

## **Au Backe - Werbeslogan für Früchtequark irreführend?**

**Ist der Werbeslogans "So wichtig wie das tägliche Glas Milch!" für einen Früchtequark zulässig? Oder ist der fragliche Werbeslogan irreführend? Hiermit hatte sich der Bundesgerichtshof zu befassen.**

Ein Hersteller von Milcherzeugnisse vertreibt u.a. einen Früchtequark mit der Bezeichnung "Monsterbacke". Auf der Verpackung wird der Slogan "So wichtig wie das tägliche Glas Milch!" verwendet. Ein Wettbewerber hält dies für einen Verstoß gegen die Health-Claims-Verordnung, weil der Werbeslogan nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel enthalte. Im Übrigen sei der Slogan irreführend.

Das LG Stuttgart hat die Klage, mit der der Früchtequarkhersteller auf Unterlassung in Anspruch genommen wurde, zunächst abgewiesen. Das OLG Stuttgart hingegen hat in zweiter Instanz die Beklagte zur Unterlassung verurteilt und angenommen, der Slogan sei irreführend, weil der Verkehr nicht erwarte, dass der Früchtequark einen wesentlich höheren Zuckergehalt als Milch aufweise.

### **Entscheidung des Gerichts**

Mit Urteil vom 12.02.2015 - Az. I ZR 36/11 (Monsterbacke II - [Pressemitteilung](#)) hat der BGH entschieden, dass der fragliche Werbeslogan nicht irreführend ist und keine nach der Health-Claims-Verordnung unzulässige gesundheitsbezogene Angabe darstellt.

Bei Früchtequark handelt es sich - so der BGH - für den Verbraucher erkennbar um ein Produkt, das sich in seiner Zusammensetzung deutlich von Milch unterscheidet. Der in dem beanstandeten Slogan enthaltene Vergleich beziehe sich nicht auf den Zuckeranteil, der bei einem Früchtequark schon wegen des darin enthaltenen Fruchtzuckers naturgemäß höher ist als bei Milch. Ebenso wenig fasse der Verkehr den Slogan als eine nährwertbezogene Angabe im Sinne der Health-Claims-Verordnung auf.

Es handele sich vielmehr um eine zulässige gesundheitsbezogene Angabe im Sinne der Health-Claims-Verordnung. Der Slogan knüpfe nämlich an die verbreitete Meinung an, Kinder und Jugendliche sollten im Hinblick auf die gesundheitsfördernde Wirkung täglich ein Glas Milch trinken.

### **Fazit**

Der BGH hat damit das die Klage abweisende Urteil erster Instanz im Wesentlichen wiederhergestellt und die Sache an das OLG allein zur Verhandlung und Entscheidung über eine etwaige Verletzung der Informationspflichten in Bezug auf gesundheitsbezogene Angaben zurückverwiesen. Das OLG wird nunmehr Feststellungen dazu zu treffen haben, inwieweit der Früchtequarkhersteller entsprechende Informationen im Sinne der Health-Claims-Verordnung



**KURZ PFITZER WOLF**  
& PARTNER

**Kurz Pfitzer Wolf & Partner**

Rechtsanwälte und Fachanwälte, Spezialisten für  
Wettbewerbsrecht, Markenrecht, Urheberrecht, IT-Recht,  
Medienrecht, Patentrecht, Designrecht und Datenschutzrecht  
<https://www.kpw-law.de>

---

hätte geben müssen.