



LANDGERICHT KÖLN

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

88 O 59/24

In dem Rechtsstreit

foodwatch e.V., vertreten durch den Vorstand, Brunnenstraße 181, 10119
Berlin,

Klägers,

- Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte Geulen & Klinger,
Schaperstraße 15, 10719 Berlin –

gegen

Famous Brands GmbH, vertreten durch die Geschäftsführer [REDACTED]
[REDACTED]

Beklagte,

- Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte King & Spalding LLP, TaunusTurm
Taunustor 1, 60130 Frankfurt am Main-

wegen Wettbewerbsverstoßes

hat die 8. Kammer für Handelssachen

auf die mündliche Verhandlung vom 13. Februar 2025

durch den Vorsitzenden Richter am Landgericht Paltzer als Vorsitzenden

für Recht erkannt:

I.

Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 Euro, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, letztere zu vollziehen an den jeweils verantwortlichen Geschäftsführern der Beklagten, zu unterlassen,

1. Produkte der Produktreihe „Pretty Little Bar“ mit den Aussagen „Schoki, die schlank macht?“ und/oder „perfekt zum Abnehmen“ und/oder „Alles-drin-Mahlzeit“ zu bewerben, wenn dies wie folgt und in der Anlage K 1 a dokumentiert geschieht:



2. das Produkt „Pretty Little Meal“ mit der Aussage „Wenn ihr aber zum Beispiel eine Mahlzeit am Tag durch das Pretty Little Meal ersetzt, lassen sich Cheat Meals ganz einfach ausgleichen und ihr könnt den Urlaub ohne Verzicht genießen“ zu bewerben, wenn dies wie folgt und in der Anlage K 1 b dokumentiert, geschieht:



3. das Produkt „Pretty Little Meal PLKM Shake Frappuccino“ mit der Aussage „Perfekt zum Abnehmen, Cheat Days Ausgleichen“ und/oder „vollwertige Mahlzeit“ zu bewerben, wenn dies wie folgt und in der Anlage K 1 c dokumentiert, geschieht:



II.

Die Kosten des Rechtsstreits trägt die Beklagte.

III.

Das Urteil ist für den Kläger vorläufig vollstreckbar gegen Sicherheitsleistung in Höhe von jeweils 4.000 € zu I.1., I.2., I.3. und zu II. in Höhe von 110 % des zu vollstreckenden Betrags.

Tatbestand:

Der Kläger nimmt die Beklagte auf Unterlassung wettbewerbswidriger Werbung mit gesundheitsbezogenen Angaben in Anspruch.

Der Kläger ist in die Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 Unterlassungsklagengesetz eingetragen.

Die Beklagte vertreibt diätische Nahrungsmittel. Die Pretty Little Meal Produkte der Beklagten sind Mahlzeitersatzprodukte, die dazu entwickelt wurden, eine vollständige Nährstoffzufuhr zu gewährleisten. Über eine eigene Webseite auf der Plattform „Instagram“ können Verbraucher Werbevideos und Werbeposts für die Produkte der Beklagten betrachten.

Mit den in den Werbeposts gemachten und im Tenor zu I. wiedergegebenen Aussagen bewirbt die Beklagte die streitgegenständlichen Produkte auf Instagram.

Das im Klageantrag zu I1. benannte Produkt bewirbt die Beklagte unter anderem mit den Aussagen „Schoki, die schlank macht?“, „perfekt zum Abnehmen“ und „Alles-drin-Mahlzeit“.

Das im Klageantrag zu I2. benannte Produkt bewirbt die Beklagte unter anderem mit der Aussage „Wenn ihr aber zum Beispiel eine Mahlzeit am Tag durch das Pretty Little Meal ersetzt, lassen sich Cheat Meals ganz einfach ausgleichen und ihr könnt den Urlaub ohne Verzicht genießen“.

Das im Klageantrag zu I3. benannte Produkte bewirbt die Beklagte unter anderem mit der Aussage „Perfekt zum Abnehmen, Cheat Days Ausgleichen“ sowie „vollwertiger Mahlzeit“.

Produkte, die als Mahlzeitenersatz beworben werden, sollen eigentliche Hauptmahlzeiten kalorienarm ersetzen. Nach der konsolidierten Fassung der Gemeinschaftsliste als Anhang zur EU-Verordnung 432/2012 darf für solche Mahlzeitenersatzprodukte mit den Aussagen:

„Das Ersetzen von einer der täglichen Hauptmahlzeiten im Rahmen einer kalorienarmen Ernährung durch einen solchen Mahlzeiterersatz trägt dazu bei, das Gewicht nach Gewichtsabnahme zu halten“

sowie

„Das Ersetzen von zwei der täglichen Hauptmahlzeiten im Rahmen einer kalorienarmen Ernährung durch einen solchen Mahlzeiterersatz trägt zu Gewichtsabnahme bei“

geworben werden.

Auf der von der Beklagten verlinkten Webseite sind diese Claims enthalten. Zusätzlich informiert die Beklagte mittels Story-Highlight auf ihrem Instagram Profil über die Inhalte u.a. zur ausreichenden Flüssigkeitszufuhr, der ausgewogenen und kalorienarmen Ernährung sowie dem Ersatz von einer oder zwei Hauptmahlzeiten.

Der Kläger ist der Auffassung, die Beklagte bewerbe die Produkte in unzulässiger Weise als Mahlzeiterersatz. Hierdurch verstoße die Beklagte gegen Verbote der Verordnung (EU) Nr. 1924/2006 (Health-Claims-Verordnung; im Folgenden: HCVO). Der Kläger könne daher einen Unterlassungsanspruch aus §§ 8 Abs. 1, 3, 3a UWG i.V.m. Art. 3 Abs. 1, 5 Abs. 1 a, 10 Abs. 1 HCVO geltend machen. Auch bei der Aussage „Allesdrin-Mahlzeit“ handele es sich um eine gesundheitsbezogene Aussage. Die Beklagte handele auch deshalb rechtswidrig, weil sie in allen drei streitgegenständlichen Posts die dort jeweils beworbenen Produkte mit schlank machenden Eigenschaften bewerbe, wobei die von der Beklagten dabei genutzten Werbeclaims sich – unstreitig - nicht in der Gemeinschaftsliste der HCVO befinden. Bei der Prüfung, ob eine verwendete gesundheitsbezogene Angabe mit einer zugelassenen gesundheitsbezogenen Angabe gleichbedeutend ist, sei grundsätzlich ein strenger Maßstab anzulegen. Das sei bei allen beanstandeten Aussagen nicht der Fall. Hinsichtlich der Werbung für den „Pretty Little Meal PLKM Shake Frappuccino“ komme erschwerend hinzu, dass nicht nur damit geworben werde, dass „Cheat Meals“, sondern gleich ganze „Cheat Days“ ausgeglichen werden könnten.

Die Bewerbung mit den zugelassenen Claims für Mahlzeiterersatz sei – unwidersprochen – nur zulässig mit folgendem unstreitig fehlenden Hinweis:

„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.“

Ein Hinweis auf der Webseite reiche nicht aus.

Der Kläger beantragt in der Fassung der Anträge gemäß Schriftsatz vom 30.1.2025,

wie erkannt.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte meint, die von der Klägerin gerügten Angaben seien keine unzulässigen gesundheitsbezogenen Angaben. Vielmehr würden sich diese Angaben auf die zugelassenen Health Claims zur Unterstützung der Gewichtsabnahme und dem Halten des Gewichts beziehen. Eine wortgetreue Verwendung der zugelassenen Health Claims sei nicht erforderlich, wenn der Bedeutungsgehalt aus Verbrauchersicht erhalten bleibe. Beim Abweichen vom Wortlaut eines zugelassenen Health Claims komme es folglich darauf an, ob eine Aussage dazu geeignet sei, den Verbraucher in die Irre zu führen. Es würden keine übertriebenen oder unbegründeten Versprechen gemacht, die über die wissenschaftlich nachgewiesene Wirkung der Mahlzeiterersatzprodukte und über die spezifische Zweckbestimmung eines Mahlzeiterersatzprodukts hinausgehen. Die Aussagen „Schoki, die schlank macht“ und „perfekt zum Abnehmen“ würden sich auf die zugelassenen Health Claims zur Unterstützung der Gewichtsabnahme beziehen. Die Aussage „Alles-drin-Mahlzeit“ hinsichtlich des Mahlzeiterersatzproduktes „Pretty Little Meal Bar“ verstoße nicht gegen die Vorschriften der HCVO, da Mahlzeiterersatzprodukte speziell dafür entwickelt

seien, im Rahmen einer kalorienreduzierten Ernährung eine vollständige Mahlzeit zu ersetzen. Das werde mit der Aussage zum Ausdruck gebracht, zudem handele es sich nicht um eine gesundheitsbezogene Angabe.

Soweit die Beklagte die Unzulässigkeit des Klageantrags zu 2 gerügt hat, hält sie diese Rüge nach Änderung des Klageantrags nicht aufrecht. Die beanstandete Aussage sei eine zulässige gesundheitsbezogene Angabe im Sinne der HCVO. Die Aussage sei im Kontext des Mahlzeiterersatzproduktes als Hinweis darauf zu verstehen, dass das Produkt im Rahmen einer kalorienbewussten Ernährung dazu beitrage, Schwankungen im Kalorienhaushalt, wie sie bei sog. Cheat Meals entstehen, auszugleichen.

Auch die von der Klägerin gerügten Aussagen „Perfekt zum Abnehmen, Cheat Days Ausgleichen“ sowie „vollwertige Mahlzeit“ stellten keinen Verstoß gegen Art. 10 Abs. 1, 3, Art. 13 Abs. 3 HCVO dar.

Gegenstand der Klage sei nicht der zusätzliche Hinweis auf Flüssigkeitseinnahme. Der der Webseite der Beklagten verlinkte Hinweis genüge und werde durch den Verbraucher als übergeordneter, unmittelbarer und damit integraler Bestandteil des Instagram-Profiles der Beklagten wahrgenommen. Der Verbraucher könne die über Instagram beworbenen Produkte stets nur über die Webseite der Beklagten bestellen und erwerben. Sofern auf die Zeit vor dem 6. August 2024 abgestellt werde, habe der Bundesgerichtshof diese Frage mit Beschluss vom 26.09.2024 in der Sache I ZR 130/23 dem EuGH im Verfahren C-657/24 zur Vorabentscheidung vorgelegt.

Wegen der Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf die zu den Akten gereichten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

Entscheidungsgründe:

Die zulässige Klage ist begründet.

I.

Die von der Beklagten gegen den Klageantrag zu 2 vorgebrachten Bedenken gegen die Zulässigkeit des Antrags werden von ihr nach Änderung des Klageantrags nicht mehr aufrechterhalten.

II.

Die Klage ist gemäß §§ 8 Abs. 1, 3, 3a UWG i.V.m. Art. 3 Abs. 1, 5 Abs. 1 a, 10 Abs. 1 HCVO begründet.

1.

Der Kläger ist als in die Register gemäß § 4 UKlaG eingetragener qualifizierter Verbraucherverband gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG aktivlegitimiert.

2.

Bei den Vorschriften der HCVO handelt es sich um das Marktverhalten regelnde Vorschriften im Sinne von § 3a UWG (BGH GRUR 2022, 1347 – 7x mehr; GRUR 2018, 1266 – Bekömmliches Bier; Köhler/Odörfer in KBF, UWG, § 3a, Rdnr. 1.242).

3.

Die Beklagte verstößt gegen die Vorschriften der HCVO.

a.

Klageantrag zu 1

Bei den beanstandeten Aussagen handelt es sich um gemäß Art. 10 HCVO nicht zugelassene gesundheitsbezogene Aussagen.

Gemäß Art. 10 Abs. 1 HCVO sind gesundheitsbezogene Angaben verboten, sofern sie nicht den allgemeinen Anforderungen in Kapitel II und den speziellen Anforderungen im vorliegenden Kapitel entsprechen, gemäß dieser Verordnung zugelassen und in die Liste der zugelassenen Angaben gemäß den Artikeln 13 und 14 aufgenommen sind.

aa.

Es handelt sich um „gesundheitsbezogene Angabe“ im Sinne von Art. 2 Abs. 2 Nr. 5 HCVO, nämlich um eine 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. Dies wird durch Art. 13 Abs. 1 lit. c HCVO bestätigt, wonach gesundheitsbezogene Angaben die schlank machenden oder gewichtskontrollierenden Eigenschaften des Lebensmittels betreffen können.

Das betrifft sämtliche beanstandete Aussagen.

Die Aussage: „Schoki, die schlank macht?“ erweckt den Eindruck, als würde der Konsum der Schokolade zur Gewichtsreduzierung führen.

Auch die Aussage: „perfekt zum Abnehmen“ erweckt diesen Eindruck.

Für die Aussage: „Alles-drin-Mahlzeit“ bestreitet die Beklagte zwar die Einordnung als gesundheitsbezogene Angabe. Hier wird indes ebenfalls ein gesundheitsbezogener Eindruck erweckt, dass nämlich alle für den Menschen und seine Gesundheit notwendigen Inhaltsstoffe vorhanden sind. Daran ändert nichts, dass dies für Mahlzeiterersatz charakteristisch ist.

bb.

Diese gesundheitsbezogenen Aussagen sind nicht zulässig. Sie sind insbesondere nicht in die Liste der zugelassenen Angaben gemäß den Artikeln 13 und 14 HCVO aufgenommen i.V.m. der Gemeinschaftsliste als Anlagen zur HCVO und zur VO 432/2012 enthalten.

Das versteht sich für die wörtliche Wiedergabe ohne weiteres.

Allerdings kann sich die Beklagte auch nicht darauf berufen, die Aussagen würden dem Sinn nach zugelassenen Claims entsprechen und seien daher nicht zu beanstanden.

Dass die zugelassenen Claims nicht wortgetreu übernommen werden müssen, bedeutet auf der anderen Seite aber nicht, dass auch nur eine entfernte Übereinstimmung des Inhalts genügt. Zur Gewichtsreduzierung sieht der zugelassene Claim vor, dass auf den Ersatz von zwei Hauptmahlzeiten durch einen Mahlzeiterersatz hinzuweisen ist. Dieser

Aussagegehalt findet sich weder in der Aussage „Schoki zum Abnehmen“ noch in der Aussage „perfekt zum Abnehmen“. Es fehlt an einer inhaltlichen Übereinstimmung des zugelassenen Claims mit den Werbeaussagen.

Hierbei kommt es nicht mehr darauf an, dass es, wie der Kläger geltend macht, an dem Hinweis zur Flüssigkeitsaufnahme fehlt.

Auch die Aussage „Allesdrin-Mahlzeit“ entspricht als gesundheitsbezogene Aussage keinem zugelassenen Claim.

cc.

Soweit die Beklagte darauf hinweist, über die beanstandeten Instagram-Posts könnten keine Produkte bestellt werden, kommt es darauf nicht an. Gemäß Art. 3 HCVO dürfen nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben u.a. bei der Werbung für Lebensmittel nur verwendet werden, wenn sie der HCVO entsprechen. Bei den beanstandeten Instagram-Posts handelt es sich unzweifelhaft um Werbung der Beklagten für ihre Produkte.

Das entspricht zugleich Art. 1 Abs. 2 HCVO, wonach diese Verordnung für nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben gilt, die u.a. bei der Werbung für Lebensmittel gemacht werden, die als solche an den Endverbraucher abgegeben werden sollen.

dd.

Ohne Erfolg beruft sich die Beklagte darauf, die Claims seien auf ihrer Webseite eingestellt und sofern die Produkte bestellt würden, müsse die Webseite aufgesucht werden. Die Bewerbung erfordert, dass die Werbeaussagen nicht nur den Claims entsprechen, sondern hinsichtlich der Claims auch vollständig am Ort der Werbeaussage erkennbar sind. Das ist nicht gewährleistet, wenn von einer Plattform wie hier Instagram zunächst auf die Webseite gewechselt wird und dort der Claim zutreffend recherchiert werden kann.

ee.

Soweit die Beklagte auf das Verfahren des EuGH C-657/24 hinweist, das eine Vorlage des BGH (I ZR 130/23) betrifft, ändert das an der Beurteilung nichts. Das Verfahren betrifft nicht den Fall des Art 10 Abs. 1 HCVO, sondern

den hier nicht entscheidenden Fall, wann die zusätzlichen Angaben gemäß Art. 10 Abs. 2 HCVO erforderlich sind.

b.

Klageantrag zu 2

Die Aussage: „Wenn ihr aber zum Beispiel eine Mahlzeit am Tag durch das Pretty Little Meal ersetzt, lassen sich Cheat Meals ganz einfach ausgleichen und ihr könnt den Urlaub ohne Verzicht genießen“ ist wiederum gesundheitsbezogen, da sie sich auf das Halten des Körpergewichts bezieht. Insoweit entspricht sie im Ansatz zwar inhaltlich dem zugelassenen Claim, der auf die Ersetzung einer Hauptmahlzeit durch einen Mahlzeiterersatz abstellt.

Es handelt sich indes nicht um einen zulässigen Claim. Bereits das Abstellen auf „Cheat Meals“, also außerplanmäßige Mahlzeiten, regelmäßig mit sonst eher gemiedenen Lebensmitteln, weicht vom Inhalt des zugelassenen Claims ab.

c.

Klageantrag zu 3

Bezogen auf die Aussagen „Perfekt zum Abnehmen, Cheat Days Ausgleichen“ und/oder „vollwertige Mahlzeit“ kann auf die Ausführungen zu den Klageanträgen 1 und 2 sinngemäß Bezug genommen werden.

Die Aussage „Perfekt zum Abnehmen, Cheat Days Ausgleichen“ stellt eine Kombination der Aussagen der Klageanträge zu 1 und 2 dar. Auch in der Kombination bestehen die Bedenken. Hinzu tritt, worauf der Kläger zutreffend hinweist, dass nicht nur auf einen Ausgleich einer Mahlzeit abgestellt wird, sondern durch die Angabe „Cheat Days“ auf den Ausgleich ganzer Tage, was mit den zulässigen Claims nicht vereinbar ist.

Die Aussage „vollwertige Mahlzeit“ entspricht der Aussage „Allesdrin-Mahlzeit“. Insoweit kann auf die Ausführungen zu dem Antrag zu 1 (s.o. zu a.) Bezug genommen werden.

III.

Die Nebenentscheidungen beruhen auf §§ 91 Abs. 1, 709 ZPO.

Streitwert: 50.000 €

