

Quelle: <https://voris.wolterskluwer-online.de/document/2fb45dea-e3f2-4af1-89e7-ec03b914a963>

Bibliografie

Gericht	OLG Celle
Datum	18.02.2026
Aktenzeichen	13 U 95/25
Entscheidungsform	Beschluss
Referenz	WKRS 2026, 12558
Entscheidungsname	[keine Angabe]
ECLI	ECLI:DE:OLGCE:2026:0218.13U95.25.00

Oberlandesgericht Celle

Beschl. v. 18.02.2026, Az.: 13 U 95/25

Zulässigkeit der Produktbezeichnung "Immunkraft" für ein Saftmischgetränk hinsichtlich der gesundheitsbezogenen Angabe

Amtlicher Leitsatz

Zur Zulässigkeit der Produktbezeichnung "Immunkraft" für ein Saftmischgetränk nach der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 (HCVO).

- 1. Zum Verbraucherverständnis in Bezug auf den Begriff "Immunkraft" in der Produktbezeichnung für einen Saft.**
- 2. Zur Abgrenzung von speziellen und nichtspezifischen gesundheitsbezogenen Angaben im Sinne von Art. 10 Abs. 1 und 3 HCVO.**
- 3. Bei der Ermittlung des Aussagegehalts einer speziellen gesundheitsbezogenen Angabe ist ein Sternchenhinweis, der auf eine zugelassene gesundheitsbezogene Angabe auf der Rückseite des Produkts verweist, nicht zu berücksichtigen.**
- 4. Auch wenn angenommen wird, dass sich die spezielle gesundheitsbezogene Angabe "Immunkraft" nicht auf das damit bezeichnete Saftmischgetränk, sondern die laut Flaschenetikett darin enthaltenen Vitamine A und C bezieht, ist die darin enthaltene Aussage nicht gleichbedeutend mit der zugelassenen Angabe, dass diese Vitamine zu einer normalen Funktion des Immunsystems beitragen.**

Tenor:

- Es wird erwogen, die Berufung der Beklagten gegen das Urteil der Kammer für Handelssachen des Landgerichts Lüneburg vom 13. November 2025 durch Beschluss nach § 522 Abs. 2 ZPO zurückzuweisen.
- Es ist beabsichtigt, den Streitwert auf 50.000 € festzusetzen.

3. Der Beklagten wird Gelegenheit zur Stellungnahme binnen zwei Wochen gegeben.

Gründe

A.

Das Landgericht Lüneburg hat die beklagte Saffherstellerin mit Urteil vom 13. November 2025, auf das wegen der tatsächlichen Feststellungen einschließlich der erstinstanzlich gestellten Anträge Bezug genommen wird, antragsgemäß verurteilt, es zu unterlassen, ihren Saft "V. bio C Immunkraft" mit der Bezeichnung "Immunkraft" zu bewerben, wenn dies wie auf der nachfolgend eingefügten Abbildung des Flaschenetiketts geschieht.



Dem Kläger stehe ein Unterlassungsanspruch aus § 8 Abs. 1, §§ 3, 3a UWG i.V.m. Art. 3 Abs. 1, Art. 5 Abs. 1a, Art. 10 Abs. 1 Verordnung (EU) Nr. 1924/2006 (HCVO) zu. Die streitgegenständliche Bezeichnung "Immunkraft" verstoße gegen Art. 10 Abs. 1 HCVO, eine Marktverhaltensregel im Sinne von § 3a UWG. Bei der Bezeichnung "Immunkraft" handele sich um eine gesundheitsbezogene Angabe gemäß Art. 2 Abs. 2 Nr. 5 HCVO. Diese sei gemäß Art. 10 Abs. 1 HCVO unzulässig, weil sie nicht gleichbedeutend mit einer Aussage sei, die in die Listen der zugelassenen Angaben gemäß Art. 13, 14 HCVO aufgenommen sei. Dabei könne dahingestellt bleiben, ob sich die Bezeichnung "Immunkraft" auf den Saft oder die darin enthaltenen Vitamine C und A beziehe. Für diese Vitamine sei jeweils die Gesundheitsangabe zugelassen, dass sie zu einer normalen Funktion des Immunsystems beitragen. Diese Gesundheitsangabe müsse zwar nicht wortgleich wiedergegeben werden, die Werbeaussage dürfe aber nicht inhaltlich über die zugelassenen Angaben hinausgehen. Dies sei hier jedoch der Fall. Durch die Bezeichnung "Immunkraft" werde bei den angesprochenen Verbrauchern der Eindruck erweckt, dass eine über das übliche Maß hinausgehende Fähigkeit erlangt werden könne, was nicht gleichsinnig mit einem Beitrag zu einem normal funktionierenden Immunsystem sei.

Hiergegen richtet sich die Berufung der Beklagten, die keinen ausformulierten Berufungsantrag mitgeteilt hat. Sie meint, entgegen der Auffassung des Landgerichts gehe die Bezeichnung "Immunkraft" nicht über den zugelassenen Claim hinaus. Die Bezeichnung sei ein gängiger umgangssprachlicher Begriff und beschreibe ein intaktes, normales Immunsystem. Zudem habe das Landgericht die darunter befindlichen Zusätze "mit natürlichem Vitamin C & A" und "für das Immunsystem" sowie die Sternchenhinweise nicht

berücksichtigt, die auf die Angaben "Vitamin C und A tragen zu einer normalen Funktion des Immunsystems bei. Vitamin A trägt zum Erhalt normaler Sehkraft bei." verwiesen. Unabhängig davon, ob man die Angabe "Immunkraft" als allgemein oder konkret bewerte, sei damit auch ein spezifischer Claim beigefügt, und zwar zum einen unterhalb dieser Bezeichnung und zum anderen auf der Darstellung rechts daneben. Das Sternchen zum Claim "Vitamin C und A tragen zu einer normalen Funktion des Immunsystems bei" sei nur wenige Zentimeter rechts neben dem Sternchen von "Immunkraft" auf gleicher Höhe angegeben. Die Auflösung erscheine daher im selben Sichtfeld.

Der Kläger beantragt,

die Berufung zurückzuweisen.

B.

Die Berufung hat keine Aussicht auf Erfolg.

Zwar ist die Berufung zulässig, auch wenn die Beklagte keinen Berufungsantrag mitgeteilt hat. Nach dem Inhalt ihrer Berufungsbegründung ist davon auszugehen, dass sie ihren Klagabweisungsantrag weiterverfolgt.

Die Berufung ist jedoch unbegründet. Das angefochtene Urteil beruht weder auf einem Rechtsfehler (§ 513 Abs. 1, 1. Alt., § 546 ZPO) noch rechtfertigen die nach § 529 ZPO zugrundezulegenden Tatsachen eine andere Entscheidung (§ 529 Abs. 1, 2. Alt. ZPO).

Das Landgericht dürfte zu Recht einen Unterlassungsanspruch bejaht haben.

I.

Die Bezeichnung des Saftes als "V. bio C Immunkraft" enthält eine spezielle gesundheitsbezogene Angabe i.S.d. Art. 10 Abs. 1 HCVO, die nicht in die Liste der zugelassenen Angaben gemäß den Artikeln 13 und 14 HCVO aufgenommen und daher verboten ist.

1. Es handelt sich um eine gesundheitsbezogene Angabe i.S.d. Art. 2 Abs. 2 Nr. 1, 5 HCVO, wie das Landgericht zutreffend - und von der Beklagten nicht beanstandet - angenommen hat.

Die angesprochenen Verbraucher verstehen die Produktbezeichnung "V. bio C Immunkraft" dahin, dass der Verzehr des beworbenen Saftes ihrem Immunsystem Kraft verleiht.

2. Zutreffend ist das Landgericht des Weiteren - in Übereinstimmung mit den Parteien - davon ausgegangen, dass es sich um eine spezielle gesundheitsbezogene Angabe handelt, die in den Anwendungsbereich des Art. 10 Abs. 1 der HCVO fällt, nicht um eine nichtspezifische gesundheitsbezogene Angabe, die nach Art. 10 Abs. 3 HCVO zu beurteilen wäre.

Für die Abgrenzung zwischen speziellen und nichtspezifischen gesundheitsbezogenen Angaben kommt es darauf an, ob mit der Angabe ein unmittelbarer Wirkungszusammenhang zwischen einer Lebensmittelkategorie, einem Lebensmittel oder einem seiner Bestandteile und einer Funktion des menschlichen Organismus hergestellt wird, dessen wissenschaftliche Absicherung in einem Zulassungsverfahren nach Art. 13 Abs. 3 (für Angaben nach Art. 13 Abs. 1) oder nach Art. 15 bis 17 HCVO (für Angaben nach Art. 14 Abs. 1) überprüft werden kann (Sosniza/Meisterernst/Sosniza, 193. EL Juli 2025, VO (EG) 1924/2006 Art. 10 Rn. 71, m.w.N.). Dabei ist unerheblich, wenn für die Angabe kein medizinisches, sondern ein eher umgangssprachliches Vokabular gewählt wird (vgl.

BGH, Urteil vom 7. April 2016 - I ZR 81/15 - Repair-Kapseln, Rn. 26).

Danach ist im Streitfall von einer speziellen gesundheitsbezogenen Angabe im Sinne von Art. 10 Abs. 1 HCVO auszugehen. Der beworbene positive Einfluss auf das Immunsystem als Funktion des menschlichen Organismus könnte im Rahmen einer wissenschaftlichen Untersuchung überprüft werden. Dass der Einfluss einer bestimmten Ernährung auf die Funktion des Immunsystems wissenschaftlich untersucht werden kann, wird durch die für verschiedene Nährstoffe zugelassenen Angaben "(...) trägt zu einer normalen Funktion des Immunsystems bei" bestätigt.

3. Die mit der Produktbezeichnung "V. bio C Immunkraft" verbundene spezielle gesundheitsbezogene Angabe ist nicht durch eine zugelassene Gesundheitsangabe aus der Liste der zulässigen gesundheitsbezogenen Angaben (Anlage zur Verordnung (EU) Nr. 432/2012 (Lebensmittel-Gesundheitsangaben-VO)) gedeckt.

a) Das streitgegenständliche Etikett ist aus der Sicht der angesprochenen Verbraucher zu beurteilen, zu denen auch die Mitglieder des Senats gehören. Die angesprochenen Verbraucher verstehen die Produktbezeichnung auch unter Berücksichtigung des Gesamtkontextes des Etiketts, dessen Abbildung als konkrete Verletzungsform Gegenstand des Unterlassungsantrags ist, dahin, dass der Verzehr des Saftes "V. bio C Immunkraft" ihrem Immunsystem Kraft verleiht und somit dessen Funktionsfähigkeit verbessert.

aa) Dabei kann im Ergebnis dahingestellt bleiben, ob die angesprochenen Verbraucher die Werbung dahin verstehen, dass der Saft "V. bio C Immunkraft" aufgrund seiner besonderen Zusammensetzung aus den verschiedenen auf dem Etikett abgebildeten Obst- und Gemüsesorten diese positive Wirkung auf das Immunsystem hat, oder die Verbraucher aufgrund des darunter gedruckten Zusatzes "mit natürlichem Vitamin C & A" annehmen, dass die positive Wirkung allein auf den darin enthaltenen Vitaminen C und A beruht. Für beide Verständnismöglichkeiten existiert keine zugelassene gesundheitsbezogene Angabe (s.u. B. I. 3. b)).

bb) Der auf einem stilisierten Schild abgedruckte Zusatz "für das Immunsystem" führt zu keinem anderen, einschränkenden Verständnis der Produktbezeichnung "Immunkraft". Vielmehr unterstreicht er die mit dem Kunstwort "Immunkraft" vermittelte Aussage.

cc) Entgegen der Auffassung der Beklagten sind die beiden Sternchenhinweise auf dem Etikett bei der Ermittlung des Inhalts der Werbeaussage nicht zu berücksichtigen.

(1) Die gesundheitsbezogene Aussage nach Art. 10 Abs. 1 HCVO ist so zu bewerten, wie sie sich den angesprochenen Verbrauchern in der konkreten Situation darstellt. Wie das Foto der Vorderseite der streitgegenständlichen Flasche zeigt, sind die Auflösungen der Sternchenhinweise nicht im Sichtfeld eines Verbrauchers angebracht, der zum Beispiel in einem Geschäft die in einem Regal eingeräumten Flaschen betrachtet. Eine als solche unzulässige spezielle gesundheitsbezogene Angabe wird nicht dadurch zulässig, dass die Aussage an anderer Stelle korrigiert oder relativiert wird.

(2) Das Beifügen einer zugelassenen Gesundheitsangabe ist nach der Konzeption der HCVO nur bei nichtspezifischen Angaben gemäß Art. 10 Abs. 3 HCVO zu berücksichtigen. Außerdem muss auch dort das Beifügen grundsätzlich in unmittelbarer räumlicher Nähe erfolgen, was hier ohnehin nicht gegeben wäre.

Denn die visuelle Dimension des Erfordernisses des "Beifügens" im Sinne von Art. 10 Abs. 3 der HCVO bezieht sich auf die sofortige Wahrnehmung eines unmittelbaren visuellen Zusammenhangs zwischen dem Verweis auf die allgemeinen, nicht spezifischen Vorteile für die Gesundheit und der speziellen gesundheitsbezogenen Angabe durch einen normal informierten und angemessen aufmerksamen Durchschnittsverbraucher und erfordert grundsätzlich eine räumliche Nähe oder unmittelbare Nachbarschaft zwischen dem Verweis und der Angabe (

BGH, Urteil vom 25. Juni 2020 - I ZR 162/16 - B-Vitamine II, Rn. 27 unter Verweis auf EuGH, GRUR 2020, 310 [BGH 17.10.2019 - I ZR 44/19] Rn. 47 - Dr. Willmar Schwabe). Nur dann, wenn die speziellen gesundheitsbezogenen Angaben wegen ihrer großen Zahl oder Länge nicht vollständig auf der Seite der Verpackung erscheinen können, auf der sich der Verweis befindet, den sie untermauern sollen, kann das Erfordernis eines unmittelbaren visuellen Zusammenhangs ausnahmsweise durch einen ausdrücklichen Hinweis wie etwa einen Sternchenhinweis erfüllt werden (aaO).

Im Streitfall wäre demnach nicht einmal von einem Beifügen im Sinne des Art. 10 Abs. 3 HCVO auszugehen, weil sich die Auflösungen der Sternchenhinweise auf der Rückseite der Flasche befinden, ohne dass es dafür im Hinblick auf die Produktgestaltung einen zwingenden Grund gibt. Das Etikett hätte ohne Weiteres so gestaltet werden können, dass diese Angaben auf der Vorderseite des Etiketts sichtbar gewesen wären.

Nach der Konzeption der HCVO kann der Sternchenhinweis daher bei der Ermittlung des Aussagegehalts der speziellen gesundheitsbezogenen Angabe erst recht nicht berücksichtigt werden.

b) Die gesundheitsbezogene Werbeaussage mit dem vorstehend dargestellten Verkehrsverständnis ist nicht von einer zugelassenen Angabe gedeckt.

aa) Für das Saftmischgetränk der Beklagten besteht keine zugelassene gesundheitsbezogene Angabe, sodass die Werbung ohne weiteres unzulässig ist, wenn die Werbung dahin verstanden wird, dass die positive Wirkung für das Immunsystem der Saftmischung der Beklagten zugeschrieben wird.

bb) Aber auch wenn davon ausgegangen wird, dass der Produktname "Immunkraft" mit dem Zusatz "mit natürlichem Vitamin C und A" ausschließlich auf die Eigenschaften der Vitamine A und C hinweist, ist diese Werbeaussage nicht sinngleich zu den zugelassenen Angaben zu den Vitaminen C und A.

(1) Die Zulässigkeit der Verwendung einer gesundheitsbezogenen Angabe im Sinne von Art. 10 Abs. 1 HCVO hängt grundsätzlich nicht davon ab, dass die verwendete Angabe mit einer zugelassenen Angabe wörtlich übereinstimmt. Vielmehr dürfen auch mit einer zugelassenen Angabe gleichbedeutende, also inhaltlich übereinstimmende Angaben verwendet werden (

BGH, Urteil vom 10. Dezember 2015 - I ZR 222/13 - Iernstark, Rn. 51). Bei der Prüfung, ob eine verwendete gesundheitsbezogene Angabe mit einer zugelassenen gesundheitsbezogenen Angabe gleichbedeutend ist, ist grundsätzlich ein strenger Maßstab anzulegen. Bei dieser Prüfung ist allerdings das berechnigte Interesse der Lebensmittelunternehmen zu berücksichtigen, den Wortlaut einer zugelassenen Angabe der Produktaufmachung und dem Verbraucherverständnis anpassen zu können, ohne für jede sprachlich abweichende Angabe einen eigenen Zulassungsantrag stellen zu müssen (aaO, Rn. 52).

(2) Nach diesen Maßgaben ist die auf die Vitamine A und C bezogene Bezeichnung "Immunkraft" nicht gleichbedeutend mit

zugelassenen Angaben.

Für die Vitamine C und A lauten die zugelassenen Angaben:

"Vitamin (...) trägt zu einer normalen Funktion des Immunsystems bei."

Entgegen der Berufungsbegründung ist die Produktbezeichnung "Immunkraft" kein gängiger umgangssprachlicher Begriff, der lediglich ein normales Immunsystem beschreibt. Vielmehr handelt es sich um ein Kunstwort, das bei den angesprochenen Verbrauchern den Eindruck erweckt, dass der Verzehr des Saftes ihrem Immunsystem "Kraft" verleiht. Auch wenn man diese Aussage nicht auf den Saft als solchen, sondern nur auf die enthaltenen Vitamine C und A bezieht, geht die Werbeaussage im Hinblick auf zwei Gesichtspunkte über die zugelassene Angabe hinaus.

(a) Zum einen verspricht die Werbeaussage nicht nur eine *normale* Funktion des Immunsystems, sondern dem Immunsystem "Kraft" zu verleihen. Dies erweckt bei den angesprochenen Verbrauchern den Eindruck, sie könnten mit dem Verzehr des Saftes auch die Funktionsfähigkeit eines normal funktionierenden Immunsystems weiter verbessern.

(b) Zum anderen soll diese Kräftigung des Immunsystems bereits durch den Verzehr der in dem Saft enthaltenen Vitaminen C und A erreicht werden, während die zugelassenen Angaben nur von einem *Beitrag* zu der normalen Funktion des Immunsystems sprechen, woraus sich ergibt, dass auch andere Faktoren (zu denken wäre an sonstige Nährstoffe, Bewegung, Schlaf oder Vermeidung von Stress) für die Funktion des Immunsystems von Bedeutung sind. In der Liste der zulässigen gesundheitsbezogenen Angaben sind zahlreiche andere Nährstoffe aufgeführt, die zu einer normalen Funktion des Immunsystems beitragen. Dies verdeutlicht, dass sämtlichen in der Liste genannten Nährstoffen jeweils nur ein Beitrag zur normalen Funktion des Immunsystems zugeschrieben werden soll, womit der von der Beklagten vermittelte Eindruck, der Saft bzw. die enthaltenen Vitamine A und C könnten allein die Funktionsfähigkeit des Immunsystems verbessern, nicht zu vereinbaren ist.

(c) Diese beiden Aspekte der zugelassenen Angabe (normale Funktion, Beitrag) sind von grundlegender Bedeutung, um eine Irreführung der angesprochenen Verbraucher bei der Werbung für Lebensmittel zu vermeiden. Wenn eine sprachlich abweichende Angabe als inhaltsgleich gelten soll, müssen beide Aspekte dort ebenfalls zum Ausdruck kommen.

II.

Vorsorglich wird darauf hingewiesen, dass die Bezeichnung "Immunkraft" im Streitfall auch dann unzulässig wäre, wenn man sie - anders als der Senat und die Parteien - als nichtspezifische gesundheitsbezogene Angabe im Sinne von Art. 10 Abs. 3 HCVO ansähe.

Denn es fehlte an der dann erforderlichen Beifügung einer zugelassenen speziellen gesundheitsbezogenen Angabe. Die zugelassenen Angaben, die sich auf der Rückseite der Flasche befinden, sind nicht im Sinne von Art. 10 Abs. 3 HCVO visuell beigefügt (s.o. B. I. 3. a) cc) (2)).

Ob diese Angaben die Aussage "Immunkraft" umfassend untermauern könnten (materielle Dimension des Beifügens, vgl.

BGH, Urteil vom 25. Juni 2020 - I ZR 162/16 - B-Vitamine II, Rn. 27), kann dahingestellt bleiben.

C.

Die Rechtssache dürfte keine grundsätzliche Bedeutung haben und eine Entscheidung des Berufungsgerichts durch Urteil zur Fortbildung des Rechts oder zur Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung nicht erforderlich sein. Dabei kann dahingestellt bleiben, ob in dem

Urteil des OLG Nürnberg vom 25. März 2025 - 3 U 936/24, juris, ein abweichender rechtlicher Maßstab zur Abgrenzung von speziellen und nichtspezifischen gesundheitsbezogenen Angaben vertreten und damit eine durch die Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs nicht geklärte Rechtsfrage aufgeworfen wird. Diese wäre im Streitfall schon deshalb nicht entscheidungserheblich, weil die Werbeaussage auch dann unzulässig wäre, wenn sie als nichtspezifische Angabe im Sinne von Art. 10 Abs. 3 HCVO angesehen würde (s.o. Ziff. B. II.).

Eine mündliche Verhandlung ist ebenfalls nicht geboten.

D.

Es wird davon ausgegangen, dass der erstinstanzlich - entsprechend der Wertangabe in der Klagschrift - auf 50.000 € festgesetzte Streitwert auch für die Berufungsinstanz angesetzt werden kann.

I.

Bei wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsklagen von Verbraucherverbänden im Sinne von § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG kommt es für den Streitwert auf das satzungsmäßig wahrgenommene Interesse der Verbraucher an; maßgebend sind die gerade diesen drohenden Nachteile (

BGH, Beschluss vom 15. September 2016 - I ZR 24/16, Rn. 9).

Nach dieser Maßgabe erscheint der erstinstanzlich festgesetzte Streitwert angemessen, weil die Verbraucher ein erhebliches Interesse daran haben, dass Lebensmittel nur mit rechtskonformen gesundheitsbezogenen Angaben beworben werden, und die Beklagte auf dem Segment der Säfte ein größerer Anbieter ist.

II.

Demgegenüber kommt es für den Streitwert des von der Beklagten geführten Berufungsverfahrens auf ihr Interesse an der Abwehr der Klage an (BeckOK KostR/Schindler, 51. Ed. 1.12.2025, GKG § 47 Rn. 1), wobei der Streitwert durch den Streitwert der ersten Instanz begrenzt ist (§ 47 Abs. 2 Satz 1 GKG).

Es wird davon ausgegangen, dass der erstinstanzlich festgesetzte Streitwert auch die wirtschaftlichen Interessen der Beklagten angemessen widerspiegelt und der Streitwert für die Berufungsinstanz deshalb nicht etwa niedriger festzusetzen ist.

Hinweis:

Der Senat hat die Berufung mit Beschluss vom 13. März 2026 zurückgewiesen.

Hinweis:

Hinweis: Das Dokument wurde redaktionell aufgearbeitet und unterliegt in dieser Form einem besonderen urheberrechtlichen Schutz. Eine Nutzung über die Vertragsbedingungen der Nutzungsvereinbarung hinaus - insbesondere eine gewerbliche Weiterverarbeitung außerhalb der Grenzen der Vertragsbedingungen - ist nicht gestattet.