

BGH versalzt die Suppe

Märchen haben meistens ein Happy End. Es sei denn, sie handeln von der Health-Claims-Verordnung, also der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006, einem die Lebensmittelwerbung bedrohenden regulatorischen Monstrum, von dem allerdings zu Grimms Zeiten wohl niemand zu träumen wagte. Einer als „mild gesalzen“ bezeichneten „Märchensuppe“, die vor Gericht an den Vorschriften der Health-Claims-Verordnung gemessen wurde, war nun jedenfalls kein Happy End beschieden. Diese Erfahrung musste die Maggi GmbH als Vertreiberin einer solchen Trockensuppe (umgangssprachlich: „Tütensuppen“) machen.

Maggi vertrieb als „Märchensuppe“, „Seepferdchensuppe“ und „Sternchensuppe“ bezeichnete Produkte mit der auf der Vorderseite der Verpackung aufgetragenen Angabe „Mild gesalzen – voller Geschmack“. Diese Produkte wiesen einen Salzgehalt von 0,6 g, 0,7 g und 0,8 g je 100 ml auf. Alle drei Produkte enthielten mehr als 0,12 g Natrium je 100 ml.

Der Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände störte sich an der Aufmachung dieser „Kinder-Tütensuppen“. Trotz der Aussage „Mild gesalzen“ enthielten die Suppen keineswegs besonders wenig Salz, so das Argument der Verbraucherschützer. Sie seien nur etwas weniger gesalzen als herkömmliche Tütensuppen. Gemäß Health-Claims-Verordnung seien die nährwertbezogene Angabe „kochsalzarm“ oder vergleichbare Werbeaussagen nur für Lebensmittel zulässig, die nicht mehr als 0,12 Gramm Natrium oder 0,3 Gramm Kochsalz pro 100 Milliliter enthalten. In den „mild gesalzenen“ Kindersuppen sei jedoch mindestens das Doppelte dieser Menge enthalten.

Nachdem eine auf diese Argumentation gestützte Abmahnung ohne Erfolg blieb, landete der Fall bei Gericht. Das Landgericht Konstanz wies die Klage ab. Das Oberlandesgericht Karlsruhe gab dagegen in der Berufung den Verbraucherschützern recht. Diese Entscheidung wurde vom Bundesgerichtshof (Urteil vom 18.05.2017, I ZR 100/16) bestätigt.



Die vom Kläger erhobenen Ansprüche auf Unterlassung der beanstandeten Werbeaussagen seien nach §§ 8, 3, 4 Nr. 11 UWG aF, §§ 8, 3, 3a UWG in Verbindung mit Art. 8 Abs. 1 und Art. 9 Abs. 1 Satz 2 der Health-Claims-Verordnung begründet, so der BGH.

Die Beurteilung des Berufungsgerichts, bei der beanstandeten Angabe handele es sich um eine nährwertbezogene Angabe im Sinne des Art. 2 Abs. 2 Nr. 4 der Health-Claims-Verordnung, sei zutreffend. Nährwertbezogene Angabe in diesem Sinne sei jede Angabe, mit der erklärt, suggeriert oder auch nur mittelbar zum Ausdruck gebracht wird, dass ein Lebensmittel aufgrund der Energie (des Brennwertes), die es liefert, in vermindertem oder erhöhtem Maße liefert oder nicht liefert, oder aufgrund der Nährstoffe oder anderen Substanzen, die es enthält, in verminderter oder erhöhter Menge enthält oder nicht enthält, besondere positive Nährwerteigenschaften besitzt. Im Unterschied zu gesundheitsbezogenen Angaben, mit denen ein Zusammenhang zwischen einem Lebensmittel oder einem seiner Bestandteile und dem gesundheitlichen Wohlbefinden hergestellt wird, beziehen sich nährwertbezogene Angaben auf die Menge an Nährstoffen, anderen Substanzen oder Energie, die in einem Lebensmittel enthalten sind. Vor allem solche Angaben seien als nährwertbezogen anzusehen, die sich unmittelbar auf die Energie, die das Lebensmittel liefert, oder die in diesem enthaltenen Inhaltsstoffe mit ernährungsbezogener Wirkung beziehen. Dazu zählten auch solche Angaben, die (nur) eine Sachinformation in Bezug auf einen bestimmten Nährstoff vermitteln.

Ob die Angabe "Mild gesalzen – voller Geschmack" vom Durchschnittsverbraucher mit der Angabe "natriumarm/kochsalzarm" gleichgesetzt oder im Sinne von "weniger gesalzen" verstanden wird, sei gleichgültig. Denn in beiden Fällen handele es sich um eine nährwertbezogene Angabe, weil jeweils eine Aussage über den Kochsalzgehalt des Produkts getroffen wird. Und in beiden Fällen läge ein Verstoß gegen die Health-Claims-Verordnung vor.

Für den Fall, dass die Angabe "Mild gesalzen - voller Geschmack" vom Durchschnittsverbraucher mit der Angabe "natriumarm/kochsalzarm" gleichgesetzt wird, sei ein Verstoß gegen Art. 8 Abs. 1 der Health-Claims-Verordnung gegeben. Nach dieser Norm dürfen nährwertbezogene Angaben nur gemacht werden, wenn sie im Anhang der Health-Claims-Verordnung aufgeführt sind und den in dieser Verordnung festgelegten Bedingungen entsprechen. Im Anhang der Verordnung ist geregelt, dass die Angabe, ein Lebensmittel sei natriumarm/kochsalzarm, sowie jegliche Angabe, die für den Verbraucher voraussichtlich dieselbe Bedeutung hat, nur zulässig ist, wenn das Produkt nicht mehr als 0,12 g Natrium oder den gleichwertigen Gehalt an Salz pro 100 g bzw. 100 ml enthält. Dieser Grenzwert wurde bei der „Märchensuppe“ unstrittig überschritten, so dass in dieser Variante des Verbraucherver-

ständnisses ein Verstoß gegen die Health-Claims-Verordnung gegeben wäre.

Für den Fall, dass der Verkehr die Angabe "Mild gesalzen – voller Geschmack" im Sinne von "weniger gesalzen" versteht, läge ein Verstoß gegen Art. 9 Abs. 1 Satz 2 der Health-Claims-Verordnung vor. Der in Art. 8 Abs. 1 der Verordnung in Bezug genommene Anhang bestimme nämlich unter der Überschrift "REDUZIERTER [NAME DES NÄHRSTOFFS]-ANTEIL", dass die Angabe, der Gehalt an einem oder mehreren Nährstoffen sei reduziert worden, sowie jegliche Angabe, die für den Verbraucher voraussichtlich dieselbe Bedeutung hat, nur zulässig ist, wenn die Reduzierung des Anteils mindestens 30% gegenüber einem vergleichbaren Produkt ausmacht; ausgenommen sind Mikronährstoffe, für die ein 10%iger Unterschied im Nährstoffbezugswert gemäß der Richtlinie 90/496/EWG akzeptabel ist, sowie Natrium oder der entsprechende Gehalt an Salz, für das ein 25%iger Unterschied akzeptabel ist.

Zugunsten von Maggi ging der BGH davon aus, dass die umstrittenen Kinder-Tütensuppen einen hinreichenden Unterschied im Natriumgehalt gegenüber vergleichbaren Produkten aufweisen. Dies ändere aber nichts an einem Verstoß, da eine nährwertbezogene Angabe über einen reduzierten Nährstoffanteil, die die im Anhang der Health-Claims-Verordnung genannten Bedingungen einhält, zusätzlich den Anforderungen des Art. 9 Abs. 1 Satz 2 dieser Verordnung unterliegt. Diese seien bei der „Märchensuppe“ aber nicht eingehalten. Gemäß dieser Vorschrift ist ein Vergleich nur zwischen Lebensmitteln derselben Kategorie und unter Berücksichtigung einer Reihe von Lebensmitteln dieser Kategorie zulässig. Außerdem ist der Unterschied in der Menge eines Nährstoffs und/oder im Brennwert anzugeben, und der Vergleich muss sich auf dieselbe Menge des Lebensmittels beziehen.

Maggi machte geltend, im Falle einer nährwertbezogenen Angabe über einen reduzierten Nährstoffanteil handele es sich nicht um einen „Vergleich“ im Sinne des Art. 9 Abs. 1 der Health-Claims-Verordnung, weil die Angabe keine Wettbewerbsprodukte erkennbar mache.

Diesem Argument folgte der BGH nicht. Der Begriff der vergleichenden Angabe im Sinne des Art. 9 der Health-Claims-Verordnung sei nicht gleichbedeutend mit dem Begriff der vergleichenden Werbung im Sinne des Art. 2 Buchst. c der an die Stelle der Richtlinie 84/450/EWG getretenen Richtlinie 2006/114/EG über irreführende und vergleichende Werbung. „Vergleichende Werbung“ im Sinne dieser Richtlinie sei eine Werbung, die den Vergleich des eigenen Produkts des Werbenden mit Produkten von Wettbewerbern zum Gegenstand hat.

Die Health-Claims-Verordnung diene dazu, mit Blick auf nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben ein hohes

Verbraucherschutzniveau zu gewährleisten und dem Verbraucher die Wahl zwischen Produkten zu erleichtern. Das Erfordernis, den Verbraucher zutreffend über in Lebensmitteln enthaltene Nährstoffe und ihre Auswirkungen auf die Gesundheit zu informieren, bestehe unabhängig davon, ob die Vergleichsprodukte in der Angabe erkennbar gemacht werden. Zudem sei der Vergleich nach Art. 9 Abs. 1 Satz 1 der Health-Claims-Verordnung nur zwischen Lebensmitteln derselben Kategorie und unter Berücksichtigung einer Reihe von Lebensmitteln dieser Kategorie zulässig und in den Vergleich eine Reihe von Lebensmitteln derselben Kategorie, darunter auch Lebensmittel anderer Marken, einzubeziehen. Hieraus folge, dass auch Lebensmittel desselben Herstellers in den Vergleich einbezogen werden können, sofern sie unter einer anderen Marke vertrieben werden. Der Begriff der vergleichenden Angabe im Sinne des Art. 9 Abs. 1 der Health-Claims-Verordnung sei daher nicht ausschließlich mit Blick auf Produkte von Wettbewerbern zu verstehen. Eine vergleichende Angabe liege vielmehr bereits dann vor, wenn sie auf einen erhöhten oder verminderten Nährstoffgehalt hinweist, ohne Vergleichsprodukte zu benennen. Art. 9 der Health-Claims-Verordnung sei daher auch dann anwendbar, wenn eine Angabe - wie im Streitfall - Unterschiede im Brennwert oder Gehalt von Nährstoffen benennt, jedoch Produkte von Mitbewerbern nicht erkennbar macht.

Einen Verstoß gegen Art. 9 Abs. 1 Satz 2 der Health-Claims-Verordnung sah der BGH im Fall der „Märchensuppe“ darin, dass die nach dieser Vorschrift erforderlichen Pflichtangaben nicht im Zusammenhang mit der auf der Vorderseite der Verpackungen befindlichen Angabe „mild gesalzen - voller Geschmack“ erfolgt sind. Der Verbraucher müsse die Angabe klar und deutlich erkennen können. Eine Angabe auf der Rückseite der Verpackung reiche nicht aus, wenn kein Hinweis darauf im Zusammenhang mit der auf der Vorderseite der Verpackung befindlichen Angabe erfolge. Der Verbraucher werde angesichts einer auf der Verpackungsvorderseite hervorgehobenen, im unmittelbaren räumlichen Zusammenhang nicht weiter erläuterten Angabe zum reduzierten Nährstoffgehalt im Unklaren über das Maß der Nährstoffreduktion gelassen. Ohne einen in Verbindung mit der Angabe gegebenen Hinweis darauf, an welcher Stelle der Verpackung diesbezügliche Zusatzinformationen zu finden sind, sei nicht sichergestellt, dass der Verbraucher die Informationen auffindet.

Die „Märchensuppe“-Entscheidung des BGH bestätigt wieder einmal, dass man sich im regulatorischen Dickicht der Health-Claims-Verordnung schneller verlaufen



Autor

Thomas Bruggmann, LL.M.
Rechtsanwalt

jura vendis
RECHTSANWALTSKANZLEI

kann als Hänsel und Gretel im Märchenwald. Selbst harmlos erscheinende Aussagen wie „mild gesalzen“ werden durch die rechtliche Hintertür bürokratischen Anforderungen an die Kennzeichnung unterworfen, die wenig praktikabel sind und deren Nutzen für die Verbraucher fragwürdig scheint. Als Lebensmittelunternehmer kann man angesichts solcher Rechtsprechung durchaus zum „Rumpelstilzchen“ werden. «

Mit freundlicher Genehmigung der
Redaktion der INGER Verlagsgesellschaft mbH

