

King & Spalding LLP
TaunusTurm
Taunustor 1
60310 Frankfurt am Main
Tel: +49 (69) 257 811 000
Fax: +49 (69) 257 811 100
www.kslaw.com

foodwatch e.V.
Herrn Dr. Chris Methmann
Brunnenstraße 181
10119 Berlin

Ulf H. Grundmann
Partner
Durchwahl: +49 69 257 811 [REDACTED]
Fax: +49 69 257 811 [REDACTED]
[REDACTED]@kslaw.com

Per Email: [REDACTED]@foodwatch.de

Frankfurt am Main, den 25.07.2024

**Famous Brands GmbH vs. foodwatch e.V.
Werbeaussagen auf www.instagram.com zu OFFSET Nutrition-Produkten**

Sehr geehrter Herr Dr. Methmann,

wir melden uns für unsere Mandantin, die Famous Brands GmbH in Köln und nehmen Bezug auf Ihr Schreiben an unsere Mandantin vom 28. Juni 2024. Ordnungsgemäße Bevollmächtigung wird anwaltlich versichert.

Nach eingehender Prüfung der Sach- und Rechtslage weisen wir Ihre Vorwürfe hinsichtlich eines Verstoßes gegen verbraucherschutzrechtliche Vorschriften zurück.

Ein Anspruch auf Unterlassung gegen unsere Mandantin aus § 8 Abs. 1 Satz 1 Alt. 2 und Satz 2 UWG besteht daher nicht. Der wettbewerbsrechtliche Anspruch auf Unterlassung gegen unsere Mandantin scheidet bereits an der Voraussetzung einer Zuwiderhandlung oder drohenden Zuwiderhandlung gegen § 3 oder § 7 UWG. Die angegriffenen Angaben unserer Mandantin in den Instagram Posts vom 11. April 2024, 6. April 2024 und vom 29. März 2024 stellen keinen Verstoß gegen das Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen gem. §§ 3, 3a UWG dar, da es sich hierbei nicht um unzulässige gesundheitsbezogene Angaben handelt.

Im Einzelnen:

Kein Verstoß gegen Lebensmittelrecht

Die in Ihrem Schreiben vom 28. Juni 2024 angeführten Vorwürfe entbehren nicht nur jeglicher Grundlage, vielmehr zeigen sie eine grundlegende Unkenntnis darüber, was ein Mahlzeiteratzprodukt ist und welche strengen Anforderungen es nach nationalen sowie internationalen Regularien erfüllen muss, um als solches beworben werden zu können.

Die „Pretty Little Meal“ Produkte unserer Mandantin sind Mahlzeiteratzprodukte, die speziell dazu entwickelt wurden, eine vollständige, ausgewogene und den strengen Anforderungen der EU-Richtlinien, insbesondere der ursprünglich die Richtung vorgebenden Richtlinie 96/8/EG über Lebensmittel für kalorienarme Ernährung zur Gewichtsverringerung, und EU-Verordnungen, wie insbesondere 1924/2006, 1169/2011 und 432/2012, und der deutschen Diätverordnung entsprechende Nährstoffzufuhr zu gewährleisten.

1. Aussage zu schlankmachender Eigenschaft

Sie werfen unserer Mandantin vor, in den streitgegenständlichen Beiträgen auf der Webseite www.instagram.com vom 11. April 2024, 6. April 2024 und vom 29. März 2024 mehrere Produkte als schlankheitsfördernd zu bewerben und dabei nach der HCVO unzulässige Aussagen zu tätigen, die für den Verbraucher irreführend und unverständlich seien. Weiter behaupten Sie, es werde in diesem Zusammenhang nicht auf die Notwendigkeit einer kalorienarmen Ernährung und die Bedeutung einer ausreichenden täglichen Flüssigkeitsaufnahme hingewiesen.

Diese Rechtsauffassung ist unzutreffend. Die angegriffenen Aussagen der Mandantin verstoßen weder gegen die lebensmittelrechtlichen Vorgaben der HCVO noch sind sie für Verbraucherirreführend.

a. Gesamtschau der Werbung

Die in Ihrem Schreiben vom 28. Juni 2024 als unzulässig bezeichneten Angaben müssen, anders als von Ihnen vorgenommen, stets unter Berücksichtigung der Gesamtwerbung der Mahlzeiteratzprodukte der „Pretty Little Meal“ Serie bewertet werden, vgl. zum maßgeblichen Gesamteindruck, welchen die werbliche Darstellung vermittelt BGH, Urt. v. 8.3.2012 – I ZR 202/10 Rn. 22; BGH, Urt. v. 22.10.2009 – I ZR 73/07 Rn. 11; LG Köln, Urteil vom 21.07.2020 – 33 O 34/20.

Die beanstandeten Werbeaussagen in den einzelnen Posts unserer Mandantin (Account Name: [offsetnutrition](https://www.instagram.com/offsetnutrition)) sind im Zusammenhang mit den Angaben auf der Webseite unserer Mandantin (Link: [OFFSET Nutrition \(offset-nutrition.com\)](http://offset-nutrition.com)), zuletzt abgerufen am: 10.07.2024) zu verstehen.

Bevor der Verbraucher die von Ihnen kritisierten Angaben zur Kenntnis nimmt, muss er zunächst auf das Instagram Profil unserer Mandantin gelangen. Was der Verbraucher bei seinem Besuch unmittelbar und umgehend wahrnimmt, ist die Biografie unserer Mandantin auf Instagram. Die Biografie auf der Plattform Instagram gibt dem Nutzer die Möglichkeit, sich oder sein Unternehmen zu beschreiben und dadurch den einzelnen Posts übergeordnete Angaben und Aussagen zu treffen (vgl. Abbildung 1). Die Biografie ist daher Teil der allgemeinen Informationen eines Instagram Profil - wie bspw. Follower Anzahl,

Anzahl der Beiträge – und vermittelt dem Besucher eines Profils dadurch einen ersten Eindruck des jeweiligen Instagram Profils. Solche Angaben sind für Nutzer der Plattform unmittelbar und unabhängig vom Anklicken einzelner Beiträge wahrnehmbar.

Von der Möglichkeit allgemeine und beschreibende Angaben über das Unternehmen zu treffen, hat unsere Mandantin Gebrauch gemacht, indem sie ihrer Biografie einen entsprechenden Link zu ihrer Webseite hinzugefügt hat. Der durchschnittlich informierte und verständige Verbraucher, der einer Werbung, die der Situation angemessene Aufmerksamkeit entgegenbringt (vgl. BGH, Urt. v. 20. Oktober 1999 – I ZR 167/97), nimmt die Webseite daher als übergeordneten, unmittelbaren und damit integralen Bestandteil des Instagram Profils unserer Mandantin wahr.

Für Verbraucher, die auf der Plattform Instagram aktiv sind, verfolgt die Darstellung auf Instagram primär Marketingzwecke und ist auf kurze, visuelle Darstellungen ausgelegt. Detaillierte gesetzliche Pflichtangaben sind für den dieser Bewertung zugrundeliegenden Verbraucher üblicherweise und erfahrungsgemäß auf der Hauptwebseite eines Unternehmens zu finden.

Für den Verbraucher wird die Webseite auch aus einem weiteren ausschlaggebenden Grund zum übergeordneten und integralen Bestandteil des Instagram Profils der Mandantin. Der Verbraucher ist dazu angehalten, die über Instagram beworbenen Produkte stets über die Webseite unserer Mandantin zu bestellen und zu erwerben. Im Gegensatz zu zahlreichen anderen Anbietern von Mahlzeiterersatzprodukten, hat unsere Mandantin gerade kein Gebrauch von der Möglichkeit eines direkten Erwerbs ihrer Produkte über Instagram gemacht. Der am Erwerb eines auf Instagram beworbenen Produktes interessierte Verbraucher, nimmt die Angaben unserer Mandantin zu einzelnen Produkten daher stets im Zusammenhang und in der Gesamtschau mit den Angaben auf der Webseite wahr.

Eine isolierte Betrachtung der Angaben in den Instagram Posts ist daher nicht geboten und missachtet den maßgeblichen Gesamteindruck, den die Werbung unserer Mandantin vermittelt.



Abbildung 1

b. Keine fehlenden Pflichtangaben

Die von Ihnen als fehlend kritisierten Angaben zur Aufklärung einer ausreichenden täglichen Flüssigkeitsaufnahme sowie den angeblich nicht vorhandenen Hinweis auf die Tatsache, dass die Erzeugnisse ihren Zweck nur erfüllen, wenn sie im Rahmen einer kalorienarmen Ernährung verwendet werden, sind für Verbraucher auf der Webseite der Mandantin einfach und gut wahrnehmbar vorhanden.

Gemäß der im Anhang der in Ausführung zu Art. 13 Abs. 3 HCVO ergangenen VO (EU) 432/2012 ist als Health Claim für einen Mahlzeiterersatz für eine gewichtskontrollierende Ernährung im Hinblick auf eine Gewichtsabnahme folgende Angabe zulässig: „Das Ersetzen von zwei der täglichen Hauptmahlzeiten im Rahmen einer kalorienarmen Ernährung durch einen solchen Mahlzeiterersatz trägt zur Gewichtsabnahme bei.“ Zudem sieht der Anhang der VO (EU) 432/2012 vor: „Damit die Angabe zulässig ist, müssen die Verbraucher über die Bedeutung einer ausreichenden täglichen Flüssigkeitsaufnahme aufgeklärt und auf die Tatsache hingewiesen werden, dass die Erzeugnisse ihren Zweck nur erfüllen, wenn sie im Rahmen einer kalorienarmen Ernährung verwendet werden, zu der notwendigerweise auch andere Lebensmittel gehören.“

Diesen lebensmittelrechtlichen Vorgaben der HCVO ist die Mandantin durch entsprechende Textpassagen auf ihrer Webseite sowie mittels entsprechender Grafiken (vgl. Abbildung 1) zu den „Pretty Little Meal“ Produkten gerecht geworden (Link: [Pretty Little Meal Bar - OFFSET Nutrition \(offset-nutrition.com\)](https://www.offset-nutrition.com)), zuletzt abgerufen am: 10.07.2024).

So klärt die Mandantin zu jedem der Mahlzeitergänzungsprodukte wie folgt auf (vgl. Abbildung 2):

„Pretty Little Meal unterstützt dich beim Abnehmen, wenn du 2 Hauptmahlzeiten am Tag mit je einem Pretty Little Meal-Riegel im Rahmen einer kalorienarmen Ernährung, wie unserem OFFSET-Plan, ersetzt.“

„Pretty Little Meal unterstützt dich beim Gewichthalten, wenn du danach 1 Hauptmahlzeit am Tag mit einem Pretty Little Meal-Riegel im Rahmen einer kalorienarmen Ernährung, wie unserem OFFSET-Plan, ersetzt.“

„Pretty Little Meal erfüllt nur in diesem Rahmen ihren angestrebten Zweck. Andere Lebensmittel müssen Teil dieser Ernährung sein. Schau dafür auch in unsere kostenlose OFFSET-App mit vielen leckeren Rezepten für Mixed Meals. Trinke dazu täglich 2-3 Liter Wasser. Um abzunehmen, sollten täglich zwei Hauptmahlzeiten durch je eine Pretty Little Meal-Mahlzeit ersetzt werden. Um das Gewicht zu halten, sollte täglich eine Hauptmahlzeit durch eine Pretty Little Meal-Mahlzeit ersetzt werden.“



Abbildung 2: [Pretty Little Meal Bar - OFFSET Nutrition \(offset-nutrition.com\)](https://www.offset-nutrition.com)

Pretty Little Meal unterstützt dich beim Abnehmen, wenn du 2 Hauptmahlzeiten am Tag mit je einem **Pretty Little Meal-Riegel** im Rahmen einer kalorienarmen Ernährung, wie unserem OFFSET-Plan, ersetzt.

Pretty Little Meal unterstützt dich beim Gewichthalten, wenn du danach 1 Hauptmahlzeit am Tag mit einem **Pretty Little Meal-Riegel** im Rahmen einer kalorienarmen Ernährung, wie unserem OFFSET-Plan, ersetzt.

Pretty Little Meal erfüllt nur in diesem Rahmen ihren angestrebten Zweck. Andere Lebensmittel müssen Teil dieser Ernährung sein. Schau dafür auch in unsere **kostenlose OFFSET-App mit vielen leckeren Rezepten für Mixed Meals**. Trinke dazu täglich 2-3 Liter Wasser. Um abzunehmen, sollten täglich zwei Hauptmahlzeiten durch je eine Pretty Little Meal-Mahlzeit ersetzt werden. Um das Gewicht zu halten, sollte täglich eine Hauptmahlzeit durch eine Pretty Little Meal-Mahlzeit ersetzt werden.

Abbildung 3: [Pretty Little Meal Bar – OFFSET Nutrition \(offset-nutrition.com\)](https://www.offset-nutrition.com)

Es ist darauf hinzuweisen, dass Social Media und insbesondere Instagram aufgrund der Media-Eigenart keine längeren Texte und Erklärungen zulässt. Daher kommt es auf die Social Media-immanente Vernetzung mit anderen Medien – konkret mit der Internet-

Website – an. Die verlinkte Internet-Webseite ist – auch für Verbraucher wahrnehmbar - Teil der Instagram-Präsenz.

Unabhängig davon prüft meine Mandantin Möglichkeiten, über Sprechblasen zusätzlich auf die „Pflichtangaben“ hinzuweisen.

c. „Schlank“ - Kein Verstoß gegen Art. 10 Abs. 1, 13 Abs. 3 HCVO i.V.m. Anh. zu Art. 1 VO (EU) 432/2012

Die Angaben in den Posts vom 11. April 2024 „*Schoki, die schlank macht?*“ und vom 29. März 2024 „*Perfekt zum Abnehmen*“ sind, anders als von Ihnen behauptet, keine unzulässigen gesundheitsbezogenen Angaben, sondern beziehen sich auf die zugelassenen Claims zur Unterstützung der Gewichtsabnahme. Es werden keine übertriebenen oder unbegründeten Versprechen gemacht, die über die wissenschaftlich nachgewiesene Wirkung der Mahlzeiteratzprodukte bei empfohlenem Verzehr hinausgehen.

Die Zulässigkeit solcher Angaben folgt zudem aus den ausdrücklichen Erwägungen der European Food Safety Authority (EFSA), die für die Überprüfung der wissenschaftlichen Absicherung der beantragten nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben verantwortlich ist.

So betont die EFSA in ihrer Scientific Opinion on the substances of health claims related to mealreplacements for weight control and reduction in body weight (ID 1417), veröffentlicht im EFSA Journal 2010; 8(2): 1466 (<https://efsa.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.2903/j.efsa.2010.1466>), dass es nicht ihre Absicht sei, durch die Formulierung bestimmter Claims, eine detaillierte und starre Liste von Angaben vorzugeben, in der alle möglichen Formulierungen für die verschiedenen Angaben zugelassen sind. Vermieden werden sollten beschreibende Begriffe, die für den Verbraucher mehrere Bedeutungen haben können. Die schlankmachende Eigenschaft von Mahlzeiteratzprodukten ist jedoch wissenschaftlich nachgewiesen und daher als Angabe ausdrücklich zugelassen.

Dass es sich bei den Produkten der Mandantin um solche Produkte handelt, die der Gewichtsabnahme oder der Gewichtserhaltung dienen, ist für Verbraucher bereits aufgrund des allgemeinen Sinns und Zwecks von Mahlzeiteratzprodukten erkenntlich.

Die im Verhältnis zum vollständigen Beitrag doch eher kurzen und untergeordneten Passagen, „*Perfekt zum Abnehmen*“ und „*Schoki die schlank macht?*“, referenzieren lediglich auf die allgemeine Funktion von Mahlzeiteratzprodukten und stellen für Verbraucher, die sich für ein solches Produkt interessieren nicht mehr als allgemein bekannte Eigenschaften mahlzeiteretzender Produkte dar.

2. Zulässige Angabe „wenig Zucker“

Auch die von Ihnen vorgebrachten Vorwürfe zur Unzulässigkeit der Angabe „wenig Zucker“ sind unbegründet und lassen auch hier die Gesamtschau der Werbung, die Verbraucher wahrnehmen, außeracht.

Zunächst ist auch hier darauf hinzuweisen, dass die Produkte unserer Mandantin Teil einer gewichtskontrollierenden Ernährung sind, die einen klar definierten Zweck haben, nämlich als Mahlzeiterersatz zu dienen. Dies ist ein wesentlicher Unterschied zu Lebensmitteln der allgemeinen Ernährung. Die Mandantin fügt Vitamine und Mineralstoffe hinzu, um sicherzustellen, dass die Produkte alle erforderlichen Nährstoffe liefern. Hierbei handelt es sich nicht um eine Marketingstrategie, sondern eine Notwendigkeit um den gesetzlichen Anforderungen der EU zu entsprechen. Der Zuckeranteil der Riegel ist so abgestimmt, dass er den ernährungsphysiologischen Anforderungen entspricht, um eine vollwertige Mahlzeit im Rahmen einer balanzierten Diät zu ersetzen.

Die Angabe „wenig Zucker“ vermittelt dem Verbraucher im vorliegenden Fall primär den Eindruck, dass der Riegel weniger Zucker im Vergleich zu anderen, herkömmlichen Schokoriegeln enthält. Um den Vergleich zu herkömmlichen Schokoriegeln für den Verbraucher deutlich sichtbar zu machen, hat unsere Mandantin eine entsprechende Vergleichs-Tabelle auf ihrer Webseite veröffentlicht (vgl. Abbildung 4, Link: [Pretty Little Meal Bar – OFFSET Nutrition \(offset-nutrition.com\)](http://Pretty Little Meal Bar – OFFSET Nutrition (offset-nutrition.com))). Damit für Verbraucher wirkweise klar wird,

Die Bezeichnung „wenig Zucker“ hat für Verbraucher daher nicht dieselbe Bedeutung wie die Angabe „zuckerarm“. Vielmehr ist die Angabe „wenig Zucker“ in diesem Kontext wesentlich, um den Verbrauchern klarzumachen, dass der Riegel eine geringere Zuckermenge im Vergleich zu herkömmlichen Schokoriegeln enthält, die regelmäßig erheblich höhere Zuckergehalte aufweisen.

Ziel unserer Mandantin ist es, dass ihre Kunden durch den Verzehr des Riegels auf der einen Seite das volle Geschmackserlebnis eines Schokoriegels haben, gleichzeitig jedoch auch die Nährstoffe einer vollwertigen Mahlzeit zu sich nehmen. Der Vergleich mit einem herkömmlichen Schokoriegel ist zudem aufgrund der Optik, der Konsistenz und des suggerierten schokoladigen Geschmacks des Riegels auch geboten.

Abbildung 4: [Pretty Little Meal Bar – OFFSET Nutrition \(offset-nutrition.com\)](https://offset-nutrition.com)

	PRETTY LITTLE MEAL CHOCO SWIRL	ANDERE SCHOKORIEGEL
Kalorienreduziert	✓	✗
Zuckerreduziert	✓	✗
High-Protein	✓	✗
Vegan ¹	✓	✗
Keine Laktose ¹	✓	✗
Glutenfrei ²	✓	✗
Ohne Süßungsmittel	✓	✗
Vollwertige Mahlzeit mit 24 Vitaminen & Mineralien	✓	✗

1 außen PLM Bars mit weißer Schokolade 2 außen PLM Bars mit Cookie

3. Rechtsmissbrauch durch Abmahnung nach Denunzierung beim SPIEGEL

Ihr Vorgehen ist rechtsmissbräuchlich und widerspricht den Grundsätzen des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG).

Bevor sie unserer Mandantin die Abmahnung mit Schreiben vom 28. Juni 2024 schickten, versuchten Sie bereits das Unternehmen und die Produkte unserer Mandantin durch die Nominierung als „goldenen Windbeutel“ in der Zeitschrift „DER SPIEGEL“ zu denunzieren.

In diesem Kontext veröffentlichten Sie einen Beitrag auf der Plattform LinkedIn, in dem Sie sich auf die als „goldenen Windbeutel“ nominierten Unternehmen und Produkte bezogen. Während Sie bei den anderen normierten Produkten wie der „Heißen Tasse Champignon Creme“ oder der „Langnese Cremissimo Bourbon Vanille“ stets die dahinterstehenden Unternehmen (z.B. Unilever) markierten, fügten sie dem Absatz zu Offset Nutrition das persönliche LinkedIn Profil der CEO unserer Mandantin, Frau Cagla Mothes hinzu, was eine klare persönliche sowie rufschädigende Schädigungsabsicht zeigt.

In der Gesamtschau dient Ihr Vorgehen nicht der Verfolgung wettbewerbsrechtlicher Interessen eines Verbandes. Ihr Vorgehen ist vielmehr gezielt auf die Denunzierung und Rufschädigung unserer Mandantin gerichtet.

Für die primäre Verfolgung dem UWG fremder Zwecke spricht ferner, dass Sie nach eigener Angabe bereits am 22. April 2024 Kenntnis von den streitgegenständlichen Beiträgen auf Instagram hatten und dennoch erst am 28. Juni 2024 tätig wurden. Dieser erhebliche Zeitablauf und die Tatsache, dass Sie es für erforderlich hielten unsere Mandantin vor der Abmahnung im Spiegel zu denunzieren, indiziert vielmehr, dass das übergeordnete Ziel Ihrer

Aktion nicht der unmittelbare Schutz der Verbraucherinteressen, sondern möglicherweise andere, rufschädigende Motive verfolgt.

4. Mangelnde Dringlichkeit für eine einstweilige Verfügung

Ein weiteres Vorgehen gegen unsere Mandantin im Wege eines einstweiligen Verfügungsantrags wird mangels Dringlichkeit und daher mangels Vorliegens eines Verfügungsgrundes im Sinne des § 12 UWG keinen Erfolg haben.

Im Hinblick auf § 12 Abs. 1 UWG wird im Wettbewerbsrecht eine besondere Dringlichkeit vorausgesetzt. Die zugunsten des Antragsstellers vermutete Dringlichkeit geht jedoch verloren, wenn der Antragssteller mit der Rechtsverfolgung ohne sachlichen Grund zu lange wartet, da er in diesen Fällen selbst zu erkennen gibt, dass er nicht derart eilig auf das begehrte Verbot angewiesen ist. Nach ständiger Rechtsprechung ist eine Dringlichkeit nicht mehr gegeben, wenn der Antragsteller längere Zeit abwartet, bevor er rechtliche Schritte einleitet.

Ausweislich Ihres Schreibens vom 28. Juni 2024 haben Sie bereits seit dem 22. April 2024 Kenntnis von den auf Instagram geteilten Posts der Mandantin. Bereits durch das Zuwarten vom Zeitpunkt der Kenntnisaufnahme der Posts bis zum Erlass der Abmahnung, haben sie selbst zu erkennen gegeben, dass die Sache aus Ihrer Sicht nicht gesteigert eilig war.

Vielmehr hielten Sie es für angebracht in diesem Zeitraum die Mandantin bei der Zeitschrift „Der Spiegel“ mit fraglichen Behauptungen und Vorwürfen als „goldenen Windbeutel“ zu denunzieren.

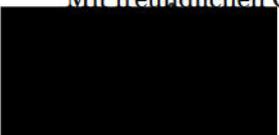
Im Fall eines Antrags auf eine einstweilige Verfügung würde die Zeitspanne seit Ihrer Kenntnisaufnahme nun bereits ca. 3 Monate betragen, was deutlich über dem tolerierbaren Zeitraum liegt. Von einer Dringlichkeit im Sinne des § 12 Abs. 1 UWG kann insbesondere aufgrund der zwischenzeitlich erfolgten Denunzierung hier keine Rede mehr sein.

Die Gesamtschau der Umstände verdeutlicht, dass für die Annahme eines Verfügungsgrundes – also einer besonderen Eile – kein Raum mehr besteht.

Ergebnis

Aus den dargelegten Gründen sind Ihre Vorwürfe unbegründet und die beanstandeten Angaben unserer Mandantin rechtlich zulässig. Wir fordern Sie daher auf, Ihre Abmahnung unverzüglich zurückzuziehen und von weiteren rechtlichen Schritten abzusehen.

Mit freundlichen Grüßen


Ulrich Grundmann
Rechtsanwalt