

2.11. „Kerngleicher Verstoß bei Werbung in englischer Sprache“ (Art. 10 HCVO; §§ 3, 3 a, 8 UWG)

LG Düsseldorf - 34 O 115/22 - Urt. v. 20.12.2023

- 1. Wollen die Parteien mit einer abgegebenen Unterlassungserklärung sicherstellen, dass die Beklagte unzulässige gesundheitsbezogene Angaben unterlässt, findet diese auch auf Werbeaussagen in Deutschland in englischer Sprache Anwendung, da diese umgangssprachlich ist und daher von einem Verbraucher ohne Weiteres jedenfalls nach seinem Sinngehalt erfasst wird.**
- 2. Bei einer Vielzahl von kerngleichen Werbeaussagen im Internet für mehrere Produkte, bestehen gegen eine Vertragsstrafe i.H.v. € 20.000,00 keine Bedenken.**

Aus dem Tatbestand:

Der Kläger ist in die beim Bundesamt für Justiz geführte Liste der qualifizierten Wirtschaftsverbände eingetragen.

Im Oktober 2021 bewarb die Beklagte unter <https://www.i...com> die Nahrungsergänzungsmittel „Women's Hair Vitamins“, „Vibrant Skin“, „Stress Relief“, „Boost Energy“, „Boost Immune“ und „Men's Hair Vitamins“ mit den aus der Anlage ... ersichtlichen Aussagen. Der Kläger hielt die Werbung wegen eines Verstoßes gegen Art. 3 II lit. b, d der VO (EG) Nr. 1924/2006 (HCVO), §§ 4 IV NemV, 5 UWG, 11 I Nr. 1 LFGB i.V.m. Art. 7 I, IV LMIV, Art. 12 lit. c, Art. 5, Art. 8, Art. 10, Art. 13 HCVO i.V. . VO (EU) Nr. 432/2012, Art. 3 lit. d HCVO für unzulässig und mahnte die Beklagte mit Schreiben vom 06.10.2021 ab und forderte sie zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auf. Mit anwaltlichem Schreiben vom 28.10.2021 gab die Beklagte eine strafbewehrte Unterlassungserklärung ab. Der Kläger erwiderte hierauf mit Schreiben seiner Prozessbevollmächtigten vom 08.11.2021. Wegen des Inhalts der abgegebenen Unterlassungserklärung wird auf die Anlage ... Bezug genommen.

Im Mai 2022 warb die Beklagte im Internet unter der Domain ... und den Subdomains ... sowie auf der Produkt-Umverpackung des Produkts „I... RESTFUL SLEEP“ für ihre Produkte in englischer Sprache. Wegen des Inhalts der Werbeaussagen wird auf die Anlagen ... Bezug genommen. Mit Schreiben seiner Prozessbevollmächtigten forderte der Kläger die Beklagte wegen dieser Werbung mit Schreiben vom 02.08.2022 zur Zahlung einer Vertragsstrafe i.H.v. € 20.000,00 bis zum 12.08.2022 auf. Die Beklagte leistete keine Zahlung.

Der Kläger macht geltend, die Beklagte halte sich nicht an ihr Unterlassungsversprechen und werbe nun englischsprachig mit im Kern gleichartigen oder identischen Aussagen. Die beanstandeten Angaben seien gesundheitsbezogene Angaben gem. Art. 2 Nr. 5 HCVO, die - insoweit unstreitig weder gem. Art. 13 HCVO zugelassen und in die Liste der zugelassenen Angaben aufgenommen noch hinreichend wissenschaftlich abgesichert seien gem. Art. 5, Art. 6 HCVO. Im Übrigen ergebe sich der Anspruch aus dem Unterlassungsversprechen. Dem Kläger gehöre eine erhebliche Anzahl von Gewerbetreibenden an, die Waren oder gewerbliche Leistungen gleicher oder verwandter Art wie diejenigen der Beklagten vertreiben und deren Interessen durch die streitgegenständliche Rechtsverletzung der Beklagten berührt seien.

Der Kläger beantragt,

I. die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr

1. für die Produkte der Marke „I...BEARS“, insbesondere die Produkte

„Women's Hair Vitamins“, „Restful Sleep“, „Stress Relief“, „Boost Energy“, „Boost Immune“ und/oder „Men's Hair Vitamins“ mit den Angaben zu werben:

- 1.1. „In our fast-paced, digital times, our daily stress levels are often increasing and more and more people simply do not manage to eat as healthily as they would like to, due to their lifestyle. It is also known that our agriculturally used soils are increasingly depleted and contaminated with pesticides and insecticides. Air and water pollution has also increased, which is why we would

have to eat more and more fruit and vegetables to meet our nutritional and mineral needs through our normal diet.“;

1.2. „Our nutritionists use all their knowledge and experience to help you achieve your very own personal beauty and health goals. It is important to differentiate between the supply of essential nutrients and the optimal supply of nutrients to prevent the signs of aging or to increase the appearance of our skin and hair, for example.“;

1.3. „With regular use, I...BEARS vitamins make your hair more voluminous.“;

1.4. „Women, in particular, go through many different and challenging phases in life, such as pregnancy, breastfeeding, hormonal changes, the menopause or stressful everyday phases, in which the need for certain nutrients is increased. And during such special times, our healthy diet often does not enjoy the priority it deserves. In such cases, a well-coordinated dietary supplement in addition to a healthy diet can be a very good support in all situations of life. This especially helps achieve the very individual beauty and health goals that cannot be adequately served by a normal diet in everyday life.“;

2. für das Produkt „I...BEARS Women's Hair Vitamins“ mit den Angaben zu werben:

2.1. „Contains high doses of biotin, folic acid and several vitamins essential for the growth of healthy hair.“;

2.2. „I...BEARS Women's Hair contain biotin, folic acid and zinc. In addition, the bears contain the key vitamins A, C, D, E, B5, B6 and B12. All the bears' nutrients are needed for the maintenance and growth of healthy hair. So your hair is optimally supplied with the right minerals and vitamins every day and is in top shape!“;

2.3. „Radiant, beautiful hair

I...BEARS hair vitamins for women are packed with biotin, folic acid and zinc. In addition, the bears contain key vitamins such as A, C, D, E, B5, B6 and B12, which ensure beautiful, shiny and strong hair and contribute to rapid healthy hair growth.“;

2.4. „And wonderful thing is that these vitamins also strengthen your nails.“;

2.5. „The great thing is, by the way, that they also strengthen the nails.“;

2.6. „Two bears per day are enough to strengthen the hair.“;

2.7. „All the bears' nutrients are needed for the maintenance and growth of healthy hair. Thus, the hair is optimally supplied with the right minerals and vitamins every day and is in top shape!“;

3. für das Produkt „I...BEARS Restful Sleep“ mit den Angaben zu werben:

3.1. „Restful Sleep“;

3.2. „Supports your personal balance! In stressful phases of life!“;

3.3. „Contains lactic acid, L-theanine and lemon balm to reduce symptoms of stress.“ ,

3.4. „I...BEARS Restful Sleep Vitamins contain high doses of lactic acid, L-theanine and lemon balm. They provide balance and support your sleep cycle in stressful phases of life.“;

3.5. „Two bears a day are enough to effectively support natural sleep.“;

- 3.6. „I...BEARS are packed with lactium, L-theanine and lemon balm, which have been shown to reduce stress symptoms and promote natural sleep.“;
- 3.7. „The complex formula of our Vitamin Bears is scientifically developed with somnologists and beauty experts to reduce your stress symptoms and promote natural healthy sleep.“;
4. für das Produkt „I...BEARS Stress Relief“ mit den Angaben zu werben:
 - 4.1. „Stress Relief“;
 - 4.2. „Supports your personal balance in stressful phases of life!“;
 - 4.3. „Contains lactium, L-theanine and lemon balm to reduce symptoms of stress.“;
 - 4.4. „I...BEARS STRESS RELIEF contains highly concentrated lactium, L-Theanin, and lemon balm. It helps to support your inner peace and balance and to slow down your everyday life in a natural way.“;
 - 4.5. „I...BEARS STRESS RELIEF vitamins contain highly concentrated latium, L-theanine and lemon balm. They help ensure stability and support your personal balance during stressful periods of life. These vitamins naturally help you maintain inner peace and balance, promote natural sleep and reduce symptoms of stress while providing energy.“;
 - 4.6. „I...BEARS STRESS RELIEF vitamins contain highly concentrated latium, L-theanine and lemon balm. They help ensure stability and support your personal balance during stressful periods of life. These vitamins naturally help you maintain inner peace and balance, promote natural sleep and reduce symptoms of stress while providing energy.“;
 - 4.7. „The complex formula is developed and manufactured according to high quality standards in cooperation with beauty and health experts. The I...BEARS are 100 % made in Germany and subject to strict controls. All our products are EU certified released by the German Federal Ministry for nutrition and health.“;
5. für das Produkt „I...BEARS Boost Energy“ mit den Angaben zu werben:
 - 5.1. „Invigorates the mind and body“;
 - 5.2. „Packed with high-dose taurine, caffeine, vitamin B6 und B12 for improved performance and to counter fatigue.“;
6. für das Produkt „I...BEARS Boost Immune“ mit den Angaben zu werben:
 - 6.1. „Boost Immune“;
 - 6.2. „Extra Power for your immune support!“;
 - 6.3. „A complex formula with essential vitamins and minerals support your immune system to protect you.“;
7. für das Produkt „I...BEARS Men's Hair Vitamines“ mit der Angabe zu werben:

„Gives your hair an energy boost!“

sofern dies jeweils geschieht wie in den Anlagen ... wiedergegeben;

II. die Beklagte zu verurteilen, an den Kläger € 20.000,00 zuzüglich Zinsen i.H.v. 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 13.08.2022 zu zahlen.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte bestreitet mit Nichtwissen, dass der Kläger ein eingetragener Verein ist, dessen satzungsmäßigen Aufgaben die Wahrung der gewerblichen Interessen seiner Mitglieder, insbesondere die Lauterkeit des Wettbewerbs sind, und dass der Kläger seine Einnahmen aus Vertragsstrafen seinem Prozesskostenfonds zuleitet und hierüber regelmäßig Rechnung erteilt. Es bestehe auch kein Wettbewerbsverhältnis. Es werde mit Nichtwissen bestritten, dass dem Kläger Unternehmen aus dem Nahrungsmittelergänzungsbereich angehören, die Waren oder Dienstleistungen gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt wie die Beklagte vertreiben.

Die Unterlassungserklärung (sei nicht vom Geschäftsführer der Beklagten unterzeichnet worden. Es werde mit Nichtwissen bestritten, dass die Annahmeerklärung ihrem damaligen Rechtsanwalt zugestellt wurde. Dieses Schreiben enthalte auch keine Unterschrift.

Ein Verstoß gegen die Unterlassungserklärung liege nicht vor, weil sie in der angegriffenen Werbung die englische Sprache verwende, auf die sich die Abmahnung ihrem Wortlaut nach schon nicht beziehe. Jedenfalls fehle es deswegen an einer schuldhaften Zuwiderhandlung. Die Höhe der Vertragsstrafe sei unangemessen hoch. Grundlagen für die angesetzte Höhe von € 20.000,00 seien nicht vorgetragen.

Aus den Entscheidungsgründen:

Die Klage ist zulässig und bis auf einen geringen Teil, nämlich hinsichtlich der Klageanträge zu 1.4.6. und 1.4.7., die (teilweise) unbegründet sind, begründet.

I.

Der Kläger hat gegen die Beklagte einen Unterlassungsanspruch gem. §§ 8, 3, 3 a UWG i.V.m. Art. 10 HCVO.

1. Der Kläger ist gem. § 8 III Nr. 2 UWG aktivlegitimiert. Er ist unstreitig in die beim Bundesamt für Justiz geführte Liste der qualifizierten Wirtschaftsverbände eingetragen. Dass ihm eine erhebliche Anzahl von Gewerbetreibenden angehört, die Waren oder gewerbliche Leistungen gleicher oder verwandter Art wie diejenigen der Beklagten vertreiben und deren Interessen durch die streitgegenständliche Werbung berührt sind, hat der Kläger mit Vorlage einer Mitgliederliste, deren Richtigkeit durch eidesstattliche Versicherung des Geschäftsführers des Klägers glaubhaft gemacht ist, belegt. Danach gehören dem Kläger allein 195 Unternehmen der Lebensmittelbranche an. Dem ist die Beklagte nicht substantiiert entgegengetreten.
2. Die Werbung der Beklagten für die Produkte „Women's Hair Vitamins“, „Restful Sleep“, „Stress Relief“, „Boost Energy“, „Boost Immune“ und/oder „Men's Hair Vitamins“ auf der Internetseite ... und den Subdomains ... sowie auf der Produkt-Umverpackung des Produkts „I...BEARS RESTFUL SLEEP“ stellt eine geschäftliche Handlung i.S.d. § 2 I Nr. 1 UWG dar.
3. Die streitgegenständliche Werbung verstößt gegen § 3 a UWG i.V.m. Art 10 I HCVO. Art. 10 I HCVO ist eine Marktverhaltensregelung i.S.d. § 3 a UWG (*BGH, Ur. v. 07.04.2016 - I ZR 81/15 – Repair-Kapseln*).

Nach Art. 10 I HCVO sind gesundheitsbezogene Angaben verboten, sofern sie nicht gem. Art. 13 HCVO zugelassen und in die Liste der zugelassenen Angaben aufgenommen sind. Außerdem müssen sie den allgemeinen und den speziellen Anforderungen der HCVO entsprechen. Gesundheitsbezogene Angaben sind gem. Art. 2 Nr. 5 HCVO alle Angaben, mit denen 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 Anwendungsbereich der HCVO ist vorliegend eröffnet, weil es sich bei den Produkten der Beklagten um Lebensmittel i.S.d. Art. 2 I lit. a HCVO handelt. Sie sind zur Aufnahme durch den Menschen bestimmt. Die angegriffenen Werbeaussagen stellen auch gesundheitsbezogene Angaben i.S.d. HCVO dar. Sie stellen alle einen Zusammenhang zwischen einer Verbesserung des Gesundheitszustands dank des Verzehrs der beworbenen Produkte der Beklagten dar. Die Nahrungsergänzungsmittel sollen dem Abbau von Stress bzw. der Herstellung der inneren Balance, für stärkere Nägel oder einem gesünderen (voluminöseren) Haar dienen. Die Aussagen erwecken den Eindruck, dass mit der normalen, d.h. ausgewogenen und abwechslungsreichen Ernährung dem menschlichen Körper nicht die erforderlichen Mengen an Nährstoffen und Mineralien zugeführt werden könnten, um gesund zu leben. In diesem Zusammenhang verweist die Beklagte in der angegriffenen Werbung auf die Empfehlung von Ärzten oder Angehörigen des Gesundheitswesens. Notwendig wäre also u.a. deren Aufnahme in die nach Art. 13 HCVO verabschiedete Liste. Dies ist nicht ersichtlich und wird von der Beklagten auch nicht behauptet.

Der Klageantrag zu 1.4.6. ist wortgleich mit dem Klageantrags zu 1.4.5. und war daher zurückzuweisen. Beim Klageantrag zu 1.4.7. ist nur der erste Satz des Antrags begründet. Dass die übrigen Sätze des Klageantrags („The I...BEARS are 100 % made in Germany and subject to strict controls. All our products are EU certified released by the German Federal Ministry for nutrition and health.“) unzutreffend und damit irreführend sind, hat der Kläger nicht vorgetragen. Diese waren auch nicht Gegenstand der vorangegangenen Abmahnung.

4. Die erforderliche Wiederholungsgefahr gem. § 8 I UWG ist gegeben, weil die Beklagte nach wie vor mit den angegriffenen Werbeaussagen wirbt.

II.

Der geltend gemachte Zahlungsanspruch i.H.v. € 20.000,00 folgt aus der strafbewehrten Unterlassungsvereinbarung der Parteien.

Soweit die Beklagte behauptet, die Unterlassungserklärung sei nicht von ihrem Geschäftsführer unterschrieben worden, ist dieser Vortrag schon nicht hinreichend und das darin liegende Bestreiten damit prozessual unerheblich. Da die Beklagte selbst weiß, wer die Unterschrift geleistet hat, hätte sie dies vortragen müssen. Dass es sich insoweit um eine Person handelt, die keine Vertretungsmacht besaß, behauptet sie selbst nicht. Dem würde auch widersprechen, dass der vorprozessual für die Beklagte tätige Rechtsanwalt in seinem Schreiben vom 28.10.2021 auf die „von der Mandantschaft unterschriebene Unterlassungserklärung“ Bezug nimmt und die Abmahnkostenpauschale ausgeglichen wurde.

Gleiches gilt für den Einwand der Beklagten, die Annahmeerklärung des Klägers mit Schreiben vom 08.11.2021 sei ihrem damaligen Rechtsanwalt nicht zugestellt worden. Die Beklagte bestätigte mit Schreiben vom 17.11.2021 den Eingang des Schreibens.

Mit der angegriffenen Werbung verstößt die Beklagte gegen die übernommene Unterlassungsverpflichtung. Bei der Auslegung von Willenserklärungen kommt es grundsätzlich auf den objektiven Erklärungswert an, also darauf, wie sich die Erklärung nach Treu und Glauben für den Empfänger darstellt. Der Erklärungsempfänger darf der Erklärung dabei nicht einfach den für ihn günstigsten Sinn beilegen, sondern muss unter Berücksichtigung aller ihm bekannten Umstände mit gehöriger Aufmerksamkeit prüfen, was der Erklärende gemeint hat. Diese allgemein für die Vertragsauslegung geltenden Grundsätze finden auch auf Unterlassungsverträge Anwendung. Maßgebend ist demnach der wirkliche Wille der Vertragsparteien (§§ 133, 157 BGB), bei dessen Ermittlung neben dem Erklärungswortlaut die beiderseits bekannten Umstände wie insbesondere die Art und Weise des Zustandekommens der Vereinbarung, deren Zweck, die Wettbewerbsbeziehung zwischen den Vertragsparteien sowie deren Interessenlage heranzuziehen sind (*OLG Hamm, Urt. v. 01.06.2023 - I-4 U 225/22 - Haushaltsgeschirrspüler, m.w.N.*). Unterlassungserklärungen gelten nicht nur für die Wiederholung von identischen Verletzungshandlungen, sondern auch für im Kern aller gleichartigen Verletzungshandlungen, bei denen das Charakteristische des Wettbewerbsverstoßes zum Ausdruck kommt (*BGH, Urt. v. 30.04.2008 - I ZR 73/05 - Internet-Versteigerung III*). Mit der abgegebenen Unterlassungserklärung wollten die Parteien sicherstellen, dass die Beklagte unzulässige gesundheitsbezogene Angaben unterlässt. Dem handelt die Beklagte zu wider, in dem sie ihre Werbeaussagen, zu deren Unterlassung sie sich verpflichtet hat, mehr oder weniger eins zu eins in die englische Sprache übersetzt verwendet. Die Werbeaussagen bleiben auch in der englischen Sprache, die umgangssprachlich ist und daher von einem Verbraucher ohne Weiteres jedenfalls nach seinem

Sinngehalt erfasst wird, unzulässig. Dass die Beklagte ihr Handeln für erlaubt und nicht von der Unterlassungsvereinbarung umfasst halten konnte, ist nicht ersichtlich. Umstände hierfür hat die Beklagte auch nicht konkret vorgetragen.

Hinsichtlich der Höhe der Vertragsstrafe bestehen keine Bedenken. Es handelt sich um eine Vielzahl von Werbeaussagen für mehrere Produkte. Durch die hohe Verbreitungsmöglichkeit einer Werbung im Internet wird eine hohe Anzahl von Verbrauchern angesprochen.

Der Zinsanspruch ergibt sich aus §§ 286, 288 BGB.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 92 I ZPO. Die Entscheidung zur vorläufigen Vollstreckbarkeit ergibt sich gem. § 709 ZPO.

Der Streitwert wird auf € 50.000,00 festgesetzt.
