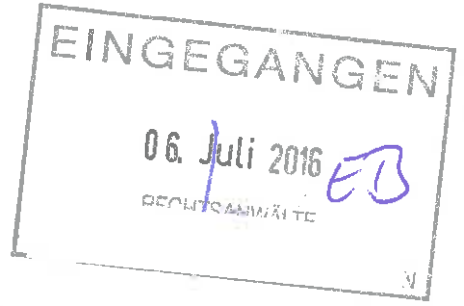


Abschrift

U 14915-2 (L)

Aktenzeichen:  
4 O 16/15



# Landgericht Mainz

IM NAMEN DES VOLKES

## Urteil

verbraucherzentrale  
Bundesverband

11. Juli 2016

EINGEGANGEN

In dem Rechtsstreit

Bundesverbandes der Verbraucherzentrale Bundesverband e. V., vertreten durch d. Vorstand  
Gerd Billen, Markgrafenstraße 66, 10969 Berlin

- Kläger -

Prozessbevollmächtigte:

Rechtsanwälte

gegen

Forum Vita GmbH & Co. KG, vertr. d. d. Forum Vita GmbH, diese vertr. d. d. GF Dipl.-Kfm.  
Hans Werner Schütz, Neugasse 3, 55129 Mainz

- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte:

Rechtsanwälte

wegen Unlauterer Wettbewerb

hat die 4. Zivilkammer des Landgerichts Mainz durch die Richterin [ ] als Einzelrichterin  
am 01.07.2016 auf Grund des Sachstands vom 09.05.2016 ohne mündliche Verhandlung mit Zu-  
stimmung der Parteien gemäß § 128 Abs. 2 ZPO für Recht erkannt:

1. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 Euro, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, diese zu vollstrecken am Geschäftsführer, zu unterlassen,  
im Rahmen geschäftlicher Handlungen im Zusammenhang mit der Werbung für Lebens-

mittel und Nahrungsergänzung auf der Internetseite <http://www.forumvita.de/> für das Produkt Omega IQ Mini wie nachfolgend abgebildet mit den Aussagen

(1) „Omega IQ Mini verbessert die Versorgung mit den für Aufbau und Funktion des Gehirns wichtigen Omega3 DHA und EPA und Vitaminen. Eine Unterversorgung an diesen Nährstoffen kann Konzentration- und Lernstörungen zur Folge haben.

und/oder

(2) „Die Erfahrungen der Verwender zeigen, dass Omega IQ in den allermeisten Fällen bereits nach einigen Wochen zu spürbaren Verbesserungen hin zur normalen Leistungsfähigkeit des Gehirns in unterschiedlichen Kriterien beiträgt.“

und/oder

(3) „Übrigens trägt die in Omega IQ enthaltene Omega3-Fettsäuren DHA ebenso zur Erhaltung der normalen Sehkraft bei.“

zu werben bzw. werben zu lassen.

Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 214,00 € nebst Zinsen i.H.v. 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit Klageerhebung zu zahlen.

2. Die Beklagte hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.

3. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar, im Hinblick auf den Unterlassungsanspruch gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 18.000,00 €, im Übrigen gegen Sicherheitsleistung in Höhe vom 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrags.

## Tatbestand

Der Kläger macht gegen die Beklagte einen Unterlassungsanspruch wegen unlauterer geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbrauchern geltend.

Der Kläger ist der Dachverband aller 16 Verbraucherzentralen und 26 weiterer verbraucher- und sozialorientierter Organisationen in Deutschland. Gemäß § 2 seiner Satzung bezweckt der Kläger, Verbraucherinteressen wahrzunehmen, den Verbraucherschutz zu fördern, die Stellung des Verbrauchers in der sozialen Marktwirtschaft zu stärken und zur Verwirklichung einer nachhalti-

gen Entwicklung beizutragen, indem er unter anderem Verstöße gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) und das Unterlassungsklagengesetz (UKlaG) i.V.m. anderen Verbraucherschutzgesetzen durch geeignete Maßnahmen unterbindet, erforderlichenfalls auch durch Einleitung gerichtlicher Maßnahmen.

Die Beklagte vertreibt auf der Internetseite [www.forumvita.de](http://www.forumvita.de) Nahrungsergänzungsmittel und diätetische Lebensmittel. In Ihrem Produktsortiment befindet sich unter anderem das hier streitgegenständliche Präparat „Omega iQ Mini“.

Aus der Produktbeschreibung dieses Präparats auf der oben angegebenen Internetseite [www.forumvita.de/produktuebersicht/32/omega-iq-mini-4er-vorteilspaket](http://www.forumvita.de/produktuebersicht/32/omega-iq-mini-4er-vorteilspaket) (Screenshot, Bl. 3 ff. der Akten) ergeben sich die mit der Klage angefochtenen Claims:

- (1) „Omega iQ Mini verbessert die Versorgung mit den für Aufbau und Funktion des Gehirns wichtigen Omega3 DHA und EPA und Vitaminen. Eine Unterversorgung an diesen Nährstoffen kann Konzentration- und Lernstörungen zur Folge haben.“
- (2) „Die Erfahrungen der Verwender zeigen, dass Omega iQ in den allermeisten Fällen bereits nach einigen Wochen zu spürbaren Verbesserungen hin zur normalen Leistungsfähigkeit des Gehirns in unterschiedlichen Kriterien beiträgt.“
- (3) „Übrigens trägt die Omega IQ enthaltene Omega3-Fettsäuren DHA ebenso zur Erhaltung der normalen Sehkraft bei.“

Diese Aussagen waren Teile eines Textes, der der Produktbeschreibung diente. Unter der Überschrift „Produktinformationen „OMEGA IQ Mini 4er Vorteilspaket““ befanden sich die genannten Aussagen neben weiteren Aussagen über das Produkt auf der Internetseite.

Beispielsweise soll nach der Produktbeschreibung der Beklagten das Produkt den Mangel an Omega3, in den Formen DHA (Docosahexaensäure) und EPA (Eicosapentaensäure) ausgleichen. Vor allem für Fälle von „auffälligem Konzentrationsmangel, in denen die Ursache nicht klar zu erkennen ist und eine Unterversorgung als Omega3 als Faktor zu erwarten ist, also wenig Fisch gegessen wird.“ Neben diesem Text war das Bild eines Kindes zu sehen, das offensichtlich vor Schularbeiten sitzt und sich auf diese nicht konzentrieren kann. Das Kind hat einen wütenden bzw. verzweifelten Gesichtsausdruck und fasst sich mit der einen Hand in die Haare während die andere Hand zur Faust geballt ist. Auf der Seite der Produktbeschreibung gab die Beklagte an, das Produkt Omega IQ Mini unterscheide sich von Omega iQ „nur durch seine Kapselgröße und enthält die halbe Wirkstoffmenge. Dadurch ist es insbesondere für Kinder besser zu

dosieren und einfacher zu schlucken. Natürlich auch für Erwachsene die kleine Kapseln bevorzugen. Um dieses deutlich zu machen, haben wir auch den Namen von JUNIOR auf MINI geändert, das Produkt selbst ist absolut unverändert.“

Zudem befanden sich im Rahmen des Internetauftritts der Beklagten auf der Seite [www.forumvita.de/gedächtnis-konzentration/](http://www.forumvita.de/gedächtnis-konzentration/) (Anlage K1, Bl. 11 ff. der Akten) allgemeine Angaben zu Omega IQ (nicht Omega IQ Mini). Dort wurde auch darauf hingewiesen dass Omega IQ sinnvoll ist für Senioren, Kinder und Heranwachsende sowie für Personen mit hoher geistiger Belastung. Daneben befand sich ein Bild, das einen älteren grauhaarigen Mann und ein Kind zeigt, die miteinander Schach spielen. Des Weiteren fanden sich dort auch Aussagen von Nutzern des Produkts, die über die positiven Effekte des Präparats berichten. Neben diesen Aussagen befand sich das Bild eines Wissenschaftlers, der etwas unter einem Mikroskop untersucht sowie das Bild einer vierköpfigen (Eltern und zwei kleinere Kinder) lachenden Familie.

Zudem befand sich unter auf dieser Seite ein als „Highlight“ gekennzeichnetes Angebot des Produkts „Omega IQ Mini 4er Vorteilspaket“, mit folgendem Untertext: „Gehirnnährstoffe für Kinder mit Konzentrationsproblemen“.

Die Klägerin mahnte die Beklagte mit Schreiben vom 16.10.2014 (Anl. K2, Bl. 14 ff. der Akten) ab und forderte diese zur Unterzeichnung einer Unterlassungsverpflichtungsvereinbarung, unter anderem im Hinblick auf die drei genannten Claims auf. Mit Schreiben vom 30.10.2014 gab die Beklagte eine Teilunterlassungserklärung ab, die sich allerdings nicht auf die hier streitgegenständlichen Claims bezog.

Der Kläger trägt vor,

die Beklagte habe mit den im Klageantrag aufgeführten Claims gegen Art. 14 der Health-Claims-Verordnung Nr. 1924/2006 der Europäischen Parlaments und Rates (im Folgenden HCVO) i. V. m. § 2 UKlaG verstoßen. Danach dürften gesundheitsbezogene Angaben nur unter ganz bestimmten Voraussetzungen verwendet werden.

Die Zulässigkeit der hier streitigen Claims sei an Art. 14 Abs. 1 lit. b HCVO zu messen, da es sich um solche Angaben handele, die spezifisch auf die Entwicklung von Kindern Bezug nehmen. Für die streitgegenständlichen Aussagen seien jedoch keine Claims zugelassen.

Der Kläger ist der Ansicht, die HCVO sei grundsätzlich bei ergänzenden bilanzierten Diäten an-

wendbar. Auch seien die Aussagen nicht obligatorisch nach der DiätV. Insbesondere seien die Claims „unterstützt die geistige Entwicklung“, „fördert die Konzentration“, „fördert die Denkfähigkeit“ und „unterstützt die Lernfähigkeit“ von der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) im Hinblick auf DHA und EPA abgelehnt worden.

Eine Zulässigkeit der Claims ergebe sich auch nicht aus Art.10 Abs 3 HCVO

Der Kläger beantragt,

I. Die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 Euro, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, diese zu vollstrecken am Geschäftsführer, zu unterlassen,

im Rahmen geschäftlicher Handlungen im Zusammenhang mit der Werbung für Lebensmittel und Nahrungsergänzung auf der Internetseite <http://www.forumvita.de/> für das Produkt Omega iQ Mini wie nachfolgend abgebildet mit den Aussagen

1. „Omega IQ Mini verbessert die Versorgung mit den für Aufbau und Funktion des Gehirns wichtigen Omega3 DHA und EPA und Vitaminen. Eine Unterversorgung an diesen Nährstoffen kann Konzentration- und Lernstörungen zur Folge haben.

und/oder

2. „Die Erfahrungen der Verwender zeigen, dass Omega iQ in den allermeisten Fällen bereits nach einigen Wochen zu spürbaren Verbesserungen hin zur normalen Leistungsfähigkeit des Gehirns in unterschiedlichen Kriterien beiträgt.“

und/oder

3. „Übrigens trägt die in Omega iQ enthaltene Omega3-Fettsäuren DHA ebenso zur Erhaltung der normalen Sehkraft bei.“

zu werben bzw. werben zu lassen.

II. Die Beklagte zu verurteilen, an den Kläger 214,00 € nebst Zinsen i.H.v. 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit Klageerhebung zu zahlen.

Die Beklagte beantragt,  
die Klage abzuweisen.

Die Beklagte trägt vor,

das streitgegenständliche Produkt sei als diätetisches Lebensmittel beworben worden. Auf diätetische Lebensmittel, wie das hier streitgegenständliche, sei die HCVO nicht anwendbar, dies ergebe sich aus Art. 1 Abs. 5 a HCVO. Vielmehr seien die Richtlinie 1999/21/EG sowie die DiätV als die spezielleren Normen anzuwenden.

Dies ergebe sich auch daraus, dass sich die HCVO nicht an Kranke, sondern ausschließlich an gesunde Verbraucher wende. Das vorliegende Produkt richte sich gerade nicht an gesunde Menschen als Prävention, sondern an Erwachsene und Kinder mit gesundheitlichen Problemen.

Jedenfalls aber seien alle streitgegenständlichen Claims keine sog. „Kinderclaims“. So würden sich die Angaben gerade nicht ausschließlich auf die Zielgruppe „Kinder“ beziehen.

Insgesamt unterfielen die streitigen Claims also weder Art. 10 Abs.1, noch Art. 14 b Abs.1 HCVO.

Im Übrigen seien auch die in den Claims enthaltenen Behauptungen richtig.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstands wird auf die gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen verwiesen.

## Entscheidungsgründe

I.

Die Klage ist zulässig und begründet.

Dem Kläger steht der Unterlassungsanspruch im tenorierten Umfang gem. § 8 UWG zu.

Die Klage ist zulässig.

Die örtliche Zuständigkeit des Landgericht Mainz ergibt sich aus § 14 Abs.1 UWG, da es sich bei dem von der Klägerin geltend gemachten Anspruch um einen Unterlassungsanspruch gemäß § 8

Abs.1 UWG wegen unlauterer geschäftlicher Handlungen nach § 3 Abs.1, Abs. 2 UWG handelt. Die gewerbliche Niederlassung der Beklagten befindet sich in Mainz und damit im Gerichtsbezirk des angerufenen Gerichts. Die sachliche Zuständigkeit folgt aus § 13 Abs.1 S.1 UWG.

Die Klägerin ist als eingetragener Verein gemäß § 21 BGB parteifähig im Sinne des § 50 Abs. 1 ZPO und wird durch Ihren Vorstand nach § 26 Abs. 1 BGB vertreten, sodass auch die Prozessfähigkeit nach § 51 Abs. 1 ZPO gegeben ist. Dasselbe gilt für die Beklagte gemäß § 13 Abs. 1 GmbHG und § 35 Abs. 1 GmbHG.

Die Klage ist auch begründet.

1.

Der Kläger hat einen Anspruch auf die geltend gemachte Unterlassung, da die vom Kläger beanstandeten Angaben der Beklagten gem. §§ 3, 4 Nr. 11 UWG a. F. bzw. §§ 3, 3a UWG wettbewerbswidrig und damit unzulässig sind, da sie gegen Art. 10 Abs. 1 HCVO verstoßen. Es handelt sich bei den im Klageantrag beanstandeten Aussagen nach Überzeugung des Gerichts um sog. Kinderclaims, so dass ein Verstoß gegen Art. 14 HCVO vorliegt.

a) Zunächst ist die HCVO im vorliegenden Fall anwendbar.

aa) Die HCVO gilt gem. Art. 1 Abs. 2 HCVO für nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben, die in kommerziellen Mitteilungen bei der Kennzeichnung und Aufmachung von oder bei der Werbung für Lebensmittel gemacht werden, die als solche an den Endverbraucher abgegeben werden. Gem. Art. 2 Abs. 1 a) gelten für „Lebensmittel“ die Begriffsbestimmungen der Verordnung (EG) Nr. 178/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 28. Januar 2002. Im Sinne dieser Verordnung 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. Daher sind auch diätetische Lebensmittel grundsätzlich Lebensmittel im Sinne der HCVO. Dies ist zwischen den Parteien auch im Wesentlichen unstreitig.

Nach Art. 1 Abs. 5 a) HCVO gilt die HCVO auch unbeschadet der Richtlinie 89/398/EWG und unbeschadet Richtlinien, die über Lebensmittel erlassen werden, die für besondere Ernährungszwecke bestimmt sind, wie beispielsweise die DiätV.

Beide Regelungen, die DiätV und die HCVO, betreffen unterschiedliche Arten von Angaben. Die HCVO bezieht sich auf gesundheitsbezogene Angaben. Gemäß Art. 2 Abs. 2 Nr. 1 der HCVO bezeichnet der Ausdruck "Angabe" für die Zwecke dieser Verordnung jede Aussage oder Darstellung, die nach dem Unionsrecht oder den nationalen Vorschriften nicht obligatorisch ist und mit der erklärt, suggeriert oder auch nur mittelbar zum Ausdruck gebracht wird, dass ein Lebensmittel besondere Eigenschaften besitzt. Zu den Angaben zählen danach alle in der Etikettierung oder Bewerbung von Lebensmitteln in irgendeiner Weise zum Ausdruck gebrachten - nicht obligatorischen - Aussagen oder Darstellungen, die bei einem normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher den Eindruck hervorrufen können, ein bestimmtes Lebensmittel besitze besondere Eigenschaften (vgl. BGH, Urteil vom 10.12.2015, I ZR 222/13; BGH, Urteil vom 24. Juli 2014 - I ZR 221/12, GRUR 2014, 1013 Rn. 22 = WRP 2014, 1184 - Original Bach-Blüten; BGH, GRUR 2015, 498 Rn. 19 - Combiotik; vgl. auch BGH, Urteil vom 9. Oktober 2014 - I ZR 167/12, GRUR 2014, 1224 Rn. 13 = WRP 2014, 1453 - ENERGY & VODKA). Eine gesundheitsbezogene Angabe ist gem. Art. 2 Nr. 5 HCVO 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.

Die DiätV in der hier geltenden Fassung bezieht sich auf die Etikettierung diätetischer Lebensmittel und nicht auf werbende Aspekte (vgl. LG Berlin, Urteil vom 2.12.2010, Az. 52 O 61/10). Vielmehr ist es so, dass der Vierte Abschnitt der DiätV a. F. „Kenntlichmachung, Kennzeichnung und Werbung“ in der hier geltenden Version beinahe gänzlich weggefallen ist und lediglich Angaben dazu enthält, welche konkreten Angaben zu Inhaltsstoffen auf der Packung gemacht werden müssen, §§ 15 ff DiätV. Lediglich in § 25a DiätV sind Regelungen zur Werbung enthalten, diese beziehen sich jedoch ausschließlich auf Säuglings- und Folgenahrung. Auch ergibt sich nichts anderes aus europarechtlichen Vorschriften. Es ist nicht ersichtlich, dass die RL 1999/21/EG für Diätlebensmittel Aussagen zur Werbung trifft. In dieser Richtlinie wird nur die Etikettierung geregelt (vgl. LG Berlin, Urteil vom 2.12.2010, Az. 52 O 61/10).

Für die Frage der Etikettierung und die Frage der speziellen Angaben, die zwingend für den Verbraucher auf der Verpackung eines diätetischen Lebensmittels enthalten sein müssen und daher obligatorisch sind, ist die DiätV daher die speziellere Regelung. Sofern es sich jedoch um werbende Aussagen und nicht obligatorische Aussagen im Sinne der DiätV handelt, findet die HCVO weiterhin Anwendung.

Nichts anderes ergibt sich aus dem Urteil des OLG Bamberg vom 12.2.2014, Az. 3 U 192/13. Die



Frage des Verhältnisses der HCVO und der DiätV wurde in der dortigen Entscheidung ausdrücklich offen gelassen. Auch führt das Urteil des LG Tübingen vom 23.6.2013, Az. 20 O 63/13 nicht zu einem anderen Ergebnis, da die dort streitgegenständlichen Claims als obligatorische Angaben im Sinne der DiätV eingestuft wurden.

bb) Unabhängig von der Frage, ob es sich vorliegend tatsächlich - wie beworben - um ein diätetisches Lebensmittel handelt, sind die streitgegenständlichen Angaben keine obligatorischen Angaben im Sinne des § 21 DiätV.

Die streitgegenständlichen Werbeaussagen gehören nicht zu den gem. § 21 Abs. 2 DiätV zur Kennzeichnung bilanzierter Diäten vorgeschriebenen Pflichtangaben. Gem. § 21 Abs.2 Nr. 1 und 2 DiätV dürfen bilanzierte Diäten nur in den Verkehr gebracht werden, wenn sie den Hinweis "zur diätetischen Behandlung von..." ergänzt durch die Krankheit, Störung oder Beschwerden, für die das Lebensmittel bestimmt ist bzw. eine Beschreibung der Eigenschaften und Merkmale, denen das Lebensmittel seine Zweckbestimmung verdankt, enthalten.

Der Vorschrift des § 21 Abs.1 Nr. 1 DiätV unterfallen nur solche Aussagen, die die Worte "zur diätetischen Behandlung von..." enthalten (BGH GRUR 2008, 1118, 1121 – MobilPlus-Kapseln, OLG Düsseldorf, Urteil v. 1.9.2009, 20 U 142/08). Dieser Vorgabe genügen die streitgegenständlichen Aussagen nicht.

Die Aussagen unterfallen auch nicht dem § 21 Abs.2 Nr. 2 DiätV. Die dort genannte Beschreibung der Eigenschaften und Merkmale, denen das Lebensmittel seine Zweckbestimmung verdankt, soll den Arzt in die Lage versetzen, im Rahmen seiner ärztlichen Aufsicht zu prüfen, ob und ggf. zu welchen Zwecken und in welcher Art und Weise die bilanzierte Diät einzusetzen ist; die Angaben müssen mithin dem wissenschaftlichen Niveau der ärztlichen Tätigkeit entsprechen (LG Berlin, Urteil vom 2.12.2010, Az. 52 O 61/10; OLG Düsseldorf a.a.O., Zipfel/Rathke, Lebensmittelrecht, Rn. 13 zu § 21 DiätV). Unter diese Vorschrift fallen Angaben über Inhaltsstoffe und deren Wirkweise, die es dem Arzt ermöglichen, die Zweckangaben nachzuvollziehen und individuelle Kontraindikationen zu berücksichtigen (OLG Düsseldorf a.a.O., LG Berlin, Urteil vom 2.12.2010, Az. 52 O 61/10).

Die vorliegenden Claims befinden sich als „Produktinformation“ auf der Internetseite der Beklagten. Es handelt sich dabei also bereits nicht um Angaben, die in dem Produkt in der Form enthalten sind, wie es auf den Markt gebracht wird.

Auch richten sich die streitgegenständlichen Aussagen direkt an den Verbraucher. Dies ergibt sich insbesondere aus der Platzierung und Einbettung der Aussagen auf der Internetseite. Zudem

enthalten diese Aussage keine Beschreibung der Eigenschaften und Merkmale auf dem wissenschaftlichen Niveau, das dem Sinn und Zweck des § 21 Abs. 2 Nr. 2 DiätV entspricht. Zwar wird aus den streitgegenständlichen Angaben die Zweckbestimmung des Produkts grundsätzlich klar. Soweit aber dargelegt wird „Omega IQ Mini verbessert die Versorgung mit den für Aufbau und Funktion des Gehirns wichtigen Omega3 DHA und EPA und Vitaminen. Eine Unterversorgung an diesen Nährstoffen kann Konzentration- und Lernstörungen zur Folge haben“ und darauf hingewiesen wird, dass „die in Omega iQ enthaltende Omega3-Fettsäuren DHA ebenso zur Erhaltung der normalen Sehkraft bei[tragen].“ wird damit zwar grundsätzlich die Wirkung des Medikaments im Hinblick auf das Ergebnis dargestellt. Jedoch ist hierin keine Beschreibung der konkreten Wirkungsweise auf entsprechendem Niveau zu sehen. Dies gilt auch für die Aussage „Die Erfahrungen der Verwender zeigen, dass Omega iQ in den allermeisten Fällen bereits nach einigen Wochen zu spürbaren Verbesserungen hin zur normalen Leistungsfähigkeit des Gehirns in unterschiedlichen Kriterien beiträgt.“

b) Vielmehr handelt es sich bei den streitgegenständlichen Claims um gesundheitsbezogene Angaben im Sinne von § 1 Abs. 2 HCVO. Nach der Rechtsprechung des BGH ist, wie bereits dargelegt, eine gesundheitsbezogene Angabe gem. Art. 2 Nr. 5 HCVO 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.

Derartige Angaben sind nur dann zugelassen, wenn sie den allgemeinen Grundsätzen der Art. 3 bis Art. 7 HCVO entsprechen und den in Art. 10 bis 19 HCVO normierten Anforderungen gerecht werden. Sind diese Voraussetzungen erfüllt, so werden die gesundheitsbezogenen Angaben in eine Gesamtliste für zugelassene Angaben aufgenommen, Art. 13 und 14 HCVO, (vgl. BGH GRUR 2011, 246 ).

Nach Überzeugung des Gerichts besteht bei den streitgegenständlichen Claims sowohl ein spezifischer Gesundheits-, als auch ein spezifischer Kinderbezug. Damit unterfallen die Claims dem Geltungsbereich der HCVO und verstoßen gegen Art. 10 Abs. 1, Art. 14 HCVO, da sie nicht in der Liste der zugelassenen Angaben aufgeführt sind.

aa) Bei den streitgegenständlichen Werbeaussagen handelt es sich um solche mit spezifischem Gesundheitsbezug. Zwar kann nach der Entscheidung des OLG Frankfurt vom 09.08.2012 ( Az 6 U 67/11) nicht von einer gesundheitsbezogenen Angabe ausgegangen werden, wenn die für ein

Lebensmittel verwendete Bezeichnung aus der Sicht eines Verbrauchers nur die Beschaffenheit des Lebensmittels, insbesondere einen darin enthaltenen Inhaltsstoff beschreiben soll. Die Beklagte bewirbt mit den Claims jedoch nicht nur einen bestimmten Inhaltsstoff des Produktes „Omega iQ Mini“, sondern wirbt ganz entscheidend darüber hinaus mit gesundheitlichen Auswirkungen, die mit der Einnahme des Präparates erzielt werden könnten. Sowohl die Produktbeschreibung des Präparats „Omega3 iQ Mini“ im Ganzen, vor allem aber die von der Klägerin aufgeführten Claims im Besonderen, werben mit einer Verbesserung der Konzentrations-, und Leistungsfähigkeit sowie der Erhaltung der normalen Sehkraft. Die ebenfalls auf der Internetseite enthaltenen Angaben zur Anwendungsdauer des Präparats und das Aufführen von Erfahrungsberichten zufriedener Kunden, die die angepriesene Wirkung bestätigen sollen suggerieren dem Verbraucher, dass das Produkt die Gehirn- und Nervenfunktion tatsächlich mit hoher Wahrscheinlichkeit verbessert. Es geht in Gänze nicht um bestimmte Inhaltsstoffe, sondern darum den Verbraucher mit der Wirkung dieser Inhaltsstoffe im Präparat, zum Kauf desselben zu veranlassen.

bb) Sämtliche Claims weisen zudem einen spezifischen Bezug zu Kindern auf, sodass es sich um sogenannte „Kinderclaims“ handelt. Zwar ist es richtig, dass die streitgegenständlichen Claims isoliert betrachtet keinen Bezug zu Kindern aufweisen. Allerdings gilt es die genannten Claims in einer Gesamtschau zu den übrigen Claims und zur gesamten Produktbeschreibung zu begutachten und zu beurteilen.

Eine Angabe über die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern setzt nach der Rechtsprechung des BGH (vgl. BGH, Urteil vom 10.12.15, I ZR 222/13) nicht voraus, dass eine Angabe das Wort „Kinder“ oder die Abbildung eines Kindes enthält (vgl. Rathke/Hahn in Zipfel/Rathke, Lebensmittelrecht, C 111, EL 160 März 2015; Art. 14 Verordnung [EG] Nr. 1924/2006 Rn. 17; Meisterernst in Meisterernst/Haber aaO 25. Lief. 06/15, Art. 14 Rn. 14d; aA Meisterernst, WRP 2007, 363, 381). Der BGH führt dazu aus:

*„Für das von der Revision vertretene Verständnis sprechen weder der Wortlaut des Art. 14 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 noch die Leitlinien der Kommission für die Anwendung dieser Verordnung (abgedruckt bei Meisterernst/Haber aaO Appendix A I 1.1), die weder die Nennung des Begriffs „Kinder“ noch die bildliche Darstellung eines Kindes verlangen. Aus der Bekanntmachung des Bundesamts für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit über das Verfahren zur Mitwirkung durch Lebensmittelunternehmer an der Erstellung einer nationalen Liste gesundheitsbezogener Angaben gemäß Art. 13 Abs. 2 der künftigen Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über Nährwert- und ge-*

*sundheitsbezogene Angabe über Lebensmittel (BVL 06/01/028) ergibt sich schon deshalb nichts Abweichendes, weil ihr lediglich zu entnehmen ist, dass "Angaben, die sich nur indirekt auf die Gesundheit und Entwicklung von Kindern beziehen, ohne das Wort 'Kinder' zu verwenden", für das durchzuführende Zulassungsverfahren "zunächst" in die Liste (nach Art. 13 Abs. 3 der künftigen Verordnung) aufgenommen werden sollten. Es widerspräche dem Zweck des Art. 14 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006, Angaben über die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern erst nach ihrer Prüfung und Zulassung in einem besonderen Verfahren für die Verwendung in der Lebensmittelwerbung freizugeben, wenn sich Lebensmittelunternehmer dem Anwendungsbereich dieser Vorschrift schon dadurch entziehen könnten, dass sie in der Werbung weder den Begriff "Kinder" noch die Abbildung eines Kindes verwenden (vgl. Meisterernst, ZLR 2014, 184, 190 für Angaben gemäß Art. 14 Abs. 1 Buchst. a der Verordnung vgl. auch EuGH, GRUR 2013, 1061 Rn. 17 und 25 - Green-Swan Pharmaceuticals).*

*Der Anwendungsbereich des Art. 14 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 ist nicht nur dann eröffnet, wenn sich eine Angabe aus Sicht des angesprochenen Verkehrs ausschließlich auf die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern bezieht (so aber Leible in Streinz, Lebensmittelrechts-Handbuch, EL 36 Januar 2015, III 501). Wegen ihres Zwecks, auf Kinder bezogene Angaben einer besonderen Prüfung und Zulassung zu unterwerfen, ist diese Vorschrift vielmehr auch dann anzuwenden, wenn sich eine Angabe insbesondere auf die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern bezieht (vgl. Rathke/Hahn in Zipfel/Rathke aaO EL 160 März 2015, Art. 14 Verordnung [EG] Nr. 1924/2006 Rn. 17; Meisterernst in Meisterernst/Haber aaO 25. Lief. 06/15, Art. 14 Rn. 14d f.)." (BGH, Urteil vom 10.12.2015, I ZR 222/13)*

Die streitgegenständlichen Claims sind in ihrer Darstellung dergestalt auf der Internetseite eingebettet, dass sie von einem Durchschnittsverbraucher insbesondere mit Kindern und deren Gesundheit in Verbindung gebracht werden können. Unter dem Abschnitt unter Claim (3) wird dargelegt, dass OMEGA iQ Mini aufgrund seiner Kapselgröße „insbesondere für Kinder“ besser zu dosieren und einfacher zu schlucken ist. Damit wird explizit die besondere Geeignetheit des Produkts für Kinder hervorgehoben. Im Rahmen einer hier gebotenen Gesamtschau der Werbung der Beklagten muss zudem berücksichtigt werden, dass in unmittelbarer räumlicher Nähe zur Produktbeschreibung auf der Homepage, müde und wütende oder auch spielende Kinder abgebildet sind. Dieser visuelle Aspekt scheint für einen objektiven Beobachter nicht zufällig gewählt.

Die Abbildungen führen zwangsläufig dazu, dass auch solche Werbeaussagen, die nicht ausdrücklich auf Kinder Bezug nehmen, nur so verstanden werden können, dass sie eine positive Wirkung auf müde oder unkonzentrierte Kinder haben. Dies gilt insbesondere für den Claim (1), der sich direkt neben der Abbildung des wütenden Kindes befindet, welches gerade über Hausaufgaben sitzt. Auch befand sich unter dem Punkt „Gedächtnis Konzentration“ ein als „Highlight“ gekennzeichnetes Angebot des Produkts „Omega IQ Mini 4er Vorteilspaket“, mit folgender Unterschrift unter dem Produkt: „Gehirnnährstoffe für Kinder mit Konzentrationsproblemen“ (Anl. K1, Bl. 13 d. A.).

cc) Eine Zulässigkeit nach Art 10 Abs. 3 HCVO liegt auch nicht vor, da es sich bei den beanstandeten Angaben nicht um Verweise auf allgemeine, nichtspezifische Vorteile handelt.

2.

Auch der Klageantrag zu Ziff. II ist begründet. Gemäß § 12 Abs.1 S.2 UWG i.V.m. § 5 UKlaG hat der Kläger einen Anspruch auf die durch die Abmahnung nach Art. 12 Abs. 1 UWG entstandenen Kosten. So ist die Klägerin nach § 12 Abs.1 S.1 UWG verpflichtet vor der Geltendmachung eines Unterlassungsanspruchs die Beklagte abzumahnern und der Abmahnung eine Unterlassungsverpflichtung beizulegen. Da die Beklagte keine Unterlassungsverpflichtungserklärung abgegeben hat, ist auch die erforderliche Wiederholungsgefahr gegeben.

II.

Die Nebenentscheidungen beruhen bezüglich der Kostenentscheidung auf § 91 ZPO.

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit hat ihre Rechtsgrundlage in § 709 Satz 1, 2 ZPO.

Richterin

## Beschluss

Der Streitwert wird auf 15.000,00 € festgesetzt.

Richterin

Verkündet am 01.07.2016

Justizhauptsekretärin  
als Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle