

Fachkreiswerbung fällt unter Health-Claims-Verordnung

Luxemburg/Stadt (mm) Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat festgestellt, dass die VO (EU) Nr. 1924/2006 über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel (Health-Claims-Verordnung - HCVO) auch für Werbung gegenüber Fachkreisen gilt. Mit dieser neuen Entscheidung wurde klargestellt, dass auch solche nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben der HCVO entsprechen müssen, die sich zwar direkt an Fachleute wie z. B. Ärzte und Apotheker richten, aber über diese an die Verbraucher weitergegeben werden. (Az.: C-19/15)

In einem Rechtsstreit vor dem Landgericht München I klagte ein Wettbewerbsverein gegen ein Unternehmen, das ein Nahrungsergänzungsmittel mit Vitamin D3 vertreibt. Das Unternehmen hatte im November 2013 ein ausschließlich an Ärzte gerichtetes Schreiben versandt, wonach das beworbene Produkt mit der Bezeichnung „Innova Mulsin® Vitamin D3“ zur Verhütung von durch Vitamin-D-Mangel hervorgerufenen Krankheiten beitrage. Daraufhin hatte das LG München in einem Vorabentscheidungsersuchen (Beschluss vom 16.12.2014, Az.: 33 O 5430/14) beim EuGH erfragt, ob Art. 1 Abs. 2 HCVO auch kommerzielle Mitteilungen bzw. Werbung an Fachkreise erfasst, und das Verfahren ausgesetzt. Der EuGH führt dazu aus, dass die HCVO so auszulegen ist, „dass nährwert- oder gesundheitsbezogene Angaben in kommerziellen Mitteilungen über Lebensmittel, wie sie als solche an den Endverbraucher abgegeben werden sollen, in den Geltungsbereich dieser Verordnung fallen, auch wenn sich diese Mitteilungen nicht an den Endverbraucher, sondern ausschließlich an medizinische Fachkreise richten“. Zur Begründung wird angeführt, dass es eine Definition des Begriffs „kommerzielle Mitteilung“ in der Health-Claims-Verordnung nicht gebe. Im Zusammenhang mit der Anwendung und Auslegung anderer EU-Richtlinien versteht der EuGH unter dem Begriff „kommerzielle Mitteilungen“ jedoch u. a. Mitteilungen in Form einer Lebensmittelwerbung, die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes der Lebensmittel dienen. Da die HCVO keine Angaben zum Adressaten der kommerziellen Mitteilung mache und insbesondere nicht danach unterscheide, ob ein Endverbraucher oder ein Angehöriger medizinischer Fachkreise Adressat der kommerziellen Mitteilung sei, sei die HCVO dahingehend auszulegen, dass sie auch für Fachkreiswerbung gelte.

Der dagegen gerichteten Begründung des Unternehmens, dass in den Erwägungsgründen der HCVO keine Hinweise auf Fachkreise zu finden seien, folgten die europäischen Richter nicht. Vielmehr stellten sie dazu fest, dass dies nicht bedeuten könne, dass die HCVO die kommerziellen Mitteilungen gegenüber Fachkreisen gar nicht erfasse. Schließlich ziele die Kommunikation eines Lebensmittelunternehmens gegenüber den medizinischen Fachkreisen „final“ auf den Endverbraucher ab, da dieser das Lebensmittel, das Gegenstand der kommerziellen Mitteilung sei, auf Empfehlung der Fachkreise erwerbe. Darüber hinaus verwies der EuGH bei der Begründung der Entscheidung auf die Ziele, die mit der HCVO verfolgt werden. Diese seien das ordnungsgemäße Funktionieren des Binnenmarktes und gleichzeitig ein hohes Verbraucherschutzniveau (Art. 1 Abs. 1 Health-Claims-Verordnung). Es könne, so die Richter, nicht ausgeschlossen werden, dass die medizinischen Fachkreise selbst durch falsche, irreführende oder unwahre Angaben in die Irre geführt würden. Daher könnten die medizinischen Fachkreise falsche Informationen über die Lebensmittel, die Gegenstand der kommerziellen Mitteilung sind, völlig gutgläubig an die Endverbraucher weitergeben, mit denen sie in Verbindung stehen. Diese Gefahr verdient umso größere Beachtung, als die Fachkreise aufgrund des Vertrauensverhältnisses, das im Allgemeinen zwischen ihnen und ihren Patienten besteht, einen erheblichen Einfluss auf diese ausüben können.

Die Verordnung sehe daher auch ein Verfahren vor, mit dem nachgeprüft werden könne, ob eine Angabe im Sinne der HCVO wissenschaftlich abgesichert sei. Eine wissenschaftliche Absicherung sollte der Hauptaspekt sein, der bei der Verwendung nährwert- und gesundheitsbezogener Angaben berücksichtigt wird. Lebensmittelunternehmer, die derartige Angaben verwenden, sollten diese auch begründen. Eine Angabe muss wissenschaftlich abgesichert sein, wobei alle verfügbaren wissenschaftlichen Daten berücksichtigt und die Nachteile abgewogen werden sollten. Eine nährwert- oder gesundheitsbezogene Angabe sollte nicht gemacht werden, wenn sie den allgemein akzeptierten Ernährungs- und Gesundheitsgrundsätzen zuwiderläuft oder wenn sie zum übermäßigen Verzehr eines Lebensmittels verleitet oder diesen gutheißt oder von vernünftigen Ernährungsgewohnheiten abbringt.

Die Entscheidung vom 14.07.2016 ist rechtskräftig.