

Lebensmittelwerbung

Das Gebot wahrer und klarer Werbung steht bei der Werbung für Lebensmittel im Brennpunkt. Eine strikte Normierung sämtlicher lebensmittelrelevanter Tatbestände liegt im Interesse der Gesundheit des Konsumenten.

Übersicht

1.	Gesetzliche Definition.....	2
2.	Bezug zum Wettbewerbsrecht.....	2
2.	Grenzüberschreitender Vertrieb	3
4.	Allgemeinverfügung	4
5.	Werbung.....	4
5.1.	Abgrenzung.....	4
5.2.	Unlautere Werbung	7
5.2.1.	Schutz vor Täuschung (§ 11 LFGB)	8
5.2.2.	Verbot krankheitsbezogener Werbung	9
5.2.2.1.	Grundsatz.....	9
5.2.2.2.	Ausnahmen	10
5.3.	Health-Claims-Verordnung.....	10
5.4.	Beispiele aus der Rechtsprechung	11
5.5.	Internationaler Hintergrund.....	14
6.	Probiotische Lebensmittel.....	14
7.	Novel Food.....	15
7.1.	Kennzeichnung.....	16
7.2.	Werbung.....	17
7.3.	Ausnahmen.....	17
8.	Zusatzstoffe	18
8.1.	Zusatzstoff und Zutat	19
8.2.	Abgrenzung beim Nahrungsergänzungsmittel	19
8.3.	Zusetzen von Inhaltsstoffen.....	21
8.4.	Kenntlichmachung von Zusatzstoffen	22
9.	Allgemeine Vorschriften mit Relevanz für die Lebensmittelwerbung.....	22
9.1.	Lebensmittel-Kennzeichnungs-Verordnung	22
9.2.	Nährwert-Kennzeichnungs-Verordnung	23
9.3.	Los-Kennzeichnungs-Verordnung	23
9.4.	Fertigpackungsverordnung.....	24
9.5.	Koffeinverordnung.....	24

1. Gesetzliche Definition

Zur Aufnahme durch den Menschen bestimmte Stoffe

Die Begriffsbestimmung des Lebensmittels entspricht nach den seit dem 7.9.2005 geltenden Lebensmittelbestimmungen im LFGB¹ der Definition nach Artikel 2 der EG-Lebensmittel-Verordnung (Basis-VO).² Danach sind Lebensmittel alle Stoffe oder Erzeugnisse, die dazu bestimmt sind oder von denen nach vernünftigem Ermessen erwartet werden kann, dass sie in verarbeitetem, teilweise verarbeitetem oder unverarbeitetem Zustand von Menschen aufgenommen werden (Artikel 2 Basis-VO).

2. Bezug zum Wettbewerbsrecht

Marktverhaltensregelungen

Für den gesamten Bereich der Lebensmittelwerbung gilt der Grundsatz, dass Rechtsverletzungen zugleich wesentliche Verbraucherinteressen berühren.³ Sie dienen damit typischerweise dem Schutz des Verbrauchers und stellen Marktverhaltensregelungen im Sinne der §§ 3, 4 Nr. 11 UWG⁴ dar. Die Schutzbestimmungen des LFGB flankieren das Ziel der Basis-VO, ein hohes Schutzniveau für die Gesundheit des Menschen sicherzustellen und sind demzufolge in ihrer Gesamtheit wertbezogen. Irreführungstatbestände in den Spezialnormen des Lebensmittelrechts sind keine abschließenden Regelungen, sondern obliegen stets einer parallelen Wertung durch das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, § 5 UWG (→ irreführende Werbung)⁵.

¹ Lebensmittel-, Bedarfsgegenstände- und Futtermittelgesetzbuch – LFGB – v. 1.9.2005, verkündet am 6.9.2005, in Kraft getreten am 7.9.2005, BGBl. I, 2618 ff. setzt sämtliche EU-Rechtsakte um und bündelt verschiedene lebensmittelrechtliche Regelungen, wie z.B. das SäuglingsnahrungswerbeG, das FleischhygieneG; ferner enthält es das FuttermittelG und das VerfütterungsverbotsG zur besseren Abgleichung und Erhöhung der Lebensmittelsicherheit für den Verbraucher.

² VO(EG) Nr. 178/2002 v. 28.1.2002 zur Festlegung der allgemeinen Grundsätze und Anforderungen des Lebensmittelrechts, zur Errichtung der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit und zur Festlegung von Verfahren zur Lebensmittelsicherheit, ABl. L 31/1 v. 1.2.2002.

³ Vgl. dazu Begründung zum LFGB A. Allgemeiner Teil, wo auf die Strategie der Europäischen Kommission Bezug genommen wird, welche die Sicherheit der Lebensmittel vom Acker bis zum Stall bis hin zu den Verbrauchern umfassen will und daher auch den Futtermittelbereich für Lebensmittel liefernde Tiere einschließt.

⁴ Hefermehl/Köhler/Bornkamm, Wettbewerbsrecht, 26. Auflage, § 4 Rdnr. 11.136; Köhler, Der Rechtsbruchtatbestand im neuen UWG, GRUR 2004, 381.

⁵ Streinz, Werbung für Lebensmittel – Verhältnis Lebensmittel und Wettbewerbsrecht, GRUR 1996, 16 ff. m.w.N..

2. Grenzüberschreitender Vertrieb

Da das Lebensmittelrecht dem vorbeugenden gesundheitlichen Verbraucherschutz und damit den Interessen der Volksgesundheit dient, gelten die inländischen Bestimmungen grundsätzlich auch in solchen Fällen, in denen ausländische Rechtssphären berührt sind (grenzüberschreitender Vertrieb).⁶

Schutz der
Volks-
gesundheit

Soweit die nationale Regelung den freien Warenverkehr behindern würde (§ 53 LFGB) und sich das Produkt im Ausland bereits (rechtmäßig) im Verkehr befindet, werden die Schutzmechanismen des Lebensmittelrechts (teilweise) außer Kraft gesetzt.⁷ Anderes gilt, wenn die gesundheitlichen Belange des Verbrauchers wesentlich beeinträchtigt werden (Abwägung). In diesen Fällen tritt das durch EU-Recht erlangte Privileg zugunsten der nationalen Gefahrenabwehr in den Hintergrund. Wird ein im Ausland als Lebensmittel eingestuftes Produkt in Deutschland als – dann nicht zugelassenes – Arzneimittel oder als gesundheitsgefährdendes Lebensmittel gemäß § 5 LFGB bewertet, kann sich der Vertreiber nicht auf LFGB-Einfuhr-Normen (Abschnitt 9 LFGB „Verbringen in das und aus dem Inland“) stützen.⁸

Behinderung
des freien
Warenver-
kehrs

Beispiel: Tee mit pharmakologischer Wirkung (nierentoxischer Tee); Nahrungsergänzungsmittel mit arzneiwirksamen Stoffen ohne Bezug zu ernährungsphysiologischen Zusammenhängen.

§ 53 LFGB steht auch dem Verbot irreführender Angaben über ein Lebensmittel nicht entgegen, wenn in einem anderen EG-Mitgliedsland diese Angaben gestattet sind.

Irreführung

Beispiel: Bei einem Fruchtaufstrich kann die Aussage „ohne Kochen hergestellt“ im Einzelfall mehrdeutig und damit irreführend i.S.d. § 5 UWG sein, denn sie kann besagen, dass der Aufstrich nur

⁴ EuGH, Urt. v. 24.11.1993, Az.: C-267/91 u. C-268/91, WRP 1994, 99, Art. 30 EWG-Vertrag mit Anm. Meyer, WRP 1994, 100 und Sack, Art. 30, 36 EGV und das internationale Wettbewerbsrecht, WRP 1994, 281ff. m.w.N.; Fezer, Das wettbewerbsrechtliche Irreführungsverbot als ein normatives Modell des verständigen Verbrauchers im Europäischen Unionsrecht, WRP 1995, 671 ff., zugleich eine Besprechung der Entscheidung „Mars“ – EuGH, Urt. v. 6.7.1995, Az.: C-470/93, WRP 1995, 677 ff.; Kothoff, Der Schutz des Euro-Marketings über Art. 30 EGV, WRP 1996, 79 m.w.N..

⁷ § 53 LFGB, Art. 30, 36 EGV, siehe OLG Köln, Urt. v. 6.9.1995, Az.: 6 U 53/95, MD 1995, 1251 – Kurkumin; EuGH, Urt. v. 6.7.1995, Az.: C-470/93, WRP 1995, 677 – Mars; Art. 30, 177 EGV. Siehe auch Gorny, Zum Schutz neuartiger Lebensmittel (Novel Foods), GRUR 1995, 721 ff..

⁸ Vgl. OLG Köln, Urt. v. 3.1.2003, Az.: 6 U 140/02, MD 2003, 481 – Glucosaminsulfat 750 mg Tagesdosis – §§ 1 UWG a.F., 21 ff. AMG, 47 a LMBG a.F.

„kaltgerührt“ hergestellt, oder auch, dass er ohne Erreichen des Siedepunktes erwärmt worden ist.⁹

4. Allgemeinverfügung

Aus-
geschlossene
Gesund-
heitsgefahr

Zur erweiterten Gewährleistung des freien Warenverkehrs in der Europäischen Union ist in § 53 Abs. 2 LFGB geregelt, dass Erzeugnisse aus anderen Mitgliedstaaten oder anderen Vertragsstaaten des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum unter bestimmten Voraussetzungen in der Bundesrepublik Deutschland ebenfalls in den Verkehr gebracht werden dürfen. Die Allgemeinverfügung darf nur erlassen werden, sofern nicht zwingende Gründe des Gesundheitsschutzes entgegenstehen. Zuständig hierfür ist das Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL), das bei der Beurteilung der gesundheitlichen Gefahren eines Erzeugnisses sowohl die Erkenntnisse der internationalen Forschung als auch die Ernährungsgewohnheiten in der Bundesrepublik Deutschland zu berücksichtigen hat.

5. Werbung

Einordnung
des Stoffes
maßgeblich

Bei der Werbung für Lebensmittel ist die Frage der Einordnung des Stoffes als Lebensmittel und damit für die Anwendbarkeit des LFGB bedeutend. Nicht zu den Lebensmitteln gehören nach Art. 2 der Basis-VO i.V.m. § 2 Abs. 2 LFGB Futtermittel, lebende Tiere, Pflanzen vor dem Ernten, Arzneimittel im Sinne der Richtlinien 65/65EWG und 92/73/EWG des Rates, kosmetische Mittel, Tabak- und Tabakerzeugnisse, Betäubungsmittel und psychotrope Stoffe sowie Rückstände und Kontaminanten.

5.1. Abgrenzung

Pharmako-
logische
Wirkung

In der Werbung kann es zu Abgrenzungsproblemen im Bereich zwischen Lebensmittel und Arzneimittel, speziell im Bereich der Nahrungsergänzungsmittel kommen, wenn das Nahrungsergänzungsmittel eine (überwiegende) pharmakologische Wirkkomponente hat (Funktionsarzneimittel) oder die Aufmachung/Zweckbestimmung den Definitionsbereich des Lebensmittels überschreitet (Präsentationsarzneimittel)¹⁰ und es damit zugleich irreführend ist (§ 11 Abs. 1 Nr. 4 LFGB).

⁹ OLG Köln, Urt. v. 2.4.2004, Az.: 6 U 1/03, MD 2004, 799.

¹⁰ Meisterernst, Zur Abgrenzung von Arzneimitteln und Lebensmitteln, GRUR 2001, 111.

Ist ein Lebensmittel, bzw. ein bestimmter Stoff (Zutat)¹¹ nach allgemeiner Verkehrsauffassung dazu bestimmt, dem Verzehr als Lebensmittel zu dienen, so verliert er diese Eigenschaft noch nicht allein dadurch, dass andere, z.B. arzneiliche oder diätetische (siehe: Diätwerbung) Verwendungszwecke vorliegen.¹²

Verkehrsauffassung

Insbesondere bei ambivalent (dual) wirkenden Stoffen, zu denen arzneilich wirkende Lebensmittel zählen (z.B. Kräuter, Gemüse, Knollen), ist auf die überwiegende Zweckbestimmung sowie auf Einzelumstände abzustellen.¹³ Eine duale Wirkung eines Inhaltsstoffes führt erst dann zur Verneinung der Lebensmittelcharakteristik, resp. zum Funktionsarzneimittel, wenn der Nutzen *überwiegend* und deutlich¹⁴ im Bereich der Arzneiwirkung liegt¹⁵, d.h. belastbare wissenschaftliche Erkenntnisse belegen, dass das Lebensmittel die Funktionen des menschlichen Körpers erheblich beeinflusst.¹⁶ Eine Erheblichkeits*vermutung* genügt noch nicht, ein Lebensmittel den Arzneimitteln zuzurechnen, denn dann würde – so der EuGH¹⁷ – vielen Produkten endgültig die Verkehrsfähigkeit genommen, weil wegen fehlender Nachweisbarkeit der therapeutischen Wirksamkeit eine Zulassung als Arzneimittel nicht in Betracht käme. Insoweit ist die grundlegende Korrektur der „Knoblauch-Entscheidung“ des BGH¹⁸ durch den EuGH¹⁹ mit der Begründung, allgemein förderliche Auswirkungen auf die Gesundheit, wie sie Knoblauch besitzt, genüge nicht für die Annahme, ein Produkt habe die Funktion der Verhütung oder Heilung von Krankheiten, nur folgerichtig. Knoblauch, dessen Auswirkungen auf die physiologischen Funktionen nicht über die Wirkungen hinausgehen, die ein in angemessener Menge verzehrtes Lebensmittel auf diese Funktionen haben kann, besitzt keine nennenswerten zusätzlichen

Zweckbestimmung

¹¹ Vgl. NahrungsergänzungsmittelVO v. 24.5.2004.

¹² BGH, Urt. v. 10.2.2000, Az.: I ZR 97/98, GRUR 2000, 528 – L-Carnitin.

¹³ Vgl. Meisterernst, Zur Abgrenzung von Arzneimitteln und Lebensmitteln – die L-Carnitin Entscheidung des BGH und ihre Folgen, GRUR 2001, 111., II. Lebensmittel oder Arzneimittel.

¹⁴ BVerwG, Urt. v. 25.7.2007, Az.: 3 C 23/06, MD 2008, 35 – Probiotische Lebensmittel.

¹⁵ Vgl. OLG Köln, Urt. v. 15.7.2005, Az.: 6 U 103/03, MD 2005, 1223 – Funktionsarzneimittel bei wissenschaftlichen Rätseln.

¹⁶ BVerwG, Urteile v. 25.7.2007, Az.: 3 C 21/06; 3 C 22/06; 3 C 23/06, MD 2008, 19, zu Traubenkern-Bioflavonolen (OPC), probiotische Joghurtbakterien, bzw. Vitamin-E-Kapseln.

¹⁷ EuGH, Urt. v. 15.11.2007, Az.: C-319/05, MD 2008, 125 - Knoblauchpräparat (Kapseln mit Knoblauchextrakt-Pulver sind kein Arzneimittel).

¹⁸ BGH, Urt. v. 10.1.1995, Az.: I ZR 209/92, WRP 1995, 386 – Knoblauchkapseln.

¹⁹ EuGH, Urt. v. 15.11.2007, Az.: C-319/05, MD 2008, 125 – Knoblauchpräparat.

Auswirkungen auf den Stoffwechsel und kann damit nicht als ein (Arznei-)Erzeugnis eingestuft werden, das die physiologischen Funktionen im Sinne des Art. 1 Nr. 2 Unterabs. 2 der Richtlinie 2001/83/EG wiederherstellen, bessern oder beeinflussen könnte.

Gesundheitsrisiko Im Lichte der aktuellen EuGH-Rechtsprechung sind – neben den unten (7.2) angeführten Entscheidungen – u.a. auch Entscheidungen, nach denen Zimtkapseln, die als Lebensmittel in Form von Nahrungsergänzungsmittel oder als Diätmittel in den Verkehr kommen²⁰, und häufig als Funktions-Arzneimittel eingestuft werden, zu überdenken.

Bei konkreter Werbung mit entsprechenden (Wirk-)Hinweisen – auch unter Bezugnahme auf Äußerungen Dritter (Presse, Wissenschaft) – sind §§ 11, 12 LFGB wegen irreführender Angaben bzw. krankheitsbezogener Werbung einschlägig.²¹

Nährstoffe in konzentrierter Form Nährstoffe in konzentrierter Form sind grundsätzlich als Lebensmittel einzustufen, soweit sie Vitamine, Mineralstoffe oder Spurenelemente i.S.d. Nahrungsergänzungsverordnung sind. Ob die Überschreitung einer bestimmten Menge dieser Nährstoffe den Lebensmittelbereich und damit dessen Verkehrsfähigkeit verlässt, hängt davon ab, ob die Verzehempfehlung, bzw. die Dosierung im Einzelfall eine nicht mehr lebensmittelgemäße Aufnahme darstellt und ob damit bereits der Bereich pharmakologischer Wirkentfaltung erreicht ist.²² Man kann sich bei der Bewertung an die Nährstoffmengen anlehnen, die als sog. Tagesbedarf wissenschaftlich fest-

²⁰ U.a. OLG Celle, Urt. v. 29.3.2007, Az.: 13 U 171/06, MD 2007, 525 – Zimtabletten; OLG Hamm, Urt. v. 9.1.2007, Az.: 4 U 30/06, MD 2007, 383 – Zimt gegen Zucker.

²¹ OLG Hamburg, Urt. v. 23.8.2001, Az.: 3 U 97/01 – Lebensmittelwerbung mit Äußerungen Dritter (§§ 18 Abs. 1 Nr. 4 LMBG a.F., 1, 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG a.F.), EU-Richtlinien 79/112/EWG und 89/398/EWG: OLG München, Urt. v. 7.11.2002, Az.: 29 U 4634/02, MD 2003, 98 zur Frage einer krankheitsbezogenen Werbung für diätetische Lebensmittel.

²² Abgrenzungskriterien wurden bei Nahrungsergänzungsmitteln im Bereich der sog. Sportlernahrung entwickelt, u.a. BGH, Urt. v. 11.7.2002, Az.: I ZR 273/99, MD 2002, 817 – Sportlernahrung I; BGH, Urt. v. 6.5.2004, Az.: I ZR 275/01, MD 2004, 677 – Sportlernahrung II.

gestellt worden sind.²³ Die Überschreitung des Tagesbedarfs ist jedoch noch kein alleiniges Kriterium zur Festlegung des Verlassens des Lebensmittelbereichs, wenn damit nicht gleichzeitig eine pharmakologische Wirkung belegt werden kann.²⁴

Auch bei dem gleichwertigen Zweck einer Lebensmittelzutat oder einer Komposition bleibt der Stoff, bzw. das Produkt ein Lebensmittel, sodass im Zweifel von einem Lebensmittel auszugehen ist.²⁵ Überschneidende Vorstellungen, die durch eine Werbeaussage ausgelöst werden, müssen daher nicht zwingend zu der Bewertung des Stoffes/Produktes als Arzneimittel führen.²⁶

5.2. Unlautere Werbung

Erfüllt ein Stoff oder ein Erzeugnis die stofflichen Voraussetzungen als Lebensmittels, sind §§ 11 u. 12 LFGB zu berücksichtigen, deren Verletzung als Unlauterkeit im Sinne des UWG (§§ 3, 4 Nr. 11) verfolgt und wegen Täuschung, bzw. verbotswidriger Werbung als Ordnungswidrigkeit oder strafbare Handlung geahndet werden kann (§§ 57 ff. LFGB).

Grundlagen

²³ Im Bereich der Nahrungsergänzungsmittel – NemV – fehlt eine definitive mengenmäßige Festlegung, sodass hier noch der nationale Maßstab gilt. Heranzuziehen sind die Schriften des Bundesinstituts für Risikobewertung (Berlin 2004), Teil I „Verwendung von Vitaminen in Lebensmitteln“ und Teil II „Verwendung von Mineralstoffen in Lebensmitteln“, die tabellarische Vorschläge für Höchstmengen von Zutaten in Nahrungsergänzungsmitteln und als Zusatz zu Lebensmitteln enthalten.

²⁴ Vgl. BVerwG, Urt. v. 25.7.2007, Az.: 3 C 23.06, MD 2008, 35 – Probiotische Lebensmittel, zur Nachhaltigkeit der festzustellenden Wirkung; vor der L-Carnitin-Entscheidung des BGH wurden Vitamine nur bis zu einer bestimmten Höchstmenge (1–3,5fache Ernährungs-Tagesdosis) grundsätzlich als Lebensmittel eingestuft (s. auch VO über vitaminisierte Lebensmittel; zur Abwägung der Zweckbestimmung grundlegend: BGH, Urt. v. 6.2.1976, Az.: I ZR 125/74, GRUR, 1976, 430 = NJW 1976, 1154 – Fencheltee; bei Knoblauchkapseln a.A.: BGH, Urt. v. 19.1.1995, Az.: I ZR 209/92, WRP 1995, 386 – Knoblauchkapseln). Diese früher ständig praktizierte, angreifbare Behördenpraxis beruhte auf einer Empfehlung des Arbeitskreises Lebensmittelchemischer Sachverständiger (ALS): *Meisterernst*, unter Bezugnahme auf die Rechtsprechung des EuGH, Zur Abgrenzung von Arzneimitteln und Lebensmitteln, GRUR 2001, 111, 114.

²⁵ BGH, Urt. v. 6.2.1976, Az.: I ZR 125/74, GRUR, 1976, 430 = NJW 1976, 1154 – Fencheltee; s. auch BGH, Urt. v. 25.4.2001, Az.: 2 StR 374/00, NJW 2001, 2812, 2813; KG, Urt. v. 24.9.2002, ZLR 2003, 94, 95 – L-Carnitin plus Vitamin C; VGH München, Beschl. v. 13.5.1997, Az.: 25 CS 96.3855, NJW 1998, 845, 846 – Haifischknorpel; Kloesel/Cyran, Arzneimittelrecht, Band 1, § 2 AMG Rdnr. 30; Meyer, Lebensmittelrecht, 9, jew. m.w.N.; Köhler, WRP 2001, 363, 365, m.w.N.

²⁶ OLG Köln, Urt. v. 26.5.2004, Az.: 6 U 136/02, MD 2004, 1054, 1057 – Glucosaminhaltige Nahrungsergänzung, m.w.N.

5.2.1. Schutz vor Täuschung (§ 11 LFGB)

Spezielle
Irreführungs-
tatbestände

§ 11 LFGB (Vorschriften zum Schutz vor Täuschung), verbietet es, Lebensmittel unter irreführender Bezeichnung, Angabe oder Aufmachung gewerbsmäßig in den Verkehr zu bringen oder für Lebensmittel allgemein oder im Einzelfall mit irreführenden Darstellungen oder sonstigen Aussagen zu werben (Abs. 1).

Die Bestimmung sieht in den beispielhaften Aufzählungen Nr. 1 bis 4 vor, dass eine Irreführung insbesondere dann vorliegt, wenn Lebensmitteln Wirkungen beigemessen werden, die ihnen nach den Erkenntnissen der Wissenschaft nicht zukommen oder die wissenschaftlich nicht hinreichend gesichert sind (Nr. 2). Eine Zuwiderhandlung ist dabei beispielsweise nicht anzunehmen, wenn sich die Angaben lediglich allgemein auf eine unspezifische Wirkungsweise bezieht, ohne dass der Eindruck entsteht, es bestehe eine (medizinische) Notwendigkeit zur zusätzlichen Einnahme des Mittels (Coenzym Q 10).²⁷

Anschein
eines Arznei-
mittels

Nach Nr. 4 ist die Werbung für das Lebensmittel irreführend, wenn ihm der Anschein eines Arzneimittels gegeben wird. Dabei kommt es darauf an, ob die Werbung das Mittel eine/r/m verständigen Durchschnittsverbraucher/in in ihrer Gesamterscheinung als Arzneimittel darstellt. Einzelne Werbeaussagen dürfen danach nicht isoliert betrachtet werden, sondern sind - ebenso wie bei der Abgrenzung zwischen Lebensmittel und Arzneimittel - im Zusammenhang mit den weiteren Aussagen sowie mit der Aufmachung *und* dem gesamten Erscheinungsbild zu würdigen.²⁸

Mangelnde
Kenn-
zeichnung

Nach § 11 Abs. 2 LFGB ist es ferner verboten,

- nicht für den Verzehr geeignete Lebensmittel in den Verkehr zu bringen (Nr. 1). Erfasst werden damit Fälle, in denen ein

²⁷ BGH, Urt. v. 4.9.2003, Az.: I ZR 32/01, GRUR 2004, 72 – Coenzym Q 10 mit Anm. von Oelrichs zu den wissenschaftlich nicht hinreichend gesicherten und deshalb irreführenden Angaben „Fettabbau“ und „So kriegen Sie Ihr Fett weg“ (OLG Hamm), ZLR 2003, 108; vgl. OLG München, Urt. v. 11.9.2003, Az.: 29 U 3313/03, MD 2004, 92 – Der Altersschutz der Zellen (Lycopin).

²⁸ So: Amtl. Begründung zum LFGB BT-Drs. 15/3657 zu § 11 unter Bezugnahme auf BGH, Urt. v. 3.4.2003, Az.: I ZR 203/00, GRUR 2003, 631 – L-Glutamin; vgl. BGH, Urt. v. 6.5.2004, Az.: I ZR 275/01, MD 2004, 677 – Sportlernahrung II; siehe auch: OLG Karlsruhe, Urt. v. 23.6.2004, Az.: 6 U 61/04 zur Aussage „Bei altersbedingten Verschleißerscheinungen“ – kein Anschein eines Arzneimittels, wenn ein Nahrungsergänzungsmittel nicht zugleich aussagt, Gelenksbeschwerden zu heilen; Arzneimittel-Anschein liegt vor: LG Essen, Urt. v. 31.3.2004, Az.: 44 O 21/04, MD 2004, 819 – Gelenkschutz-Kapseln und LG Essen, Urt. v. 10.3.2004, Az.: 44 O 243/03, MD 2004, 822 – Venen-Kapseln.

Lebensmittel ohne äußerlich erkennbare Veränderung Ekel oder Widerwillen bei einem normal empfindenden Verbraucher auslösen würde, wenn er von bestimmten Herstellungs- oder Behandlungsverfahren Kenntnis hätte²⁹,

- nachgemachte Lebensmittel (Nr. 2 a),
- von der Verkehrsauffassung abweichende Lebensmittel (Nr. 2 b) oder
- Lebensmittel, die geeignet sind, den Anschein einer besseren als der tatsächlichen Beschaffenheit zu erwecken,

ohne ausreichende Kenntlichmachung gewerbsmäßig in den Verkehr zu bringen.

5.2.2. Verbot krankheitsbezogener Werbung

5.2.2.1. Grundsatz

§ 12 LFGB (Verbot der krankheitsbezogenen Werbung) verbietet Verbotstat-
es, beim Verkehr mit Lebensmitteln oder in der Werbung für bestände
Lebensmittel allgemein oder im Einzelfall zu verwenden

1. Aussagen, die sich auf die Beseitigung, Linderung oder Verhütung von Krankheiten beziehen.
2. Hinweise auf ärztliche Empfehlungen oder ärztliche Gutachten.
3. Krankengeschichten oder Hinweise auf solche.
4. Äußerungen Dritter, insbesondere Dank-, Anerkennungs- oder Empfehlungsschreiben, soweit sie sich auf die Beseitigung oder Linderung von Krankheiten beziehen, sowie Hinweise auf solche Äußerungen.
5. Bildliche Darstellungen von Personen in der Berufskleidung oder bei der Ausübung der Tätigkeit von Angehörigen der Heilberufe, des Heilgewerbes oder des Arzneimittelhandels,
6. Aussagen, die geeignet sind, Angstgefühle hervorzurufen oder auszunutzen,
7. Schriften oder schriftliche Angaben, die dazu anleiten, Krankheiten mit Lebensmitteln zu behandeln.

²⁹ Vgl. dazu aml. Begründung LFGB zu § 11 aaO, S. 62.

5.2.2.2. Ausnahmen³⁰

Heilberufe als Adressaten	Aussagen, die sich auf die Beseitigung, Linderung oder Verhütung von Krankheiten beziehen (Nr. 1) sind dann nicht verboten, wenn sich die Werbung an Angehörige von Heilberufen, des Heilgewerbes oder der Heilhilfsberufe richtet.
Diätetische Lebensmittel	Die Verbote hinsichtlich Aussagen, die sich auf die Beseitigung, Linderung oder Verhütung von Krankheiten beziehen (Nr. 1) sowie in Bezug auf Schriften oder schriftliche Angaben, die dazu anleiten, Krankheiten mit Lebensmitteln zu behandeln (Nr. 7), gelten nicht bei der Werbung für <i>diätetische Lebensmittel</i> ³¹ , wenn nach § 3 Abs. 2 DiätVO zulässige Aussagen verwendet werden ³² , wie z.B. bei Lebensmitteln, die zur Behandlung von Störungen der Darmmobilität und der Darmflora sowie deren Folgeerscheinungen bei Säuglingen geeignet sind, die Aussage „Diätetisches Lebensmittel geeignet zur Behandlung der Säuglingsdyspepsie (Durchfallerkrankung beim Säugling) nur im Rahmen der ärztlichen Verordnung“; sofern sie zur Heilung geeignet sind, können sie zusätzlich als <i>Heilnahrung</i> bezeichnet werden.

5.3. Health-Claims-Verordnung

Vorgaben durch EU-Recht	Die weitergehende Regelung gesundheitsbezogener Angaben bei Lebensmitteln ist eine Aufgabe der Health-Claims-Verordnung über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel (EG Nr. 1924/2006).
-------------------------	--

Danach können spezifische gesundheitsbezogene Angaben im Wege der Listenzulassung oder einer Einzelzulassung registriert werden. In Erweiterung bisher möglicher gesundheitsbezogener Angaben werden neben nährwertbezogenen Hinweisen auch Angaben über

³⁰ Das generelle Verbot gesundheitsbezogener Angaben auf Lebensmitteln und ihre Zulassung nur im Rahmen eines vorherigen Genehmigungsverfahrens verstößt gegen Grundsätze des freien Warenverkehrs, vgl. EuGH, Urt. v. 23.1.2003, Az.: C-221/00, GRUR Int. 2003, 536 und EuGH, Urt. v. 23.1.2003, Az.: 421/00 u.a., GRUR Int. 2003, 540.

³¹ Verordnung über diätetische Lebensmittel vom 25.8.1988 i.d.F. v. 23.6.1993 (BGBl. I, 1020), geändert durch Gesundheitseinrichtungen-Neuordnungs-Gesetz v. 24.6.1994 (BGBl. I, 1416, 1420) und durch Art. 2 Abs. 2 der Verordnung zur Änderung der Lebensmittel-Kennzeichnungsverordnung und anderer lebensmittelrechtlicher Verordnungen v. 14.10.1999, BGBl. I, 2053; vgl. OLG München, Urt. v. 7.11.2002, Az.: 29 U 4634/02, MD 2005, 389 – Bilanzierte Diät (§§ 1 IV, 3 Abs. 1 DiätVO, 17 Abs. 1, 5, 18 Abs. 1 Nr. 1 LMBG a.F.).

³² Vgl. OLG München, Urt. v. 7.11.2002, Az.: 29 U 4634/02, MD 2005, 389 – Bilanzierte Diät (§§ 1 Abs. 4, 3 I DiätVO, 17 Abs. 1 5, 18 Abs. 1 Nr. 1 LMBG a.F.); vgl. OLG Hamburg, Urt. v. 27.1.2005, 3 U 28/03 – Omega-3-Fettsäuren.

die Reduzierung eines Krankheits-/Gesundheitsrisikos zu erfassen sein, z.B. „senkt das Risiko von Gefäßschädigungen“ oder „wirkt vorbeugend gegen Gelenkverschleiß und Arthrose“.³³

Nährwertbezogene, gesundheitsrelevante Angaben, wie z.B. zur Bedeutung von Calcium für die Knochendichte, wird über die Anwendung der Health-Claims-VO möglich sein, wenn die jeweiligen Aussagen bestimmten Nährwertprofilangaben entsprechen und wissenschaftlich gesichert sind.³⁴ Gesicherte Aussagen

5.4. Beispiele aus der Rechtsprechung

1) Die Werbung für Gelatinekapseln zur Nahrungsergänzung mit den Hinweisen: „Wenn es manchmal in den Gelenken knackt und knirscht, könnte es sein, dass Ihnen Gelenkschmiere fehlt, dass sich Abnutzungserscheinungen bemerkbar machen ...“ verstößt gegen § 12 Abs. 1 Nr. 1 LFGB, auch wenn eine Erkrankung als solche nicht genannt ist, sondern lediglich Symptome angeführt werden. Ausgehend vom Sinn und Zweck des § 12 ist der Krankheitsbegriff bereits dann erfüllt, wenn die beschreibenden Symptome entweder für sich betrachtet einen eindeutigen (expliziten) Krankheitsbezug aufweisen oder wenn sie so deutlich sind, dass zumindest ein lebensmittel- und wettbewerbsrechtlich erheblicher Teil des Verkehrs sie ohne weiteres mit einer bestimmten Erkrankung verbindet (hier: Arthrose).³⁵ Anders bewertet wird die Werbung: „bei alters- oder belastungsbedingten Verschleißerscheinungen der Gelenke“ oder sogar die Aussage, das Produkt xy helfe „den belasteten oder beschädigten Gelenknorpel gesund zu erhalten oder wieder aufzubauen“, denn diese Aussagen werden nicht als Hinweis auf ein konkretes Krankheitsbild verstanden. Grund: Alter ist keine Krankheit, altersbedingter Verschleiß hat nach der Vorstellung des Verkehrs nicht notwendig eine krankhafte Ursache.³⁶ Im Unterschied zu der „Gelenk-Nahrung“-Entscheidung des Bundesgerichtshofs³⁷ Gelenkerkrankungen

³³ Jung, Die Health-Claims-Verordnung – Neue Grenzen gesundheitsbezogener Werbung für Lebensmittel, WRP 2007, 389 ff.

³⁴ Hier wird an die bestehenden Grundsätze zur wissenschaftlichen Absicherung von gesundheitsbezogenen Angaben angeknüpft, siehe u.a. Harte-Bavendamm, Komm. UWG, 2004, § 5 Rdnr. 400 Anm. 1095.

³⁵ BGH, Urt. v. 4.12.1997, Az.: I ZR 125/95, GRUR 1998, 493 – Gelenk-Nahrung (§§17 Abs. 1 Nr. 5, 18 I Nr. 1 LMBG a.F.).

³⁶ OLG Karlsruhe, Urt. v. 23.6.2004, Az: 6 U 61/04 MD 2004, 1053 – Bei altersbedingten Verschleißerscheinungen.

³⁷ BGH Urt. v. 4.12.1997, Az.: I ZR 125/95, GRUR 1998, 493 – Gelenk-Nahrung (§§17 I Nr. 5, 18 I Nr. 1 LMBG a.F.).

- handelt es sich hierbei nicht um konkrete Symptome einer Krankheit (Symptom für Arthritis oder Arthrose).³⁸
- Leistungssteigerung 2) Die Werbung für ein Nahrungsergänzungsmittel mit der Angabe „Mehr Leistungskraft bei Tag und Nacht“ verstößt gegen § 11 Abs. 1 LFGB (17 Abs. 1 Nr. 5 LMBG a.F.), sofern Leistungssteigerungen durch den Verzehr des Mittels allein bei solchen Mangelerscheinungen bewirkt werden können, die durch bestimmte Ernährungs- und Genussgewohnheiten, wie z.B. mangelhafte Ernährung, Zigaretten- oder Alkoholkonsum, ausgelöst sind.³⁹
- Hinweis auf ärztliche Empfehlung 3) Die Werbung für ein Vitamin-C-Produkt als Nahrungsergänzung mit der Behauptung „Durchbruch in der Ernährungs-Forschung“ verstößt gegen § 12 Abs. 1 Nr. 2 LFGB⁴⁰ (Hinweis auf ärztliche Empfehlung/Gutachten).
- Schlankheitswerbung 4) Zur Schlankheitswerbung: Die Werbung für eine Trenn-Diät mit Äußerungen Dritter ist irreführend, wenn der Eindruck entsteht, man könne quallos abnehmen.⁴¹ Ebenso unlauter ist eine Werbung, die den Eindruck hervorruft, der kurzfristige Genuss eines bestimmten Nahrungsmittels könne (mühe)los schlank machen.⁴² Schlankheitshinweise in der LM-Werbung verstoßen gegen § 6 NährwertkennzeichnungsVO.
- Fehlender wissenschaftlicher Nachweis 5) Die Bewerbung eines Coenzym (Q-10) mit der Aussage „Die Energie-Kapsel“ und „Lebenskraft, Energie und Vitalität“ verstößt gegen § 11 Abs. 1 Nr. 2 LFGB (17 Abs. 1 Nr. 5 a LMBG a.F.), da von einer hinreichenden wissenschaftlich gesicherten Erkenntnis der Wirkbehauptung nicht ausgegangen werden kann.⁴³

³⁸ Zur Abgrenzung siehe OLG München, Beschl. v. 25.5.2005, Az.: 6 U 1846/05, MD 2005, 837 – Krankheitsbezogene Lebensmittelwerbung.m.w.N. („...geeignet zur Ernährung bei <bestimmte Krankheit>“); grundlegend: OLG Hamburg, Urt. v. 31.5.2001, Az.: 3 U 13/01, MD 2001, 1243 – Pflanzliche Östrogene m.w.N.

³⁹ KG, Urt. v. 22.5.1995, Az.: 25 U 6331/94, MD 1995, 940, § 17 Abs. 1 Nr. 5 LMBG a.F.

⁴⁰ KG, Urt. v. 26.6.1995, Az.: 25 U 7613/94, MD 1995, 1065, § 18 Abs. 1 Nr. 2 LMBG a.F.

⁴¹ KG, Urt. v. 12.9.1994, Az.: 25 U 3069/94, MD 1994, 1097 – richtig abgespeckt ... mit Genuss.

⁴² OLG Bamberg, Urt. v. 2.5.2001, Az.: 3 U 3/01, MD 2001, 816 – Schlankmachendes Lebensmittel und OLG München, Urt. v. 25.4.2002, Az.: 29 U 1871/02, MD 2002, 929 – Dauerhaft und gesund abnehmen (§§ 6 Abs. 1 NWKVO, 17 Nr. 5 a LMBG a.F., 1 UWG a.F.).

⁴³ OLG Düsseldorf, Urt. v. 19.2.2002, Az.: 20 U 93/01, MD 2002, 568 – Die Energie-Kapsel, strittig seit BGH, Urt. v. 4.9.2003, Az.: I ZR 32/01, GRUR 2004, 72 – Coenzym Q 10.

6) Die Werbung für Müslis und Frühstückscerealien mit gesundheitsbezogenen Aussagen unter Hinweis auf Inhaltsstoffe und daraus resultierende positive Folgen des Verzehrs ist keine verbotene irreführend-krankheitsbezogene Werbung.⁴⁴

Positive
Folgen des
Verzehrs

7) Die Werbung für Sportlernahrung⁴⁵, zumeist als Nahrungsergänzungsmittel (s.o.), z.B. Eiweißpulver (L-Carnitin) mit Vitamin- und Mineralzusätzen ist grundsätzlich Werbung für ein Lebensmittel. Nur wenn das Produkt die adäquate Aufnahmemenge vergleichbarer Nahrung auf Dauer extrem überhöht dem Sportler zuführt, damit dieser seine Muskulatur nicht nur regenerieren, sondern fortentwickeln kann, kann von einem (Funktions-)Arzneimittel ausgegangen werden.⁴⁶

Sportler-
nahrung

PH-Hinweis

Sportlernahrung kann auch als Diätahrung gemäß § 4 a Abs. 1 DiätVO i.V.m. Anlage 8 Nr. 7. als „Lebensmittel für intensive Muskelanstrengungen, vor allem für Sportler“ konzipiert werden. Hierbei sind gezielte Überdosierungen für *bestimmte Ernährungszwecke* möglich.

8) In der Werbung für Spirituosen sind Hinweise, die an gesundheitliche Zusammenhänge anknüpfen, strikt untersagt, z.B. „Ein gesunder Genuss“ für einen Kräuterlikör, der als gesundheitsförderlichen Extrakt Heidelbeere enthält⁴⁷ oder „Topfit“ für einen Magenbitter⁴⁸. Selbst Angaben wie „Doktor“ sollen in solchen Bezeichnungen nicht vorkommen, da das Publikum hieraus unklare Wertvorstellungen mit gesundheitsbezogenem Inhalt ableitet.

Spirituosen

Der Bundesgerichtshof⁴⁹ führt zu solchen Werbemaßnahmen aus, dass ein strenger Maßstab überall da anzulegen sei, wo Gesundheit ins Spiel gebracht werde, dies gelte insbesondere für Lebensmittel.⁵⁰

⁴⁴ BGH, Urt. v. 3.5.2001, Az.: I ZR 318/98, GRUR 2002, 182 – Das beste jeden Morgen m.w.N.

⁴⁵ Vgl. BGH, Urt. v. 11.7.2002, Az.: I ZR 34/01, GRUR 2002, 910 – Muskelaufbaupräparate m.w.N.; dazu auch: BGH, Urt. v. 6.5.2004, Az.: I ZR 275/01, MD 2004, 677 – Sportlernahrung II.

⁴⁶ Vgl. KG, Urt. v. 6.2.2003, Az.: 2 U 187/01, MD 2003, 611 – Muskelaufbaupräparate, m.w.N.

⁴⁷ BGH, Urt. v. 22. 2. 1966, Az.: I b ZR 32/65, WRP 1967, 271 – Gesunder Genuss.

⁴⁸ OLG München, Urt. v. 24.11.1977, Az.: 6 U 1383/77, WRP 1979, 232 – topfit in der Werbung für einen Magenbitter; bestätigt durch BGH, Urt. v. 27.2.1980, Az.: I ZR 8/78, WRP 1980, 541 – Topfit Boonekamp.

⁴⁹ BGH, Urt. v. 27.2.1980, Az.: I ZR 8/78, WRP 1980, 541– Topfit Boonekamp m.w.N..

5.5. Internationaler Hintergrund

Neu-
bewertung

Unter Berücksichtigung stärkerer Akzeptanz von funktionellen Lebensmitteln vor dem Hintergrund europäischer Bestimmungen, vor allem der Health-Claim-VO⁵¹ (EG Nr. 1924/2006) sind die vorgenannten Beispiele der Rechtsprechung zu relativieren.⁵² Soweit sich eine Aussage auf das Zusammenwirken von Nährstoffen und Körperfunktionen bezieht, ist die Erwähnung von Funktionsdefiziten nicht in jedem Fall „krankheitsbezogen“, sondern für die werbliche Darstellung des Lebensmittels möglich. Die insoweit angezeigte extensive Auslegung von § 12 LFGB bedeutet, dass nur auf ein Krankheitsbild bezogene Aussagen und Hinweise auf eine explizite Symptomatik, nicht aber Nährwertfunktionsaussagen verboten sind. Auf einer noch nicht in jedem Fall zu definierenden Grenze liegen dabei Aussagen zur Reduzierung eines Krankheitsrisikos. Hier ist jeweils der Einzelfall unter Einbezug von Zweckbestimmung und Verbrauchererwartung zu prüfen.⁵³

6. Probiotische Lebensmittel

Wirk-
hinweise

Lebensmittelkulturen, die eine bewusste Steuerung der Darmflora bezwecken, bezeichnet man als „Probiotika“⁵⁴ (z.B. Sauermilcherzeugnisse, Joghurt). Diese Lebensmittel müssen lebende Mikroorganismen enthalten, die einen günstigen Einfluss auf den Darmtrakt und damit auf das gesamte Wohlbefinden ausüben. Bei pro-

⁵⁰ St. Rspr. des BGH: BGH, Urt. v. 26.9.1960, Az.: I ZR 55/60, GRUR 1962, 97, 99 – Tafelwasser; BGH, Urt. v. 22.2.1966, Az.: I b ZR 32/65, GRUR 1967, 592, 593 – Gesunder Genuss; BGH, Urt. v. 14.12.1966, Az.: I b ZR 125/64, GRUR 1967, 362, 369 – Speziessalz; BGH, Urt. v. 23.2.1973, Az.: I ZR 117/71, GRUR 1973, 429, 431 – Idee-Kaffee; BGH, Urt. v. 15.12.1972, Az.: I ZR 45/71, GRUR 1973, 538, 539 – Idee-Kaffee II; BGH, Urt. v. 11.7.1975, Az.: I ZR 78/74, GRUR 1975, 664, 665 – Idee-Kaffee III; BGH, Urt. v. 25.11.1977, Az.: I ZR 63/76, GRUR 1978, 252, 253 – Kaffee-Hörfunkwerbung.

⁵¹ Vgl. Jung, Die Health-Claims-Verordnung – Neue Grenzen gesundheitsbezogener Werbung für Lebensmittel, WRP 2007, 389 ff..

⁵² Gorny, Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben - der internationale Hintergrund, GRUR 2005, 892 und Danwitz, Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben im Visier des Gesetzgebers, GRUR 2005, 896, jeweils mit Hinweisen auf die int./europäischen Bestimmungen.

⁵³ Vgl. OLG Hamburg, Urt. v. 31.5.2001, Az.: 3 U 13/01, MD 2001, 1243, – Pflanzliche Östrogene.

⁵⁴ Bornemann, Die Beurteilung und Einstufung probiotischer Lebensmittel nach deutschem Recht, ZLR 1996, 487 m.w.N..

biotischen Erzeugnissen ist es ebenso wichtig, wie problematisch, Wirkhinweise zu verwenden (§§ 11, 12 LFGB⁵⁵).

Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Verwendung probiotischer Kulturen nur dann sinnvoll ist, wenn auch auf ihre Effekte hingewiesen werden darf.

Aussagen wie z.B.:

- ein Beitrag zu Ihrer gesunden Ernährung,
- die natürlichen Abwehrkräfte werden gestärkt,
- beeinflusst die Darmflora/die körpereigene Widerstandskraft positiv,
- regt Stoffwechselfunktionen an,
- unerwünschte Bakterien werden unterdrückt,

dürften dem Maßstab des § 12 LFGB standhalten, da ein Verbraucher dadurch nicht den Eindruck gewinnen kann, etwas gegen eine konkrete Krankheit zu tun und damit einen Arztbesuch vermeiden zu können.⁵⁶

7. Novel Food

Nach der Novel-Food-Verordnung⁵⁷ (NFVO) gelten in der Europäischen Union besondere Regelungen für die Vermarktung neuartiger Produkte, die bisher noch nicht in „nennenswertem Umfang“ verzehrt wurden⁵⁸. Neben gentechnisch veränderten Organismen im Sinne der Freisetzungsrichtlinie 90/220/EWG und daraus gewonnenen Produkten sind auch Produkte mit neuartiger Molekularstruktur, Produkte aus Mikroorganismen, Pilzen und Algen sowie aus Pflanzen und Tieren isolierte Erzeugnisse, die bisher nicht für den menschlichen Verzehr bestimmt waren und neuartige Verarbeitungsverfahren, die bisher nicht eingesetzt

Neuartige
Produkte

⁵⁵ BVerwG, Urt. v. 25.7.2007, Az.: 3 C 23.06, MD 2008, 35 – Probiotische Lebensmittel m.w.N.

⁵⁶ Beispiele und Wertung nach Bornemann, a.a.O. mit Hinweis auf LG München in LRE 26, 145.; vgl. LG Hamburg, Urt. v. 7.3.2000, Az.: 312 0 649/99, MD 2000, 924 – Probiotische Lebensmittel.

⁵⁷ Seit dem 15.5.1997 ist die Verordnung (EG) Nr. 258/97 des Europäischen Parlaments und des Rates über neuartige Lebensmittel und Lebensmittelzutaten – die so genannte Novel Food-Verordnung – in allen EU-Mitgliedstaaten rechtsverbindlich.

⁵⁸ Vgl. dazu: OLG Hamm, Urt. v. 6.5.2010, Az.: I-4 222/09, MD 2010, 734, 736 (betr.Paradiesnusspulver - „ParadiSelen“)

wurden und zur wesentlichen Änderung des Endproduktes führen, erfasst.

7.1. Kennzeichnung

Genehmigungsverfahren

Im Gegensatz zu herkömmlichen Lebensmitteln müssen diese Produkte ein Anmelde- bzw. Genehmigungsverfahren durchlaufen und zusätzliche Anforderungen an die Kennzeichnung erfüllen (siehe: Art. 1 I, 3 II, 4 NFVO).

Danach müssen die Lebensmittel gekennzeichnet werden⁵⁹,

1. wenn sie sich nachweisbar vom vergleichbaren traditionellen Lebensmittel unterscheiden,
2. wenn das Lebensmittel ein gentechnisch veränderter Organismus ist oder gentechnisch veränderte Organismen enthält,
3. wenn sie Stoffe enthalten, die die Gesundheit bestimmter Bevölkerungsgruppen beeinflussen (z.B. Proteine mit Allergierisiko),
4. wenn sie Proteine oder Stoffe enthalten, gegen die bestimmte Bevölkerungsgruppen ethische Bedenken haben.

Weitgehende Kennzeichnungspflicht

Die Kennzeichnungspflicht gilt auch dann, wenn sich die Genspuren im fertigen Produkt nicht mehr nachweisen lassen. Auf den Hinweis kann allerdings verzichtet werden, wenn unfreiwillige oder unvermeidbare Beimengungen einen Grenzwert von 0,9 Prozent nicht überschreiten.

Bei einem Verstoß gegen die neue Kennzeichnungspflicht drohen – wegen eines Einspruchs des Bundesrats in Deutschland – zunächst keine Sanktionen, vgl. aber die Regelung in § 11 LMFG, aus der sich im Einzelfall durchaus Kennzeichnungspflichten ableiten lassen, deren Verletzung nach §§ 57 ff. LFGB verfolgt werden kann.

Ausnahmen gelten für Produkte von Tieren, die mit genverändertem Futter gefüttert wurden, zum Beispiel für Eier, Fleisch und Milchprodukte.

⁵⁹ Siehe § 11 Abs. 2 Nr. 2 LFGB, nach dem es verboten ist, solche LM ohne ausreichende Kenntlichmachung in den Verkehr zu bringen.

7.2. Werbung

Die Werbung für solche Lebensmittel⁶⁰ sollte in bestimmten Fällen auf Unverträglichkeiten hinweisen, die aufgrund der besonderen Zusammensetzung entstehen können. *Genveränderte Lebensmittel* müssen seit April 2004 EU-weit im Handel und in Restaurants gekennzeichnet sein.⁶¹ Hinweis auf Unverträglichkeiten

Bei allen Produkten, für deren Herstellung gentechnisch veränderte Organismen eingesetzt wurden⁶², ist demnach auf der Verpackung, Zutatenliste oder Auslage hinzuweisen. Im Restaurant ist ein Hinweis auf der Speisekarte vorgeschrieben.

Die Kennzeichnung „ohne Gentechnik“ ist freiwillig. Sie darf jedoch nur verwendet werden, wenn der Hersteller oder Importeur nachweisen kann, dass der Einsatz von Gentechnik auf allen Verarbeitungsstufen ausgeschlossen ist. Das heißt, Lebens- und Futtermittel, die mit Hilfe von genveränderten Stoffen/Organismen (GVO) hergestellt wurden, dürfen nicht die Kennzeichnung „ohne Gentechnik“ tragen. Lediglich unvermeidbare Spuren gentechnisch veränderter Bestandteile sind zulässig. „Ohne Gentechnik“

7.3. Ausnahmen

Lebensmittelzusatzstoffe, Aromen und Extraktionslösungsmittel sind vom Anwendungsbereich ausdrücklich ausgenommen. Ebenfalls ausgenommen aus dem Regelungsbereich der Novel Food-Verordnung sind gentechnisch veränderte Nutzpflanzen, die Lebensmittelzusatzstoffe

⁶⁰ Vgl. LG Hamburg, Urt. v. 17.5.2001, Az.: 315 0 72/01 – Novel Food- Werbung mit Krankheitsbezug; EG-EtikettierungsRL, EG-Novel-FoodVO.

⁶¹ Vgl. Amtsblatt der Europäischen Union): Verordnung (EG) Nr. 1829/2003 des Europäischen Parlaments und des Rates v. 22.9.2003 über genetisch veränderte Lebensmittel und Futtermittel und Verordnung (EG) Nr. 1830/2003 des Europäischen Parlaments und des Rates v. 22.9.2003 über die Rückverfolgbarkeit und Kennzeichnung von genetisch veränderten Organismen und über die Rückverfolgbarkeit von aus genetisch veränderten Organismen hergestellten Lebensmitteln und Futtermitteln sowie zur Änderung der Richtlinie 2001/18/EG, ABI. L 268 ff v. 18.10.2003. Diese Verordnungen sind unmittelbar geltendes EU-Recht. Sie lösten die Kennzeichnungsvorschriften im Zusammenhang mit der Gentechnik-VO 1139/1998, 49/2000 und 50/2000 ab. Die VO 1829/2003 trat gemäß Art. 49 mit Ablauf von sechs Monaten nach dem Datum ihrer Veröffentlichung und damit am 19.4.2004 in Kraft.

⁶² Vgl. Werner, Kniel, Berg, Die Neue Gentechnik-Kennzeichnung und Rückverfolgbarkeit. Sind diese Regelungen in der Praxis anwendbar? m.w.N., LMuR 2004, 1 ff..

aus gentechnischen Verfahren resultieren und bereits vor dem Inkrafttreten der Novel Food-Verordnung am 15.5.1997 in der Europäischen Union zugelassen wurden.⁶³

8. Zusatzstoffe

Zulassung,
Ver-
wendung,
Deklaration

Die Zusatzstoff-ZulassungsVO und die Zusatzstoff-VerkehrsVO⁶⁴ regeln die Zulassung, Verwendung und Deklaration von Zusatzstoffen in Lebensmitteln. Grundnorm (Definition) ist § 2 Abs. 3 LFGB Satz 1.⁶⁵ § 6 in Verbindung mit § 5 Abs. 1 Nr. 2 LFGB bestimmen das Verbot bestimmter Zusatzstoffe und ihnen gleichgestellter Stoffe in Lebensmitteln.

Zu berücksichtigen ist, dass ein Stoff durchaus ambivalent in Erscheinung treten kann, indem er auf der einen Seite dem Lebensmittel als Zusatzstoff zugesetzt wird und andererseits als *Zutat* in einem Lebensmittel, z.B. in Form einer Nahrungsmittelergänzung zur Anwendung kommt.

Zusatzstoff
oder Zutat

8.1. Zusatzstoff und Zutat schließen einander begrifflich aus⁶⁶, so dass es bei der Anwendung des § 6 LFGB, insbesondere bei der Bestimmung der einem Zusatzstoff gleichgestellten Stoffe im Sinne des § 2 Abs. 3 Satz 2 auf eine präzise Differenzierung ankommt.⁶⁷

⁶³ Insektenresistenter Mais von Novartis (Kommissionsentscheidung Januar 1997) sowie die herbizidtolerante Sojabohne der Firma Monsanto (Kommissionsentscheidung April 1996), für die analog zur Novel Food-Verordnung spezielle Kennzeichnungsanforderungen in Kraft gesetzt wurden. Gem. Entscheidung der Kommission v. 5.6.2003 wurde Noni-Saft als neuartige Lebensmittelzutat zugelassen (2003/426/EG).

⁶⁴ ZZuLV v. 22.12.1981, ZVerKV v. 10.7.1984, abgedruckt bei Zipfel, a.a.O., A 120 und A 122 = Band I Texte.

⁶⁵ Am 29.1.1998 wurde die Verordnung zur Neuordnung Lebensmittelrechtlicher Vorschriften über Zusatzstoffe verabschiedet. Mit dieser Neuordnung setzte die Bundesregierung insgesamt 10 EG-Richtlinien in nationales Recht um. Veröffentlicht in BGBl. I, S. 230 ff.; vgl. Meyer/Preuß, Zur Europäisierung des Zusatzstoffrechts oder § 2 LMBG ist mausetot, WRP 2003, 675.

⁶⁶ OLG Köln, Urt. v. 26.5.2004, Az.: 6 U 136/02, MD 2004, 1054, 1060 – Glucosaminhaltige Nahrungsergänzungsmittel („...wenn G. Nahrungsergänzungsmittel und damit das Lebensmittel selbst ist, ...ist es bereits begrifflich ausgeschlossen, dieses G. zugleich als Zusatzstoff anzusehen.“).

⁶⁷ BGH, Urt. v. 22.7.2004, Az.: I ZR 288/01, MD 2004, 1182 – Johanniskraut und BGH, Urt. v. 13.5.2004, Az.: I ZR 261/01, MD 2004, 839 – Honigwein; Büttner u. Hahn, Das Zusatzstoffverbot des § 2 LMBG (a.F.) im Lichte des Europäischen Gemeinschaftsrechts und des Begriffs Nährwert, GRUR 2004, 815 m.w.N.

Nach § 2 Abs. 3 Satz 1 wird der Zusatzstoffe dem Lebensmittel bei der Herstellung oder Behandlung aus technologischen Gründen zugesetzt. § 2 Abs. 3 Satz 2 LFGB erweitert den Umfang, indem er Stoffe mit oder ohne Nährwert, die

Definition des Zusatzstoffs

- üblicherweise weder selbst als Lebensmittel verzehrt
- noch als charakteristische Zutat eines Lebensmittels verwendet
- noch als natürliche Stoffe nach allgemeiner Verkehrsauffassung überwiegend wegen ihres Nährwert-, Geruchs- oder Geschmacks werts oder als Genussmittel verwendet werden,

den Zusatzstoffen gleichstellt. Die Bestimmung schafft eine Fiktion, nach der Lebensmittelbestandteile allgemeiner Natur (Satz 2 Nr. 1) oder bestimmbare Bestandteile (Satz 2 Nr. 2 - 4), insbesondere Mineralstoffe und Spurenelemente, Aminosäuren und Vitamine A - also Stoffe, die einem Lebensmittel (nur) zugesetzt, aber nicht als „eigentliches“ Lebensmittel betrachtet werden - nicht ohne Zulassung verwendet werden dürfen.

Bei der Beurteilung, ob ein Lebensmittelinhaltsstoff Lebensmittel im eigentlichen Sinne oder (erlaubnispflichtiger) Zusatzstoff ist, darf der jeweilige Verwendungszweck nicht derart unberücksichtigt bleiben, dass in rein formalistischer Handhabung der Norm, vornehmlich sogar prägende Zutaten zu *Nahrungsergänzungsmitteln* den fiktiven Zusatzstoffen gleichgestellt werden⁶⁸.

Verwendungszweck

8.2. Den Eigenarten des Nahrungsergänzungsmittels als eigenständige Gruppe der Lebensmittel entspricht es, dass jede (deklarierte) Zutat dieser Mittel für das Mittel charakteristisch ist, weil sie für die Kaufentscheidung des Verbrauchers wesentlich ist. Der Konsument kauft nicht einfach Nahrungsergänzungsmittel, um sich zu „ernähren“, sondern selektiert die Inhaltsstoffe (Zutaten) anhand des persönlichen Anforderungsprofils. Solche Zutaten den Zusatzstoffen gleichzustellen – und damit einen Erlaubnisvorbehalt zu schaffen – verkennt den Sinn und Zweck der Zusatzstoffregelungen ebenso wie die Regelungen der NemV im Konsens europäischer Normgebung⁶⁹.

Abgrenzung beim Nahrungsergänzungsmittel

⁶⁸ So: OLG Hamburg, Urt. v. 29.3.2007, Az.: 3 U 279/06, MD 2007, 658 – Nahrungsergänzungsmittel für Gelenke und Knorpel und OLG Nürnberg, Urt. v. 12.2.2008, Az.: 3 U 1997/07, MD 2008, 529 – Weidenrindenextrakt.

⁶⁹ OLG Köln, Urt. vom 21.12.2007, Az.: 6 U 64/06, MD 2008, 677685,b,aa - Ginkgo-Extrakt

Die Behandlung von maßgebenden Inhaltsstoffen eines Nahrungsergänzungsmittels als Zusatzstoff steht im Widerspruch zur europäischen Nahrungsergänzungsmittel-Richtlinie 2002/46/EG, die erläutert, dass Nahrungsergänzungsmittel eine „breite Palette von Nährstoffen *und anderen Zutaten* enthalten können, unter anderem, aber nicht ausschließlich, Vitamine, Mineralstoffe, Aminosäuren, essenzielle Fettsäuren, Ballaststoffe und verschiedene Pflanzen und Kräuterextrakte“⁷⁰.

Richtlinien-
konforme
Inter-
pretation

Durch die Verknüpfung der Stoffe gemäß Anlage 2 der NemV mit den Zusatzstoffen i.S.d. LFGB ist daher nicht schon davon auszugehen, dass Nahrungsergänzungsmittel als solche *nur* aus zugelassenen Stoffen, bzw. Zusatzstoffen bestehen dürften. Eine Auslegung der Art, dass alle Bestandteile eines Nahrungsergänzungsmittels zugelassen werden müssten, bzw. nur zugelassene Stoffe hierfür zu verwenden sind, wäre eine atypische Restriktion.⁷¹ Die richtlinienkonforme Interpretation der NemV und des LFGB – EU-Recht ist gegenüber dem LFGB das höherrangige Recht⁷² – öffnet keinen Spielraum für sinnfremde Einengungen.⁷³ Dem LFGB mangelt es an einer angemessenen Differenzierung zwischen dem herkömmlichen Lebensmittel und dem Nahrungsergänzungsmittel, wie es sie z.B. im LMG (Österreich) gibt⁷⁴. Diese Unklarheit mag

⁷⁰ Richtlinie 2002/46/EG, Einleitung Ziff. 6., bestätigt durch BGH Urt. vom 15.7.2010, Az.: I ZR 99/09, GRUR 2011, 355 „Gelenknahrung II“;

⁷¹ §§ 2, 11, 52, 53 LMBG (a.F.); vgl. OLG Koblenz, Beschl. v. 12.9.2003, ZLR 2003, 729 – Lycopin; vgl. auch : Büttner u. Hahn, Das Zusatzstoffverbot des § 2 LMBG (a.F.) im Lichte des Europäischen Gemeinschaftsrechts und des Begriffs Nährwert, GRUR 2004, 815 m.w.N.; Meyer u. Preuß, Die Europäisierung des Zusatzstoffrechts oder: § 2 LMBG (a.F.) ist mausetot, WRP 2003, 675.

⁷² Vgl. Meyer u. Preuß, Die Europäisierung des Zusatzstoffrechts oder: § 2 LMBG (a.F.) ist mausetot, WRP 2003, 675 f und Büttner u. Hahn, a.a.O., 815.

⁷³ Vgl. auch BGH, Urt. v. 22.7.2004, Az.: I ZR 288/01, GRUR 2004, 1037 – Johanniskraut; BGH, Urt. v. 13.5.2004, Az.: I ZR 261/01, GRUR 2004, 882 – Honigwein; der BGH verneint die Zusatzstoffeigenschaft unter Bezug auf § 2 Abs. 1, 2. Halbsatz, weil der Stoff überwiegend wegen seines Nähr-, Geruchs- oder Geschmackswerts zugesetzt worden sei.

⁷⁴ § 1 (1) „Dieses Bundesgesetz ist auf das In-Verkehrbringen von Lebensmitteln *einschließlich Nahrungsergänzungsmitteln*, Zusatzstoffen, kosmetischen Mitteln und Gebrauchsgegenständen anzuwenden.“ § 4 „Zusatzstoffe sind Stoffe, die dazu bestimmt sind, Lebensmitteln oder Nahrungsergänzungsmitteln hinzugefügt zu werden, *sofern sie nicht selbst Lebensmittel oder Nahrungsergänzungsmittel sind.*“ (Österr. BGBl. I Nr. 69/2003, in Kraft getreten am 15.8.2003).

für ungewöhnliche Entscheidungsfindungen ausschlaggebend gewesen sein.⁷⁵

8.3. Zudem wird häufig verkannt, dass das Tatbestandsmerkmal des „Zusetzens“ für die Annahme eines Zusatzstoffes, bzw. eines dem Zusatzstoff gleich stehenden Stoffes gemäß § 2 Abs. 3 LFGB unerlässlich ist, sodass die Zutat eines Nahrungsergänzungsmittels, d.h. eines Stoffes, der für den Konsumenten eine ergänzende, ernährungsspezifische Bedeutung hat, schon von daher kein Zusatzstoff im Sinne des LFGB⁷⁶ sein kann.⁷⁷ Die einem Erlaubnisvorbehalt bei Zusatzstoffen dienende Handhabung, verdeutlicht die nur unvollständige europäische Richtlinienumsetzung zu Nahrungsergänzungsmitteln und bringt die lückenhafte Integration von Nahrungsergänzungsmitteln im LFGB nachhaltig zum Ausdruck. Insbesondere kommt es infolge der dadurch bewirkten Begriffsunklarheit zu Einschränkungen bei der Herstellung von Nahrungsergänzungsmitteln und zu einer mit EU-Normen nicht zu vereinbarenden Behinderung bei der Herstellung der stofflich möglichen Komponenten dieser speziellen Lebensmittel.⁷⁸

Bereits bestehende Zulassungen im Bereich diätetischer Lebensmittel, speziell außerhalb des Bereichs der Vitamine und Mineralstoffe, können für die Klärung der Unbedenklichkeit z.B. für Aminosäuren im Sinne des § 2 Abs. 3 Nr. 3⁷⁹ Berücksichtigung finden, z.B. auch bei Stofflichkeits- und Dosierungsfragen im Sinne von §§ 5 und 11 LFGB (Verbote zum Schutz der Gesundheit⁸⁰).

⁷⁵ OLG Hamburg, Urt. v. 29.3.2007, Az.: 3 U 279/06, MD 2007, 658 – Nahrungsergänzungsmittel für Gelenke und Knorpel und OLG Nürnberg, Urt. v. 12.2.2008, Az.: 3 U 1997/07, MD 2008, 529 – Weidenrindenextrakt.

⁷⁶ Vgl. auch Art. 1 Zusatzstoffangleichungsrichtlinie 89/107/EWG v. 21.12.1988.

⁷⁷ OLG Köln, Urt. v. 26.5.2004, Az.: 6 U 136/02, MD 2004, 1054, 1060 – Glucosaminhaltige Nahrungsergänzung.

⁷⁸ Die Europäische Nahrungsergänzungsmittel-Richtlinie v. 10.6.2002 erläutert insoweit, dass Nahrungsergänzungsmittel eine „breite Palette von *Nährstoffen* und *anderen Zutat*en enthalten, unter anderem, aber nicht ausschließlich, Vitamine, Mineralstoffe, Aminosäuren, essentielle Fettsäuren, Ballaststoffe und verschiedene Pflanzen und Kräuterextrakte.“ (Einleitung Nr. 6).

⁷⁹ Vgl. Richtlinie 2001/15/EG der Kommission v. 15.2.2001 über Stoffe, die Lebensmitteln, die für eine besondere Ernährung bestimmt sind, zu besonderen Ernährungszwecken zugefügt werden dürfen und Verordnung über diätetische Lebensmittel v. 25.8.1988 i.d.F. v. 23.6.1993, BGBl. I, 1020, geändert durch Gesundheitseinrichtungen-Neuordnungs-Gesetz v. 24.6.1994, BGBl. I, 1416, 1420 und durch Art. 2 Abs. 2 der Verordnung zur Änderung der Lebensmittel-Kennzeichnungsverordnung und anderer lebensmittelrechtlicher Verordnungen v. 14.10.1999, BGBl. I, 2053.

8.4. Kenntlichmachung von Zusatzstoffen

In der Werbung, beispielsweise muss bei bestimmten Kaltgetränken/Limonaden (z.B. Light-Getränke), die Zuckerersatzstoffe, sog. Süßungsmittel enthalten, ein darauf hinweisender Hinweis in der Werbung erfolgen:

„mit Süßungsmitteln“

Zucker-
ersatzstoffe
müssen
kenntlich
gemacht
werden

Enthält das Getränk eine Phenylalaninquelle, bedarf es eines weiteren Hinweises:

„mit Süßungsmitteln, enthält eine Phenylalaninquelle“

auf der Angebotsliste (Werbeflyer), bzw. auf der Speise- und Getränkekarte gemäß §§ 6 Abs. 2 Satz 1, Abs. 4 und 9 Abs. 4, Abs. 6 Nr. 4 (im Versandhandel: Angebotsliste), bzw. Nr. 5 (in Gaststätten: Speise- und Getränkearten) ZZuLV vom 29.1.1998, Stand: 30.9.2008, BGBl I, 1911.⁸¹

9. Allgemeine Vorschriften

9.1. Lebensmittel-Kennzeichnungs-Verordnung⁸²

Pflichtan-
gaben

Geltungsbereich: Kennzeichnung von Lebensmitteln in Fertigpackungen⁸³ (§ 1 Anwendungsbereich mit Ausnahmen). § 3 LMKVO schreibt bestimmte Kennzeichnungselemente vor, u.a.

- Verkehrsbezeichnung (§ 4 LMKV),
- Zutatenverzeichnis (§§ 5, 6 LMKV),
- Mindesthaltbarkeits-/Verbrauchsdatum (§§ 7, 7a LMKV)⁸⁴,
- Alkoholgehalt (§ 7 b LMKV).

⁸⁰ Vgl. OLG Oldenburg, Urt. v. 18.9.2003, Az.: 1 U 15/03 – Gesundheitsschädliche Lebensmittel.

⁸¹ Vgl. Sächsisches Obergerverwaltungsgericht 3. Senat, Beschluß vom 26.02.2008, Az.: 3 BS 333/06, Zur Verpflichtung, in Angebotslisten eines Pizza-Lieferdienstes sowie im Aushang in der Produktionsstätte auf Lebensmittelzusatzstoffe hinzuweisen, Quelle: Juris

⁸² LMKV i.d.F. v. 15.12.1999 (BGBl. I, 2464) und i.d.F. v. 8.12.2000 (BGBl. I, 1686); siehe auch: Richtlinie 79/112/EG zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedsstaaten über die Etikettierung und Aufmachung von Lebensmitteln sowie der Werbung hierfür; vgl. BGH, Urt. v. 6.6.2002, Az.: I ZR 307/99, GRUR Int. 2002, 1023 – Bodensee-Tafelwasser m.w.N., zur Mineral- und Tafelwasserverordnung (MTVO).

⁸³ Definition gem. § 6 Abs. 1 EichG v. 11.7.1969 i.d.F. v. 25.11.2003.

⁸⁴ Michalski, Riemenschneider, Irreführende Werbung mit Mindesthaltbarkeitsdatum, BB 1994, 588 m.w.N.

9.2. Nährwert-Kennzeichnungs-Verordnung⁸⁵

Sie legt die Angabe von Brennwerten und nährstoffbezogenen Angaben fest (Light-Werbung⁸⁶). Im Verbotstatbestand des § 6 wird u.a. bestimmt, dass es verboten ist, im Verkehr mit Lebensmitteln oder in der Werbung Bezeichnungen, Angaben oder Aufmachungen zu verwenden, die darauf hindeuten, dass ein Lebensmittel schlankmachende, schlankheitsfördernde oder gewichtsverringende Eigenschaften besitzt.⁸⁷

Verbot der
Schlankheits-
werbung

Ausgenommen von dem Verbot der Schlankheitswerbung⁸⁸ sind diätetische Lebensmittel im Sinne des § 14a DiätVO (Lebensmittel für kalorienarme Ernährung zur Gewichtsverringering), die zur Verwendung als Tagesration bestimmt sind.⁸⁹

9.3. Los-Kennzeichnungs-Verordnung⁹⁰

Lebensmittel dürfen danach nur in den Verkehr gebracht werden, wenn sie mit einer Angabe gekennzeichnet sind, aus der das Los (Lot/L-Nr. ...) zu ersehen ist, zu dem sie gehören.

Angabe der
Los-Nr.

⁸⁵ VO zur Neuordnung der Nährwertkennzeichnungsvorschriften für Lebensmittel v. 25.11.1994, BGBl. I 1994, 3526 und Richtlinie 90/496/EWG des Rates v. 24.11.1990 über die Nährwertkennzeichnung von Lebensmitteln, ABl. Nr. L 276, 40; VO (EG) 1882/2003, ABl. Nr. L 284; 1; RL 2003/120/EG, ABl. Nr. L 333, 51.

⁸⁶ BGH, Urt. v. 27.1.1994, Az.: I ZR 1/92, MD 1994, 427 – Back-Frites; OLG Hamburg, Urt. v. 14.11.1991, Az.: 3 U 255/90, WRP 1992, 391 – Kalorienarmes Käseerzeugnis.

⁸⁷ Zu beachten: EuGH, Urt. v. 15.7.2004, Az.: C-239/02, GRUR Int. 2004, 1016 – Kennzeichnungsrecht und freier Warenverkehr, zur Frage der Werbung für ein Lebensmittel mit Hinweisen auf „Schlankerwerden“ u.a.

⁸⁸ OLG Hamburg, Urt. v. 13.9.2001, Az.: 3 U 55/01, MD 2002, 155 – Schlankmachende Lebensmittel, Pressehaftung; LG Hamburg, Urt. v. 17.11.2000, Az.: 406 O 123/00, MD 2001, 229 – Jahrtausend-Methode gegen Übergewicht, eingehend auch zur Vereinbarkeit v. § 6 NKV mit dem Europarecht; KG, Beschl. v. 12.3.1991, Az.: 5 W 7924/89, WRP 1991, 722 – Schlankheitsmittel (§ 7 a.F. = § 6 NKV); LG Berlin, Urt. v. 7.5.1991, Az.: 15 O 190/91, MD 1991, 777 – Schlankmacher-Gelee P.

⁸⁹ LG Berlin, Urt. v. 10.8.2004, Az.: 102 O 169/04, MD 2004, 1165 – Der schnelle Weg zur Traumfigur; LG Berlin, Urt. v. 12.8.2004, Az.: 16 O 50/04, Ergänzende bilanzierte Diät – Vitalkost; OLG Köln, Urt. v. 30.9.1994, Az.: 6 U 32/94, WRP 1995, 128 – natriumarm, (§§ 7, 13 gelten nicht für natürliche Mineralwässer); LG Berlin, Urt. v. 7.7.1994, Az.: 27 O 304/94, MD 1994, 1040 – Irreführende Werbung für Schlankheitsmittel.

⁹⁰ LKV v. 23.6.1993, BGBl. I, 1022.

9.4. Fertigpackungsverordnung⁹¹

Angabe der Füllmenge Regelt die Kennzeichnung der Füllmenge nach Art, Gewicht, Anzahl, Menge. Ferner die Grundpreisangaben und die Herstellerangabe.

9.5. Koffeinverordnung⁹²

Angabe der Koffeinhaltigkeit Danach darf *auch in der Werbung* für koffeinhaltige Erfrischungsgetränke/Limonaden kein Zweifel über den Koffeingehalt aufkommen, so dass der Hinweis

„Koffeinhaltig“

in der Werbung (Anzeigen in Print- und Onlinemedien), z.B. für Cola-Getränke, Energiedrinks u.ä. ebenso wie auf Speisekarten oder Bestellbögen anzubringen ist. Nach § 1 Abs. 2 ist eine Aufmachung, die dieser Regelung nicht entspricht, irreführend im Sinne des LFGB, bzw. angesichts des wertbezogenen Schutzcharakters dieser Norm zugleich unlauter im Sinne des § 4 Nr. 11 UWG.

Autor: Otto D. Dobbeck⁹³

⁹¹ FPaVO v. 18.12.1981, BGBl I, 1585 i.d.F. 1992, BGBl I, 2423. i.d.F. der Bekanntmachung v. 8.3.1994 (BGBl I, 451, ber. 1307).

⁹² Vom 24.6.1938, in der bereinigten Fassung vom 8.5.2008 (BGBl I 797)

⁹³ Rechtsanwalt in Hamburg; ra-hamburg@t-online.de