

Herausgeber

Prof. Dr. Helmut Köhler

Wissenschaftlicher Beirat

Prof. Dr. Wolfgang Büscher

Prof. Dr. Franz Hacker

Dr. Gangolf Hess

Prof. Dr. Thomas Koch

Prof. Dr. Stefan Leible

Dr. Reiner Münker

In Zusammenarbeit mit der
Zentrale zur Bekämpfung
unlauteren Wettbewerbs
Frankfurt am Main e.V.

dfv' Mediengruppe
Frankfurt am Main

Editorial: Sebastian Louven

Pionierin unter den Kartellbehörden

405 Nachruf: Prof. Dr. Otto Teplitzky zum Gedenken

Dr. Bernhard v. Linstow

406 Prof. Dr. Stefan Leible und Felix Ortgies

Rechtsprechungsreport Lebensmittelrecht 2018

413 Andreas Meisterernst und Dr. Bernd Haber

12 Jahre Lernprozess – Was hat die HCVO gebracht?

422 Prof. Dr. Moritz Hagenmeyer

Elfte Beleuchtung der Rechtsprechung zur VO (EG) Nr. 1924/2006
über Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben

429 Rolf Becker und Dipl.-Wirtschaftsjurist Martin Rätze

Belehrung über das fernabsatzrechtliche Widerrufsrecht:
Probleme und Lösungsmöglichkeiten

438 Prof. Dr. Roger Mann

„Wenn der Postmann zweimal klingelt ...“ – Presserechtliche
Informationsschreiben

440 Oliver Wolf, LL.M.

Social Bots im Wahlkampf – Das UrhG als Handhabe gegen
„Meinungsroboter“?

446 Planta Tabak-Manufaktur Dr. Manfred Obermann/Land Berlin

EuGH, Urteil vom 30.01.2019 – C-220/17

452 S/EA u. a.

EuGH, Urteil vom 19.12.2018 – C-367/17

455 Imran Syed

EuGH, Urteil vom 19.12.2018 – C-572/17

458 Museumsfotos

BGH, Urteil vom 20.12.2018 – I ZR 104/17

464 Meda Gate

BGH, Urteil vom 24.01.2019 – I ZR 164/17

481 Drittunterwerfung im Persönlichkeitsrecht

BGH, Urteil vom 04.12.2018 – VI ZR 128/18

502 Bestellabschlussseite

OLG München, Urteil vom 31.01.2019 – 29 U 1582/18

504 Zur Angabe einer bereits vorhandenen Servicetelefonnummer in Widerrufsbelehrung

OLG Schleswig, Urteil vom 10.01.2019 – 6 U 37/17

gehören auch die in Art. 5 Abs. 2 Buchst. g) LMBZ-VO genannten Eigenschaften und Merkmale, die zu einer zweckdienlichen Verwendung beitragen.

b) Babynahrung

- 59 Für Säulingsanfangs- und Folgenahrung gilt die delegierte VO (EU) Nr. 2016/127. Dort werden in Art. 8 nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Säuglingsanfangsnahrung verboten. Hierzu wird in Erwägungsgrund 18 der VO ausgeführt, dass diese Erzeugnisse angesichts der besonderen Funktion von Säuglingsanfangsnahrung nicht mit derartigen Mitteln der konventionellen Kommunikation beworben werden sollten. Besondere Vorschriften gelten allerdings gemäß Art. 9 dieser Verordnung für Hinweise, dass entweder nur Laktose enthalten ist, oder das Erzeugnis laktosefrei ist sowie hinsichtlich des Hinweises, dass Docosahexaensäure enthalten ist. Dabei gilt diese Vorschrift sowohl für Säuglingsanfangs- als auch für Folgenahrung. Der delegierte Rechtsakt gilt ab dem 22.02.2020. Für Säuglingsanfangs- und Folgenahrung, die aus Proteinhydrolysaten hergestellt wird, gilt gemäß Art. 13 UAbs. 1 S. 2 VO (EU) 2016/127 eine längere Übergangsfrist bis zum 21.02.2021.

3. Kosmetika

- 60 Hinsichtlich der Bewerbung von kosmetischen Mitteln gilt seit Inkrafttreten der VO (EU) Nr. 1223/2009 (im Folgenden „KosmetikVO“) deren Art. 20 Abs. 1, der ebenso wie Art. 7 Abs. 1 Buchst. b) LMIV darauf abstellt, ob kosmetische Mittel so beworben werden, dass damit „Merkmale oder Funktionen“ vorge-täuscht werden, „die die betreffenden Erzeugnisse *nicht besitzen*“. Vergleichbar stellt Art. 7 Abs. 1 Buchst. b) LMIV darauf ab, ob „dem Lebensmittel Wirkungen oder Eigenschaften zugeschrieben werden, die es *nicht besitzt*“ (Hervorhebung durch die Auto-

ren). Der Regelungsgehalt der beiden Vorschriften ist somit nach ihrem Wortlaut identisch. Dabei geht der BGH davon aus, dass die direkt anwendbare Vorschrift des Art. 20 Abs. 1 KosmetikVO etwaigen Regelungen des § 5 UWG vorgeht⁸³.

Auch wurden auf der Grundlage von Art. 20 Abs. 2 KosmetikVO 61 spezielle Werberegulungen für Kosmetika erlassen. Mit der VO (EU) Nr. 655/2013 vom 10.07.2013 zur Festlegung gemeinsamer Kriterien zur Begründung von Werbeaussagen im Zusammenhang mit kosmetischen Mitteln wurde ein vom System der HCVO abweichender Rechtsrahmen festgelegt, der primär nach wie vor auf die Eigenverantwortung des Werbetreibenden abstellt.

V. Fazit

Die HCVO konnte ihre Versprechen nicht einlösen. Das Konzept ist nur teilweise umgesetzt. Die Anwendungsprobleme sind erheblich. Die HCVO bedürfte dringend einer Revision, um ihren Anliegen, zum einen eine sachgerechte Information der Verbraucher zu gewährleisten, zum anderen aber auch die Entwicklung gesunder Lebensmittel und Innovationen der Lebensmittelindustrie zu fördern, zu erfüllen. In der jetzigen Form ist die Verwendung von Angaben nur teilweise sinnvoll reglementiert, eine verständliche Verbraucherinformation wird eher verhindert als ermöglicht. Nur mit einem weiteren Lernprozess wird es nicht getan sein, wenn man für den Bereich der gesundheits- und nährwertbezogenen Bewerbung von Lebensmitteln einen vernünftigen Rechtsrahmen entwickeln will. 62

83) BGH, 28.01.2016 – I ZR 36/14, WRP 2016, 463, Rn. 12 – Feuchtigkeitspendendes Gel-Reservoir,.

RA Prof. Dr. Moritz Hagenmeyer, Hamburg*

Elfte Beleuchtung der Rechtsprechung zur VO (EG) Nr. 1924/2006 über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben **

INHALT

- I. Einleitung: „Makin' whoopee“
- II. Die Rechtsprechung des Jahres 2018
 1. Art. 1 Abs. 3 und Art. 10 Abs. 3 VNGA: sofern/wenn eine Angabe „beigefügt“ ist
 - a) BGH – „B-Vitamine“
 - b) OVG Sachsen-Anhalt – „Gelenk-Tabletten Plus“
 2. Art. 2 Abs. 2 Nr. 5 VNGA: Gesundheitsbezogene Angaben
 - a) BGH – „Bekömmliches Bier“
 - b) KG – „Omni Biotic Stress“
 - c) OLG Celle – „probiotisch“
 - d) OLG Bamberg – „Collagen Formel 28“
 - e) KG – „N. Ingwerol Kapseln“

3. Art. 12 Buchst. b) VNGA: Dauer und Ausmaß der Gewichtsabnahme

OLG Bamberg – „12 Wochen 3,6 Kilo weniger“

4. Art. 8 Abs. 1 VNGA: und den in dieser Verordnung festgelegten Bedingungen entsprechen

KG – „N. Original Spiruletten“

III. Fazit für die Praxis: Die Zeiten ändern sich

I. Einleitung: „Makin' whoopee“

„Another season, another reason – for makin' whoopee“ lautet 1 der Refrain zu einem alten Lied von Gus Kahn¹⁾, das er vor rund 90 Jahren für eine Broadway-Show schrieb. Betrachtet man die jüngste Saison der Rechtsprechung zu nährwert- und gesund-

* Mehr über den Autor erfahren Sie auf S. 536.

** Manuskript eines Vortrags, den der Autor am 19.02.2019 auf den BEHR'S „Health Claims Tagen“ in Köln präsentiert hat; gewidmet Rechtsanwalt *Captain Oelrichs* zur Erinnerung an die Antipoden.

1) Gustav Gerson Kahn wurde 1886 in Koblenz geboren; seine Eltern wanderten in die USA aus, als er drei Jahre alt war. Dort wurde er ein erfolgreicher Textdichter. „Makin' Whoopee“ zählt zu seinen bekanntesten Werken; die Musik stammt von seinem langjährigen Komponisten Walter Donaldson.

heitsbezogenen Angaben etwas näher, dann kann man den Eindruck gewinnen, der eine oder andere Beteiligte habe sich womöglich von dieser Zeile inspirieren lassen. Sowohl in der Lebensmittelwerbung wird immer wieder neu gefeiert, was das Zeug hält, aber auch manche Gerichte haben zuletzt kräftig auf den Putz gehauen. Um die Judikatur für die Praxis ein wenig einzuordnen, sollen die wichtigsten obergerichtlichen Entscheidungen aus dem Jahr 2018 an dieser Stelle kurz beleuchtet werden²⁾. Man wird dabei sehen: Wo viel Licht ist, ist auch viel Schatten.

II. Die Rechtsprechung des Jahres 2018

1. Art. 1 Abs. 3 und Art. 10 Abs. 3 VNGA: sofern/wenn eine Angabe „beigefügt“ ist

- 2 Zwei Gerichte haben sich im letzten Jahr detailliert mit ganz unterschiedlichen Aspekten des Verbs „beifügen“ beschäftigt. Sowohl Art. 1 Abs. 3 VNGA als auch Art. 10 Abs. 3 VNGA privilegieren bestimmte Werbeformen, wenn ihnen eine zugelassene Angabe „beigefügt“ ist. Im einen Fall erlaubt Art. 1 Abs. 3 VNGA die Verwendung von „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 (...) ohne die in dieser Verordnung vorgesehenen Zulassungsverfahren (...), sofern der betreffenden Kennzeichnung, Aufmachung oder Werbung eine Nährwert- oder gesundheitsbezogene Angabe beigefügt ist, die dieser Verordnung entspricht.“ Mit anderen Worten: Eine Nährwert- oder gesundheitsbezogene Marke, wie auch eine Phantasiebezeichnung für ein Lebensmittel, ist zulassungsfrei, sofern ihr eine zugelassene Angabe „beigefügt“ ist³⁾. Im anderen Fall gestattet Art. 10 Abs. 3 VNGA „Verweise auf allgemeine, nicht-spezifische Vorteile des Nährstoffs oder Lebensmittels für die Gesundheit im Allgemeinen oder das gesundheitsbezogene Wohlbefinden (...), wenn ihnen eine in einer der Listen nach Artikel 13 oder 14 enthaltene spezielle gesundheitsbezogene Angabe beigefügt ist.“ Nach der Systematik dieser Norm geht es eigentlich darum, dass die zugelassene spezielle gesundheitsbezogene Angabe mit einem allgemeinen Verweis umschrieben bzw. erläutert werden darf⁴⁾. Umgekehrt betrachtet kann man die Regelung aber auch so verstehen, dass allgemeine Verweise – wie etwa „Äpfel sind gesund“ – nur dann zulässig sind, wenn ihnen eine zugelassene gesundheitsbezogene Angabe „beigefügt“ ist. Zu der Frage, wie „beigefügt“ werden muss, gibt es bereits Rechtsprechung einiger Oberlandesgerichte⁵⁾, zur Frage, was „beigefügt“ werden darf, ist bisher keine aussagekräftige Judikatur bekannt. Der BGH hat sich anlässlich von „B-Vitaminen“ detailliert mit der

ersten Frage auseinandergesetzt⁶⁾, ohne sie jedoch selbst zu beantworten; das OVG Sachsen-Anhalt hat zur zweiten Frage in Sachen „Gelenk-Tabletten Plus“ einige – vorläufige – Antworten gegeben⁷⁾.

a) BGH – „B-Vitamine“

Die Existenz des „B-Vitamine“-Beschlusses kann bei Lichte betrachtet als Tragödie durchgehen. Fragen doch fünf Richter unseres höchsten deutschen Zivilgerichts darin ihre Luxemburger Berufskollegen, ob die Firma Queisser auf der Packungsvorderseite des hier ausschnittsweise abgebildeten Produkts noch ein Sternchen hätte anbringen müssen.



Dass überhaupt wegen einer solchen Frage über drei Instanzen gestritten werden musste, ist an und für sich schon bedrückend. Dass aber der BGH nicht den Mut aufgebracht hat, sich die Frage selbst zu beantworten, wirft kein gutes Licht auf das Gericht. Denn das entscheidende Problem war angesichts des Sachverhaltes doch völlig klar. Auf der Packungsvorderseite des Nahrungsergänzungsmittels der Beklagten befand sich die Auslobung „B-Vitamine und Zink für Gehirn, Nerven, Konzentration und Gedächtnis“. Das OLG Düsseldorf hatte diese Worte als zulässigen Verweis auf allgemeine, nichtspezifische Vorteile i. S. v. Art. 10 Abs. 3 VNGA eingestuft⁸⁾ (was man mit guten Gründen anzweifeln kann⁹⁾, der BGH aber für rechtsfehlerfrei hielt¹⁰⁾ und seinem Beschluss deshalb zugrunde legen konnte). Auf der Packungsrückseite befand sich eine Reihe von zugelassenen, speziellen gesundheitsbezogenen Angaben für verschiedene B-Vitamine und für Zink. Nun ging es im Wesentlichen nur noch um die Rechtsfrage, ob diese Angaben „beigefügt“ i. S. v. Art. 10 Abs. 3 VNGA waren. Denn nach dieser Norm sind bekanntlich allgemeine Verweise nur zulässig, wenn ihnen eine spezielle gesundheitsbezogene Angabe beigefügt ist. Nur findet sich im Gesetz keinerlei Präzisierung zum Begriff des Beifügens – er ist folglich auslegungsbedürftig¹¹⁾.

Die unterschiedlichen Rechtsauffassungen, die zur Interpretation von „beifügen“ existieren, kannte der BGH genau. Bei Lichte betrachtet gibt es zwei unterschiedliche Auslegungen. Der BGH differenziert allerdings zwischen drei Varianten¹²⁾. Die erste Variante verlangt eine räumliche Verbindung beider Elemente, für die aber ein Sternchenhinweis ausreichen kann: „Nach einer Ansicht (Rathke/Hahn in Zipfel/Rathke, Lebensmittelrecht,

2) Aus verschiedenen Gründen weniger geeignet zur Beleuchtung sind folgende obergerichtliche Entscheidungen aus dem bzw. veröffentlicht oder bekannt geworden im Jahr 2018: KG, 30.10.2018 - 5 U 183/17, MD 2019, 40 - Mariendistel-Kapseln; OLG Koblenz, 26.09.2018 - 9 U 521/18, MD 2018, 959 - Sporternährungsprodukte; VGH München, 31.05.2017 - M 18 K 16.183, <http://www.gesetze-bayern.de/Content/Document/Y-300-Z-BECKRS-B-2018-N-23726?hl=true&AspxAutoDetectCookieSupport=1> - Arthro Aktiv Kapseln; OLG Celle, 18.06.2018 - 13 U 35/18, <http://www.recht.sprechung.niedersachsen.de/jportal/portal/page/bsndprod.psm1?docid=KORE218232018&st=null&showdoccase=1> - Botanicals; OLG Karlsruhe, 11.10.2017 - 6 U 59/16, MD 2018, 133 - MemoQuick Pro; OVG Münster, 11.05.2018 - 13 B 140/18, http://www.justiz.nrw.de/nrwe/ovgs/ovg_nrw/j2018/13_B_410_18_Beschluss_20180511.html - Onlinewerbung; KG, 18.07.2017 - 5 U 132/15, http://www.gerichtsentscheidungen.berlin-brandenburg.de/jportal/portal/t/279b/bs/10/page/sammlung.psm1?pid=Dokumentanzeige&showdoccase=1&js_peid=Trefferliste&documentnumber=1&numberofresults=1&fromdoctodoc=yes&docid=KORE57752017&doc.part=L&doc.price=0.0#focuspoint - gesundheitsbezogene Angaben.

3) Vgl. Zipfel/Rathke, Lebensmittelrecht, 171. Lfg., Juli 2018, C 111, Art. 1 VNGA Rn. 32.

4) Vgl. Zipfel/Rathke (Fn. 3), C 111, Art. 10 VNGA Rn. 2.

5) Z. B.: OLG Hamburg, 24.04.2014 - 3 W 27/14, WRP 2014, 1081 = LRE 68, 226 = ZLR 2014, 559, 562 - Low Carb; OLG Hamm, 20.05.2014 - 4 U 19/14, WRP 2014, 961 = LRE, 68, 81 = ZLR 2014, 568, 575 - vitalisierend; OLG Celle, 04.10.2017 - 13 U 78/17, MD 2017, 1189, 1191 - Regeneration; OLG Düsseldorf, 30.06.2016 - I-15 U 8/15, LRE 73, 148.

6) BGH, 12.07.2018 - I ZR 162/16, WRP 2018, 1062 = ZLR 2018, 811 - B-Vitamine.

7) BGH, 17.05.2018 - I ZR 252/16, WRP 2018, 1461 - Bekömmliches Bier.

8) OLG Düsseldorf, 30.06.2016 - I-5 U 8/15, LRE 73, 148 - Ginkgo + B-Vitamine + Cholin.

9) Vgl. Meier, ZLR 2018, 821, 823 sowie Meyer, WRP 2019, 33-34.

10) BGH, 12.07.2018 - I ZR 162/16, Rn. 17, WRP 2018, 1062, 1064 = ZLR 2018, 811, 815 - B-Vitamine.

11) Vgl. dazu Zipfel/Rathke (Fn. 3), C 111, Art. 10 VNGA Rn. 38-41a; Meisterernst/Haber, Health & Nutrition Claims, 32. Lfg., April 2018, Art. 10 VNGA Rn. 24-30a; Holle/Hüttebräuker, HCVO, 2018, Art. 10 VNGA Rn. 61-68.

12) Kritisch dazu Meyer, WRP 2019, 33, 35.

168. Lief. August 2017, Art. 10 VO (EG) Nr. 1924/2006 Rn. 41/41a) besagt das Wort ‚beifügen‘ nach seiner sprachlichen Bedeutung, dass die spezielle gesundheitsbezogene Angabe mit dem Verweis auf allgemeine, nichtspezifische Vorteile **räumlich zu verbinden** ist, also unmittelbar bei dem Verweis oder zumindest **in dessen Nähe** erscheinen müsse. Dabei könne nach dem Schutzzweck allerdings auch ein **Sternchenverweis ausreichend** sein. Dies entspricht der vom Bundesgerichtshof vorgenommenen Auslegung des Art. 9 Abs. 1 S. 2 der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006, nach der eine Angabe im Sinne dieser Bestimmung mindestens erfordert, dass – sofern die Information nicht in unmittelbarem räumlichen Zusammenhang mit der nährstoffbezogenen [sic!] Angabe erfolgt – ein im räumlichen Zusammenhang mit der Angabe angebrachter Hinweis gegeben wird, wo die gemäß Art. 9 Abs. 1 S. 2 der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 erforderliche Zusatzinformation zu finden ist (BGH, Urteil vom 18. Mai 2017 – I ZR 100/16, GRUR 2017, 1278 Rn. 34 = WRP 2017, 1471 – Märchensuppe)¹³). Auch die zweite Variante wünscht eine unmittelbare räumliche Nähe von Verweis und Angabe: „Nach einer anderen Ansicht (Meisterernst in Meisterernst/Haber, Praxiskommentar Health & Nutrition Claims, 26. Lfg. 12/15, Art. 10 Rn. 23) ist zu verlangen, dass die Verbraucher die zugelassene spezifische Angabe „ohne Weiteres“ wahrnehmen können, beispielsweise durch Beifügen der spezifischen Angabe **in unmittelbarer räumlicher Nähe** zur unspezifischen Angabe“¹⁴). Beide Varianten lassen sich auch auf die Leitlinien der Kommission stützen, die mit dem Anhang zum Durchführungsbeschluss 2013/63/EG zur Durchführung von Art. 10 Abs. 4 VNGA erlassen wurden; dort heißt es unter Nr. 3. u. a. „Für die Zwecke der Verordnung sollte die dem Verweis auf allgemeine, nichtspezifische Vorteile für die Gesundheit beigefügte zugelassene spezielle gesundheitsbezogene Angabe **neben oder unter diesem Verweis angebracht werden**“¹⁵). Nach diesen beiden Varianten würde die streitige Verpackungsgestaltung den gesetzlichen Anforderungen mangels räumlich unmittelbarer Verbindung von Verweis und Angaben nicht genügen.

6 Die dritte Variante dagegen ist deutlich weniger streng und lässt ein Beifügen auf der Packungsrückseite ausreichen: „Nach der vom Berufungsgericht und anderen (Hagenmeyer/Hahn, StoffR 2013, 1, 6) vertretenen Ansicht ist dagegen eine **räumlich unmittelbare oder nahe Zuordnung nicht erforderlich**, so dass auch auf der Rückseite angebrachte spezielle Angaben einem auf der Vorderseite der Packung befindlichen allgemeinen Verweis im Sinne von Art. 10 Abs. 3 der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 beigefügt sein können“¹⁶). Für diese Auffassung spricht nicht nur die vom BGH in diesem Zusammenhang ausdrücklich erwähnte Rechtsprechung des EuGH¹⁷), derzufolge „Durchschnittsverbraucher (...) die Rückseite von Verpackungen (...) zur Kenntnis nehmen“¹⁸). Für sie spricht vor allem schon der Wortlaut des Art. 10 Abs. 3 VNGA, der – anders als zahllose Vorschriften beispiels-

weise der LMIV¹⁹) – gerade keine unmittelbare Verbindung von Verweis und Angabe vorschreibt. Und dann gibt es natürlich noch das Argument, dass Werbeverbote aus verfassungsrechtlichen Gründen eng ausgelegt werden müssen²⁰). Jedenfalls würde die Verpackung der Firma Queisser nach dieser Variante den gesetzlichen Vorgaben entsprechen.

7 Was hätte angesichts dieser Sach- und Rechtslage näher gelegen, als sich festzulegen und die streitentscheidende Frage – Sternchenhinweis oder kein Sternchenhinweis – zu beantworten? Das gilt umso mehr, als der BGH sich in seinem Märchensuppe-Urteil eigentlich schon, wenn auch ohne überzeugende Begründung, für das Sternchen ausgesprochen hatte: „Dies erfordert, wenn die Information nicht in unmittelbarem räumlichen Zusammenhang mit der nährstoffbezogenen [sic!] Angabe erfolgt, mindestens einen im räumlichen Zusammenhang mit der Angabe angebrachten Hinweis darauf, wo die Zusatzinformation aufgefunden werden kann“²¹). Es ist für die Praxis letztlich egal, welcher Ansicht man sich anschließt; kennzeichnungspflichtige Lebensmittelunternehmer können wohl mit beiden Alternativen leben. So aber müssen alle Betroffenen weiter auf eine verbindliche Antwort warten. Schlimmstenfalls wird es gar keine klare Auskunft vom EuGH geben; und es besteht natürlich auch noch die Möglichkeit, dass die Parteien sich in Karlsruhe vergleichen. Unterdessen bleibt es riskant, aber eben auch nicht unbedingt illegal, Lebensmittel mit allgemeinen gesundheitsbezogenen Verweisen ohne Sternchen auf der Packungsvorderseite zu vermarkten, wenn die „beigefügten“ speziellen gesundheitsbezogenen Angaben (nur) auf der Packungsrückseite angebracht sind.

8 Dass der BGH den EuGH zudem noch fragt, ob auch für Verweise auf allgemeine, nichtspezifische Vorteile i. S. v. Art. 10 Abs. 3 VNGA wissenschaftlichen Nachweise i. S. v. Art. 5 Abs. 1 Buchst. a) und Art. 6 Abs. 1 VNGA vorliegen müssen²²), sei hier nur am Rande erwähnt. Aus gesetzessystematischen Gründen ergibt die Frage keinen Sinn. Art. 10 Abs. 1 VNGA verbietet generell alle gesundheitsbezogenen Angaben, sofern sie nicht zugelassen sind und „den speziellen Anforderungen im vorliegenden Kapitel entsprechen“, wozu insbesondere „allgemein anerkannte wissenschaftliche Nachweise“ nach Art. 5 Abs. 1 Buchst. a) u. Art. 6 Abs. 1 VNGA gehören. Nur derart wissenschaftlich abgesicherte spezielle gesundheitsbezogene Angaben dürfen aufgrund von Art. 10 Abs. 3 VNGA allgemeinen gesundheitsbezogenen Verweisen beigefügt werden. Ein Verweis ohne wissenschaftlich abgesicherte Angabe ist folglich unzulässig. Umgekehrt bedeutet das aber auch, dass in jedem Fall einer zulässigen Verwendung eines nichtspezifischen Verweises allgemein anerkannte wissenschaftliche Nachweise für die beigefügte spezielle gesundheitsbezogene Angabe vorliegen müssen²³). Mit anderen Worten: Die Frage, ob solche Nachweise vorliegen müssen, erübrigt sich für alle zulässigen Kopplungen von Verweisen und Angaben²⁴). Zusätzliche Nachweise für allgemeine Verweise zu verlangen, ginge folglich über die Systematik der Norm hinaus²⁵). Jede andere Antwort des EuGH wäre eine echte Überraschung.

13) BGH, 12.07.2018 – I ZR 162/16, Rn. 28, WRP 2018, 1062, 1065 = ZLR 2018, 811, 818 – B-Vitamine.

14) BGH, 12.07.2018 – I ZR 162/16, Rn. 30, WRP 2018, 1062, 1065 = ZLR 2018, 811, 819 – B-Vitamine.

15) Kritisch dazu Seehäfer, VNGA Kommentar, 1. Aufl. 2015, Art. 10 VNGA Rn. 10 sowie Meyer, WRP 2019, 33, 35, der das für „Kaffeesatzleserei“ hält.

16) BGH, 12.07.2018 – I ZR 162/16, Rn. 32, WRP 2018, 1062, 1066 = ZLR 2018, 811, 819 – B-Vitamine.

17) Vgl. insbesondere auch EuGH, 04.04.2000 – C-456/98, LRE 38 Nr. 22, 130, 135 = ZLR 2000, 317, 322 = WRP 2000, 489 – d'arbo naturrein sowie LRE 35 Nr. 48, 257, 259 = ZLR 1999, 39, 42 – Stopfleberzubereitung.

18) BGH, 12.07.2018 – I ZR 162/16, Rn. 33, WRP 2018, 1062, 1066 = ZLR 2018, 811, 819–820 – B-Vitamine.

19) Z. B. Art. 10 Abs. 1 i. V. m. Anhang III Nr. 2.1 („mit Süßungsmittel(n)“), 3.1 („enthält Süßholz“), 3.2 („enthält Süßholz – (...)“), Art. 17 Abs. 2 (beschreibende Informationen zur Bezeichnung), Art. 17 Abs. 5 i. V. m. Anhang VI Nr. 4 lit. a) (sog. „Imitate“), Art. 22 Abs. 2 i. V. m. Anhang VIII Nr. 3 lit. b) (quantitative Angabe von Zutaten), Art. 24 Abs. 2 i. V. m. Anhang X Nr. 1 lit. b) (Mindesthaltbarkeitsdatum), Art. 30 Abs. 1 S. 2 (Angabe zum Salzgehalt), Art. 32 Abs. 5 (Erklärung zur Referenzmenge), Art. 33 Abs. 4 (Portion/Verzehreinheit), Art. 34 Abs. 5 (vernachlässigbare Nährwerte).

20) Darauf weist Meyer, WRP 2019, 33, 35 hin; a. A. jedoch Zipfel/Rathke (Fn. 3), C 111, Art. 10 VNGA Rn. 1a.

21) BGH, 18.05.2017 – I ZR 100/16, Rn. 34, WRP 2017, 1471, 1475 = ZLR 2018, 62, 70 = MD 2017, 1151, 1156–1157 – Märchensuppe; mit Recht kritisch dazu Liebmann, ZLR 2018, 71, 74 m. N.

22) BGH, 12.07.2018 – I ZR 162/16, Rn. 37–38, WRP 2018, 1062, 1066 = ZLR 2018, 811, 820–821 – B-Vitamine.

23) Vgl. auch Meier, ZLR 2018, 821, 824.

24) Ähnlich im Ergebnis wohl auch Meyer, WRP 2019, 33, 34.

25) A. A. offenbar Holle/Hüttebräuker (Fn. 11), Art. 5 VNGA Rn. 5.

b) OVG Sachsen-Anhalt – „Gelenk-Tabletten Plus“

- 9 Vor dem OVG Sachsen-Anhalt wurde um die Zulässigkeit der Bezeichnung „Gelenk-Tabletten Plus“ für eine Nahrungsergänzungsmittel gestritten²⁶⁾. Auf dem Etikett waren unmittelbar unter dieser Bezeichnung u. a. die nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben „Mit Zink & Mangan zum Erhalt normaler Knochen“ und „+ Kupfer für das Bindegewebe“ angebracht. Die zuständige Lebensmittelüberwachungsbehörde sah in dem Produktnamen eine nicht zugelassene gesundheitsbezogene Angabe i. S. v. Art. 2 Abs. 2 Nr. 5 VNGA. Vor allem seien die für Zink, Kupfer und Mangan zugelassenen Angaben „zur *Unterstützung* der unspezifischen Angabe ‚Gelenk‘ nicht geeignet. Es müsse zwischen der Wirkung eines Nährstoffes auf Knochen und der auf Gelenke deutlich unterschieden werden. Dies ergebe sich bereits aus den verschiedenartigen Funktionen beider Körperbaubestandteile“²⁷⁾. Die Klägerin argumentierte dagegen mit dem Markenprivileg des Art. 1 Abs. 3 VNGA, das den Produktnamen gestatte, weil ihm zugelassene Angaben beigelegt waren. Alternativ sei der Name ein unspezifischer Verweis i. S. v. Art. 10 Abs. 3 VNGA, für den dieselbe Rechtfertigung gelte. Ein inhaltlicher Bezug zwischen Produktname bzw. Verweis auf der einen und gesundheitsbezogener Angabe auf der anderen Seite sei gesetzlich nicht vorgeschrieben; gleichwohl sei er im konkreten Fall vorhanden, weil Gelenke auch aus Bindegewebe bestünden und ohne Knochen nicht funktionierten.
- 10 Beim VG Magdeburg fand die Klägerin ebenso wenig Gehör wie beim OVG Sachsen-Anhalt. Im Gegenteil: Ihre Berufung gegen das erstinstanzliche Urteil wurde sogar durch Beschluss ohne mündliche Verhandlung zurückgewiesen. Die zweite Instanz meint zunächst, bei dem Produktnamen „Gelenk-Tabletten Plus“ handele es sich um einen allgemeinen gesundheitsbezogenen Verweis i. S. v. Art. 10 Abs. 3 VNGA. Dass der Namensbestandteil „Gelenk“ eine positive Wirkung auf die Gelenkgesundheit zum Ausdruck bringt, wird man in der Tat nicht von der Hand weisen können. Doch lässt das Gericht die Klage daran scheitern, dass der Verweis „nicht mit einer zugelassenen Angabe einhergeht“²⁸⁾. Bei der Begründung dieser Entscheidung können sich Organen der Rechtspflege die Nackenhaare sträuben. Zur Pflicht, einem allgemeinen Verweis eine spezielle gesundheitsbezogene Angabe beizufügen, argumentiert der Magdeburger Senat nämlich: „Dies ist vorliegend zwar grundsätzlich der Fall. Allerdings lassen die beigelegten gesundheitsbezogenen Angaben einen inhaltlichen Bezug zu den behaupteten Vorteilen gerade für die (beworbene) Gelenkgesundheit vermissen“²⁹⁾. Schaut man in Art. 10 Abs. 3 VNGA, dann kann man das Erfordernis eines solchen inhaltlichen Bezugs im Wortlaut der Norm gar nicht finden. Deshalb muss das Gericht dieses Kriterium von außerhalb der gesetzlichen Regelung herleiten: „Diese Bestimmung ist nach Sinn und Zweck der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 und mit Blick auf das generelle Irreführungsverbot dahingehend auszulegen, dass sich die speziellen gesundheitsbezogenen Angaben, die dem Verweis im Sinne des Art. 10 Abs. 3 beizufügen sind, nicht beliebig oder gar willkürlich sein dürfen, sondern sich inhaltlich auf diesen Verweis beziehen müssen. Dies gilt jedenfalls dann, wenn sich die (wenn auch unspezifische) Gesundheitsaussage auf einen bestimmten Teil

der Gesundheit (hier: die Gelenke) bezieht und eine inhaltliche korrespondierende Bezugnahme daher grundsätzlich möglich ist“³⁰⁾.

Schaut man näher auf die Kopplung von Verweis und Angaben im konkreten Fall, dann lässt sich Beliebigkeit und Willkür gewiss nicht erkennen. Auch eine Irreführung scheint ausgeschlossen, sagen doch die zugelassenen gesundheitsbezogenen Angaben unmissverständlich, auf welche Gelenkbestandteile die betreffenden Nährstoffe wirken, nämlich auf Knochen und Bindegewebe. Doch auch das reicht dem OVG Sachsen-Anhalt nicht: „Dass es sich bei den Gelenkfunktionen um selbständige und von anderen Körperfunktionen abgrenzbare Funktionen handelt, wurde bereits dargelegt. Die inhaltliche ‚Reichweite‘ der vorliegend in Rede stehenden Health Claims erstreckt sich folglich nicht auf Körperfunktionen, die die Gelenke betreffen. Sie erstreckt sich allenfalls – wie die Klägerin letztlich selbst einräumt – auf Gelenk-(Bestand-)Teile. Aus diesem Grunde scheidet die Heranziehung der Liste als Beleg für die mit der streitgegenständlichen Angabe verbundenen Aussage (‚Unterstützung der Gelenkgesundheit‘) aus. Es fehlt vorliegend mithin der erforderliche inhaltlich korrespondierende Bezug zwischen den beigelegten speziellen gesundheitsbezogenen Angaben und den in Rede stehenden unspezifischen Angaben“³¹⁾. Wenn aber das Gericht selbst einräumt, dass Knochen und Bindegewebe zu den Bestandteilen von Gelenken gehören, weshalb verneint es dann den erwünschten inhaltlichen Bezug zwischen Produktnamen und gesundheitsbezogenen Angaben? Das gilt insbesondere vor dem Hintergrund des konkreten werblichen Kontextes³²⁾: Die streitige Bezeichnung ist an und für sich unspezifisch und erhält erst durch die spezifischen und präzisen gesundheitsbezogenen Angaben zu den enthaltenen Nährstoffen eine besondere Bedeutung, die sich jedoch – insoweit unmissverständlich – auf spezielle Beiträge dieser Stoffe zu bestimmten Aspekten der Gelenkgesundheit beschränkt.

Dieses Rätsel muss jetzt das BVerwG lösen. Es wird sich dabei womöglich auch mit dem Verhältnis zwischen Art. 1 Abs. 3 und Art. 10 Abs. 3 VNGA befassen; das OVG Sachsen-Anhalt hat der zuletzt genannten Norm ohne stichhaltige Begründung Vorrang eingeräumt³³⁾. Das ist aber schon aus gesetzessystematischen Gründen zweifelhaft. Denn Art. 1 Abs. 3 VNGA nimmt alle möglicherweise gesundheitsbezogenen Marken mit beigelegter gesundheitsbezogener Angabe im Ergebnis aus dem Zulassungsregime der Verordnung insgesamt aus, während Art. 10 Abs. 3 VNGA lediglich eine Sonderregel zur Erweiterung bzw. Ergänzung zugelassener gesundheitsbezogener Angaben trifft³⁴⁾. Wie dem auch sei; solange das BVerwG den Magdeburger Spruch nicht aufgehoben hat³⁵⁾, folgt daraus das Gebot der Vorsicht. Einstweilen sollten allgemeine gesundheitsbezogene Verweise ebenso wie gesundheitsbezogene Marken sicherheitshalber nur im Verbund mit solchen speziellen gesundheitsbezogenen Angaben verwendet werden, die einen klaren inhaltlichen Bezug zu den Verweisen haben. Anderenfalls drohen Beanstandungen und gerichtliche Verbote.

2. Art. 2 Abs. 2 Nr. 5 VNGA: Gesundheitsbezogene Angaben

Immer wieder wird auch darum gestritten, ob ein bestimmter Begriff oder eine Werbeaussage eine gesundheitsbezogene Angabe ist oder nicht. Im Zweifel entscheiden die Gerichte in sol-

26) OVG Sachsen-Anhalt, 08.10.2018 – 3 L 358/17, ZLR 2018, 856 – Gelenk-Tabletten Plus.

27) OVG Sachsen-Anhalt, 08.10.2018 – 3 L 358/17, Rn. 5, ZLR 2018, 856, 857 – Gelenk-Tabletten Plus.

28) OVG Sachsen-Anhalt, 08.10.2018 – 3 L 358/17, Rn. 48, ZLR 2018, 856, 864 – Gelenk-Tabletten Plus.

29) OVG Sachsen-Anhalt, 08.10.2018 – 3 L 358/17, Rn. 68, ZLR 2018, 856, 869 – Gelenk-Tabletten Plus.

30) OVG Sachsen-Anhalt, 08.10.2018 – 3 L 358/17, Rn. 72, ZLR 2018, 856, 870 – Gelenk-Tabletten Plus.

31) OVG Sachsen-Anhalt, 08.10.2018 – 3 L 358/17, Rn. 80, ZLR 2018, 856, 872 – Gelenk-Tabletten Plus.

32) Vgl. auch *Oelrichs*, ZLR 2018, 874, 878–880.

33) OVG Sachsen-Anhalt, 08.10.2018 – 3 L 358/17, Rn. 89, ZLR 2018, 856, 873 – Gelenk-Tabletten Plus; kritisch dazu *Oelrichs*, ZLR 2018, 874, 878.

34) *Oelrichs*, ZLR 2018, 874, 878 hält Art. 1 Abs. 3 VNGA gegenüber Art. 10 Abs. 3 VNGA für vorrangig als die „speziellere Regelung“.

35) Für eine Korrektur plädiert auch *Oelrichs*, ZLR 2018, 874, 880.

chen Fällen angesichts der überaus weiten Begriffsbestimmung in Art. 2 Abs. 2 Nr. 1 und 5 VNGA, dass eine gesundheitsbezogene Angabe vorliegt, obwohl doch Werbeverbote an und für sich eng ausgelegt werden sollten. Die folgenden Angaben wurden im vergangenen Jahr trotzdem gerichtlich untersagt.

a) BGH – „Bekömmliches Bier“

- 14 Dass Bier „bekömmlich“ sein kann, wissen nicht nur eingefleischte Biertrinker, sondern auch Brauer, die dieses köstliche Lebensmittel herstellen und vermarkten. Nur dürfen Lebensmittelunternehmer das aufgrund von Art. 4 Abs. 3 VNGA nicht behaupten, solange ihre Erzeugnisse mehr als 1,2% Alkohol enthalten – unabhängig davon, ob eine solche Werbeaussage sachlich zutreffend sein mag oder nicht. Das hat der BGH in seinem „Bekömmliches Bier“-Urteil noch einmal unmissverständlich klargestellt³⁶⁾. Nach der Entscheidung, die inhaltlich nicht zu kritisieren, wenn auch unter sozio-kulturellen Aspekten zu bedauern ist, gilt das gesetzliche Verbot nicht nur für die Etikettierung alkoholischer Getränke, sondern auch für ihre Bewerbung³⁷⁾. Bei der Einstufung des Begriffs „bekömmlich“ als gesundheitsbezogene Angabe beruft sich der BGH auf die Rechtsprechung des EuGH, der die Bezeichnung „bekömmlich“ in Verbindung mit dem Hinweis auf eine „sanfte Säure“ für eine gesundheitsbezogene Angabe hält, weil damit „zum Ausdruck gebracht wird, der dauerhafte Verzehr eines Lebensmittels sei der Gesundheit nicht abträglich, obwohl der Verzehr eines solchen Produkts in anderen Fällen der Gesundheit schaden kann“³⁸⁾. Seine anderslautende Auffassung aus der Vergangenheit, derzufolge „bekömmlich“ an und für sich neutral, damit nicht gesundheitsbezogen und deswegen zulässig sei, gibt der BGH dabei ausdrücklich auf³⁹⁾.

- 15 Das Gericht versteht die Angabe jetzt wie das vorinstanzliche OLG Stuttgart⁴⁰⁾ im Sinne von „gut und leicht verdaulich“: „Sie weist damit einen Bezug zu einer Körperfunktion auf, ist deshalb gesundheitsbezogen und beschreibt gerade nicht den Geschmack oder das allgemeine Wohlbefinden“⁴¹⁾. Nach etlichen Rechtsstreitigkeiten zur gesundheitsbezogenen Werbung für alkoholische Getränke⁴²⁾ dürfte der BGH der Bekömmlichkeitswerbung für Bier damit ein für alle Mal den Garaus gemacht haben⁴³⁾. Das muss man nicht gut finden⁴⁴⁾; doch lässt sich Bier erfahrungsgemäß auch ohne eine Anpreisung als „bekömmlich“ verkaufen. Und das OLG Stuttgart hatte ja, worauf der BGH in seinem Urteil

36) BGH, 17.05.2018 – I ZR 252/16, WRP 2018, 1461 = ZLR 2019, 109, m. Anm. Voß – Bekömmliches Bier.

37) BGH, 17.05.2018 – I ZR 252/16, Rn. 23–28, WRP 2018, 1461, 1463–1464 = ZLR 2019, 109, 113–114 Bekömmliches Bier.

38) BGH, 17.05.2018 – I ZR 252/16, Rn. 32–35, WRP 2018, 1461, 1464 = ZLR 2019, 109, 115–116 – Bekömmliches Bier.

39) BGH, 17.05.2018 – I ZR 252/16, Rn. 36, WRP 2018, 1461, 1464 = ZLR 2019, 109, 116 – Bekömmliches Bier zur Abkehr von BGH, 13.01.2011 – I ZR 22/09, WRP 2011, 344 – Gurktaler Kräuterlikör.

40) OLG Stuttgart, 03.11.2016 – 2 U 37/16, ZLR 2017, 107 = MD 2017, 76 = WRP 2017, 107 – bekömmlich.

41) BGH, 17.05.2018 – I ZR 252/16, Rn. 53, WRP 2018, 1461, 1466 = ZLR 2019, 109, 120 – Bekömmliches Bier; kritisch dazu Dück, WRP 2018, 1466, 1467.

42) Vgl. außer dem hier beleuchteten Verfahren u.a.: OLG Nürnberg, 17.9.2008 – 3 U 1611/08; OVG Rheinland-Pfalz, 19.08.2009 – 8 A 10579/08, ZLR 2009, 752 – bekömmlich m. Anm. Koch; OLG Düsseldorf, 23.03.2010 – I-20 U 183/09, WRP 2010, 1062 = ZLR 2010, 366 – Wohlbefinden für den Magen m. Anm. Schwinge; BVerwG, 23.09.2010 – 3 C 36.09, ZLR 2011, 103 – bekömmlich II m. Anm. Koch; BGH, 13.01.2011 – I ZR 22/09, ZLR 2011, 226 – Gurktaler Kräuterlikör m. Anm. Sosnitz; LG Berlin, 10.05.2011 – 16 O 259/10, LMuR 2011, 140 – Bier ist gut für die Gesundheit; EuGH, 06.09.2012 – C-544/10, WRP 2012, 1368 = ZLR 2012, 602 – Deutsches Weintor m. Anm. Gorny/Meier; BVerwG, 14.02.2013 – 3 C 23.12, ZLR 2013, 608 – „Deutsches Weintor II“ m. Anm. Gerhard/Bundschuh, LG Frankfurt a. d. Oder, 27.08.2015 – 31 O 35/15, MD 2015, 1147 – bekömmlicher Sekt.

43) Ebenso Voß, ZLR 2019, 121, 124.

44) Dück, WRP 2018, 1466, 1467 meint, der BGH hätte die Sache dem EuGH vorlegen müssen.

45) OLG Stuttgart, 03.11.2016 – 2 U 37/16, Rn. 55, ZLR 2017, 107, 123 = MD 2017, 76, 84 = WRP 2017, 107 – bekömmlich.

nicht mehr eingehen musste, ausdrücklich differenziert hinsichtlich der Aussage „Wohl bekomm’s“⁴⁵⁾, die damit einstweilen als zulässige Alternative in Betracht käme⁴⁶⁾. Außerdem lässt sich natürlich alkoholfreies Bier weiterhin als „bekömmlich“ bewerben, sofern der Begriff als allgemeiner gesundheitsbezogener Verweis präsentiert und ihm eine – inhaltlich passende – zugelassene spezielle gesundheitsbezogene Angabe beifügt wird, etwa für eines der im Bier in signifikanten Mengen enthaltenen Vitamine.

b) KG – „Omni Biotic Stress“

- 16 In Berlin stand ein Nahrungsergänzungsmittel vor Gericht, das auf den eingängigen Namen „Omni Biotic®Stress“ getauft worden war⁴⁷⁾. Angesichts der Tatsache, dass „Omni Biotic®“ erkennbar als Marke Schutz genoss, entschied das KG, der Zusatz „Stress“ diene „aus Sicht des Verkehrs dazu, dieses Produkt des Markenherstellers von anderen Produkten aus diesem Sortiment zu unterscheiden, und zwar im vorliegenden Fall durch die Angabe der Zweckbestimmung des Produkts. Auch ohne die vom Landgericht vermissen Zusätze, die wie etwa ‚anti‘ unmissverständlich deutlich machen, dass das Produkt Stress verhindern oder vermindern soll, ist dem Verbraucher bei der Betrachtung der Umverpackung diese Zweckbestimmung des Produkts klar. (...) Im Übrigen ist es sowohl im allgemeinen Sprachgebrauch wie auch in der Praxis der Produktbezeichnungen [hier fehlt vermutlich das Wort ‚üblich‘ und ein Komma] die Zweckbestimmungen des Mittels allein durch die zu bekämpfenden Symptome oder Krankheiten anzugeben. Hustensaft oder Schmerzmittel sollen von Husten oder Schmerzen befreien, ebenso wie z. B. ‚Aspirin® Migräne‘ bei Migräne helfen soll“⁴⁸⁾. Zu dieser Argumentation kann man eigentlich nur sagen: Ja, aber! Aber sind die Vergleichsprodukte nicht allesamt Arzneimittel? Bei Lebensmitteln heißt es beispielsweise Erfrischungsgetränk oder Frühlingssorte nicht etwa deshalb, weil damit Erfrischungen oder der Frühling bekämpft werden sollen! Trotzdem lässt sich die entscheidende Frage, warum der Hersteller sein Nahrungsergänzungsmittel wohl unter der Bezeichnung „Stress“ in den Verkehr brachte, im Ergebnis kaum anders beantworten, als es das KG getan hat. Denn letztlich suggeriert der Produktname auch ohne eine genauere Präzisierung einen Zusammenhang zwischen dem so bezeichneten Lebensmittel und Stress, einer psychosomatischen Belastungsreaktion des Körpers und damit eben auch einer Körperfunktion, so dass sich die Annahme einer gesundheitsbezogenen Angabe durchaus rechtfertigen lässt⁴⁹⁾. Da weder für das Produkt selbst noch für die darin enthaltenen Nährstoffe passende gesundheitsbezogene Angaben zugelassen waren – auch Angaben zum „Schutz der Zellen vor oxidativen Stress“ konnten das Gericht mangels Produktbezug nicht überzeugen⁵⁰⁾ – ließ sich die Bezeichnung „Omni Biotic®Stress“ nicht erfolgreich verteidigen. Auf implizite Gesundheitsbezüge ist deshalb bei der Namensgebung von Lebensmitteln sorgfältig zu achten, vor allem wenn man Stress vor Gericht vermeiden will.

c) OLG Celle – „probiotisch“

- 18 Eine Entscheidung von erheblicher Tragweite hat das OLG Celle in Sachen „probiotisch“ getroffen⁵¹⁾. Die Beklagte hatte ihr Lebensmittel beworben mit der Aussage „hochwertiges Soja und

46) A. A., wenngleich ohne stichhaltige Begründung, Voß, ZLR 2019, 121, 124.

47) KG, 08.05.2018 – 5 W 48/18, MD 2018, 639 – Omni Biotic Stress.

48) KG, 08.05.2018 – 5 W 48/18, MD 2018, 639, 640–641 – Omni Biotic Stress.

49) Eine vergleichbare Argumentation findet sich bezüglich der Produktbezeichnung „Arthro Aktiv Kapseln“ und dem „Krankheitsbild der Arthrose“ bei VGH München, 31.05.2017 – M 18 K 16.183, <http://www.gesetze-bayern.de/Content/Document/Y-300-Z-BECKRS-B-2018-N-23726?hl=true&AspxAutoDetectCookieSupport=1>, Rn. 11 – Arthro Aktiv Kapseln.

50) KG, 08.05.2018 – 5 W 48/18, MD 2018, 639, 642–643 – Omni Biotic Stress.

51) OLG Celle, 04.09.2018 – 13 U 37/18, MD 2018, 835 – probiotisch.

probiotischer Magermilchjoghurt versorgen den Körper – die Muskeln – mit wertvollem Eiweiß“. Lediglich an dem Begriff „probiotisch“ hatte der Kläger sich gestört, er hielt ihn für eine nicht zugelassene gesundheitsbezogene Angabe. Das Gericht folgte dieser Auffassung und verbot die Werbung kurzerhand mit der Begründung, der *„Durchschnittsverbraucher versteht den Begriff ‚probiotischer‘ zumindest dahin, dass das beschriebene Produkt lebensfähige Mikroorganismen enthält und einen gesundheitsfördernden Einfluss hat. (...) Die Verwendung des Begriffs ‚probiotisch‘ stellt in dem vorliegenden Zusammenhang auch eine spezifische gesundheitsbezogene Angabe (...) dar, die eine derart speziellen Wirkungszusammenhang beschreibt, dass diese Aussage Gegenstand eines Zulassungsverfahrens sein könnte (...)“*⁵²). Bei allem Respekt vor dem Celler Senat: Es ist praktisch nicht vorstellbar, dass die Europäische Lebensmittelsicherheitsbehörde (EFSA) eine gesundheitsbezogene Angabe (wie genau sollte sie lauten?) zu einer „probiotischen“ Wirkung als spezifisch beurteilen würde und entsprechend positiv bewerten könnte. Ein spezieller Wirkungszusammenhang ist dem Begriff gerade nicht zu entnehmen, bedeutet er doch, wie das OLG Celle richtig erkannt hat, nicht mehr als dass probiotische Mikroorganismen den Darm lebend erreichen. Ein irgendwie gearteter Effekt auf die menschliche Gesundheit kommt damit weder zum Ausdruck, noch wird er suggeriert.

- 19 Dennoch argumentiert das Gericht, *„Dieser Begriff suggeriert im vorliegenden Zusammenhang jedenfalls für maßgebliche Teile der angesprochenen Verkehrskreise, dass ein positiver Effekt auf die Verdauung und das Immunsystem erzielt werde. Die Bedeutung des Begriffs ‚probiotisch‘ beschränkt sich der sprachlichen Herkunft nach (pro bios = für das Leben) zwar darauf, dass das entsprechende Lebensmittel einen positiven Effekt auf die Gesundheit habe, ohne dies näher einzugrenzen, insbesondere auf bestimmte Auswirkungen auf die Gesundheit zu beziehen. (...) Demgegenüber verknüpfen jedenfalls wesentliche Teile der angesprochenen Verkehrskreise diesen Begriff aber mit der dargestellten Wirkungsangabe. Insbesondere aufgrund der verbreiteten Bewerbung von Joghurt-Produkten in der Vergangenheit mit diesem Begriff und der dort erfolgten ausdrücklichen Herausstellung einer positiven Wirkung für den Magen-Darm-Trakt und das Immunsystem verbinden Verbraucher weitgehend entsprechende Assoziationen mit diesem Begriff“*⁵³). Insoweit kann sich das OLG Celle auch auf den BGH berufen, der in Sachen „Praebiotik“ ausdrücklich „Vorerwartungen und Kenntnisse“ der Verbraucher zur Beurteilung ihres Verständnisses von Werbeaussagen herangezogen hat⁵⁴). Trotzdem geht die Entscheidung im konkreten Fall zu weit. Im Kontext der streitigen Werbeaussage ist nämlich gerade kein Bezug zu Darmfunktion oder Immunsystem erkennbar, auch nicht mittelbar. Wer jedoch künftig probiotische Mikroorganismen als solche bezeichnen will, hat es durch das Celler Urteil erheblich schwerer. Lediglich als Bestandteil einer beschreibenden Bezeichnung eines Lebensmittels i. S. v. Art. 2 Abs. 2 Buchst. p) LMIV bleibt das noch möglich, denn solche obligatorischen Informationen sind nach der Begriffsbestimmung des Art. 2 Abs. 2 Nr. 1 VNGA ausdrücklich keine „Angabe“ und können folglich auch keine gesundheitsbezogene Angabe i. S. v. Art. 2 Abs. 2 Nr. 5 VNGA sein⁵⁵).

52) OLG Celle, 04.09.2018 – 13 U 37/18, MD 2018, 835, 838 – probiotisch.

53) OLG Celle, 04.09.2018 – 13 U 37/18, MD 2018, 835, 838-839 – probiotisch.

54) BGH, 26.02.2014 – 1 ZR 178/12, WRP 2014, 562, 564 = ZLR 2014, 326, 331 – Praebiotik.

55) Vgl. nur Zipfel/Rathke (Fn. 3), C 111, Art. 2 VNGA Rn. 25a, Seehafer (Fn. 15), Art. 1 VNGA Rn. 28 sowie Meisterernst, WRP 2010, 481, 485.

d) OLG Bamberg – „Collagen Formel 28“

Das OLG Bamberg stuft in seinem „Collagen Formel 28“-Beschluss folgende Aussagen zur Bewerbung eines Collagen-haltigen Lebensmittels als nicht zugelassene gesundheitsbezogene Angaben ein⁵⁶): *„Und jetzt ernähren Sie einfach Ihre Haut“, „Und das für das Stützgerüst unserer Haut“ sowie „Hier geht’s wirklich um die Ernährung Ihrer Collagenstränge“*. Das erscheint vor allem deshalb kritisch, weil es natürlich keine besondere Eigenschaft eines Lebensmittels ist, dass es einen Beitrag zur Ernährung liefert. Zumindest die Suggestion *„besonderer Eigenschaften“* ist jedoch eines der gesetzlichen Kriterien für ein „Angabe“ i. S. v. Art. 2 Abs. 2 Nr. 1 VNGA⁵⁷). Auf diese Begriffsbestimmung geht das OLG Bamberg in seiner Entscheidung jedoch nicht ein. Stattdessen begründet es seine Auffassung mit dem Kontext, in dem die Aussagen präsentiert wurden: *„Bei der Frage, ob gesundheitsbezogene Angaben vorliegen, ist vom Gesamteindruck des Werbemittels auszugehen. (...) In dem Zusammenhang wird behauptet, die Struktur der Haut breche, wenn die ‚Collagestränge nicht ernährt werden‘. Durch das Versprechen des Kollagenaufbaus beziehen sich die Angaben auf die Förderung und Straffung der Haut und des Bindegewebes (‚fällt die Brust, hängt der Hintern und die Hängebäckchen und die Winke-Winke-Ärmchen‘). Auch wenn zugleich die Formulierung ‚Kosmetikbehandlung von innen‘ in diesem Zusammenhang verwendet wird, ist bei der vorzunehmenden Gesamtbetrachtung von gesundheitsbezogenen Angaben auszugehen, da der beworbene Nährstoff auf die Körperfunktionen unmittelbaren Einfluss nehmen soll“*⁵⁸). Aus denselben Gründen nimmt das Gericht auch an, dass es sich bei den streitigen Werbeaussagen um spezielle gesundheitsbezogene Angaben handelt⁵⁹).

In der Tat lässt sich diese Ansicht vor dem Hintergrund der Werbung insgesamt im konkreten Fall gut rechtfertigen. Es darf dann aus der Bamberger Entscheidung nur nicht der Schluss gezogen werden, Aussagen zur Ernährung der Haut müssten stets als gesundheitsbezogene Angaben eingeordnet werden. In einem bestimmten Gesamtzusammenhang kann das richtig sein; in einem anderen Kontext erscheint es dagegen durchaus möglich, solche Formulierungen zu verwenden, ohne dass sie überhaupt als „Angaben“ eingestuft werden dürften. Unklar bleibt lediglich, warum das Gericht die Untersagung der gesundheitsbezogenen Angaben auf einen fehlenden wissenschaftlichen Nachweis i. S. v. Art. 5 Abs. 1 Buchst. a) VNGA stützt⁶⁰) und nicht auf den Umstand, dass sie ganz offensichtlich mangels Zulassung für das beworbene Produkt nach Art. 10 Abs. 1 VNGA gesetzlich verboten sind. Auf das Ergebnis wirkt sich diese Variation allerdings nicht aus.

e) KG – „N. Ingwerol Kapseln“

Der Anbieter von „N. Ingwerol Kapseln“, dem das KG verschiedene Werbeaussagen untersagte⁶¹), hatte sein Nahrungsergänzungsmittel in einer Fernseh-Verkaufssendung präsentiert. Der vermeintliche Clou dabei war, dass sich die – durchweg gesundheitsbezogenen – Aussagen allesamt nur auf Ingwer bezogen, nicht jedoch auf das Produkt des Beklagten. Mit diesem Trick wollte der Lebensmittelunternehmer offenbar den gesetzlichen Werbeverboten entkommen. Es half aber nichts, denn das Ge-

56) OLG Bamberg, 05.09.2018 – 3 U 99/18, MD 2018, 832 – Collagen Formel 28.

57) Vgl. dazu Zipfel/Rathke (Fn. 3), C 111, Art. 2 VNGA Rn. 26, Meisterernst/Haber (Fn. 11), Art. 2 VNGA Rn. 15 u. 15b; Holle/Hüttebräuker (Fn. 11), Art. 2 VNGA Rn. 67; Seehafer (Fn. 15), Art. 2 VNGA Rn. 26.

58) OLG Bamberg, 05.09.2018 – 3 U 99/18, MD 2018, 832, 834 – Collagen Formel 28.

59) OLG Bamberg, 05.09.2018 – 3 U 99/18, MD 2018, 832, 834-835 – Collagen Formel 28.

60) OLG Bamberg, 05.09.2018 – 3 U 99/18, MD 2018, 832, 834 u. 825 – Collagen Formel 28.

61) KG, 07.11.2017 – 5 U 9/17, MD 2018, 115 – N. Ingwerol Kapseln.

richt erkannte: „Aus Sicht des Verbrauchers vermitteln die beanstandeten Aussagen teils ausdrücklich, zumindest aber mittelbar einen Zusammenhang zwischen dem beworbenen Produkt ‚N. Ingwerol Kapseln‘ bzw. dem in diesem Produkt enthaltenen Ingwer und dem Schutz vor Erkältungskrankheiten (Aussagen 1.1.), der Entlastung der Verdauung (Aussagen 1.2. und 1.5.), der Anregung der Nieren und der Leberfunktion (Aussage 1.3.), der Unterstützung der Gelenke und der Muskulatur (Aussage 1.4.), der Stärkung des Immunsystems (Aussage 1.5.). Es kann auch keine Rede davon sein, dass der Verkehr die beanstandeten Aussagen als theoretische Abhandlungen über Ingwer, also losgelöst von dem beworbenen Produkt ‚N. Ingwerol Kapseln‘ versteht. Dem widerspricht der Kontext, in dem die beanstandeten Aussagen stehen“⁶²).

23 Diese Urteilsbegründung ist in der Sache überzeugend. Warum sonst sollten solche Werbeaussagen gemacht werden, wenn nicht zur Produktwerbung, nachdem das angepriesene Erzeugnis mit der Behauptung in die Kamera gehalten worden war, es enthalte „zwei Kilo Ingwer in einer Kapsel“? Selbstverständlich spielt der Gesamtzusammenhang, in dem eine Werbeaussage den angesprochenen Verkehrskreisen begegnet, eine entscheidende Rolle für ihr Verständnis⁶³. Ebenso selbstverständlich beziehen sich deshalb Werbeaussagen über die Hauptzutat eines Lebensmittels in allererster Linie auf das entsprechende Produkt. Es macht deshalb vor dem Hintergrund der Werbeverbote keinen Unterschied, ob nur die Zutat oder das Enderzeugnis illegal beworben werden. Die legale Alternative kann nur lauten, sich auch bei der Bewerbung einzelner Zutaten auf zulässige Werbeaussagen zu beschränken.

3. Art. 12 Buchst. b) VNGA: Dauer und Ausmaß der Gewichtsabnahme

OLG Bamberg – „12 Wochen 3,6 Kilo weniger“

24 „Angaben über Dauer und Ausmaß der Gewichtsabnahme“ sind nach Art. 12 Buchst. b) VNGA unzulässig und gelten dabei von Gesetzes wegen als gesundheitsbezogene Angaben, selbst wenn sie keinen Zusammenhang zur Gesundheit zum Ausdruck bringen⁶⁴. Zuletzt hatte das OLG Bamberg es vermieden, sich klar dazu zu äußern, ob das Wort „und“ in dem Verbot wörtlich zu verstehen ist⁶⁵, die beiden Kriterien Dauer und Ausmaß also kumulativ vorliegen müssen⁶⁶ oder nicht⁶⁷. Jetzt hatte dasselbe Gericht noch einmal Gelegenheit, sich zu dieser Problematik zu äußern⁶⁸. Angesichts der Aussichtslosigkeit der Berufung des Herstellers von „J. Contour 3 Aktiv Kapseln“, das u.a. mit der Aussage „12 Wochen 3,6 Kilo weniger“ beworben worden war, finden sich in dem neuen Beschluss des OLG Bamberg dazu jedoch keinerlei Hinweise. Folglich kann die Frage weiterhin als offen angesehen werden. Trotzdem ist eine schlankheitsbezogene Werbung für Lebensmittel des allgemeinen Verzehrs auch mit

Einzelaspekten wie Dauer oder Ausmaß nicht zu empfehlen; denn erfahrungsgemäß scheitert sie vor Gericht, wie im konkreten Fall, mangels hinreichender wissenschaftlicher Absicherung⁶⁹).

4. Art. 8 Abs. 1 VNGA: und den in dieser Verordnung festgelegten Bedingungen entsprechen

KG – „N. Original Spiruletten“

Eine in der Praxis gelegentlich übersehene Passage aus der Art. 8 Abs. 1 VNGA behandelt ausführlich das KG in seinem aktuellen **25** „N. Original Spiruletten“-Urteil⁷⁰, und zwar die Worte „und den in dieser Verordnung festgelegten Bedingungen entsprechen“. Bisweilen wird nämlich angenommen, für die Verwendung nährwertbezogener Angaben reiche es aus, dass ein Lebensmittel den Bedingungen aus dem Anhang zur VNGA entspricht. Das betrifft insbesondere die Angabe „Vitaminquelle“ bzw. „Mineralstoffquelle“, die danach nur zulässig ist, wenn das beworbene Produkt eine „signifikante Menge“ an einem Vitamin oder Mineralstoff enthält. Dieselbe Voraussetzung gilt übrigens auch für rund 200 gesundheitsbezogene Angaben nach der dritten Spalte des Anhangs zur ZulassungsVO (EU) Nr. 432/2012 als notwendige Bedingung. Sowohl für nährwert- als auch für gesundheitsbezogene Angaben existieren jedoch in Art. 5 Abs. 1 VNGA eine Reihe weiterer, wichtiger „allgemeiner Bedingungen“, die stets eingehalten werden müssen. Damit sie beachtet werden⁷¹, verweist Art. 8 Abs. 1 VNGA im Hinblick auf die zulässige Verwendung nährwertbezogener Angaben ausdrücklich auf die „in dieser Verordnung festgelegten Bedingungen“ (für gesundheitsbezogene Angaben lautet die entsprechende Passage in Art. 10 Abs. 1 VNGA „den allgemeinen Anforderungen in Kapitel II“).

Im konkreten Fall vor dem KG wurden „N. Original Spiruletten“ **26** im Fernsehen u.a. mit den Aussagen „Da ist auch B12 drin“ und „Hier hab ich eine pflanzlichen B12-Quelle“ beworben. Tatsächlich enthielt das streitige Produkt auch Vitamin B12. Doch das reichte dem Gericht unter Hinweis auf Art. 5 Abs. 1 VNGA nicht. Die Auffassung der Beklagten, Art. 5 Abs. 1 Buchst. b) VNGA „regele ausdrücklich, dass der Werbende für Nährstoffe, deren Angabe bereits in der Richtlinie 90/496/EWG geregelt ist, keinen zusätzlichen ernährungsphysiologischen Nachweis führen muss, überzeugt ebenfalls nicht“⁷². Der Wortlaut des Art. 5 Abs. 1 VNGA enthält nach Erkenntnis des Gerichts „keinen Anhaltspunkt für die Annahme, dass von den nachfolgend unter lit. a-e genannten Bedingungen nur jeweils eine erfüllt sein müsse. (...) steht der Wille des Verordnungsgebers außer Zweifel, die Zulässigkeit nährwertbezogener Angaben von der Erfüllung aller genannten Kriterien abhängig zu machen“⁷³. Der Kläger hatte zur Überzeugung des Gerichts nachgewiesen, dass die Bioverfügbarkeit von Vitamin B12 aus Spirulina aufgrund einer möglichen Blockadewirkung unwirksamer Analoga des Vitamins fraglich ist; deshalb konnte die Beklagte letztlich nicht die Erfüllung der Bedingung nach Art. 5 Abs. 1 Buchst. c) VNGA nachweisen, dass nämlich das

62) KG, 07.11.2017 – 5 U 9/17, MD 2018, 115, 117–118 – N. Ingwerol Kapseln.

63) Vgl. nur EuGH, 04.06.2015 – C-195/14, ZLR 2015, 470 = WRP 2015, 847 – Teekanne sowie BGH, 02.12.2015 – I ZR 45/13, ZLR 2016, 520 = WRP 2016, 838 – Himbeer-Vanille-Abenteuer II und BGH, 18.12.2014 – I ZR 129/13, GRUR 2015 698 = WRP 2015, 851 – Schlafzimmer komplett.

64) Vgl. Zipfel/Rathke (Fn. 3), C 111, Art. 2 VNGA Rn. 47 sowie Seehafer (Fn. 15), Art. 2 VNGA Rn. 37.

65) OLG Bamberg, 03.11.2017 – 3 U 118/17, <http://www.gesetze-bayern.de/Content/Document/Y-300-Z-BECKRS-B-2017-N-1381109?hl=true&AspxAutoDetectCookieSupport=1> = MD 2018, 44 – „Blutorangenextrakt“.

66) So OLG Frankfurt a. M., 16.04.2009 – 6 U 238/08, www.lareda.hessenrecht.hessen.de/lexsoft/default/hessenrecht_lareda.html#docid:3811459 – Bauch weg, zustimmend Seehafer (Fn. 15), Art. 12 VNGA Rn. 3.

67) Dafür Meisterernst/Haber (Fn. 11), Art. 12 VNGA Rn. 7; Zipfel/Rathke (Fn. 3), C 111, Art. 12 VNGA Rn. 8 und Holle/Hüttebräuker (Fn. 11), Art. 12 VNGA Rn. 7.

68) OLG Bamberg, 07.12.2017 – 3 U 118/17, <http://www.gesetze-bayern.de/Content/Document/Y-300-Z-BECKRS-B-2017-N-138449?hl=true> = MD 2018, 127 – 12 Wochen 3,6 Kilo weniger.

69) Vgl. nur OLG Bamberg, 7.12.2017 – 3 U 118/17, <http://www.gesetze-bayern.de/Content/Document/Y-300-Z-BECKRS-B-2017-N-138449?hl=true> = MD 2018, 127, 128 – 12 Wochen 3,6 Kilo weniger.

70) KG, 07.11.2017 – 5 U 175/16, MD 2018, 197 – N. Original Spiruletten; dasselbe Produkt stand schon einmal vor Gericht: OLG Hamm, 30.04.2013 – 4 U 149/12, MD 2013, 619 – Original Spiruletten mit Gerstengras; vgl. zu „Bio-Spirulina“ auch KG, 28.01.2011 – 5 U 133/09, MD 2011, 345 – Reich an Vitamin B12.

71) Seehafer (Fn. 15), Art. 8 VNGA Rn. 2 und Art. 10 VNGA Rn. 2, weist völlig richtig darauf hin: Dass die allgemeinen Bedingungen bzw. Anforderungen gelten, „versteht sich im Grunde genommen von selbst“; Holle/Hüttebräuker (Fn. 11), Art. 8 VNGA Rn. 133: „Der Hinweis ist lediglich deklaratorischer Natur“; Zipfel/Rathke (Fn. 3), C 111, Art. 10 VNGA Rn. 1, bezeichnen den Verweis auf die Anforderungen in Kapitel II als „redaktionelle Klarstellung“.

72) KG, 07.11.2017 – 5 U 175/16, MD 2018, 197, 201 – N. Original Spiruletten.

73) KG, 07.11.2017 – 5 U 175/16, MD 2018, 197, 201–202 – N. Original Spiruletten.

Vitamin „in einer Form vor(lag), die für den Körper verfügbar ist“⁷⁴⁾. Die Entscheidung lehrt, dass stets sorgfältig alle Voraussetzungen für die Zulässigkeit nährwert- wie auch gesundheitsbezogener Angaben zu prüfen sind. Das gilt nicht nur für das Kriterium der signifikanten Mengen gemäß Art. 5 Abs. 1 Buchst. b) VNGA und die Bioverfügbarkeit gemäß Art. 5 Abs. 1 Buchst. c) VNGA, sondern auch für den wissenschaftlichen Wirkungsnachweis gemäß Art. 5 Abs. 1 Buchst. a) VNGA⁷⁵⁾ und vor allem die zu erwartende absolute Verzehrsmenge gemäß Art. 5 Abs. 1 Buchst. d) VNGA, die insbesondere bei nährwertbezogenen Angaben Probleme bereiten kann, für die der Anhang zur VNGA als Bedingungen nur relative und keine absoluten Gehalte regelt⁷⁶⁾.

III. Fazit für die Praxis: Die Zeiten ändern sich

- 27 In dem eingangs erwähnten Lied heißt es an einer anderen Stelle „think what a year can bring“. Man kann sich in der Tat einiges vorstellen, was die Rechtsprechung im Laufe eines Jahres mit sich bringen kann. Vielleicht werden wir demnächst erfahren, was man unter „beifügen“ verstehen soll. Sicher ist angesichts der jüngsten Urteile wohl nur, dass werbende Lebensmittelunternehmer den Zusammenhang, in dem sie Aussagen präsentieren, in Zukunft sorgfältiger beachten sollten. Denn er spielt für das Verständnis der Werbung eine zunehmend wichtigere Rolle. Auch bei der Namensgebung für Produkte ist Vorsicht angeraten. Im Zweifel neigen die Gerichte offensichtlich dazu, Anpreisungen von Lebensmitteln als spezielle gesundheitsbezogene

Angaben einzustufen, denen dann jedoch die erforderliche Zuverlässigkeit fehlt. Vieles aber können wir trotz aller Beleuchtung kaum zuverlässig absehen. So bleibt es für alle Beteiligten spannend. Nur wer die Entscheidungen der Gerichte regelmäßig verfolgt, kann sich einigermaßen sicher sein, wie seine Lebensmittelwerbung rechtlich zu bewerten ist. Vor Überraschungen bleibt auf diesem Rechtsgebiet dennoch niemand gefeit. Schließen wir also dieses Mal dort, wo wir begonnen haben, nämlich bei bzw. mit Gus Kahn: „don't forget folks, that's what you get folks – for makin' whoopee“.

Anm. der Redaktion:

Vgl. hierzu auch die vorherigen Rechtsprechungsübersichten von Hagenmeyer, WRP 2009, 554 ff.; WRP 2010, 492 ff.; WRP 2011, 317 ff.; WRP 2012, 414 ff.; WRP 2013, 445 ff.; WRP 2014, 403 ff.; WRP 2015, 308 ff.; WRP 2016, 1335 ff.; WRP 2017, 375 ff.; WRP 2019, 35 ff.

74) KG, 07.11.2017 – 5 U 175/16, MD 2018, 197, 202-203 und 205 – N. Original Spiruletten.

75) Zur Parallel für gesundheitsbezogene Angaben vgl. auch BGH, 12.07.2018 – I ZR 162/16, Rn. 37-38, WRP 2018, 1062, 1066 = ZLR 2018, 811, 820-821 – B-Vitamine.

76) Z. B.: Kann ein Lebensmittel, das in der zu erwartenden täglichen Verzehrsmenge (nur) 5 g Proteine enthält, allein deswegen mit „hoher Proteingehalt“ beworben werden, weil „auf den Proteinanteil mindestens 20% des gesamten Brennwertes entfallen“ (wie in den Besonderen Bedingungen nach dem Anhang zur VNGA für diese nährwertbezogene Angabe festgelegt)?

RA Rolf Becker und Dipl.-Wirtschaftsjurist Martin Rätze, Köln*

Belehrung über das fernabsatzrechtliche Widerrufsrecht: Probleme und Lösungsmöglichkeiten

INHALT

- I. Einleitung
- II. Pflichtinformationen
- III. Inhalt der Widerrufsbelehrung
 1. Widerrufsfrist
 - a) Fristbeginn
 - b) Alternative fristauslösende Ereignisse
 - c) Dauer der Widerrufsfrist
 2. Information über den Widerrufsadressaten
 - a) Postfachadresse
 - b) Telefonnummer in der Widerrufsbelehrung
 - c) Kostenpflichtige Telefonnummern
 3. Das Muster-Widerrufsformular
 4. Belehrung über die Folgen des Widerrufs
 - a) Allgemeine Information über die Rechtsfolgen
 - b) Belehrung über die Rücksendekosten
 5. Belehrung über die Ausnahmen vom Widerrufsrecht

IV. Erleichterte Informationspflichten bei begrenzter Darstellungsmöglichkeit

1. Vorlageverfahren zur Auslegung von Art. 8 Abs. 4 VRRL
2. Kein Ausschluss von Werbemitteln
3. Kriterien für die Einzelfallprüfung
4. Muster-Widerrufsformular
5. Mindestinformationen zu Bedingungen, Fristen und Verfahren
6. Fehlender Raum für Mindestinformationen
7. Sondersituation Kauf auf Probe

V. Fazit

I. Einleitung

Die Belehrung über das dem Verbraucher bei Fernabsatzverträgen zustehende Widerrufsrecht ist für den Praktiker trotz gesetzlich privilegierten Musters auch fünf Jahre nach Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie (RL 2011/83/EU; im Folgenden VRRL) zum 13.06.2014 eine Herausforderung geblieben. In diesem Zeitraum seit der Umsetzung, die eine neue Struktur und Fassung der Informationspflichten und der Muster-Widerrufsbe-

* Mehr über die Autoren erfahren Sie auf S. 536.