

foodwatch e.v. · brunnenstraße 181 · d-10119 berlin

Landliebe Molkereiprodukte GmbH
z.Hd. Geschäftsführer Jan Kruse
Wimpfener Straße 125
D-74078 Heilbronn

Vorab per Fax: 07131/489-300

Berlin, 24. Oktober 2018

Abmahnung wg. Werbung mit gesundheitsbezogenen Angaben

I.

foodwatch e.V. ist ein gemeinnütziger Verein, dessen Satzungszweck es ist, Verbraucher auf dem Gebiet der Agrar- und Lebensmittelproduktion, des Handels und des Absatzes von Verbrauchsgütern sowie der Bereitstellung von Dienstleistungen zu beraten und zu informieren. Er ist bei der beim Bundesamt für Justiz geführten Liste der klagebefugten Verbraucherschutzverbände nach § 4 des Unterlassungsklagegesetzes (UKlaG) eingetragen. Die Befugnis zum Tätigwerden folgt daher aus §§ 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG, 3 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 UKlaG.

II.

Uns ist zur Kenntnis gelangt, dass Sie im geschäftlichen Verkehr mit folgenden Angaben für Ihr Produkt „Landliebe Schokomilch“ werben:

1. Broschüre „Für mich lieber Milch“

In der auf der Internetseite

<http://www.fuer-mich-lieber-milch.de/fuer-schulen/materialien-zum-download/>

zum Download angebotenen Broschüre „Für mich lieber Milch“ für Eltern mit den Angaben:

- a) Auf S. 5 (links): Abbildung einer Grafik, die die „Geistige Leistungsfähigkeit in Abhängigkeit vom Schokomilch-Verzehr“ abbildet, wobei sich die geistige Leistungsfähigkeit laut dieser Grafik „mit Schokomilch“ im „Bereich optimaler geistiger Leistungsfähigkeit“ befindet.
- b) Auf S. 5 (rechts): Zitat aus einer Studie: „(...) Landliebe Schokomilch lässt sich vor allem für Situationen empfehlen, in denen über einen längeren Zeitraum keine Kohlenhydrate aufgenommen wurden und im Zeitbereich von ein bis maximal zwei Unterrichtsstunden (45 und 90 Minuten) hohe geistige Herausforderungen zu bewältigen sind. In derartigen Situationen befinden sich beispielsweise Nichtfrühstücker, die schulische und mental anspruchsvolle berufliche Leistungen erbringen wollen oder sollen.“

2. www.mynewsdesk.com/de/schulmilch

Auf der Internetseite

<http://www.mynewsdesk.com/de/schulmilch/images/infografiken-zu-milch-und-kakao-auf-einen-blick-715943>

mit den Angaben:

- a) „Kakao steigert die Intelligenz und Konzentration“;
- b) „Kakao zum Frühstück verursacht weniger Karies als Wasser“;
- c) „Kakao schmeckt und macht geistig fit (...)“.

3. Landliebe Molkereiprodukte GmbH

Die Landliebe Molkereiprodukte GmbH ist laut Impressum Verantwortliche der Internetseite www.fuer-mich-lieber-milch.de und damit auch der dort getätigten Aussagen. Somit ist die Landliebe Molkereiprodukte GmbH Schuldnerin des geltend gemachten Unterlassungsanspruchs. Über den auf der Internetseite www.fuer-mich-lieber-milch.de vorhandenen Button „News“ wird wiederum auf die Internetseite

<http://www.mynewsdesk.com/de/schulmilch/images/infografiken-zu-milch-und-kakao-auf-einen-blick-715943>

und die dort getätigten Aussagen verlinkt. Ebenso findet sich auf dieser Internetseite eine Abbildung der Landliebe Schulmilch (Schokomilch und Milch pur) sowie der Claim „Für mich lieber Milch“. Durch das Verlinken auf diese Internetseite sowie die Darstellung ihrer Produkte und ihres Werbeslogans auf der verlinkten Seite macht die Landliebe Molkereiprodukte GmbH sich die dort gemachten Angaben zu eigen und haftet für diese gleichermaßen wie für die auf ihrer eigenen Internetseite www.fuer-mich-lieber-milch.de getätigten Äußerungen (st. Rspr., vgl. nur BGH, Urt. v. 12.11.2009, Az. I ZR 166/07; BGH, Urt. v. 18.06.2015, Az. I ZR 74/14).

III.

Bei den vorstehend genannten Angaben handelt es sich um unlautere geschäftliche Handlungen nach §§ 3, 3a UWG i.V.m. Art. 10 Abs. 1, 13, 14 Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel (HCVO), die geeignet sind, die geschäftlichen Interessen der Verbraucher spürbar zu beeinträchtigen.

1. geschäftliche Handlungen

Die im Rahmen der Broschüre bzw. auf den genannten Internetseiten gemachten Angaben stellen geschäftliche Handlungen i.S.d. § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG dar. Die Broschüre richtet sich gezielt an Eltern von Schulkindern und stellt diesen die angeblichen gesundheitlichen Vorteile der „Landliebe Schulmilch“, speziell der „Schokomilch“, deutlich hervor. Die Angaben dienen damit eindeutig dazu, den Absatz der „Landliebe Schulmilch“ in den Schulen zu fördern.

2. nicht zugelassene gesundheitsbezogene Angaben

Bei sämtlichen unter II. genannten Angaben handelt es sich um nicht zugelassene gesundheitsbezogene Angaben i.S.v. Art. 2 Abs. 2 Nr. 5 HCVO.

Gesundheitsbezogene Angaben sind Angaben, mit denen erklärt, suggeriert oder auch nur mittelbar zum Ausdruck gebracht wird, dass ein Zusammenhang zwischen einer Lebensmittelkategorie, einem Lebensmittel oder seiner Bestandteile einerseits und der Gesundheit andererseits besteht.

a) Broschüre „Für mich lieber Milch“

Bei den o.g. in der Broschüre „Für mich lieber Milch“ für Eltern gemachten Angaben handelt es sich um spezifische gesundheitsbezogene Angaben i.S.v. Art. 10 Abs. 1, 13 Abs. 1 Buchst. b HCVO, da diese Angaben auf psychische Funktionen und Verhaltensweisen verweisen.

Zu Angaben i.S.d. Art. 13 Abs. 1 Buchst. b HCVO zählen etwa solche Angaben, die auf die Gehirnfunktionen oder kognitive Leistungen abstellen, wie z.B. Konzentration und Gedächtnis (s. LG Hamburg, Urt. v. 15.5.2012 – 312 O 720/11).

Sowohl mit der abgebildeten Grafik als auch mit dem Auszug aus der Schokomilch-Studie wird durch die Verwendung der Begriffe

- „geistige Leistungsfähigkeit“,
- „hohe geistige Herausforderungen“ sowie
- „mental anspruchsvolle Leistungen“

ausdrücklich auf die Gehirnfunktion Bezug genommen. Dem Verbraucher wird damit suggeriert, dass sich der Verzehr der Schokomilch positiv auf die geistige Leistungsfähigkeit auswirkt. Da mit den vorgenannten Begriffen ausdrücklich auf bestimmte zu fördernde Körperfunktionen, hier die Gehirnfunktion, Bezug genommen wird, handelt es sich um spezifische Health Claims i.S.d. Art. 13 Abs. 1 Buchst. b HCVO und nicht um bloße Verweise auf das allgemeine gesundheitsbezogene Wohlbefinden i.S.d. Art. 10 Abs. 3 HCVO.

Gesundheitsbezogene Angaben, die die Bedeutung eines Nährstoffs oder einer anderen Substanz für die psychischen Funktionen oder Verhaltensfunktionen (Art. 13 Abs. 1 Buchst. b HCVO) beschreiben oder darauf verweisen, dürfen nur gemacht werden, wenn sie in einer Gemeinschaftsliste (Art. 13 Abs. 3 HCVO) aufgenommen werden. Da für die Schokomilch bzw. einen ihrer Inhaltsstoffe aber keine entsprechenden gesundheitsbezogenen Angaben zugelassen sind, ist die Verwendung unzulässig.

Der Verweis auf eine die Angaben angeblich unterstützende Studie ist ohne Zulassung der Angaben irrelevant.

b) Internetseite

Bei den auf der Internetseite

<http://www.mynewsdesk.com/de/schulmilch/images/infografiken-zu-milch-und-kakao-auf-einen-blick-715943>

gemachten Angaben

- „Kakao steigert die Intelligenz und Konzentration“ und
- „Kakao schmeckt und macht geistig fit (...)“

handelt es sich ebenfalls um nicht zugelassene spezifische Health Claims i.S.d. Art. 13 Abs. 1 Buchst. b HCVO.

Auch diese Angaben stellen schon dem Wortlaut nach ausdrücklich auf die Konzentration und die Gedächtnisfunktion und damit auf psychische Funktionen i.S.d. Art. 13 Abs. 1 Buchst. b HCVO ab. Mit

den Angaben wird dem Verbraucher eindeutig erklärt, dass Kakao zu einer Steigerung der geistigen Leistungsfähigkeit bzw. sogar der Intelligenz führe. Für Kakao sind aber weder diese konkreten Angaben noch überhaupt gesundheitsbezogene Angabe zugelassen. Die Verwendung dieser Angaben ist daher unzulässig.

Bei der auf der Internetseite

<http://www.mynewsdesk.com/de/schulmilch/images/infografiken-zu-milch-und-kakao-auf-einen-blick-715943>

gemachten Angabe „Kakao zum Frühstück verursacht weniger Karies als Wasser“ handelt es sich gleichfalls um eine nicht zugelassene spezifische gesundheitsbezogene Angabe i.S.d. Art. 10 Abs. 1, 14 Abs. 1 Buchst. a HVCO über die Verringerung eines Krankheitsrisikos.

Nach Art. 2 Abs. 2 Nr. 6 HCVO handelt es sich bei sog. ‚risk reduction claims‘ um solche, mit denen erklärt, suggeriert oder mittelbar zum Ausdruck gebracht werde, dass der Verzehr einer Lebensmittelkategorie, eines Lebensmittels oder eines Lebensmittelbestandteils einen Risikofaktor für die Entwicklung einer Krankheit beim Menschen deutlich senkt.

Nach Erwägungsgrund 16 der HCVO 1924/2006 kommt es darauf an, wie Angaben über Lebensmittel vom Verbraucher verstanden werden. Dabei ist von einem normal informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher auszugehen.

Mit der Angabe „Kakao zum Frühstück verursacht weniger Karies als Wasser“ wird ausdrücklich auf eine (Zahn-) Krankheit – Karies – Bezug genommen. Durch die konkrete Formulierung der Angabe wird der Durchschnittsverbraucher diese Angabe zudem dahingehend verstehen, dass Kakao zu einer Verringerung des Kariesrisikos beiträgt. Denn Kakao wird hier mit Wasser verglichen. Da Wasser aber bekanntermaßen weder Zucker noch sonstige Stoffe enthält, die Karies verursachen können, kann die Angabe nur so verstanden werden, dass Kakao einen Beitrag zur Kariesverhinderung leistet, da anderenfalls die Angabe „weniger Karies als Wasser“ keinen Sinn ergibt.

Für Angaben über die Verringerung eines Krankheitsrisikos ist eine Individualzulassung gemäß Art. 15 bis 17 und 19 HCVO 1924/2006 erforderlich.

Für Kakao und die Verringerung von Karies besteht keine entsprechende Zulassung, die Angabe darf daher nicht verwendet werden.

IV.

Die unter II. genannten Angaben verstoßen gegen §§ 3, 3a UWG i.V.m. Art. 10 Abs. 1, 13 Abs. 1 Buchst. b bzw. Art. 14 Abs. 1 Buchst. a HCVO.

Die HCVO enthält spezialgesetzliche Werbeverbote und -beschränkungen zum Schutz der Verbraucher. Damit handelt es sich bei den Regelungen der HCVO um Marktverhaltensregelungen i.S.d. § 3 UWG. Gleichzeitig gehört die HCVO zu den sonstigen Verbraucherschutzgesetzen i. S. d. § 2 Abs. 2 UKlaG.

Ein Unterlassungsanspruch ergibt sich aus §§ 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 3 UWG, 3 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 UKlaG.

Wir fordern Sie daher auf, die beanstandeten Aussagen ab sofort nicht mehr zu tätigen sowie uns gegenüber eine strafbewehrte Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung abzugeben. Hierzu können Sie sich der beigefügten Erklärung bedienen.

Den Eingang einer entsprechenden Erklärung erwarten wir bis spätestens

Mittwoch, den 31. Oktober, 16 Uhr, hier eingehend.

Für den Fall des erfolglosen Fristablaufs behalten wir uns vor, die Ansprüche unmittelbar im Gerichtswege durchzusetzen.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Rücker', with a long horizontal flourish extending to the right.

Martin Rücker
Geschäftsführer/Vorstand