

GEULEN & KLINGER
Rechtsanwälte

Dr. Reiner Geulen*
Prof. Dr. Remo Klinger*
Dr. Caroline Douhaire LL.M.
Dr. Karoline Borwieck
David Krebs
Lukas Rhiel

Per beA
Landgericht Köln
- Kammer für Handelssachen -
Luxemburger Straße 101

50939 Köln

10719 Berlin, Schaperstraße 15
Telefon +49/ 30 / 88 47 28-0
Telefax +49/ 30 / 88 47 28-10
E-Mail geulen@geulen.com
klinger@geulen.com

www.geulenklinger.com

2. September 2024

K l a g e

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

- Kläger -

Prozessbevollmächtigte:
Rechtsanwälte und Rechtsanwältinnen der Kanzlei Geulen & Klinger,
Schaperstraße 15, 10719 Berlin,

g e g e n

Famous Brands GmbH,
vertreten durch die Geschäftsführer Çağla und Patrick Mothes,
Hohenzollernring 89-93, 50672 Köln,

- Beklagte -

wegen eines wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruchs.

Namens und in Vollmacht des Klägers erheben wir Klage und werden beantragen:

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 bar Probierbox“ 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:



- 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:



vorläufiger Streitwert: 50.000,- Euro.

Sofern das Gericht das schriftliche Vorverfahren anordnet, wird für den Fall der Fristversäumnis oder des Anerkennens beantragt,

die Beklagte durch Versäumnisurteil oder Anerkenntnisurteil ohne mündliche Verhandlung zu verurteilen.

Einer Entscheidung des Rechtsstreits durch den/die Vorsitzende(n) wird zugestimmt.

Gliederung

I.	Streitgegenstand.....	5
II.	Rechtliche Würdigung.....	6
1.	Verstoß gegen Art. 10 Abs. 1 Verordnung (EU) Nr. 1924/2006	6
a.	Maßstab für unzulässige gesundheitsbezogene Aussagen.....	6
b.	Unzulässige Gesundheitsangaben der Beklagten.....	8
aa.	Grundsätzliche Erwägungen.....	8
bb.	Werbeclaims sind nicht in der Gemeinschaftsliste enthalten.....	9
cc.	Fehlende Angaben zu ausreichender Flüssigkeitsaufnahme und zu einer kalorienarmen Ernährung.....	10
2.	Zwischenergebnis	11
III.	Vorgerichtliche Abmahnung/Wiederholungsgefahr	11
IV.	Gerichtsstand und Streitwert	12
V.	Ergebnis	13

B E G R Ü N D U N G

I. Streitgegenstand

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

Die Liste ist über die Webseite des Bundesamtes für Justiz in ihrer jeweils aktuellen Fassung abrufbar. Der Kläger wird dort auf der Seite 6 geführt. Nach seinem Satzungszweck dient er der Wahrnehmung der Interessen von Verbrauchern durch Aufklärung und Beratung. Er ist zur Führung von Verbandsklagen im Interesse der Verbraucher berechtigt.

Die Beklagte vertreibt diätische Nahrungsmittel. Über eine eigene Webseite auf der Plattform „Instagram“ können Verbraucher Werbevideos und Werbeposts für die Produkte der Beklagten betrachten.

Der Kläger hat die im Klageantrag zu 1) benannte Werbung am 11. April 2024, die im Klageantrag zu 2) benannte Werbung am 6. April 2024 und die im Klageantrag zu 3) benannte Werbung am 29. März bemerkt.

Beweis: Screenshots der jeweiligen Posts (**Anlage K 1 a bis c**)

Mit den in den Werbeposts gemachten Aussagen bewirbt die Beklagte die streitgegenständlichen Produkte mittels gesundheitsfördernder Eigenschaften.

Sie schreibt dem Produkt schlankmachende Eigenschaften zu und bewirbt sie in unzulässiger Weise als Mahlzeitenersatz.

Das im Klageantrag zu 1) benannte Produkt bewirbt die Beklagte unter anderem mit den Aussagen „Schoki, die schlank macht?“ und „perfekt zum Abnehmen“.

Das im Klageantrag zu 2) benannte Produkt bewirbt die Beklagte als sog. Mahlzeitenersatz 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 3) benannte Produkte bewirbt die Beklagte unter anderem mit der Aussage „Perfekt zum Abnehmen, Cheat Days Ausgleichen“.

Hierdurch verstößt die Beklagte gegen Verbote der sog. [Health-Claims-Verordnung](#).

Der Kläger kann daher einen Unterlassungsanspruch aus §§ 8 Abs. 1, 3, 3a UWG i.V.m. Art. 3 Abs. 1, 5 Abs. 1 a, 10 Abs. 1 Verordnung (EU) Nr. 1924/2006 (Health-Claims-Verordnung; im Folgenden: HCVO) geltend machen.

II. Rechtliche Würdigung

Der Unterlassungsanspruch des Klägers ergibt sich aus §§ 8 Abs. 1, 3, 3a UWG i.V.m. 10 Abs. 1 HCVO.

1. Verstoß gegen Art. 10 Abs. 1 Verordnung (EU) Nr. 1924/2006

Mit den streitgegenständlichen Aussagen hat die Beklagte gegen Vorgaben der HCVO, insbesondere deren Art. 10 Abs. 1 verstoßen.

Art. 10 Abs. 1 HCVO lautet:

„Gesundheitsbezogene Angaben sind 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.“

Das vom Unionsgesetzgeber in Art. 10 Abs. 1 HCVO aufgestellte grundsätzliche Verbot der Verwendung gesundheitsbezogener Angaben ist eine Marktverhaltensregelung im Sinne des § 3a UWG, deren Missachtung geeignet ist, den Wettbewerb zum Nachteil von Mitbewerbern und Verbrauchern spürbar zu beeinträchtigen (st. Rspr., BGH, Urteil vom 19. September 2019, I ZR 91/18, Rn. 13, juris; BGH, Urteil vom 7. April 2016, I ZR 81/15, Rn. 12, juris; LG Frankfurt a.M., Urteil vom 27.10.2023, 3-10 O 34/23, WRP 2024, 123, Seite 125, Rn. 23; LG Potsdam, Urteil vom 6. Juli 2023, 2 O 98/23, juris Rn. 75; LG Köln, Urteil vom 26. Juli 2023, 84 O 41/23, juris Rn. 25).

a. Maßstab für unzulässige gesundheitsbezogene Aussagen

Die Beklagte trifft unzulässige gesundheitsbezogene Aussagen.

Nach § 2 Abs. 2 Nr. 5 HCVO ist eine „gesundheitsbezogene Angabe“

„jede 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.“

Der Begriff „Zusammenhang“ ist nach ständiger Rechtsprechung des EuGH und BGH weit zu verstehen (EuGH, Urteil vom 6. September 2012, C-544/10, juris Rn. 34; BGH, Urteil vom 17. Mai 2018, I ZR 252/16, juris Rn. 34; siehe auch LG Frankfurt a.M., Urteil vom 27. Oktober 2023, 3-10 O 34/23, WRP 2024, S. 123 [125]).

Erfasst ist jeder Zusammenhang, der eine Verbesserung des Gesundheitszustands dank des Verzehrs des Lebensmittels impliziert (EuGH, Urteil vom 6. September 2012, C-544/10, juris Rn. 34 ff; BGH, Urteil vom 17. Mai 2018, I ZR 252/16, juris Rn. 34; BGH, Urteil vom 7. April 2016, I ZR 81/15, juris Rn. 19).

Angaben, die schlank machende oder gewichtskontrollierende Eigenschaften eines Lebensmittels oder die Verringerung des Hungergefühls oder ein verstärktes Sättigungsgefühl oder eine verringerte Energieaufnahme durch den Verzehr des Lebensmittels beschreiben oder darauf verweisen, sind nach Art. 13 Abs. 1 lit. c) HCVO stets gesundheitsbezogene Angaben i.S.d. Art. 10 Abs. 1 HCVO.

Nicht erforderlich ist die ausdrückliche Behauptung einer Auswirkung auf den Gesundheitszustand; ausreichend ist, dass eine Angabe bei dem angesprochenen Verkehr einen solchen Eindruck hervorrufen kann (vgl. EuGH, Urteil vom 18. Juli 2013 C-299/12; LG Potsdam, Urteil vom 6. Juli 2023, 2 O 98/23, juris Rn. 49 ff).

Gesundheitsbezogene Angaben sind, soweit sie nicht explizit zulässig sind, verboten (Art. 10 Abs. 1 HCVO).

Art. 10 Abs. 1 HCVO statuiert insofern ein Verbot mit Erlaubnisvorbehalt.

Das Verbot gilt, sofern die Angaben nicht den allgemeinen Anforderungen in Kapitel II (Art. 3–7) und den speziellen Anforderungen in Kapitel IV (Art. 10–19) HCVO entsprechen, gemäß der HCVO zugelassen und in die sog. [Gemeinschaftsliste](#) zulässiger gesundheitsbezogener Angaben (EU-Verordnung Nr. 432/2012) eingetragen sein.

Die in Artikel 10 Abs. 1 HCVO genannten Voraussetzungen müssen nach dem eindeutigen Wortlaut der Norm kumulativ vorliegen. Die fehlende Eintragung in die Gemeinschaftsliste begründet daher bereits das Verbot einer gesundheitsbezogenen Aussage.

Sinn und Zweck der Gemeinschaftsliste ist es, die bisher unzweifelhaft zulässigen gesundheitsbezogenen Angaben, die keiner erneuten Zulassung bedürfen, zusammenzustellen.

Die Liste enthält eine Tabelle, in der einzelne Stoffe aufgezählt werden und dazu erläutert wird, mit welchen Aussagen sie beworben werden dürfen.

Hier ein Beispielsausschnitt:

Vitamin B6	Vitamin B6 trägt zu einer normalen Funktion des Immunsystems bei	Die Angabe darf nur für Lebensmittel verwendet werden, die die Mindestanforderungen an eine Vitamin-B6-Quelle gemäß der im Anhang der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 aufgeführten Angabe [NAME DES VITAMINS/DER VITAMINE] UND/ODER [NAME DES MINERALSTOFFS/DER MINERALSTOFFE]-QUELLE erfüllen.
Vitamin B6	Vitamin B6 trägt zur Verringerung von Müdigkeit und Ermüdung bei	Die Angabe darf nur für Lebensmittel verwendet werden, die die Mindestanforderungen an eine Vitamin-B6-Quelle gemäß der im Anhang der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 aufgeführten Angabe [NAME DES VITAMINS/DER VITAMINE] UND/ODER [NAME DES MINERALSTOFFS/DER MINERALSTOFFE]-QUELLE erfüllen.
Vitamin B6	Vitamin B6 trägt zur Regulierung der Hormontätigkeit bei	Die Angabe darf nur für Lebensmittel verwendet werden, die die Mindestanforderungen an eine Vitamin-B6-Quelle gemäß der im Anhang der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 aufgeführten Angabe [NAME DES VITAMINS/DER VITAMINE] UND/ODER [NAME DES MINERALSTOFFS/DER MINERALSTOFFE]-QUELLE erfüllen.
Vitamin C	Vitamin C trägt zu einer normalen Funktion des Immunsystems bei	Die Angabe darf nur für Lebensmittel verwendet werden, die die Mindestanforderungen an eine Vitamin-C-Quelle gemäß der im Anhang der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 aufgeführten Angabe [NAME DES VITAMINS/DER VITAMINE] UND/ODER [NAME DES MINERALSTOFFS/DER MINERALSTOFFE]-QUELLE erfüllen.

b. Unzulässige Gesundheitsangaben der Beklagten

Die Beklagte hat gegen Art. 10 Abs. 1 HCVO verstoßen, denn sie macht gesundheitsbezogene Angaben, die nicht der Gemeinschaftsliste entsprechen.

aa. Grundsätzliche Erwägungen

Die Gemeinschaftsliste zur HCVO gibt vor, welche Aussagen, also „Claims“ im Rahmen von Werbebotschaften getätigt werden können. Wie dem zuvor abgebildeten Ausschnitt zu entnehmen ist, wird dabei jeweils auf eine konkrete Substanz/Stoff Bezug genommen.

Ein in einer Werbung getätigter Claim ist daher auch nur dann zulässig, wenn der Bezug zu der dem beworbenen Produkt zugrundeliegenden Substanz hergestellt wird. Für ein Produkt, welches – wie in der zuvor abgebildeten Tabelle – beispielsweise Vitamin B 6 enthält, dürfte daher nur dann mit dem für Vitamin B 6 zugelassenen Claim geworben werden, wenn explizit auf Vitamin B 6 hingewiesen wird (vgl. OLG Celle, Beschluss vom 10. Juni 2022, 13 U 9/22, juris Rn. 21; LG Köln, Beschluss vom 26. April 2023 – 31 O 105/23, juris, Rn. 13).

In einer Entscheidung des LG Hannover vom 29. November 2022 heißt es dazu:

„Gesundheitsbezogene Angaben dürfen nach Art. 10 HCVO nur zu dem jeweiligen Nährstoff, der Substanz oder dem Lebensmittel gemacht werden, für die sie nach der Gemeinschaftsliste zugelassen sind, nicht jedoch zu dem Produkt, das dieses Element enthält, ohne den in der zugelassenen Aussage liegenden Zusammenhang mit der Substanz etc. herauszustellen. Entsprechendes gilt bei der Anwendung der Übergangsvorschriften des Art. 28 Abs. 5 HCVO. Wenn bei einem Produkt mit mehreren Inhaltsstoffen nach den Übergangsvorschriften eine bestimmte Angabe zu einem einzelnen pflanzlichen Inhaltsstoff zulässig ist, darf diese Angabe nicht pauschal – ohne Nennung des Inhaltsstoffs, auf den diese Wirkung zurückgehen soll – auf das Gesamtprodukt oder auf die Gesamtheit seiner Inhaltsstoffe übertragen werden“

(LG Hannover, Urteil vom 29. November 2022 – 32 O 125/22 –, Rn. 92, juris; ähnlich auch OLG Celle, Beschluss vom 10. Juni 2022 – 13 U 9/22 –, Rn. 20, juris)

Die Beklagte hat für keines der streitgegenständlichen Produkte einen solchen Bezug zu einer in diesen Produkten enthaltenen Substanz hergestellt. Selbst wenn man unterstellte, dass die streitgegenständlichen Produkte Substanzen enthielten, für die bestimmte Health Claims zugelassen sind, wären die streitgegenständlichen Werbeposts dennoch allein deshalb rechtswidrig, weil ein Bezug zu diesen Inhaltsstoffen nicht hergestellt wurde.

Allein dies begründet die Unterlassungsansprüche des Klägers.

bb. Werbeclaims sind nicht in der Gemeinschaftsliste enthalten

Die Beklagte handelt aber auch deshalb rechtswidrig, weil sie in allen drei streitgegenständlichen Posts die dort jeweils beworbenen Produkte mit schlank machenden Eigenschaften bewirbt.

Die von der Beklagten dabei genutzten Werbeclaims finden sich dabei nicht in der Gemeinschaftsliste der HCVO.

Nach der Gemeinschaftsliste zulässiger gesundheitsbezogener Aussagen dürfen Produkte, die einen bestimmten Anteil von Zuckerersatzstoffen enthalten, mit folgender Aussage beworben werden:

„Der Verzehr von Lebensmitteln/Getränken, die anstelle von Zucker enthalten, bewirkt, dass der Blutzuckerspiegel nach ihrem Verzehr weniger stark ansteigt als beim Verzehr von zuckerhaltigen Lebensmitteln/Getränken“.

Eine Aussage, dass solche Nahrungsmittel beim Abnehmen helfen, ist hingegen nicht in der Gemeinschaftsliste enthalten und damit unzulässig.

Auch dies begründet die Unterlassungsansprüche des Klägers.

cc. Fehlende Angaben zu ausreichender Flüssigkeitsaufnahme und zu einer kalorienarmen Ernährung

Die Beklagte bewirbt sämtliche Produkte zudem als Mahlzeitenersatz. Produkte, die als Mahlzeitenersatz beworben werden, müssen eine bestimmte Zusammensetzung aufweisen. Durch solche Produkte sollen eigentliche Hauptmahlzeiten kalorienarm ersetzt werden. Nach der konsolidierten Fassung der Gemeinschaftsliste (dort auf S. 24) darf für solche Mahlzeitenersatzprodukte mit der Aussage:

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

geworben werden.

Dies aber nur unter folgender Bedingung:

„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.“

Unabhängig von der Frage, ob die Produkte tatsächlich die Voraussetzungen für einen Mahlzeitenersatz erfüllen, weist die Beklagte in keinem der Werbeposts auf die Notwendigkeit einer ausreichenden Flüssigkeitszufuhr hin. Zudem wird nicht erklärt, dass die Mahlzeitenersatzprodukte im Rahmen einer kalorienarmen Ernährung zu sich genommen werden sollen. Im Gegenteil: Die Beklagte vermittelt vielmehr den Eindruck, man könne – solange man einzelne

Mahlzeiten durch ihre Produkte ersetzt – schlemmen, was man wolle. Sie verspricht „Urlaub ohne Verzicht“ und den Ausgleich ganzer „Cheat Days“.

Der fehlende Hinweis zu der Notwendigkeit einer ausreichenden Flüssigkeitsaufnahme und zu einer kalorienarmen Ernährung begründet einen Verstoß gegen Art. 10 HCVO i.V.m den Vorgaben der Gemeinschaftsliste zur HCVO (VO (EU) Nr. 432/2012).

Auch dies begründet den Unterlassungsanspruch des Klägers.

2. Zwischenergebnis

Die Beklagte bewirbt die streitgegenständlichen Produkte mit einer schlankmachenden Wirkung und als Mahlzeitenersatz, ohne dabei auf eine ausreichende Flüssigkeitszufuhr und die Notwendigkeit einer kalorienarmen Diät hinzuweisen.

Hierdurch hat die Beklagte gegen Vorgaben der HCVO, insbesondere deren Art. 10 Abs. 1 verstoßen.

Der Kläger kann daher einen Unterlassungsanspruch geltend machen. Dieser ergibt sich aus §§ 8 Abs. 1, 3, 3a UWG i.V.m. 10 Abs. 1 HCVO.

III. Vorgerichtliche Abmahnung/Wiederholungsgefahr

Die Beklagte wurde daher durch Schreiben des Klägers vom 26. Juni 2024 aufgefordert, eine Unterlassungserklärung zu unterzeichnen.

Beweis: Schreiben des Klägers (**Anlage K 2**)

Die Beklagte reagierte durch Schreiben ihrer vorprozessualen rechtlichen Vertretung vom 25. Juli 2024. Sie erklärte, dass sie keine Unterlassungserklärung abgeben werde. Auf der Hauptwebseite der Beklagten würden Verbraucher alle notwendigen Informationen erhalten. Diese Webseite sei auf der Plattform Instagram verlinkt. Auf dieser Webseite werde auch auf die Notwendigkeit einer ausreichenden Flüssigkeitszufuhr hingewiesen. Zudem würden keine nach der HCVO unzulässigen Health-Claims verbreitet.

Beweis: Schreiben der Beklagten (**Anlage K 3**)

Die Argumente der Beklagten stehen dem Unterlassungsanspruch des Klägers nicht entgegen.

Der BGH geht in ständiger Rechtsprechung davon aus, dass an die Werbung mit Gesundheitsbegriffen hohe Anforderungen an aufklärende Hinweise zu stellen sind.

In einer Entscheidung vom 27. Juni 2024 bestätigte er seine seit Jahren bestehende Rechtsprechungslinie:

„So entspricht es der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs, dass bei gesundheitsbezogener Werbung mit Blick auf das hohe Schutzgut der Gesundheit besonders strenge Anforderungen zu stellen sind. Dies gilt zum einen, weil mit irreführenden gesundheitsbezogenen Angaben erhebliche Gefahren für die Gesundheit des Einzelnen sowie der Bevölkerung verbunden sein können (BGH, Urteil vom 3. Mai 2001 - I ZR 318/98, GRUR 2002, 182 [juris Rn. 44] = WRP 2002, 74 - Das Beste jeden Morgen; Urteil vom 6. Februar 2013 - I ZR 62/11, GRUR 2013, 649 [juris Rn. 15] = WRP 2013, 772 - Basisinsulin mit Gewichtsvorteil; Urteil vom 11. Februar 2021 - I ZR 126/19, GRUR 2021, 746 [juris Rn. 32] = WRP 2021, 604 - Dr. Z; Urteil vom 9. Dezember 2021 - I ZR 146/20, GRUR 2022, 399 [juris Rn. 62] = WRP 2022, 426 - Werbung für Fernbehandlung; zum für die Werbung mit gesundheitsbezogenen Angaben geltenden Strengeprinzip vgl. auch BGH, Urteil vom 5. November 2020 - I ZR 204/19, GRUR 2021, 513 [juris Rn. 17] = WRP 2021, 327 - Sinupret). Die besonders strengen Anforderungen an die Richtigkeit, Eindeutigkeit und Klarheit der Werbeaussage rechtfertigen sich außerdem daraus, dass die eigene Gesundheit in der Wertschätzung der Verbraucher einen hohen Stellenwert hat und sich deshalb an die Gesundheit anknüpfende Werbemaßnahmen erfahrungsgemäß als besonders wirksam erweisen (BGH, Urteil vom 27. Februar 1980 - I ZR 8/78, GRUR 1980, 797 [juris Rn. 19] = WRP 1980, 541 - Topfit Boonekamp, mwN; BGH, GRUR 2002, 182 [juris Rn. 44] - Das Beste jeden Morgen).“

(BGH, Urteil vom 27. Juni 2024 – I ZR 98/23, juris, Rn. 23)

Die nach der HCVO erforderlichen Angaben müssen daher unmittelbar im Rahmen der Werbung erfolgen. Eine Bereitstellung, die erst über das Aufsuchen mehrerer Internetseiten, zu finden ist, genügt den strengen Anforderungen, die der BGH für Werbung mit Gesundheitsbezug aufgestellt hat, in keiner Weise.

IV. Gerichtsstand und Streitwert

Die sachliche Zuständigkeit des Landgerichts ergibt sich aus § 14 Abs. 1 UWG. Die örtliche Zuständigkeit folgt aus § 14 Abs. 2 UWG, da die Beklagte ihren Geschäftssitz in Köln hat.

Der Streitwert von 50.000,00 Euro ist für den geltend gemachten Unterlassungsanspruch angemessen, da eine Vielzahl von Verbrauchern betroffen ist und es um den Internetauftritt eines Unternehmens geht und mit dem Vertrieb der Produkte ein beträchtlicher Umsatz erzielt wird.

V. Ergebnis

Die Beklagte hat gegen Vorgaben der HCVO, insbesondere deren Art. 10 Abs. 1 verstoßen.

Der Kläger kann daher einen Unterlassungsanspruch geltend machen. Dieser ergibt sich aus §§ 8 Abs. 1, 3, 3a UWG i.V.m. 10 Abs. 1 HCVO.

Die Klage ist nach alledem begründet.

Dr. Karoline Borwieck
(Rechtsanwältin)