
Datum: 20.02.2002
Gericht: Oberlandesgericht Hamm
Spruchkörper: 4. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 4 U 173/02
ECLI: ECLI:DE:OLGHAM:2002:0220.4U173.02.00

Vorinstanz: Landgericht Essen, 43 O 67/02

Tenor:

Auf die Berufung des Klägers wird das am 15. August 2002 verkündete

Urteil der 3. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Essen teilweise

abgeändert:

Die Beklagten werden verurteilt, bei Meidung eines vom Gericht für jeden

Fall der künftigen Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis

250.000,- EUR, ersatzweise Ordnungshaft, oder einer Ordnungshaft bis zu

6 Monaten, hinsichtlich der Beklagten zu 1) zu vollziehen an dem Geschäftsführer, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu werben

für das Mittel „X“:

„Chlorophyll ist drin. Chlorophyll ist ein ganz – ist ein

Sauerstoffträger, das beste Blutreinigungsmittel überhaupt.

Aber Chlorophyll tötet auch im menschlichen Organismus Bakterien

ab, die ohne Sauerstoff leben und für schwerwiegende Infektionserkrankungen verantwortlich sein können.“

Die Beklagten tragen die Kosten des Rechtsstreits.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

Gründe:

Die Berufung ist begründet. Dem Kläger steht auch im Hinblick auf die weitere im Tenor enthaltene Werbeaussage ein Unterlassungsanspruch aus § 1 UWG in Verbindung mit § 18 Abs. 1 Nr. 1 LMBG gegen die Beklagten zu.

1) Ein Verstoß gegen § 18 Abs. 1 Nr. 1 LMBG liegt vor, wenn in der Werbung für ein Lebensmittel allgemein oder im Einzelfall Aussagen verwendet werden, die sich auf die Beseitigung, Linderung oder Verhütung von Krankheiten beziehen. Auf die objektive Richtigkeit der Aussagen kommt es dabei nicht an. Dahinter steht der Gedanke, dass Lebensmittel der Ernährung und dem Genuss dienen, nicht aber der Vorbeugung, Linderung oder Heilung von Krankheiten. Das ist die Aufgabe von Arzneimitteln.

2) Bei dem von den Beklagten beworbenen Mittel "X2" handelt es sich um ein Lebensmittel im Sinne des Gesetzes. Nach § 1 LMBG fallen unter Lebensmittel auch Nahrungsergänzungsmittel, die dazu bestimmt sind, zur Ergänzung der Ernährung vom Menschen verzehrt zu werden.

3) In der beanstandeten Werbung wird ein Bezug zur Verhütung von Krankheiten hergestellt. Die Werbung spricht ausdrücklich "schwerwiegende Infektionserkrankungen" an. Damit sind ernsthafte Krankheiten gemeint, die durch Infektionen entstehen. Es ist unschädlich, dass die Krankheiten nicht individualisierbar beschrieben werden. § 18 Abs. 1 Nr. 1 LMBG will nach seinem Sinn und Zweck der Gefahr vorbeugen, dass die in der Werbung angesprochenen und durch die in Bezug genommenen Krankheiten gefährdeten Verbraucher zu dem Lebensmittel greifen, weil sie es für ein ausreichendes und erfolgversprechendes Mittel zur Selbstbehandlung ansehen (BGH WRP 1998, 505, 506 –Gelenk-Nahrung). Sinn und Zweck der Vorschrift verlangen das Verbot der Werbung somit auch, wenn wie hier die Gefahr besteht, dass der Verbraucher im Wege der Selbstmedikation das Lebensmittel einsetzt, um sich vor schwerwiegenden Infektionskrankheiten ungenannter Art, unter denen sich die angesprochenen Verbraucher aber eine konkrete Krankheit wie etwa "Grippe" vorstellen, zu schützen.

4) Die krankheitsbezogene Werbung enthält auch eine Aussage, die sich auf die Verhütung dieser Krankheiten bezieht. Das geschieht, indem zunächst der Inhaltsstoff "Chlorophyll" nicht nur als Sauerstoffträger und das beste Blutreinigungsmittel dargestellt wird, sondern

1

2

3

4

5

6

auch als Killer von Bakterien im Organismus, die ohne Sauerstoff leben. Diese Bakterien werden wiederum als mögliche Verursacher in Zusammenhang mit den schwerwiegenden Infektionserkrankungen gebracht. Wenn sie durch die genannten Eigenschaften des Chlorophylls abgetötet werden, können sie solchen Erkrankungen nicht mehr Vorschub leisten. Damit können die schwerwiegenden Infektionskrankheiten, die in Betracht kommen können, aus Sicht des Verbrauchers durch die Einnahme der X2, die Chlorophyll enthalten, verhütet werden. Das reicht aus. Es kommt insbesondere nicht darauf an, ob das Mittel zur sicheren Vermeidung der erwähnten Krankheiten gebraucht werden soll (vgl. Zipfel, Lebensmittelrecht, C 100, LMBG § 18 Rdn. 18) und ob die Infektionskrankheiten schwerwiegender Art namentlich bezeichnet worden sind.

5) Es sind keine Anhaltspunkte dafür ersichtlich, dass diese in der Werbung herausgestellte krankheitsverhütende Eigenschaft des Produkts von der ganz überwältigenden Mehrheit der angesprochenen Verbraucher als bloße Spekulation erkannt und nicht ernst genommen wird. 7

a) Der sachlich gehaltene Hinweis auf die Wirkungsweise des Chlorophylls in dem fraglichen Mittel wird nach der Lebenserfahrung jedenfalls von einem nicht unbeträchtlichen Teil der angesprochenen Verbraucher ernst genommen. Die hier angesprochenen Fernsehzuschauer bringen eine besondere Bereitschaft mit, sich im Hinblick auf gesunde Ernährung und den Verzehr von Nahrungsergänzungsmitteln auch von Laien beraten zu lassen. Sie wollen –anders als besonders gesundheitsbewusste Verbraucher wie die Stammkunden der Reformhäuser- durch die Werbeaussagen erst aufgeklärt werden. Wenn im Rahmen einer solchen Fernsehwerbung Ratschläge erteilt werden, durch welche Nahrungsergänzungsmittel Krankheiten verhindert werden könnten, wird eine solche vorbeugende Wirkung von einem ausreichend großen Teil der Zuschauer tatsächlich dem Mittel auch beigemessen oder jedenfalls ernsthaft für möglich gehalten. 8

b) Daran ändert sich selbst dann nichts, wenn die Verbraucher die geschilderte Wirkungsweise des Mittels mit der ihnen bekannten Wirkungsweise von Antibiotika vergleichen. Antibiotika haben als Stoffwechselprodukte von Mikroorganismen die Eigenschaft, wachstumshemmend oder abtötend gegen einen Erregerstamm oder unspezifisch auch gegen viele Erregerstämme, die sich schon im Körper befinden und eine Krankheit hervorgerufen haben, zu wirken. Dagegen geht es bei der Einnahme des beworbenen X2Produktes darum, das Blut durch die vorbeugende Einnahme von Chlorophyll zu reinigen und so gut mit Sauerstoff zu versorgen, dass Bakterien sich erst gar nicht zu solchen gefährlichen Stämmen aufbauen können, sondern schon vorher getötet werden. Das eine hat in seiner Wirkungsweise mit dem anderen folglich nichts zu tun. Die dem Verbraucher bekannt schnelle und gute Wirkungsweise der Antibiotika bedingt demnach auch nicht, dass andere Mittel, die vorbeugend genommen werden, ersichtlich überhaupt keine Wirkung gegen Bakterien entfalten können. 9

6) Der Verstoß gegen die genannte lebensmittelrechtliche Vorschrift stellt im Regelfall zugleich einen Verstoß gegen § 1 UWG dar, weil es um den sensiblen Bereich der Gesundheitsvorsorge geht. Warum das hier ausnahmsweise anders sein sollte, ist nicht vorgetragen oder ersichtlich. 10

7) Da die Werbeaussage den Bereich der Gesundheitswerbung betrifft, ist die Werbung auch nach § 13 Abs.2 Nr. 2 UWG geeignet, den Wettbewerb auf dem Markt der Nahrungsergänzungsmittel wesentlich zu beeinträchtigen. 11

Die Kostenentscheidung folgt aus § 91 Abs.1 ZPO. 12

13

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus §§ 708 Ziffer 10, 711, 713 ZPO.

