbeinformation (KG MD 2010,154 = juris Rn 48; zuletzt OLG Düsseldorf, Urteil v. 15. Januar 2013 – Az. I-20 U 222/11). Entscheidend für die Zurechnung ist, dass solche zur Werbung geeigneten Äußerungen Dritter im Rahmen einer Werbung unmittelbar wiedergegeben oder zitiert werden oder dass bloß auf sie hingewiesen wird, sofern die Äußerungen in einer Weise mit der Werbung verbunden werden, dass aus der Sicht des Verbrauchers ernsthaft der Eindruck entstehen kann, das gerade beworbene Mittel könne die vom Dritten angesprochene Krankheit verhüten.

Definition: „Aufmachung“

Das Unionsrecht enthält eine Definition des Begriffs „Werbung“ (4), nicht aber des Begriffs „Aufmachung“, so dass letzterer Begriff auf der Grundlage der Erläuterungen in Artikel 2 Absatz 3 Buchstabe a der Richtlinie 2000/13/EG sowie in Artikel 7 Absatz 4 Buchstabe b der Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 zu verstehen ist (DURCHFÜHRUNGSBESCHLUSS DER KOMMISSION vom 24. Januar 2013, 2013/63/EU).

Die Aufmachung umfasst somit insbesondere **die Form oder das Aussehen dieser Lebensmittel oder ihrer Verpackung, das verwendete Verpackungsmaterial, die Art und Weise ihrer Anordnung und den Rahmen ihrer Darbietungen.**

Definition: „Gesundheitsbezogene Angabe“

Ganz entscheidend ist, ob eine Angabe tatsächlich „gesundheitsbezogener Art“ ist. Schließlich unterliegen nur gesundheitsbezogene Angaben einer speziellen Zulassungspflicht und lösen spezielle Hinweispflichten nach Artikel 10 Abs. 2 HCVO aus. Nicht gesundheitsbezogene Angaben **unterfallen dagegen gar nicht dem Anwendungsbereich der EU-Verordnung** und sind somit grundsätzlich ungeachtet der speziellen Verwendungsbestimmungen der HCVO zulässig, wenn sie nicht stattdessen zumindest nährwertbezogen sind.

1. Begriffsbestimmung

Gemäß Art. 2 Abs. 2 Nr. 5 der Health-Claims-Verordnung bezeichnet der Ausdruck "gesundheitsbezogene Angabe" jede Angabe, mit der 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.

Wichtig: nicht erforderlich ist, dass die Angabe schriftlich erfolgt. Auch mündliche Äußerungen in für den Verbraucher wahrnehmbaren Kommunikationsmedien sind erfasst.

Unter dem Begriff Lebensmittelkategorien lassen sich beispielsweise

- Getreideerzeugnisse,
- Milchprodukte/Milchmischerzeugnisse,
- Convenience-Produkte/Fertigerzeugnisse,
- Fleischfertig-/Wurstwaren,
- Getränke/-pulver/Soft Drinks/Fruchtsaftgetränke und
- Süßigkeiten/
- aber auch Nahrungsergänzungsmittel

fassen.

Die Verordnung nennt als Beispiele gesundheitsbezogener Angaben (vgl. Artikel 14 der Verordnung), etwa

- Angaben über die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern
- Angaben über die Verringerung eines Krankheitsrisikos
- Angaben über die Bedeutung eines Nährstoffes (oder einer anderen Substanz) für Wachstum, Entwicklung und Körperfunktionen
- Angaben über schlank machende oder gewichtskontrollierenden Eigenschaften von Lebensmitteln
- Angaben zur Verringerung des Hungergefühls oder ein verstärktes Sättigungsgefühl
- Angaben über eine verringerte Energieaufnahme durch den Verzehr von Lebensmitteln

2. Anforderungen an den gesundheitsspezifischen Zusammenhang

Das Vorliegen einer gesundheitsbezogenen Angabe erfordert, dass ein Zusammenhang zwischen einem Lebensmittel (oder einer Kategorie von Lebensmitteln bzw. einem spezifischen Lebensmittelbestandteil) und einem Gesundheitseffekt impliziert wird.

Allerdings enthält die Definition des Art. 2 Abs. 2 Nr. 5 HCVO keine Aussage darüber, ob es sich um einen unmittelbaren oder mittelbaren **gesundheitlichen Zusammenhang** handeln muss, noch zu dessen Intensität oder Dauer.

Unter diesen Umständen sei der Begriff „Zusammenhang“ laut EuGH weit zu verstehen (Urteil v. 6.09.2012, Rechtssache C-544/10):

a) Der Begriff „gesundheitsbezogene Angabe“ darf laut EuGH (Urteil v. 6.09.2012, Rechtssache C-544/10) nicht nur für einen Zusammenhang gelten, der eine **Verbesserung** des Gesundheitszustands dank des Verzehrs eines Lebensmittels impliziert, sondern muss auch jeden Zusammenhang erfassen, der andeutet, dass für die **Gesundheit negative oder schädliche Auswirkungen**, die in anderen Fällen mit einem solchen Verzehr einhergehen oder sich ihm anschließen, **fehlen oder geringer ausfallen**, also die bloße Erhaltung eines guten Gesundheitszustands trotz des genannten, potenziell schädlichen Verzehrs.

b) Zum anderen hat der EuGH festgestellt, dass sich der Begriff „gesundheitsbezogene Angabe“ nicht nur auf die Auswirkungen des punktuellen Verzehrs einer bestimmten Menge eines Lebensmittels beziehe, die normalerweise nur vorübergehender oder flüchtiger Art sein können, sondern auch auf die Auswirkungen eines wiederholten, regelmäßigen oder sogar häufigen Verzehrs eines solchen Lebensmittels, die nicht zwingend nur vorübergehend sein müssen. Bei der Entscheidung, ob eine Angabe gesundheitsbezogen ist, seien **„sowohl die vorübergehenden und flüchtigen Auswirkungen als auch die kumulativen Auswirkungen des wiederholten und längerfristigen Verzehrs eines bestimmten Lebensmittels auf den körperlichen Zustand zu berücksichtigen“.**

c) Unter Berufung auf den EuGH, der den gesundheitsspezifischen Zusammenhang mithin sehr weit auffasst, hat der BGH (Urteil v. 05.12.2012 – Az. I ZR 36/11) festgestellt, dass der „Begriff ‚gesundheitsbezogene Angabe‘“ **„jeden Zusammenhang, der eine Verbesserung des Gesundheitszustands dank des Verzehrs des Lebensmittels impliziert“, erfasst.**

3. Nicht-gesundheitsbezogene Angaben

Abzugrenzen sind gesundheitsbezogene Angaben – abgesehen von den ebenfalls der HCVO unterfallenden Nährwertangaben – von solchen Angaben, die sich lediglich auf die objektive Beschaffenheit des Produkts beziehen. Hierbei handelt es sich um solche Angaben, mit denen nicht besondere positive Eigenschaften des betreffenden Lebensmittels herausgestellt werden sollen, sondern nur objektive Informationen über die Produktbeschaffenheit oder -eigenschaften vermittelt werden (Meisterernst WRP 2010, 481, 484). Gleiches gilt für werbende Anspielungen auf das subjektive Genussempfinden und für augenscheinlich wertende Übertreibungen.

Folgende Angaben wurden beispielsweise nicht als gesundheitsbezogen eingestuft:

- „Haribo macht Kinder froh“
- „Red Bull verleiht Flügel“
- „Qualität ist das beste Rezept“,
- „Melitta macht Kaffee zum Genuss”,
- „Die zarteste Versuchung seit es Schokolade gibt“
- „So wertvoll wie ein kleines Steak“
- „Mach dir Freude auf“
- „Quadratisch, praktisch, gut“
- „Sind sie zu stark, bist Du zu schwach“
- „Keiner macht mich mehr an“

(vgl. Pressemitteilung der EU-Kommission vom 01.10.2003).

Auch kann von einer gesundheitsbezogenen Angabe regelmäßig nicht ausgegangen werden, wenn sie sich nur auf das allgemeine Wohlbefinden bezieht (EuGH v. 6.9.2012, C-544/10; BGH GRUR 2011, 246 Rn. 8 - Gurktaler Kräuterlikör)

Insofern ist die Gesundheit bzw. das gesundheitsbezogene Wohlbefinden im Sinne der HCVO abzugrenzen vom „allgemeinen Wohlbefinden" (BGH, WRP 2011, 344 - Gurktaler Kräuterlikör). Lediglich auf das allgemeine Wohlbefinden bezogene Werbeaussagen werden von den Zulassungserfordernissen für gesundheitsbebezogene Angaben der HCVO nicht erfasst. **Die Frage, ob eine Aussage auf die Gesundheit oder das gesundheitsbezogene Wohlbefinden abzielt, ist anhand der in Art. 13 Abs. 1 HCVO und Art 14 HCVO aufgeführten Fallgruppen zu beurteilen** (BGH, WRP 2014, 1184 - Original Bach-Blüten; WRP 2013, 1179 – Vitalpilze; WRP 2011, 344 - Gurktaler Kräuterlikör).

Bei auf das allgemeine Wohlbefinden bezogenen Aussagen kann indes ein Verweis auf allgemeine, nichtspezifische Vorteile des Nährstoffs oder Lebensmittels im Sinne des Art. 10 Abs. 3 HCVO vorliegen, der zwar nicht genehmigungspflichtig, aber nur dann zulässig ist, wenn ihm mindestens eine spezifische und zugelassene gesundheitsbezogene Angabe beigestellt wird (so etwa das Schlagwort "bekömmlich", s. Beschluss des OLG München vom 11.02.2020 (Az. 29 W 1562/19)).

Achtung: der für den Anwendungsbereich der HCVO geltende Gesundheitsbegriff erfasst jedoch auch das seelische Gleichgewicht (BGH, Urt. v. 24.7.2014 – Az. I ZR 221/12 – Original Bach-Blüten

Umstritten war lange, ob die Bezeichnung „Praebiotik + Probiotik" für Babynahrung eine gesundheitsbezogene Werbung ist:

- Das **OLG Hamburg** entschied im Rahmen eines einstweiligen Verfügungsverfahrens (OLG Hamburg, 14.06.2012 – 3 U 5/11,), dass es offen bleiben könne, ob die Bezeichnung ‚Probiotik' bei isolierter Verwendung schon eine gesundheitsbezogene Angabe darstellt; „jedenfalls (...) in Verbindung mit der Nennung von Bestandteilen der Muttermilch" sei das der Fall, weil „die der Muttermilch zugesprochene positive Wirkung auf die Gesundheit zumindest teilweise auch dem angepriesenen Produkt zukommt".

- Das **OLG Frankfurt** urteilte dagegen im parallelen Hauptsacheverfahren, dass nicht von einer gesundheitsbezogenen Werbung ausgegangen werden könne. So suggeriere die Bezeichnung „Praebiotik® + Probiotik®“ noch keine gesundheitliche Wirkung, sondern sei lediglich als eine Beschaffenheits- bzw. Inhaltsstoffangabe im oben genannten Sinn einzustufen. Die Bezeichnung werde vom angesprochenen Verkehr dahin verstanden, dass in dem von der Beklagten angebotenen Lebensmittel Probiotika und Präbiotika, also Bestandteile enthalten sind, die sich als probiotisch und präbiotisch qualifizieren lassen. Es handele sich aus der Sicht des Verbrauchers demnach um Oberbegriffe für bestimmte in Lebensmitteln enthaltene Inhaltsstoffe. Genau in diesem Sinne werde zumindest der Begriff „Probiotikum“ auch im Prüfungsverfahren nach der HCVO verwendet (vgl. die in Meisterernst/Huber, Health & Nutrition Claims, Artikel 13 Anhang 1 wiedergegebene Übersicht „Gutachten der EFSA gemäß Art. 13.3 zu Probiotika (inkl. Bakterien, Hefen)“). Für den Begriff „Präbiotikum“ könne nichts anderes gelten. Eine über die Inhaltsstoffangabe hinausgehende Inanspruchnahme bestimmter gesundheitlicher Wirkungen ergebe sich auch nicht daraus, dass - wie die Klägerin vorträgt - gerade die Bezeichnung „Praebiotik® + Probiotik®“ den Eindruck eines „synergistischen“, d.h. über die bloße Kombination der Inhaltsstoffe hinausgehenden Effekts erwecke. Denn ein solches Verständnis lege der Verbraucher der Bezeichnung nicht bei; vielmehr vermittle ihm die Bezeichnung lediglich, dass das Lebensmittel eine Kombination aus präbiotischen und probiotischen Inhaltsstoffen enthält.

Inzwischen wurde die Frage durch den **BGH** (BGH, 26.02.2014 - I ZR 178/12) **abschließend geklärt**. Dieser nimmt bei beiden Worten **selbst ohne weitere erklärende Zusätze gesundheitsbezogene Angaben an**. Dass die Formulierungen allein auf den Inhalt des beworbenen Lebensmittels hinweisen, könne nicht angenommen werden. Vielmehr sei unter Zugrundelegung des maßgeblichen Verkehrsverständnisses davon auszugehen, dass die Bezeichnungen dahingehend aufgefasst werden, dass das angebotene Lebensmittel Probiotika und Präbiotika, also Bestandteile enthält, die sich als probiotisch und präbiotisch qualifizieren lassen. Die Eigenschaften "probiotisch" und "präbiotisch" stellten aber aus Verbrauchersicht einen Wirkungsbezug zum Gesundheitszustand des Konsumenten her und implizierten die durch den Verzehr des Lebensmittel gesteigerte Fähigkeit, , die natürliche Darmfunktion und die Abwehrkräfte zu stimulieren.

Definition: „Kennzeichnung“

Eine Begriffsbestimmung für „Kennzeichnung“ (bzw. „Etikettierung“) findet sich in Artikel 1 Absatz 3 Buchstabe a der Richtlinie 2000/13/EG sowie in Artikel 2 Absatz 2 Buchstabe j der Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 (LMIV) des Europäischen Parlaments und des Rates.

Gemäß dieser Begriffsbestimmung umfasst die „Kennzeichnung“ (bzw. „Etikettierung“) „alle Wörter, Angaben, Hersteller- oder Handelsmarken, Abbildungen oder Zeichen, die sich auf ein Lebensmittel beziehen und auf Verpackungen, Schriftstücken, Tafeln, Etiketten, Ringen oder Verschlüssen jeglicher Art angebracht sind und dieses Lebensmittel begleiten oder sich auf dieses Lebensmittel beziehen“.

Der Unterschied zwischen „Kennzeichnung“ und „Werbung“ besteht darin, dass sich die „Kennzeichnung“ auf die Abgabe des Lebensmittels an den Endverbraucher bezieht, die „Werbung“ dagegen auf die

Förderung des Absatzes von Lebensmitteln durch den Lebensmittelunternehmer.

Definition: „Krankheitsbezogene Angabe“

Eine Aussage ist krankheitsbezogen, wenn sie dem angesprochenen Verbraucher direkt oder indirekt suggeriert, das Lebensmittel, für das geworben wird, könne zur Beseitigung, Linderung oder Verhütung der angesprochenen Krankheit beitragen.

Allgemein wird unter Krankheit jede auch nur geringfügige oder vorübergehende Störung des gesundheitlichen Wohlbefindens und der normalen Funktion des Körpers verstanden, in Abgrenzung zu den gewöhnlichen Änderungen oder Schwankungen der Leistungsfähigkeit des Menschen, die noch keinen Krankheitswert haben (Urteil des OLG Hamburg v. 31.5.2001, 3 U 13/01, MD 2001, 1243, Tz. 37 m.w.N. – Pflanzliche Östrogene).

Definition: “ Krankheitsrisikoreduktionsbezogenen Angabe“

Artikel 2 Abs. 2 Nr. 5 der Verordnung legt fest, dass eine „Angabe über die Reduzierung eines Krankheitsrisikos“ jede Angabe ist, mit der erklärt, suggeriert oder auch nur mittelbar zum Ausdruck gebracht wird, dass der Verzehr einer Lebensmittelkategorie, eines Lebensmittels oder eines Lebensmittelbestandteils einen Risikofaktor für die Entwicklung einer Krankheit beim Menschen **deutlich** senkt.

##Definition: „Lebensmittel“##

Lebensmittel in Sinne der Health-Claims-Verordnung sind alle Stoffe oder Erzeugnisse, die dazu bestimmt sind oder von denen nach vernünftigem Ermessen erwartet werden kann, dass sie in verarbeitetem, teilweise verarbeitetem oder unverarbeitetem Zustand von Menschen aufgenommen werden (Art. 2 Abs. 1 lit. a) HCVO i.V.m. Art. 2 der Verordnung (EG) Nr. 178/2002).

Die IHK Schleswig Holstein hierzu:

> *"Zu den Lebensmitteln gehören daher zum Beispiel Getränke, Kaugummi und alle Stoffe, die dem Lebensmittel bei seiner Herstellung oder Ver- und Bearbeitung absichtlich zugesetzt werden (z. B. Wasser (!) oder Gewürze). Zu diesem sehr weit gefassten Begriff zählt die Verordnung ausdrücklich aber auch die Nahrungsergänzungsmittel, zum Beispiel Vitaminpräparate jeglicher Couleur oder andere Pulver und Beigaben, die einen gesundheitlichen Effekt haben sollen."*

Definition: „Nährstoff"

Nährstoff ist ein Protein, ein Kohlenhydrat, ein Fett, einen Ballaststoff, Natrium, eines der im Anhang der Richtlinie 90/496/EWG aufgeführten Vitamine und Mineralstoffe, sowie jeder Stoff, der zu einer dieser Kategorien gehört oder Bestandteil eines Stoffes aus einer dieser Kategorien ist;“

Definition: „Nährwertbezogene Angabe“

Gemäß Art. 2 Nr. 4 HCVO ist eine nährwertbezogene Angabe jede Angabe (s.o.), mit der erklärt, suggeriert oder auch nur mittelbar zum Ausdruck gebracht wird, dass ein Lebensmittel positive Nährwerteigenschaften besitzt, und zwar aufgrund

a) der Energie (des Brennwerts), die es
- i) liefert,
- ii) in vermindertem oder erhöhtem Maße liefert oder
- iii) nicht liefert, und/oder

b) der Nährstoffe oder anderen Substanzen, die es
- i) enthält,
- ii) in verminderter oder erhöhter Menge enthält oder
- iii) nicht enthält;

Typische Beispiele dafür sind „fettarm“, „Omega-3-Fettsäure-Quelle“ oder „hoher Ballaststoffgehalt“. Auch die Angabe „light“ ist nährwertbezogen.

Sehr anschaulich geht die IHK Schleswig-Holstein auf den Begriff der nährwertbezogenen Angaben ein:

> *"Nährwertbezogene Angaben sind solche Angaben, die sich begrifflich auf die Menge bestimmter einzelner Nährstoffe in einem Lebensmittel beziehen. Wenn zum Beispiel kein Fett enthalten ist, wäre die entsprechende nährwertbezogene Angabe »ohne Fett«. Ist der Fettgehalt reduziert, lautet der »Claim« »fettreduziert«."*

1. Nährwert- und gesundheitsbezogene Angabe zugleich

Grundsätzlich ist schon nach eindeutiger Systematik der HCVO stets zwischen gesundheits- und nährwertbezogenen Angabe zu differenzieren. Das Vorliegen einer gesundheitsbezogenen Angabe, die gleichzeitig nährwertbezogen ist, wird von der HCVO also dem Verständnis nach ausgeschlossen. Insofern ist der Begriff der gesundheitsbezogenen Angabe stets von der nährwertbezogenen abzugrenzen (BGH, Urt. v. 12.2.2015 – Az. I ZR 36/11, Tz. 28 - Monsterbacke II)

Zwar hat etwa das LG Hamburg (vgl. Urteil vom 26.03.2010 – Az. 408 O 154/09) entschieden, dass es sich bei der Angabe **„mit probiotischen Kulturen“** sowohl um eine nährwertbezogene als auch eine gesundheitsbezogene Angabe im Sinne der Health-Claims-Verordnung handelt.

Allerdings ist an dieser Einstufung zu zweifeln, weil kein Bezug auf einen bestimmten Nährstoff, noch auf einen Brennwert ersichtlich ist. Auch dürften die „probiotischen Kulturen“ bei Zugrundelegen eines durchschnittlich informierten Verbrauchermaßstabs nicht als nährwertspezifische „andere Substanzen“ aufgefasst werden. Allgemein bekannt ist, dass probiotische Kulturen Bakterien sind, die sich in gewisser Weise auf die Darmflora auswirken. Eine Substanz bezieht sich aber schon rein begrifflich nicht auf lebende Organismen, sondern kann ausschließlich anorganische Molekularverbindungen umfassen.
Richtigerweise ist bei der Aussage „mit probiotischen Kulturen“ nicht von einer nährwert- , sondern von einer gesundheitsbezogenen Angabe auszugehen (so auch der BGH, Urteil v. 26.02.2014 – Az. I ZR 178/12)

2. Müssen sich nährwertbezogene Angaben auf besondere positive Nährwerteigenschaften beziehen?

Grundsätzlich liegt eine nährwertbezogene Angabe nur vor, wenn ein Bezug zu besonderen Eigenschaften ersichtlich wird, die sich gerade auf die physiologische Funktion eines Nährstoffs beziehen (vgl. schon Art. 2 Abs. 2 Nr. 4 HCVO, zudem OLG Stuttgart, Urteil v. 03.02.2011 – Az. 2 U 61/10)

Sofern Informationen über Eigenschaften eines Lebensmittels sich objektiv nur auf die Beschaffenheit desselben beziehen oder allgemeine Hinweise auf Charakteristika der Lebensmittelgattung enthalten, kann regelmäßig nicht von einer relevanten Angabe ausgegangen werden.

Bei der in diesem Zusammenhang bei nährwertbezogenen Aussagen im jeweiligen Einzelfall vorzunehmenden Abgrenzung sind Angaben über spezifische Inhaltsstoffe von Lebensmitteln und Lebensmittelzutaten, die eine ernährungsphysiologische Funktion haben, zwar regelmäßig als Angaben über besondere Eigenschaften im Sinne von Art. 2 Abs. 2 Nr. 1 der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 anzusehen.

Allerdings sind nach dem Erwägungsgrund 5 der HCVO jedoch allgemeine Bezeichnungen wie etwa "Digestif" oder "Hustenbonbon" aus dem Anwendungsbereich auszunehmen, die traditionell zur Angabe einer Eigenschaft einer Kategorie von Lebensmitteln verwendet werden, die Auswirkungen auf die menschliche Gesundheit haben können. Dementsprechend stellt eine Aussage oder Darstellung, die dem Verbraucher lediglich vermittelt, um welche Art von Lebensmittel es sich im konkreten Fall handelt, keine Angabe im Sinne von Art. 2 Abs. 2 Nr. 1 der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 dar. (BGH, Urt. v. 9.10.2014, I ZR 167/12. Tz. 13 – ENERGY & VODKA)

Achtung: bejaht wurde eine nährwertbezogene Angabe aber für den Fall, dass eine Angabe sich nicht auf einzelne, konkret benannte Nährstoffe bezieht, aber immerhin ein Sammelbegriff für verschiedene, zunächst nicht eindeutig bestimmbare Nährstoffe ist. So sah das OLG Frankfurt a.M. (Urteil vom 29. Januar 2015 – Az. 6 U 170/14) einen relevanten Nährwertbezug für die Bezeichnung **„Vitalstoffe“**

Zwar möge es an einer nährwertbezogenen Angabe fehlen, wenn auf allgemeine Vorzüge des Lebensmittels oder einer Lebensmittelkategorie verwiesen wird oder es um nichtssagende anpreisende Auslobungen geht. Allerdings erwecke der Begriff der "Vitalstoffe" jedenfalls die Vorstellung, das Mittel enthalte Nährstoffe oder andere Substanzen, die für die Erhaltung der Vitalität wertvoll seien. Der Hinweis auf etwaig enthaltene Vitalstoffe sei insofern ebenso geeignet, positive Nährwerteigenschaften

zu suggerieren wie die eine konkrete Benennung von oder Bezugnahme auf einzelne Nährstoffe.

3. Unter welchen Voraussetzungen ist also eine nährwertbezogene Angabe gegeben?

Wann und unter welchen Voraussetzungen von einer nährwertbezogenen Angabe auszugehen ist, wurde jüngst vom BGH (Urteil v. 12.2.2015 – Az. I ZR 36/11 – Monsterbacke II) **unter Bezugnahme auf 3 verschiedene Konstellationen** deutlich dargestellt:

- zum einen sind vor allem solche Angaben als nährwertbezogen anzusehen, die sich unmittelbar auf die Energie, die das Lebensmittel liefert, oder die in diesem enthaltenen Inhaltsstoffe mit ernährungsbezogener Wirkung beziehen (vgl. Art. 8 Abs. 1 HCVO)
- Nährwertbezogen sind darüber hinaus solche Angaben, die (nur) eine Sachinformation in Bezug auf einen bestimmten Nährstoff vermitteln
- Im Hinblick darauf, dass eine Angabe gemäß Art. 2 Abs. 2 Nr. 4 HCVO auch dann nährwertbezogen ist, wenn mit ihr suggeriert oder nur mittelbar zum Ausdruck gebracht wird, ein Lebensmittel besitze besondere positive Nährwerteigenschaften, kann eine Angabe ferner als nährwertbezogen anzusehen sein, wenn mit ihr bestimmte Assoziationen des Verbrauchers geweckt werden. Dafür ist aber erforderlich, dass auch das durch die Angabe hervorgerufene Verbraucherverständnis sich auf eine Eigenschaft bezieht, die der durch das Lebensmittel gelieferten Energie oder einem bestimmten, in ihm enthaltenen Nährstoff oder einer anderen Substanz geschuldet ist.

Definition: „Nährwertprofil“

Hierzu das Bundesinstitut für Risikobewertung (s. FAQ vom 25.05.2007):

> *"Nährwertprofile sind Anforderungen an ein Lebensmittel. Danach darf ein bestimmter Gehalt von Nährstoffen in einem Lebensmittel nicht über- bzw. unterschritten werden, wenn dieses Lebensmittel eine nährwert- oder gesundheitsbezogene Angabe tragen soll. Nährwertprofile sollen verhindern, dass „ungesunde“ Lebensmittel mit derartigen Aussagen beworben werden dürfen und damit den Anschein erwecken, sie hätten einen höheren Nährwert als es tatsächlich der Fall ist. Nährwertprofile richten sich nach wissenschaftlichen Erkenntnissen über die Zusammenhänge zwischen Ernährung und Gesundheit und werden von der EU-Kommission festgelegt"*

Die EFSA (Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit) erklärt den Begriff wie folgt:

> *"Die Verordnung über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel legt fest, dass Lebensmittel, die nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben tragen, bestimmte ernährungsphysiologische Anforderungen — sogenannte „Nährwertprofile“ — erfüllen müssen. Nur unter diesen Voraussetzungen dürfen solche Angaben über Lebensmittel gemacht werden. Derartige Profile dienen dazu, dass Verbraucher, die sich bei der Auswahl einer gesunden Ernährung an solchen Angaben orientieren und Lebensmittel, die diese Angaben tragen, als ernährungsphysiologisch oder gesundheitlich vorteilhaft betrachten, in Bezug auf den Gesamtnährwert dieser Lebensmittel nicht irregeführt werden. Die Europäische Kommission und die Mitgliedstaaten werden auf der Grundlage der wissenschaftlichen Beratung durch die EFSA ein System von Nährwertprofilen einführen und Nährwertprofile für Lebensmittel festlegen, die nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben tragen."*

Definition: „Werbung“

Gemäß der Richtlinie 2006/114/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2006 über irreführende und vergleichende Werbung bedeutet

> *",Werbung‘ jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, zu fördern"*

(ABl. L 376 vom 27.12.2006, S. 21).

Der Unterschied zwischen „Kennzeichnung“ und „Werbung“ besteht darin, dass sich die „Kennzeichnung“ auf die Abgabe des Lebensmittels an den Endverbraucher bezieht, die „Werbung“ dagegen auf die Förderung des Absatzes von Lebensmitteln durch den Lebensmittelunternehmer.

Autor:
RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)
Rechtsanwalt