

von **Anna Bosch**

# „Mittelbarer Verbraucherschutz“: EuGH definiert Anwendungsbereich der Health Claims Verordnung weit

Das Thema Verbraucherschutz beschäftigt die Gerichte in zunehmendem Maße, auch da sich auf europäischer Ebene immer mehr Gesetzesinitiativen dem Thema widmen. Im aktuellen Urteil vom 14.07.16 (Az. C-19/15) behandelte der Europäische Gerichtshof (EuGH) das Thema jedoch in bisher unbekannter Dimension, denn direkt waren bei der in Rede stehenden Unternehmenspraxis Verbraucher gar nicht beteiligt. Der vorliegende Beitrag beleuchtet die wesentlichen Punkte der Urteilsgründe.

## 1. Was ist geschehen?

Der Rechtsstreit betrifft ein ursprünglich vor dem Landgericht München I verhandeltes Verfahren. Als Parteien standen sich der Verband Sozialer Wettbewerb e.V. als Kläger und ein deutsches Unternehmen gegenüber, das von einem Arzt geführt wird und ein VitaminD3-haltiges Nahrungsergänzungsmittel in Tropfen- anstatt Tablettenform herausgebracht hatte. Dieses Produkt bewarb der Geschäftsführer des Unternehmens 2013 mit einem Schreiben, dass ausschließlich an Ärzte gerichtet war. Das in Rede stehende Schreiben enthielt eine bebilderte Darstellung des Nahrungsergänzungsmittels u.a. mit Angaben über seine Zusammensetzung und seinen Verkaufspreis.

Der Verband Sozialer Wettbewerb e.V. machte dagegen beim Landgericht München I Unterlassungsansprüche gemäß § 8 UWG in der auf den Ausgangsrechtsstreit anwendbaren Fassung geltend. Der Kläger berief sich darauf, dass das in Rede stehende Schreiben gesundheitsbezogene Angaben - wie etwa die Möglichkeit der Krankheitsprävention und Beseitigung von Mangelzuständen durch Einnahme des Mittels - enthalte, die nach Art. 10 Abs. 1 der sog. Health Claims Verordnung (HCVO) verboten seien, da sie z.B. nicht nach der Verordnung „zugelassen und in die Liste der zugelassenen Angaben gemäß den Artikeln 13 und 14 aufgenommen sind“.

Das deutsche Gericht hatte dem EuGH das Verfahren zur Vorabentscheidung 2015 vorgelegt, um die Frage zu klären, ob die Health Claims Verordnung auch dann zur Anwendung komme, wenn sich die Angaben in kommerziellen Mitteilungen (Werbung) befänden, die sich ausschließlich an medizinische Fachkreise richteten. Konkret ging es um die Auslegung von Art. 1 Abs. 2 der HCVO, der den Anwendungsbereich und die Reichweite der Verordnung regelt.

## 2. Wie entschied der EuGH den Rechtsstreit?

Der EuGH hält die HCVO über Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben von Lebensmitteln ((EG) Nr. 1924/2006) auch dann für anwendbar, wenn Verbraucher von den Werbeaussagen nur mittelbar betroffen sind. Denn die medizinischen Fachkreise könnten falsche Informationen über die Lebensmittel, die Gegenstand der kommerziellen Mitteilung sind, völlig gutgläubig an die Endverbraucher weitergeben, mit denen sie in Verbindung stehen. Diese Gefahr verdiene umso größere Beachtung, als dass die Fachkreise aufgrund des Vertrauensverhältnisses, das im Allgemeinen zwischen ihnen und ihren Patienten besteht, einen erheblichen Einfluss auf diese ausüben könnten. Der EuGH befürchtet zudem eine Umgehung der Vorgaben der HCVO, wenn diese nicht auch bei Werbung, die an Fachkreise gerichtet ist, gelte.

“

*„Wenn an medizinische Fachkreise gerichtete Nährwert- oder gesundheitsbezogene Angaben nicht in den Geltungsbereich der Verordnung (...) fielen und damit verwendet werden dürften, ohne notwendig auf wissenschaftliche Nachweise gestützt zu sein, bestünde überdies die Gefahr, dass Lebensmittelunternehmer ihre Verpflichtungen aus dieser Verordnung dadurch umgingen, dass sie sich über Angehörige medizinischer Fachkreise an den Endverbraucher wendeten, damit diese ihre Produkte dem Endverbraucher empfehlen.“*

”

## 3. Fazit

Der EuGH stärkte in seiner Entscheidung den „mittelbaren Verbraucherschutz“. Er legte die Verordnung, die Werbeaussagen in Bezug auf Fachkreise explizit nicht regelt, dahingehend aus, dass Nährwert- oder gesundheitsbezogene Angaben in kommerziellen Mitteilungen über Lebensmittel, die als solche an den Endverbraucher abgegeben werden sollen, in den Geltungsbereich dieser Verordnung fallen, auch wenn sich diese Mitteilungen nicht an den Endverbraucher, sondern ausschließlich an medizinische Fachkreise richten.

Damit begründet er eine sehr weitreichende Sicht des Verbraucherschutzes, der schon dann beginnt, wenn ein fiktiver, durchschnittlich informierter Verbraucher potenziell über eine dazwischen geschaltete (Fach-)Person mit gesundheitsbezogenen Werbeaussagen in Berührung kommen könnte.

**Tipp:** Die IT-Recht Kanzlei hat sich bereits ausführlich mit der Health-Claims-Verordnung beschäftigt, siehe [hier](#).

Autor:

**Anna Bosch**

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)