

veröffentlicht von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Weil der Kater eine Krankheit ist: Vorsicht bei Werbeaussagen

Passend zum Oktoberfest: Ein Alkoholkater stellt eine Krankheit dar. Werbeaussagen, wonach ein Nahrungsergänzungsmittel einem Alkoholkater vorbeugen bzw. seine Folgen mindern soll, verstoßen damit gegen das Verbot, Lebensmitteln krankheitsbezogene Eigenschaften zuzuweisen, entschied das Oberlandesgericht Frankfurt am Main (OLG) mit heute veröffentlichtem Urteil.

Die Beklagte vertreibt und bewirbt zwei Nahrungsergänzungsmittel, deren Verzehr dem Entstehen eines Katers nach Alkoholkonsum vorbeugen bzw. die Wirkungen des Katers lindern soll. Die Produkte sind in Form eines pulverförmigen Sticks ("Drink") und einer trinkfähigen Mischung ("Shot") erhältlich. Sie werden von der Beklagten umfangreich beworben, unter anderem mit den Aussagen: "Anti Hangover Drink" bzw. "Anti Hangover Shot", "Natürlich bei Kater", "Mit unserem Anti-Hangover-Drink führst Du Deinem Körper natürliche, antioxidative Pflanzenextrakte, Elektrolyte und Vitamine zu".

Der Kläger ist ein Verein, zu dessen Aufgaben die Wahrung der gewerblichen Interessen seiner Mitglieder, insbesondere die Achtung der Regel des unlauteren Wettbewerbs gehört. Er wendet sich gegen zahlreiche Werbeaussagen der Beklagten. Das Landgericht hat der Klage im Wesentlichen stattgegeben.

Die hiergegen gerichtete Berufung hat auch vor dem OLG keinen Erfolg. "Informationen über ein Lebensmittel dürfen diesem keine Eigenschaften der Vorbeugung, Behandlung oder Heilung einer menschlichen Krankheit zuschreiben oder den Eindruck dieser Eigenschaft entstehen lassen", betont das OLG unter Verweis auf Vorgaben der Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV). Eine Aussage sei krankheitsbezogen, wenn sie direkt oder indirekt den Eindruck vermittele, dass das beworbene Lebensmittel zur Vorbeugung, Behandlung oder Heilung einer Krankheit beitrage. Hier suggerierten die untersagten Aussagen den "angesprochenen Verkehrskreisen, bei denen es sich vornehmlich um junge Verbraucher handelt, die beim Feiern Alkohol konsumieren, das beworbene Produkt sei zur Behandlung der Symptome eines Alkoholkaters geeignet bzw. könne einem Kater vorbeugen."

Bei einem "Kater" bzw. "Hangover" handele es sich auch um eine Krankheit. Im Interesse eines möglichst wirksamen Gesundheitsschutzes sei der Begriff weit auszulegen. "Unter Krankheit ist jede, also auch eine geringfügige oder vorübergehende Störung der normalen Beschaffenheit oder der normalen Tätigkeit des Körpers zu verstehen", fasst das OLG zusammen und konkretisiert "auch eine nur unerhebliche oder vorübergehende Störung der normalen Beschaffenheit, die geheilt, dass es beseitigt oder gemindert werden kann und die nicht nur eine normale Schwankung der Leistungsfähigkeit darstellt, rechnet zum Begriff der Krankheit". So seien Kopfschmerzen eine Krankheit, nicht aber natürliche physiologische

Zustände.

Hier werde der Kater mit Symptomen wie Müdigkeit, Übelkeit und Kopfschmerz beschrieben. Derartige Symptome lägen außerhalb der natürlichen Schwankungsbreite des menschlichen Körpers. "Sie treten nicht als Folge des natürlichen "Auf und Ab" des Körpers, sondern infolge des Konsum von Alkohol, einer schädlichen Substanz, ein", begründet das OLG. Nicht maßgeblich sei, dass die Symptome regelmäßig von selbst verschwinden und keiner ärztlichen Behandlung bedürften. Die von der Beklagten vorgelegten Gutachten bestätigten die Einschätzung, dass es sich beim Kater um eine Krankheit handele. Dafür spreche bereits, dass es für den Kater einen medizinischen Fachbegriff, nämlich "Veisalgia", gebe.

Die Beklagte könne sich auch nicht drauf berufen, dass ihre Werbung eine zulässige gesundheitsbezogene Angabe in Form eines nach dem Anhang der Health Claim-VO (HCVO) genehmigten Claims darstelle. Der von ihr in Bezug genommene Claim habe mit der hier geschilderten Katersymptomatik nichts zu tun.

Die Entscheidung ist nicht rechtskräftig. Mit der Nichtzulassungsbeschwerde kann die Zulassung der Revision begehrt werden.

Oberlandesgericht Frankfurt am Main, Urteil vom 12.9.2019, Az. 6 U 114/18
(vorausgehend Landgericht, Urteil vom 8.6.2018, Az. 3/10 O 67/17)

Pressemitteilung: OLG Frankfurt Nr. 55/2019

Veröffentlicht von:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz