

**„Vom Frischkornbrei zum Functional Food“  
Die Auswirkungen der Health-Claims-Verordnung auf die  
Lebensmittelwerbung am Beispiel von Müsli**

Masterarbeit  
angefertigt im Fach  
**Food Science**

**Vorgelegt von:**

Karolin Klietz



Hamburg, den 09. September 2014

**Erstgutachter:**

Prof. Dr. Martin Holle (HAW Hamburg)

**Zweitgutachter:**

Dipl.-Ing. Steffen Koch (mymuesli GmbH)

Die Abschlussarbeit wurde betreut und erstellt in Zusammenarbeit  
mit der Firma mymuesli GmbH.

**Inhaltsverzeichnis**

Anhangsverzeichnis ..... III

Tabellenverzeichnis ..... IV

Abbildungsverzeichnis ..... V

Abkürzungsverzeichnis ..... VII

**1 Einleitung und Aufgabenstellung ..... 9**

**2 Historische Entwicklung von Müsli ..... 11**

    2.1 Die Überzeugung der Entwickler ..... 11

    2.2 Der Beginn nährwert- und gesundheitsbezogener Werbung ..... 13

**3 Lebensmittelwerbung in der EU ..... 15**

    3.1 Rechtliche Rahmenbedingungen ..... 15

    3.2 Werbung mit nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben ..... 17

        3.2.1 Entstehung der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 ..... 17

        3.2.2 Ziel und Anwendungsbereich ..... 18

        3.2.3 Begriffsbestimmungen ..... 20

        3.2.4 Bedingungen zur Verwendung ..... 25

        3.2.5 Überwachung der HCVO-Konformität ..... 32

        3.2.6 Kritische Betrachtung ..... 40

**4 Werbung mit nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben über Müsli ..... 44**

    4.1 Begriffsbestimmungen ..... 44

    4.2 Die Idee funktioneller Lebensmittel ..... 46

    4.3 Bedürfnisse der Verbraucher und Akzeptanz von Functional Food ..... 47

    4.4 Zielgruppenspezifische Vermarktung von Müsli ..... 49

        4.4.1 Bestimmungen der Verordnung ..... 49

        4.4.2 Zielgruppe Kinder ..... 50

        4.4.3 Zielgruppe Sportler ..... 51

        4.4.4 Zielgruppe Patienten mit Herz-Kreislauferkrankungen ..... 52

        4.4.5 Zielgruppe Frauen und Männer ..... 53

<b>5 Durchführung einer HCVO-Konformitätsprüfung .....</b>	<b>55</b>
5.1 Zielsetzung .....	55
5.2 Methodisches Vorgehen .....	56
5.3 Ergebnisse.....	60
5.3.1 Statistische Auswertung .....	60
5.3.2 Prüfung und Diskussion von Einzelfällen.....	69
5.3.3 Hypothesenprüfung .....	77
5.4 Diskussion .....	78
<b>6 Zusammenfassung und Fazit .....</b>	<b>81</b>
Literaturverzeichnis .....	83
Rechtsquellenverzeichnis.....	89
Anhang .....	93

**Anhangsverzeichnis**

Anhang 1: Übersicht über Behörden und Institutionen der Lebensmittelkontrolle..... 93

Anhang 2: Konsumverhalten von Müsli in Deutschland 2013 ..... 94

Anhang 3: Übersicht über berücksichtigte Verordnungen für die Konformitätsprüfung..... 95

Anhang 4: Kriterienkatalog für die Konformitätsprüfung Teil 1 ..... 96

Anhang 5: Kriterienkatalog für die Konformitätsprüfung Teil 2 ..... 97

**Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Hypothesen zur bevorstehenden Konformitätsprüfung ..... 56

Tabelle 2: Ausgewählte Stichprobe für die Konformitätsprüfung..... 59

Tabelle 3: Zusammenfassung der Hypothesenüberprüfung ..... 82

**Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Werbung für Kellogg`s Pep ..... 13

Abbildung 2: Werbung für Kellogg`s Pep ..... 14

Abbildung 3: Risiko einer Überdosierung von Mikronährstoffen..... 41

Abbildung 4: Umfrage zur Einstellung von Functional Food..... 47

Abbildung 5: Produktbeispiele für Sportlermüslis ..... 52

Abbildung 6: Umfang des Marken-Müslisortiments der Konformitätsprüfung ..... 60

Abbildung 7: Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben auf den Marken-Müsli-  
verpackungen ..... 61

Abbildung 8: Arten von nährwertbezogenen Angaben auf den Marken-Müsli-  
verpackungen ..... 62

Abbildung 9: Kategorien von gesundheitsbezogenen Angaben auf den Marken-Müsli-  
verpackungen ..... 63

Abbildung 10: Gründe für die Nicht-Konformität nährwertbezogener Angaben auf den  
Marken-Müsliverpackungen ..... 63

Abbildung 11: Gründe für die Nicht-Konformität nährwertbezogener Angaben auf den  
Internetseiten der Marken-Müslis ..... 64

Abbildung 12: Gründe für die Nicht-Konformität gesundheitsbezogener Angaben auf  
den Marken-Müsliverpackungen ..... 65

Abbildung 13: Gründe für die Nicht-Konformität gesundheitsbezogener Angaben auf  
den Internetseiten der Marken-Müslis ..... 65

Abbildung 14: Gesamtanzahl der Beanstandungen der HCVO-betreffenden Angaben  
über Müsli auf den Verpackungen und den Internetseiten ..... 66

Abbildung 15: Umfang des No-Name-Müslisortiments der Konformitätsprüfung ..... 66

Abbildung 16: Nährwertbezogene Angaben auf den No-Name-Müsli-  
verpackungen ..... 67

Abbildung 17: Arten von nährwertbezogenen Angaben auf den No-Name-  
Müsliverpackungen..... 67

Abbildung 18: Vergleich nährwert- und gesundheitsbezogener Angaben auf den Müsliverpackungen zwischen Markenprodukten und Eigenmarkenprodukten des LEH.....	68
Abbildung 19: Anteil nährwert- und gesundheitsbezogener Angaben vom Gesamtsortiment der Marken-Müslis.....	68
Abbildung 20: Anteil nährwertbezogener Angaben vom Gesamtsortiment der No-Name-Müslis.....	69
Abbildung 21: Produktbeispiel für ein Müsli mit nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben .....	75

**Abkürzungsverzeichnis**

ABl. L	Amtsblatt der Europäischen Union über Rechtsvorschriften
Abs.	Absatz
Art.	Artikel
BGH	Bundesgerichtshof
BMELV, neu BMEL	Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, neu Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
BÜp	Bundesweiter Überwachungsplan
BVL	Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit
C.A.	Codex Alimentarius
Die Verordnung	HCVO, siehe unten
DLG	Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft
EFSA	European Food Safety Authority
EG	Europäische Gemeinschaft
EG-Basisverordnung	Verordnung (EG) Nr. 178/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 28. Januar 2002 zur Festlegung der allgemeinen Grundsätze und Anforderungen des Lebensmittelrechts, zur Errichtung der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit und zur Festlegung von Verfahren zur Lebensmittelsicherheit
EG-Etikettierungsrichtlinie	Richtlinie 2000/13/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. März 2000 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedsstaaten über die Etikettierung und Aufmachung von Lebensmitteln sowie die Werbung hierfür
EG-Kontrollverordnung	Verordnung (EG) Nr. 882/2004 über amtliche Kontrollen zur Überprüfung der Einhaltung des Lebensmittel- und Futtermittelrechts sowie der Bestimmungen über Tiergesundheit und Tierschutz
EU	Europäische Union

EuGH	Europäischer Gerichtshof
FF	Functional Food
FUFOSE	Functional Food Science in Europe
HCVO	Health-Claims-Verordnung
KOM	Kommissionsdokument
LEH	Lebensmitteleinzelhandel
LFGB	Lebensmittel-, Bedarfsgegenstände- und Futtermittelgesetzbuch
Lit.	lat. littera (dt. Buchstabe)
LMIV	Lebensmittel-Informationsverordnung
LMÜ	Lebensmittelüberwachung
Marke	Markenprodukte
MNKP	Mehnjähriger nationaler Kontrollplan
No-Name	Eigenmarkenprodukte
Nr.	Nummer
NWK	Nährwertkennzeichnung
OLG	Oberlandesgericht
RL	Richtlinie
UWG	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb
VO	Verordnung

### 1 Einleitung und Aufgabenstellung

Der Wegbereiter der Vollwertkost und der biologischen Ganzheitsmedizin Maximilian Oskar Bircher-Benner gilt als Erfinder des beliebten Birchermüeslis<sup>1</sup>, das der Schweizer um 1900 als Apfeldiätspise seinen Patienten verordnete (Wirz, 1993, S. 9). Mittlerweile liegt die Erfindung dieses Frischkornbreis über ein Jahrhundert zurück und gewinnt heute in Form von Müsli zunehmend an Popularität. Die Motivation zum Verzehr von Müsli geht dabei immer häufiger über die reine Sättigung, die Zufuhr von Nährstoffen sowie die Befriedigung von Genuss und Geschmack hinaus. Viele Verbraucher möchten einen gesundheitlichen Zusatznutzen, der sich in einem verbesserten Zustand der Gesundheit sowie des Wohlbefindens und der Verringerung des Risikos von Krankheiten äußern soll. Solche Produkte mit positivem Ernährungseffekt werden als funktionelle Lebensmittel (engl. Functional Food, kurz FF) bezeichnet und sind schon in der Entdeckungsgeschichte des Müsli zu finden (ILSI-Europe, 1999, S. 6). So betonten bereits Mitte des 19. Jahrhunderts die Ernährungsreformer Werner Kollath, Max Otto Bruker sowie Claus Leitzmann den gesundheitlichen Vorteil von Müsli. Das sogenannte Kollath-Frühstück beschreibt einen Frischkornbrei, der auf nüchternem Magen die volle Wirkung der natürlichen Lebensstoffe von Korn und Obst entfalten sollte (Melzer, 2003, S. 278). Dieser wurde von Bruker aufgegriffen, um durch dessen Verzehr die Verhütung ernährungsbedingter Zivilisationskrankheiten zu bewirken (Bruker, 1982, S. 182 f.). Leitzmann verwies abermals auf die positive Wirkung des Frischkornmüeslis u. a. durch die günstige biologische Wertigkeit von Getreide und Milchprodukten sowie die Neusynthese von Vitaminen und essenziellen Aminosäuren durch gekeimtes Getreide (Koerber, Männle, & Leitzmann, 2012, S. 251-253).

Müsli wurde somit seit jeher als gesundheitsorientiertes Produkt betrachtet. Bereits mit Beginn der industriellen Herstellung nutzte man die Vorteile des Müsli schließlich auch für Werbezwecke. Doch längst dürfen solche Angaben nicht mehr beliebig auf den Verpackungen beworben werden. Seit dem 1. Juli 2007 regelt die „Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel“<sup>2</sup> (im Folgenden „HCVO“ oder „die Verordnung“)<sup>3</sup>, wie diese zukünftig anzuwenden sind. Nach der ersten Liste zulässiger nährwertbezogener Angaben im Anhang der HCVO folgte

---

<sup>1</sup> Seit Entdeckung des Birchermüeslis gilt die Schweiz als traditionelles Ursprungsland dieser Frühstückskultur. Die Schreibweise „Müesli“ stammt von dem Schweizer Wort „Mues“ (= Mus). Hingegen bedeutet die deutsche Gebrauchsform „Müsli“ in der Schweiz die Verkleinerungsform von „Muus“ (= Mäuschen). Auch wenn einige Hersteller aufgrund der Herkunft die Variante „Müesli“ nutzen, wird fortan die Schreibweise „Müsli“ verwendet (Dudenredaktion, 2007).

<sup>2</sup> Im Folgenden wird die konsolidierte Fassung der Verordnung verwendet, zuletzt geändert durch Art. 1 der Änderungsverordnung (EU) Nr. 1047/2012 vom 8.11.2012, ABl. Nr. L 310 S. 36.

<sup>3</sup> Im Englischen heißt die Verordnung „Regulation on nutrition and health claims made on foods“. Eine häufig genutzte Abkürzung im deutschen Sprachgebrauch ist „Health-Claims-Verordnung“ (HCVO), die im Folgenden verwendet wird.

durch die Verordnung (EG) Nr. 432/2012 eine sogenannte Gemeinschaftsliste für zulässige gesundheitsbezogene Angaben. Seitdem gilt ein Verbot mit Erlaubnisvorbehalt. Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben sind demnach erst dann rechtskonform, wenn sie von der Kommission in die genannten Listen aufgenommen wurden (Art. 8 Abs. 1; Art. 10 Abs. 1 HCVO). Trotz dieser umfassenderen und strengeren Gesetzgebung zeigte die Praxis schnell, dass sich aufgrund der Komplexität und Unvollständigkeit wesentlicher Regelungsinhalte zahlreiche Anwendungsfragen ergeben. Dies betrifft u. a. die Abgrenzungsproblematik für den Geltungsbereich der HCVO, die „Claims on hold“ und die fehlenden Nährwertprofile sowie Höchstmengen für Vitamine und Mineralstoffe.

Vor diesem Hintergrund ist es Ziel der Arbeit, die Auswirkungen der Health-Claims-Verordnung auf die Lebensmittelwerbung am Beispiel der Produktgruppe Müsli zu untersuchen. Hierfür wird eine stichprobenartige Überprüfung des gesamten Müsliortiments von zehn Markenherstellern und zehn Lebensmitteleinzelhandelsmärkten (im Folgenden „LEH-Märkte“) mit Eigenmarken durchgeführt. Dabei soll die Häufigkeit der Verwendung von nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben ermittelt und die rechtliche HCVO-Konformität dieser Angaben geprüft werden.

Die vorliegende Arbeit ist wie folgt aufgebaut: Zu Beginn steht ein historischer Überblick über die Entwicklung von Müsli. Dabei werden sowohl die Überzeugung der Entwickler als auch die ersten Werbemaßnahmen zu Beginn der industriellen Herstellung betrachtet. Im Anschluss werden in Kapitel 2 die Rahmenbedingungen zur Reglementierung von Lebensmittelwerbung dargestellt und durch die ausführliche Betrachtung der Health-Claims-Verordnung vertieft. Der Fokus des 3. Kapitels liegt auf der Anwendung HCVO-betreffender Angaben für die Produktgruppe Müsli. Hierbei gilt es insbesondere, das Potenzial von Müsli als Functional Food in der Lebensmittelbranche zu hinterfragen. Ein kurzer Exkurs zur Wirkung von funktionellen Lebensmitteln auf die Kaufentscheidung der Verbraucher soll die ganzheitliche Betrachtung der Thematik gewährleisten. Schließlich wird der theoretische Teil dieser Arbeit in Kapitel 5 durch die praktischen Erkenntnisse aus der Konformitätsprüfung ergänzt. Ausgehend von der Zielsetzung gilt es, die Aufmachung der Müsliwerbung nach mehr als sieben Jahren nach Veröffentlichung der HCVO zu untersuchen. Diese Ergebnisse werden durch persönliche Erfahrungen aus der Praxis unterstützt, die bei der internen Anpassung des Produktsortiments an die HCVO bei der mymuesli GmbH gewonnen wurden.

### 2 Historische Entwicklung von Müsli

#### 2.1 Die Überzeugung der Entwickler

Der Schweizer Arzt Maximilian Oskar Bircher-Benner (1867 bis 1939) gilt als Erfinder des Birchermüslis, das der Überlieferung zufolge im Sommer 1895 für eine chronisch magenranke Patientin entwickelte wurde. Weil Bircher-Benner mit der herkömmlichen Schulmedizin keinen Erfolg hatte, nahm er den Rat eines Naturheilkundigen und Vegetariers an, von der üblichen Krankenkost wie gekochtem Brei Abstand zu nehmen und statt dessen eine Diät aus ungekochtem Obst und Gemüse zu verabreichen. Zu dieser Zeit galt Rohes für Kranke als unverdaulich, Quelle für gefährliche Infektionen und allgemein wertlos. Nach der unverhofften Genesung der Patientin, nahm Bircher-Benner dies als Hinweis für die besondere Heilkraft der rohen Pflanzenkost (Wirz, 1993, S. 48 f.).

Beeinflusst wurde Bircher-Benner wohl einst durch die Nahrung der schweizerischen Alpenhirten, die er als die beste Lebensweise durch die Nähe zur Natur empfand. Während einer Bergwanderung entdeckte er bei einer Sennerin die „seltsame“ Alpenkost aus zermahlenem Korn, Obst, Milch und zerkleinerten Nüssen. Bircher-Benner lobte fortan die Vorteile des Rohen, Leichten und Frischen und setzte die Qualität über die Quantität. Seine erste Rezeptur sah eine minimalistische Menge an Hafer vor, denn: „Das Gericht will mit frischen Früchten nähren und nicht mit Getreide, dem Purinreichen<sup>4</sup>“ (vgl. Wirz, 1993, S. 72 f.). Erst die Nachfolger von Bircher-Benner revidierten seine Meinung über Getreide und machten es zum wesentlichen Bestandteil der Vollwertkost (Wirz, 1993, S. 66). Der Ernährungsreformer „[wehrte sich] beim Vielerlei und Allzuviel [...] und nach Verwandlung des Gegebenen“ (vgl. Wirz, 1993, S. 75). Damit steht sein Birchermüsli als Symbol für die Weisheit der Natur sowie der Altvorderen (Wirz, 1993, S. 73) und zugleich für Einfachheit, Lebensfrische und Gesundheit. Dies repräsentiert jedoch nur einen kleinen Teil eines viel umfangreicheren medizinischen Reformwerks. Bircher-Benner sah den Körperkult als die Religion des ausgehenden 20. Jahrhunderts und das Birchermüsli als die Speise der postmodernen Gesellschaft (Wirz, 1993, S. 48 f.). Seine Heilmethode fügte sich nahtlos in die Naturheilbewegung und in die Bewegung der sogenannten Lebensreformer ein. Diese forderten eine neue Kultur des Leibes. Sie glaubten im Vegetarismus einen Heilsweg zur moralischen Reinigung und körperlichen Gesundung (Wirz, 1993, S. 63).

---

<sup>4</sup> Purinhaltige Lebensmittel können unter Berücksichtigung weiterer Faktoren die Entstehung von Gicht begünstigen (Schlieper, 2000, S. 410).

Aufgegriffen und weiterentwickelt wurden seine Erkenntnisse u. a. von den beiden Ernährungsreformern Werner Kollath und Max Otto Bruker. Das sogenannte Kollath-Frühstück<sup>5</sup> beschrieb im Jahre 1950 einen Frischkornbrei mit festgelegter Zubereitung (Melzer, 2003, S. 278). Dieser wurde auch zum zentralen Kernstück der vitalstoffreichen Vollwertkost von Bruker. Zu den Vitalstoffen zählten Vitamine, Spurenelemente, Enzyme, ungesättigte Fettsäuren und Aromastoffe, die er im Müsli vereint sah (Bruker, 1982, S. 103, 183). Bruker war der Meinung, dass „[z]ur Verhütung ernährungsbedingter Zivilisationskrankheiten [...] der tägliche Genu[ss] von Frischgetreide in Breiform die unentbehrliche Grundlage“ sei (vgl. Bruker, 1982, S. 82 f.). Bereits drei Esslöffel rohen Getreides sollten für die Krankheitsvorbeugung und die Heilbehandlung genügen. Ein Verzehr darüber hinaus gehe jedoch nicht mit einer Steigerung der Heilerfolge einher (Bruker, 1982, S. 187 f.). Dieser Hinweis ähnelt den heutigen Verzehrempfehlungen gemäß HCVO, um die versprochene gesundheitsbezogene Wirkung zu erzielen, wenn auch gleich die wissenschaftliche Absicherung seiner Empfehlungen nach heutigem Standard nicht annähernd gegeben ist. Ebenso ist der Verweis auf die Rezeptur des Frischkornbreis mit angekeimten Körnern von Dr. Evers zur Behandlung von Erkrankungen des Zentralnervensystems wie Multiple Sklerose so fragwürdig wie seine Ansicht, dass ohne den Verzehr von Vollgetreide die Verhütung ernährungsbedingter Zivilisationskrankheiten nicht möglich sei (Bruker, 1982, S. 184, 190, 313). Dennoch verdeutlichen solche Ansätze das durchweg positive Image von Müsli, obgleich sich die Gründe für den gesundheitlichen Mehrwert über die Zeit veränderten. Zusätzlich verstärkt das Konzept der Vollwert-Ernährung nach Koerber, Männle und Leitzmann den Gesundheitswert des Frischkornbreis durch die Kombination altbewährter Erfahrungen mit neuen Forschungsergebnissen. Auch hier werden neben der Rezeptur mit Getreideflocken die Vorteile von angekeimtem Getreide betont. Diese nicht-erhitzte Variante besitzt anscheinend wertvolle sekundäre Inhaltsstoffe und Aminosäuren sowie hitzeempfindliche Vitamine. Zusätzlich wird die Neusynthese von Vitaminen während des Keimvorgangs vermutet. Auch das Wasserbindungsvermögen der Ballaststoffe sei erhöht, sodass die Darmperistaltik verstärkt angeregt wird. Darüber hinaus wird aufgrund des Proteingehalts speziell auf die günstige biologische Wertigkeit von Getreide und Milchprodukten verwiesen, die bei gekeimtem Getreide zusätzlich erhöht sei (Koerber, Männle, & Leitzmann, 2012, S. 251-253).

---

<sup>5</sup> Zubereitung: 3 EL frisch geschrotetes Getreide werden mit 5 EL kaltem Wasser vermengt, nie mit Milch. Nach mindestens 12 Stunden Quellzeit werden zusätzlich 15 g süße Trockenfrüchte getrennt vom Korn in genügend Wasser eingeweicht. Am nächsten Morgen mischt man Schrot und Früchte samt Einweichwasser und verfeinert es mit einem geraspelten Apfel sowie 10 g frisch gemahlene Mandeln und Nüssen (Melzer, 2003, S. 278).

### 2.2 Der Beginn nährwert- und gesundheitsbezogener Werbung

Der gesundheitsbezogene Charakter des einstigen Frischkornbreis wurde schon zu Beginn der industriellen Herstellung u. a. von der Kellogg GmbH für Werbezwecke genutzt. Dabei wurde sich zunehmend von der ursprünglichen Ideologie des Bircher-Benners entfernt. Die Kelloggs Brüder predigten zwar die Rückkehr zur Natur ohne Qualitätsverlust imitieren und konservieren zu können, die Natürlichkeit bezog sich aber einzig auf die Grundkomponenten der Nahrung und weniger auf die Verarbeitung. Kelloggs galt als Pionier der Food-Industrie und setzte stark auf die Werte seiner Zeit. Er glaubte, den Verbrauchern genüge die Illusion der Gesundheit aus der Tüte. Folglich wurde den Getreideflocken Zucker zugesetzt und statt des vollen Korns nur noch der stärkehaltige Getreidekern genutzt (Wirz, 1993, S. 177-181). Aus dem einstigen „[...] health food [wurde somit] ein knuspriges convenience food nach dem Geschmack der süßen neuen Zeit ohne Zeit [...]“ (vgl. Wirz, 1993, S. 181). Damit ging einher, dass diese Lebensmittel immer mehr ihre Identität verloren (Wirz, 1993, S. 178).

Auch wenn der reine Gesundheitswert nun „Konkurrenz von dem Genuss“ bekam, verlor er dennoch nie an Bedeutung. Immerhin hat die Kellogg Company bereits 1923 mit dem Produkt Kellogg's® Pep™ eines der ersten mit Vitaminen angereicherten Müslis auf den Markt gebracht (Kellogg Co., o.J.). Auf dem Werbeplakat von 1938 in Abbildung 1 ist zu sehen, wie Superman fast täglich Kellogg's Pep „The Sunshine Cereal“ genießt und mit nur einer Schüssel Pep seinen kompletten Vitamin D-Bedarf für einen Tag abdeckt (Cartoonsnap, o.J.). Heute wirbt das Unternehmen immer noch mit der Anreicherung seiner Müsliarten durch Riboflavin, Eisen, Thiamin, Folsäure und Vitamin D (Kellogg Deutschland GmbH, o.J.).



Abbildung 1: Werbung für Kellogg's Pep (Quelle: Cartoonsnap, o.J.)

Auf einem weiteren Werbeplakat aus dem Jahr 1930 in Abbildung 2 verweisen die sogenannten „Kellogg`s Pep Bran Flakes“ mit dem Werbeslogan „Bowlfuls of PEP Brimful of HEALTH these are BETTER Bran Flakes“ auf die gesundheitsfördernde Kleie, die eine leicht abführende Wirkung besitzt und Verstopfung vorbeugt (MagazineArt.org, 2010). Die positive Wirkung von Kleie wurde auch in der Gemeinschaftsliste für zulässige gesundheitsbezogene Angaben bestätigt (Anhang VO (EG) Nr. 432/2012). Allerdings sind die Bedingungen zur Verwendung dieser Angabe gegenüber 1930 durch die HCVO strenger reguliert.

Diese beiden Beispiele zeigen, dass nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Müsli bereits zu Beginn der industriellen Herstellung in der Werbung genutzt wurden. Zudem wird durch die Aufnahme von Kleie und Vitamin D in die genannte Gemeinschaftsliste deutlich, dass diese Stoffe nach wie vor relevant für den Einsatz in funktionellen Lebensmitteln sind.

□



**Bowlfuls of  
PEP  
Brimful of  
HEALTH  
these are  
BETTER  
BRAN FLAKES**

SWING into the march with pep in your stride. Rhythm in your muscles. Help yourself to health with a bowlful of Kellogg's Pep Bran Flakes.

A wonderfully balanced food with milk or cream. Brimful of health-building wheat . . . the wholesomeness of the whole grain. With just enough bran to be mildly laxative . . . to help keep you feeling fit. And filled with the glorious flavor of PEP. The famous deliciousness that makes Kellogg's the best bran flakes you ever ate.

How the flavor thrills your taste. Every one welcomes it. At every meal. Great for young folks and folks who stay young.

Serve Kellogg's Pep Bran Flakes often. For pep! For health! Look for the red-and-green package at your grocer's. Made by Kellogg in Battle Creek.

**Kellogg's  
PEP  
BRAN FLAKES**

IMPORTANT — Kellogg's Pep Bran Flakes are mildly laxative. ALL-BRAN — another Kellogg product — is all bran and guaranteed to relieve both temporary and recurring constipation.

Abbildung 2: Werbung für Kellogg`s Pep (Quelle: MagazineArt.org, 2010)

### 3 Lebensmittelwerbung in der EU

Im ersten Abschnitt des folgenden Kapitels werden die Rahmenbedingungen für die Lebensmittelwerbung in der EU dargestellt. Im Anschluss erfolgt eine ausführliche Betrachtung der Anforderungen an nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben durch die HCVO. Ergänzend beinhaltet das Kapitel 3.2.5 die Überwachung der Verordnung durch amtliche und nicht-amtliche Einrichtungen sowie hierzu vorliegende Ergebnisse. Schließlich werden im letzten Kapitel durch eine kritische Betrachtung ausgewählter Punkte die Grenzen der Wirksamkeit der Verordnung aufgezeigt.

#### 3.1 Rechtliche Rahmenbedingungen

Als „Werbung“ gilt laut der „Richtlinie 2006/114/EG über irreführende und vergleichende Werbung“ jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen zu fördern (Art. 2 lit. a). Eine Werbung ist dann irreführend, wenn sie in irgendeiner Weise - einschließlich ihrer Aufmachung - die Personen, an die sie sich richtet oder die von ihr erreicht werden, täuscht oder zu täuschen geeignet ist und die infolge der ihr innewohnenden Täuschung ihr wirtschaftliches Verhalten beeinflussen kann oder aus diesen Gründen einen Mitbewerber schädigt oder zu schädigen geeignet ist (Art. 2 lit. b RL 2006/114/EG).

Um dem entgegenzuwirken, gibt es keine Werbemaßnahme der Lebensmittelhersteller, für die nicht detaillierte gesetzliche Vorgaben existieren. Im Mittelpunkt dieser Regularien steht dabei grundsätzlich das Konzept des Täuschungsschutzes bzw. Irreführungsverbots. Das allgemeine Irreführungsverbot für geschäftliche Handlungen von Marktteilnehmern ist im deutschen Recht durch das „Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb“ (UWG) geregelt. In Bezug auf Lebensmittel legt das deutsche „Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetz“ (LMBG) die grundlegende Basis. Bereits hier wurde die Konkretisierung des Täuschungsschutzes für Angaben über gesundheitliche Wirkungen von Lebensmitteln geregelt, mit der dem Lebensmittelunternehmer die Verantwortung und die Beweislast für die Verwendung wissenschaftlich nicht gesicherter Behauptungen übertragen wurde (§ 17 Abs. 5 lit. a LMBG). Im Zuge der europäischen Harmonisierung des Lebensmittelrechts hat die „Richtlinie 2000/13/EG zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedsstaaten über die Etikettierung und Aufmachung von Lebensmitteln sowie die Werbung hierfür“ (im Folgenden „EG-Etikettierungsrichtlinie“) das Irreführungsverbot für die Etikettierung, Aufmachung und Werbung für Lebensmittel aufgegriffen. Wesentliche Inhalte waren das Verbot der Täuschung durch Angabe von

Wirkungen oder Eigenschaften, die das Lebensmittel nicht besitzt und in dem suggeriert wird, dass das Lebensmittel besondere Eigenschaften besitzt, obwohl alle vergleichbaren Lebensmittel dieselben Eigenschaften vorweisen (Art. 2 Abs. 1 lit. a, ii), iii) RL 2000/13/EG). Das gleiche Verbot gilt für Lebensmittel, die für eine besondere Ernährung bestimmt sind, einem Lebensmittel Eigenschaften der Vorbeugung, Behandlung oder Heilung einer menschlichen Krankheit zuschreiben oder den Eindruck dieser Eigenschaften entstehen lassen (Art. 2 Abs. 1 lit. b RL 2000/13/EG). Schließlich wurde mit Inkrafttreten der EG-Basisverordnung das europaweite Ziel verfolgt, ein hohes Maß an Schutz für das Leben und die Gesundheit der Menschen sowie den Schutz der Verbraucherinteressen einschließlich lauterer Handelsgewohnheiten im Lebensmittelhandel zu gewährleisten (Art. 5 Abs. 1 VO (EG) Nr. 178/2002). Zu diesem Zweck müssen Verbraucher die Möglichkeit haben, in Bezug auf die Lebensmittel, die sie verzehren, eine sachkundige Wahl zu treffen. Dabei müssen Praktiken des Betrugs oder der Täuschung, die Verfälschung von Lebensmitteln und alle sonstigen Praktiken, die den Verbraucher irreführen können, verhindert werden (Art. 8 Abs. 1 lit. a-c VO (EG) Nr. 178/2002). Deshalb dürfen die Kennzeichnung, Werbung und Aufmachung von Lebensmitteln oder Futtermitteln auch in Bezug auf ihre Form, ihr Aussehen oder ihre Verpackung, die verwendeten Verpackungsmaterialien, die Art ihrer Anordnung und den Rahmen ihrer Darbietung sowie die über sie verbreiteten Informationen, gleichgültig über welches Medium, die Verbraucher nicht irreführen (Art. 16 VO (EG) Nr. 178/2002). Schließlich wurden diese wesentlichen Grundsätze auch in das novellierte, an die EG-Basisverordnung angepasste „Lebensmittel-, Bedarfsgegenstände- und Futtermittelgesetzbuch“ (LFGB) übernommen (§ 11 Abs. 1 Nr. 2 LFGB). Mit Veröffentlichung der Health-Claims-Verordnung bekamen schließlich nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben einen gesonderten Regelungsbereich. Nicht zuletzt hat die sogenannte Lebensmittel-Informationsverordnung<sup>6</sup> (LMIV) unter dem Punkt „Lauterkeit der Informationspraxis“ bekräftigt, dass Informationen über Lebensmittel nicht irreführend, sondern zutreffend, klar und für die Verbraucher leicht verständlich sein müssen (Art. 7 Abs. 2 LMIV).

---

<sup>6</sup> Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 betreffend der Information der Verbraucher über Lebensmittel und zur Änderung der Verordnungen (EG) Nr. 1924/2006 und (EG) Nr. 1925/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates und zur Aufhebung der Richtlinie 87/250/EWG der Kommission, der Richtlinie 90/496/EWG des Rates, der Richtlinie 1999/10/EG der Kommission, der Richtlinie 2000/13/EG des Europäischen Parlaments und des Rates, der Richtlinien 2002/67/EG und 2008/5/EG der Kommission und der Verordnung (EG) Nr. 608/2004 der Kommission, ABl. Nr. L 304, S. 18.

Daneben haben die im Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) e.V. zusammengeschlossenen Organisationen der Lebensmittelwirtschaft, des Handels, der Medien, der Kommunikationsagenturen und der Werbeberufe Verhaltensregeln über die kommerzielle Kommunikation für Lebensmittel zur freiwilligen Selbstkontrolle für Unternehmen aufgestellt. Zu den allgemeinen Grundsätzen gehört u. a., das Vertrauen der Verbraucher in die Qualität der beworbenen Produkte nicht zu missbrauchen. Weiterhin soll die kommerzielle Kommunikation für Lebensmittel einem gesunden, aktiven Lebensstil sowie einer ausgewogenen, gesunden Ernährung nicht entgegenwirken und nicht zu einem übermäßigen oder einseitigen Konsum der beworbenen Produkte auffordern. Für die kommerzielle Kommunikation an Kinder gelten zusätzliche Regeln, die in Kapitel 4.4.2 dargestellt werden (Deutscher Werberat, 2009).

#### **3.2 Werbung mit nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben**

Mit Inkrafttreten der HCVO spricht man von einem Paradigmenwechsel vom ursprünglichen Missbrauchsprinzip zum Verbotsprinzip mit Erlaubnisvorbehalt. Demnach sind nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben verboten, solange sie nicht durch eine Positivliste ausdrücklich erlaubt wurden (Art. 8 Abs. 1; Art. 10 Abs. 1 HCVO). Zuvor waren solche Angaben ohne Genehmigungsverfahren unter Berücksichtigung des allgemeinen Irreführungsverbot zulässig (vgl. Kap. 3.1).

##### **3.2.1 Entstehung der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006**

Auf internationaler Ebene hat der Codex Alimentarius (C.A.) 1979 erstmals allgemeine Leitsätze für die Verwendung solcher Angaben formuliert. Demnach sollten Lebensmittel weder falsch, irreführend, noch täuschend sein. Zu diesem Zweck sei der Inverkehrbringer in der Pflicht, die beworbenen Behauptungen jederzeit begründen zu können (Nr. 1.2, 1.3 CAC/GL 1-1979). Weiterhin wurden Empfehlungen zu verbotenen und missverständlichen Angaben sowie den Bedingungen für die richtige Anwendung gegeben (Nr. 3, 4, 5 CAC/GL 1-1979). Ergänzend veröffentlichte der C.A. 1997 Leitsätze für nährwertbezogene Angaben sowie nachträglich im Jahr 2004 für gesundheitsbezogene Angaben (CAC/GL 23-1997).

Ab Mitte der neunziger Jahre wurde schließlich über eine weitgehende EU-Harmonisierung von nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben nachgedacht. So wurde 1997 im „Grünbuch der Kommission zu allgemeinen Grundsätzen des Lebensmittelrechts“ festgelegt, dass man sich um eine Verschärfung der Bestimmungen der Richtlinie über irreführende Werbung (RL 84/450/EWG) bemüht. Die Kommission bat daher um Kommentare und Vorschläge zu Vorschriften für Werbebehauptungen hinsichtlich der Zusammensetzung von Lebensmitteln sowie gesundheitsbezogenen

Aussagen und ähnlichem. Anlass hierfür war zum einen die verstärkte Werbung mit solchen Angaben insbesondere bei funktionellen Lebensmitteln (mehr dazu unter Punkt 4.2) und zum anderen die schwierige Prüfung des Wahrheitsgehalts solcher Angaben seitens der zuständigen Behörden. Auch auf EU-Ebene kam es zu unterschiedlichen Bewertungen zwischen den Mitgliedsstaaten, sodass dies zu Problemen im freien Verkehr des betroffenen Lebensmittels führte (Teil III, Nr. 8. KOM(97) 176 endgültig). Schließlich wollte die Kommission im „Weissbuch zur Lebensmittelsicherheit 2000“ prüfen, ob spezifische Bestimmungen in das EU-Recht aufgenommen werden, die wirkungsbezogene und nährwertbezogene Behauptungen regeln (Kap. 7 Nr. 101 KOM(1999) 719 endgültig). Zu diesem Zweck veröffentlichte die Kommission im Mai 2001 auf der Internetseite ein Diskussionspapier zur geplanten Verordnung, das von mehr als 90 Interessengruppen kommentiert wurde (European Commission, 2001). Nach einem weiteren Arbeitspapier (European Commission, 2002) wurden alle Beiträge am 16.07.2003 in einem „Vorschlag für eine Verordnung über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel“ eingearbeitet (KOM(2003) 424 endgültig). Nach dessen Veröffentlichung kam es jedoch zu heftigen Diskussionen, sodass noch im gleichen Jahr in einer Stellungnahme unter dem Titel „Mythen und Missverständnisse“ einige Sachverhalte richtig gestellt wurden. Dies betraf u. a. den ausschließlichen Anwendungsbereich der Verordnung auf Lebensmittel und nicht wie vermutet auf Kosmetika oder Futtermittel. Zudem sei nicht das Ziel der vorgeschlagenen EU-Verordnung, die Menge der nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben zu verringern, sondern vielmehr anzupassen (Europäische Kommission, 2003). Schließlich wurde die „Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20.12.2006 über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel“ im Amtsblatt der Europäischen Union (ABl. L Nr. 404, S. 9) am 30.12.2006 veröffentlicht.

#### **3.2.2 Ziel und Anwendungsbereich**

Im Erwägungsgrund 14 der HCVO wird auf die Vielzahl von Angaben hingewiesen, die sich auf Stoffe beziehen, deren positive Wirkung nicht nachgewiesen wurden, bzw. zu denen derzeit noch keine ausreichende Einigkeit in der Wissenschaft besteht. Es muss daher sichergestellt werden, dass für Stoffe, auf die sich eine Angabe bezieht, der Nachweis einer positiven ernährungsbezogenen oder physiologischen Wirkung erbracht wird. Durch diese Harmonisierung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben der Mitgliedsstaaten wird das ordnungsgemäße Funktionieren des Binnenmarkts gewährleistet und gleichzeitig ein hohes Verbraucherschutzniveau geboten (Art. 1 Abs. 1 HCVO). Ferner sollen dem

Verbraucher die notwendigen Informationen für eine sachkundige Kaufentscheidung geliefert und gleiche Wettbewerbsbedingungen für die Lebensmittelindustrie geschaffen werden (Erwägungsgrund 9 HCVO).

Die Regelungen der Verordnung gelten für nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben in kommerziellen Mitteilungen bei der Kennzeichnung<sup>7</sup> und Aufmachung<sup>8</sup> von oder bei der Werbung für Lebensmittel, sofern diese für den Endverbraucher bestimmt sind. Dies betrifft sowohl vorverpackte als auch nicht vorverpackte Lebensmittel (einschließlich Frischprodukte wie Obst, Gemüse oder Brot) und Lebensmittel, die entweder an der Verkaufsstelle auf Wunsch des Käufers verpackt oder zum sofortigen Verkauf fertig verpackt werden. Gleiches gilt für Lebensmittel, die für Restaurants, Krankenhäuser, Schulen, Kantinen und ähnliche Einrichtungen zur Gemeinschaftsverpflegung bestimmt sind (Art. 1 Abs. 2 HCVO) sowie für Handelsmarken, Markennamen oder Phantasiebezeichnungen (Art. 1 Abs. 3 HCVO).

Für allgemeine Produktbezeichnungen, die traditionell eine Eigenschaft von Lebensmittelkategorien oder Getränken beschreiben, die auf die Auswirkungen auf die menschlichen Gesundheit hindeuten könnten (z. B. Hustenbonbons, Digestif), haben betroffene Lebensmittelunternehmer die Möglichkeit, einen Ausnahmeantrag zu stellen (Erwägungsgrund 5; Art. 1 Abs. 4 HCVO). In der „Verordnung (EU) Nr. 907/2013 zur Festlegung von Regeln für Anträge auf Verwendung allgemeiner Bezeichnungen“ wurde bestimmt, dass traditionelle gesundheitsbezogene Produktbezeichnungen bereits zwanzig Jahre vor Inkrafttreten der HCVO auf dem Markt präsent gewesen sein müssen (Anhang Teil B Nr. 1.5 VO (EU) Nr. 907/2013). Zudem sind schlüssige Nachweise oder Informationen vorzulegen, wie die Verbraucher die von der allgemeinen Bezeichnung implizierten Auswirkungen verstehen oder wahrnehmen (Anhang Teil B Nr. 2 VO (EU) Nr. 907/2013).

Als „Angabe“ wird jede Aussage oder Darstellung bezeichnet, die nach dem Gemeinschaftsrecht oder den nationalen Vorschriften nicht obligatorisch ist, einschließlich Darstellungen durch Bilder, grafische Elemente oder Symbole in jeder Form, und mit der erklärt, suggeriert oder auch nur mittelbar zum Ausdruck gebracht wird, dass ein

---

<sup>7</sup> Die „Etikettierung bzw. Kennzeichnung“ umfasst alle Wörter, Angaben, Hersteller- oder Handelsmarken, Abbildungen oder Zeichen, die sich auf ein Lebensmittel beziehen und auf Verpackungen, Schriftstücken, Tafeln, Etiketten, Ringen oder Verschlüssen jeglicher Art angebracht sind und dieses Lebensmittel begleiten oder sich auf dieses Lebensmittel beziehen (Art. 1 Abs. 3 lit. a RL 2000/13/EG). Nach Artikel 55 LMIV gilt zum 13.12.2014 die Begriffsbestimmung von Art. 2 Abs. 2 lit. j.

<sup>8</sup> Die Aufmachung von Lebensmitteln umfasst, insbesondere die Form oder das Aussehen dieser Lebensmittel oder ihrer Verpackung, das verwendete Verpackungsmaterial, die Art und Weise ihrer Anordnung sowie die Umgebung, in der sie feilgehalten werden (Art. 1 Abs. 3 lit. a RL 2000/13/EG). Ab dem 13.12.2014 wird der Begriff „Aufmachung“ durch die „Information über Lebensmittel“ ersetzt. Darunter ist jede Information zu verstehen, die ein Lebensmittel betrifft und dem Endverbraucher durch ein Etikett, sonstiges Begleitmaterial oder in anderer Form, einschließlich über moderne technologische Mittel oder mündlich zur Verfügung gestellt wird (Art. 2 Abs. 2 lit. a LMIV).

Lebensmittel besondere Eigenschaften besitzt (Art. 2 Abs. 2 Nr. 1 HCVO). Dazu zählen auch Angaben, „[...]die in kommerziellen Mitteilungen, u.a. auch in allgemeinen Werbeaussagen über Lebensmittel und in Werbekampagnen wie solchen, die ganz oder teilweise von Behörden gefördert werden, gemacht werden“ (vgl. Erwägungsgrund 4 HCVO). In der „Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken“ werden kommerzielle Mitteilungen als Überbegriff für Werbung und Marketing verwendet, die unmittelbar mit der Absatzförderung, dem Verkauf oder der Lieferung eines Produkts an Verbraucher zusammenhängen (Art. 2 lit. d RL (EG) Nr. 2005/29). Für Angaben in nichtkommerziellen Mitteilungen, wie z. B. in Ernährungsrichtlinien oder -empfehlungen von staatlichen Gesundheitsbehörden und -stellen oder in nichtkommerziellen Mitteilungen und Informationen in der Presse und in wissenschaftlichen Veröffentlichungen findet die Verordnung keine Anwendung (Erwägungsgrund 4 HCVO). Darüber hinaus gilt die HCVO unbeschadet den nationalen Bestimmungen u. a. für Nahrungsergänzungsmittel und Lebensmittel für besondere Ernährungszwecke (Art. 1 Abs. 5 lit. a, d HCVO).

#### **3.2.3 Begriffsbestimmungen**

Im Folgenden werden die gesetzlichen Bestimmungen von nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben dargestellt. Zu den gesundheitsbezogenen Angaben gehören auch Angaben über die Reduzierung eines Krankheitsrisikos sowie Angaben über die Entwicklung und Gesundheit von Kindern.

#### **Nährwertbezogene Angaben**

Eine „*nährwertbezogene Angabe*“ bezeichnet jede Angabe, mit der erklärt, suggeriert oder auch nur mittelbar zum Ausdruck gebracht wird, dass ein Lebensmittel besondere positive Nährwerteigenschaften besitzt, ohne dabei die positive Wirkung eines Stoffes zu beschreiben. Diese können sich zum einen auf die Energie und zum anderen auf Nährstoffe oder andere Substanzen beziehen, die geliefert, nicht geliefert bzw. in verminderter oder erhöhter Menge geliefert werden (Art. 2 Abs. 2 Nr. 4 HCVO). Als Faustregel zur Abgrenzung gilt, eine Angabe ist dann nährwertbezogen, wenn sie nicht gesetzlich vorgeschrieben ist und einen (erhöhten) Gehalt an erwünschten Stoffen oder die Abwesenheit bzw. Reduzierung unerwünschter Stoffe zum Ausdruck bringt (Gründig, 2014) Im Codex Alimentarius werden als Beispiele „Quelle von Natrium“, „reich an Ballaststoffen“ und „geringer Fettanteil“ genannt (Kap. 2.1.1 CAC/GL 23-1997).

Zu einem Nährstoff zählt ein Protein, ein Kohlenhydrat, ein Fett, ein Ballaststoff, Natrium, eines der im Anhang der Richtlinie 90/496/EWG aufgeführten Vitamine und Mineralstoffe sowie jeder Stoff, der zu einer dieser Kategorien gehört oder Bestandteil eines Stoffes aus einer dieser Kategorien ist (Art. 2 Abs. 2 Nr. 2 HCVO). Als andere Substanz wird ein

anderer Stoff als ein Nährstoff bezeichnet, der eine ernährungsbezogene oder physiologische Wirkung hat (Art. 2 Abs. 2 Nr. 3 HCVO). Hierzu zählen laut Erwägungsgrund 9 der HCVO auch verschiedene Pflanzen- und Kräutereextrakte sowie die in der Kommissionsbegründung genannten Antioxidantien und probiotischen Bakterien (Nr. 12 KOM(2003) 424 endgültig). Nach den „Leitlinien der Generaldirektion der Kommission für Gesundheit und Verbraucher zur praktischen Umsetzung der HCVO“ zählen zu den gesundheitsbezogenen Angaben allerdings auch jene, die im Namen oder in der Kategorie der Substanz eine gesundheitsbezogene Funktionalität beschreiben oder suggerieren. Auch wenn diese Leitlinien keinen rechtlichen Status besitzen, geht ebenso aus den Bestimmungen der HCVO hervor, dass eine Angabe den Gesundheitsbezug nur suggerieren oder mittelbar zum Ausdruck bringen muss, wie beispielsweise bei Antioxidantien die Reduzierung oxidativer Schäden von Körperzellen (Standing Committee on the food chain and animal health, 2007, S. 11). Zudem bestätigte der Bundesgerichtshof (BGH) bei einem Erzeugnis von Babynahrung unter der Bezeichnung „Praebiotik® + Probiotik®“, dass es sich um eine unspezifische gesundheitsbezogene Angabe handelt, weil der angesprochene Verbraucher von einem Produkt mit präbiotischen und probiotischen Eigenschaften ausgeht (BGH, Urteil vom 26. Februar 2014, I ZR 178/12.AK, juris, Rn. 13).

Weiterhin fallen nach Erwägungsgrund 6 nährwertbezogene Angaben mit negativen Aussagen nicht in den Anwendungsbereich der Verordnung. Ebenso stellen Hinweise zur Beschaffenheit des Lebensmittels oder seiner Zutaten, die nicht im Zusammenhang mit dem Nährwert (Nährstoff oder Brennwert) stehen, keine nährwertbezogene Angabe dar (Meisterernst & Haber, 04.2014, S. 48, Rn. 101). Dies betrifft z. B. Informationen über Lebensmittel, die für Personen mit Lebensmittelunverträglichkeiten oder Stoffwechselstörungen bestimmt sind, wie „laktosefrei“ oder „glutenfrei“.<sup>9</sup> Weitere Beispiele für reine Beschaffenheitsangaben sind Angaben zur Osmolarität von Getränken wie isotonisch oder hypotonisch (Meisterernst & Haber, 04.2014, S. 48, Rn. 102) und das Vorhandensein oder die Abwesenheit einer bestimmten Zuckerart, wie „mit Traubenzucker“ oder „ohne Kristallzucker“ (Meisterernst & Haber, 04.2014, S. 10, Rn. 40). Solche Angaben sind jedoch nur dann möglich, wenn der Verbraucher im konkreten Einzelfall nicht irregeführt wird. Ein Beispiel für so ein kritisches Produkt ist der „C. Himbeer-Cassis“, mit der Angabe „ohne Kristallzuckerzusatz, sondern mit feiner, aus der Traube gewonnenen Süße“ und dem Sternchenhinweis „Fruchtsaft enthält von Natur aus

---

<sup>9</sup> Laut Erwägungsgrund 22 der HCVO sind diese Angaben in der Richtlinie 89/398/EWG gesondert zu regeln und somit außerhalb des Geltungsbereiches der Verordnung.

Zucker“, trotz zugesetzter Traubensüße laut Zutatenverzeichnis. Das Verwaltungsgericht Lüneburg entschied, dass der typische Durchschnittsverbraucher, dem der Inhalt der Zuckerartenverordnung nicht geläufig ist, die Angabe dahingehend versteht, dass kein Zucker zugesetzt worden sei. Es liegt somit ein Verstoß gegen Art. 3 Abs. 2 lit. a und Art. 8 Abs. 1 der HCVO vor, denn Produkte mit der Angabe „ohne Zuckerzusatz“ dürfen keine Mono- und Disaccharide oder süßenden Wirkungen von Lebensmitteln enthalten (Verwaltungsgericht Lüneburg, Urteil vom 28. Februar 2013, 6 A 62/11.AK, juris, Rn. 29, 32). Ebenfalls kritisch sind Angaben über Cholesterin. Während „enthält 1 g Cholesterin“ lediglich einen absoluten Wert beschreibt, entsteht durch den Zusatz des Wortes „nur“ eine nährwertbezogene Angabe, da durch die Reduzierung von Cholesterin eine positive Wirkung suggeriert wird (Weck, 2013, S. 141 f.).

Entgegen der Betrachtung von reinen Beschaffenheitsangaben ist die Angabe „enthält“ für Nährstoffe oder andere Substanzen bestimmt, deren positive ernährungsbezogene oder physiologische Wirkung gemäß Artikel 5 der HCVO bewiesen ist, aber noch keine spezifischen Regelungen existieren. Dies gilt z. B. für bestimmte Aminosäuren und Peptide sowie für Lutein und Lycopin (Meisterernst & Haber, 04.2014, S. 31, Rn. 67, 68). Lediglich für Vitamine und Mineralstoffe gelten die Bedingungen für die Angabe „Quelle von“ (Anhang HCVO).

#### **Gesundheitsbezogene Angaben**

Eine „*gesundheitsbezogene Angabe*“ ist jede Angabe, mit der 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 (Art. 2 Abs. 2 Nr. 5 HCVO). Auch wenn der Begriff Gesundheit an dieser Stelle nicht weiter definiert ist, werden hier ausschließlich Angaben verwendet, die die normalen Funktionen des Körpers betreffen (Standing Committee on the food chain and animal health, 2007, S. 13). Dem Codex Alimentarius zu Folge sind gesundheitsbezogene Angaben „Nährstoff A hat eine physiologische Funktion im Körper zur Aufrechterhaltung der Gesundheit und Unterstützung von Wachstum und Entwicklung. Lebensmittel X ist reich an Nährstoff A“ (Nr. 2.2 CAC/GL 23-1997). Dabei beschreiben oder verweisen diese Angaben auf a) die Bedeutung eines Nährstoffes oder einer anderen Substanz für Wachstum, Entwicklung und Körperfunktionen oder b) die psychischen Funktionen oder Verhaltensfunktionen oder c) die schlank machenden oder gewichtskontrollierenden Eigenschaften des Lebensmittels oder die Verringerung des Hungergefühls oder ein verstärktes Sättigungsgefühl oder eine verringerte Energieaufnahme durch den Verzehr des Lebensmittels (Art. 13 Abs. 1 lit. a, b, c HCVO).

Weiterhin gelten Verweise auf allgemeine nichtspezifische Vorteile des Nährstoffes oder Lebensmittels für die „Gesundheit im Allgemeinen“ oder das „gesundheitsbezogene Wohlbefinden“ nur in Kombination mit einer in der Liste enthaltenen speziellen gesundheitsbezogenen Angabe (Art. 10 Abs. 3 HCVO). Nach dem Urteil des BGH zu einem Vitalpilz sind die Angaben „zur Unterstützung einer optimalen Leistungsfähigkeit“ und „der Raupenpilz erhöht Ausdauer und Leistungsfähigkeit“ allgemeine unspezifische Formulierungen. Denn sie nehmen zwar auf das zu unterstützende gesundheitliche Wohlbefinden Bezug, nicht aber auf bestimmte zu fördernde Funktionen des Körpers (BGH, Urteil vom 17. Januar 2013, I ZR5/12.AK, juris, Rn. 13a). Es handelt sich daher um Angaben, die aufgrund ihres pauschalen Charakters keiner Zulassung bedürfen, sofern sie durch eine spezifische Angabe aus der Gemeinschaftsliste ergänzt werden. Entscheidend ist aber, dass unspezifische Angaben ebenso wie spezifische einen qualifizierten Funktionszusammenhang zwischen dem beworbenen Lebensmittel bzw. Lebensmittelbestandteil und einer gemäß Artikel 13 oder 14 genannten Körperfunktion herstellen (Meisterernst & Haber, 04.2014, S. 3, Rn. 22, 22a). Zudem gilt für unspezifische Angaben, die eine bestimmte Wirkung suggerieren, dass sich die beigefügt gesundheitsbezogene Angabe ebenfalls auf diese Wirkung bezieht. Dabei muss differenziert werden, ob die unspezifischen Verweise für Lebensmittel, Nährstoffe oder Zutaten gelten. „X-Müsli ist gesund“ ist eine beliebige gesundheitsbezogene Angabe. Bei „X-Müsli mit gesunden Walnüssen“ bezieht sich die gesundheitsbezogene Angabe auf Walnüsse und bei „X-Müsli mit gesunden Omega-3-Fettsäuren aus Walnüssen“ auf Omega-3-Fettsäuren (Meisterernst & Haber, 04.2014, S. 9, Rn. 25, 26, 26a).

Hingegen fallen Hinweise auf das „allgemeine Wohlbefinden“ nicht in den Anwendungsbereich der Verordnung, solange sie keinen Gesundheitsbezug erklären, suggerieren oder mittelbar zum Ausdruck bringen. Demnach sind Werbeslogans wie „Haribo macht Kinder froh“, „Melitta macht Kaffee zum Genuss“ und „die zarteste Versuchung seit es Schokolade gibt“ laut Presserklärung der Kommission keine HCVO-betreffenden Angaben (Europäische Kommission, 2003). Auch Angaben die keine besonderen Eigenschaften des betreffenden Lebensmittels ausloben, wie „Getränke löschen Durst“ oder „Bananen machen satt“ fallen nicht in dessen Anwendungsbereich (Meisterernst & Haber, 04.2014, S. 5, Rn. 15).

#### **Angaben über die Verringerung eines Krankheitsrisikos**

Eine „*gesundheitsbezogene Angabe über die Reduzierung eines Krankheitsrisikos*“ ist jede Angabe, mit der erklärt, suggeriert oder auch nur mittelbar zum Ausdruck gebracht wird, dass der Verzehr einer Lebensmittelkategorie, eines Lebensmittels oder eines Lebensmittelbestandteils einen Risikofaktor für die Entwicklung einer Krankheit beim Menschen deutlich senkt (Art. 2 Abs. 2 Nr. 6 HCVO). Laut Codex Alimentarius entspricht dies Folgendem Beispiel: „Eine gesunde Ernährung mit einem niedrigen Gehalt an Nährstoff oder Substanz A kann das Risiko von Krankheit D senken. Lebensmittel X hat einen niedrigen Gehalt an Nährstoff oder Substanz A“ (Nr. 2.2.3 CAC/GL 23-1997). Hierbei ist grundsätzlich nach § 12 Abs. 1 Nr. 1 LFGB das Verbot krankheitsbezogener Aussagen zu beachten, die sich auf die Beseitigung, Linderung oder Verhütung von Krankheiten beziehen. Artikel 14 Absatz 1 lit. a der HCVO bleibt dennoch unberührt (§ 12 Abs. 3 LFGB). Es gilt also weiterhin parallel zur HCVO das Verbot krankheitsbezogener Werbung. Dieser Auffassung war auch das Oberlandesgericht (OLG) Düsseldorf, denn: „Bei systematischer Auslegung des Artikel 14 HCVO verbleibt es daher auch nach dem Inkrafttreten der HCVO bei den weitgehenden Verboten einer krankheitsbezogenen Werbung in § 12 LFGB, es sei denn eine nach dieser Vorschrift unzulässige Werbeaussage ist nach Maßgabe der dafür in der HCVO aufgestellten Voraussetzungen ausdrücklich zugelassen“ (vgl. OLG Düsseldorf, Urteil vom 23.09.2010, I-6 U 135/09.AK, juris, Rn. 28bb).

Zudem muss bei Angaben mit Krankheitsbezug die Krankheit namentlich genannt werden, dessen Entwicklung durch die Senkung eines potenziellen Risikofaktors positiv beeinflusst wird. Dies ist wohl der größte Unterschied zu den allgemeinen gesundheitsbezogenen Angaben, die ebenfalls z. B. durch die positive Wirkung von Beta-Glucan auf den normalen Cholesterinspiegel indirekt auch die Senkung eines möglichen Risikofaktors zur Entstehung von Herz-Kreislauf-Erkrankungen bewirken können (Holle, 2007, S. 75).

#### **Angaben über die Entwicklung und Gesundheit von Kindern**

In Artikel 14 Absatz 1 lit. b der HCVO werden ergänzend „*gesundheitsbezogene Angaben über die Entwicklung und Gesundheit von Kindern*“ geregelt. Hierbei ist problematisch, dass für diese Zielgruppe in der Verordnung keine festgelegten Altersgrenzen existieren und die einzelnen Mitgliedsstaaten hierfür unterschiedliche nationale Bestimmungen besitzen (Holle, 2007, S. 82 f.). In den Leitlinien der Kommission wird gemäß Artikel 2 lit. a, b der „Richtlinie 2006/141/EG der Kommission vom 22. Dezember 2006 über Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung“ auf die Altersgrenzen für Säuglinge

(Kinder unter zwölf Monate) und Kleinkinder (Kinder zwischen einem und drei Jahren) hingewiesen (Standing Committee on the food chain and animal health, 2007, S. 13). Diese beiden Altersgruppen stellen allerdings nur eine Untergruppe der Kinder gemäß HCVO dar und sind zudem nicht gesetzlich verpflichtend. Weiterhin muss bei Angaben speziell für Kinder beachtet werden, dass sie nicht in den Regelungsbereich der Richtlinie 2006/141/EG fallen. Hier sind nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben für die Säuglingsanfangsnahrung gesondert geregelt (Anhang IV RL 2006/141/EG) und an eine festgelegte Etikettierung gebunden (Art. 13 Abs. 6 RL 2006/141/EG). Für Folgenahrung, Getreidebeikost und andere Beikost existieren solche Regelungen gemäß Richtlinie 2006/141/EG und Richtlinie 2006/125/EG<sup>10</sup> allerdings nicht. Daher können sie als Angabe im Sinne des Art. 14 Abs. 1 lit. b betrachtet werden (Standing Committee on the food chain and animal health, 2007, S. 14).

#### **3.2.4 Bedingungen zur Verwendung**

##### **Allgemeine Grundsätze**

Grundsätzlich dürfen nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben nicht falsch, mehrdeutig oder irreführend sein, keine Zweifel über die Sicherheit und/oder die ernährungsphysiologische Eignung anderer Lebensmittel wecken und nicht zum übermäßigen Verzehr eines Lebensmittels ermutigen oder diesen wohlwollend darstellen. Zudem dürfen sie nicht erklären, suggerieren oder auch nur mittelbar zum Ausdruck bringen, dass eine ausgewogene und abwechslungsreiche Ernährung generell nicht die erforderlichen Mengen an Nährstoffen liefern kann. Ebenfalls verboten sind Angaben, die durch eine Textaussage oder durch Darstellungen in Form von Bildern, grafischen Elementen oder symbolischen Darstellungen auf Veränderungen bei Körperfunktionen Bezug nehmen, die beim Verbraucher Ängste auslösen oder daraus Nutzen ziehen könnten (Art. 3 Abs. 2 lit. a-e HCVO).

##### **Nährwertprofile**

Nach Artikel 4 der Verordnung ist die Einführung von sogenannten Nährwertprofilen vorgesehen. Diese sollen verhindern, dass Lebensmittel mit einem grundsätzlich ungünstigen Nährwertprofil mit nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben beworben werden dürfen, sodass der wahre Ernährungsstatus verschleiert und der Verbraucher irregeführt wird (Erwägungsgrund 11 HCVO). Die geplante Frist der Kommission vom 19. Januar 2009 zur Festlegung von spezifischen Nährwertprofilen und den Bedingungen

---

<sup>10</sup> Richtlinie 2006/125/EG der Kommission vom 5. Dezember 2006 über Getreidebeikost und andere Beikost für Säuglinge und Kleinkinder, ABl. Nr. L 339, S. 16.

für die Verwendung einschließlich der Ausnahmen wurde nicht eingehalten und bis heute nicht umgesetzt (Art. 4 Abs. 1 HCVO).<sup>11</sup> Erlaubt sind jedoch nährwertbezogene Angaben, die sich auf die Verringerung von Fett, gesättigten Fettsäuren, trans-Fettsäuren, Zucker und Salz/Natrium beziehen ohne Bezugnahme auf ein Profil des konkreten Nährstoffs, zu dem die Angabe gemacht wird, sofern sie den Bedingungen dieser Verordnung entsprechen (Art. 4 Abs. 2 lit. a HCVO).

#### **Allgemeine Bedingungen**

Für alle Angaben muss anhand allgemein anerkannter wissenschaftlicher Nachweise bestätigt werden, dass das Vorhandensein, das Fehlen oder der verringerte Gehalt des Nährstoffs oder der anderen Substanz in einem Lebensmittel oder einer Kategorie von Lebensmitteln eine positive ernährungsbezogene oder physiologische Wirkung besitzt. Ferner ist eine signifikante Menge entweder gemäß dem Gemeinschaftsrecht oder allgemein anerkannten wissenschaftlichen Nachweisen im Endprodukt entscheidend, um die behauptete ernährungsbezogene oder physiologische Wirkung zu erzielen. Gleiches gilt für eine verringerte Menge und für das nicht Vorhandensein des Wirkstoffs. Die notwendige Menge für den gewünschten Effekt muss zudem in einer Portion enthalten sein, deren Verzehr vernünftigerweise erwartet werden kann. Zudem muss die Bioverfügbarkeit der Wirkstoffe durch eine für den Körper zugänglichen Form gegeben sein (Art. 5 Abs. 1 lit. a-e HCVO). Die Darstellung der positiven Wirkung von nährwert- oder gesundheitsbezogenen Angaben muss dabei vom durchschnittlichen Verbraucher verstanden werden (Art. 5 Abs. 2 HCVO) und sich auf das verzehrfertige Lebensmittel beziehen (Art. 5 Abs. 3 HCVO).

#### **Nährwertkennzeichnung**

Der Artikel 49 der Lebensmittel-Informationsverordnung über die Nährwertkennzeichnung (NWK) ändert Artikel 7 der HCVO. Demnach ist die Nährwertkennzeichnung von Erzeugnissen, bei denen nährwert- und/oder gesundheitsbezogene Angaben gemacht werden obligatorisch, es sei denn, es handelt sich um produktübergreifende Werbeaussagen.<sup>12</sup> Zu den obligatorischen Nährwertangaben gehören der Brennwert und die Mengen an Fett, gesättigten Fettsäuren, Kohlenhydraten, Zucker, Eiweiß und Salz

---

<sup>11</sup> In zwei Fällen wurden Angaben trotz fehlender Nährwertprofile und positiver Stellungnahme der EFSA abgelehnt. Dies betraf die Wirkung von Fett auf die normale Aufnahme fettlöslicher Vitamine und die Wirkung von Natrium auf die Beibehaltung der normalen Muskelfunktion. Diese Entscheidung beruht auf der Tatsache, dass für Fett und Natrium aufgrund allgemein anerkannter wissenschaftlicher Nachweise den Verbrauchern eine Verringerung des Verzehrs empfohlen wird (Erwägungsgrund 4 VO (EU) Nr. 423/2012).

<sup>12</sup> Im Erwägungsgrund 20 wird der Begriff als allgemeine Werbeaussage bezeichnet und im Erwägungsgrund 4 als kommerzielle Mitteilung von Behörden aufgegriffen. Demnach sind produktübergreifende Werbeaussagen im Anwendungsbereich der HCVO, aber ohne Pflicht zur Nährwertkennzeichnung.

(Art. 30 Abs. 1 lit. a, b LMIV). Freiwillig ergänzt werden können einfach ungesättigte und mehrfach ungesättigte Fettsäuren, mehrwertige Alkohole, Stärke, Ballaststoffe und signifikante Mengen an Vitaminen oder Mineralstoffen (Art. 30 Abs. 2 lit. a-f LMIV). Für Stoffe, die Gegenstand einer Nährwert- oder gesundheitsbezogenen Angabe sind und nicht in der NWK erscheinen (z. B. Beta-Glucan), sind die jeweiligen Mengen in demselben Blickfeld anzugeben wie die NWK (Art. 49 Abs. 2 LMIV).

#### **Fernabsatz**

Gemäß Artikel 12 Absatz 1 der LMIV müssen dem Verbraucher beim Kauf eines Lebensmittels die verpflichtenden Informationen einschließlich jene von Nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben grundsätzlich leicht zugänglich zur Verfügung stehen. Dies gilt auch im Falle von vorverpackten Lebensmitteln, die durch den Einsatz von Fernkommunikationstechniken zum Verkauf angeboten werden. Abgesehen vom Mindesthaltbarkeitsdatum müssen alle Informationen vor Abschluss des Kaufvertrags verfügbar sein und auf dem Trägermaterial des Fernabsatzgeschäfts erscheinen. Zum Zeitpunkt der Lieferung müssen schließlich alle verpflichtenden Angaben vorliegen (Art. 14 Abs. 1 lit. a, b LMIV).

#### **Bedingungen für Nährwertbezogene Angaben**

Nährwertbezogene Angaben dürfen gemäß dem Verbotsprinzip mit Erlaubnisvorbehalt nur dann verwendet werden, wenn sie im Anhang der Verordnung aufgeführt sind und den in dieser Verordnung festgelegten Bedingungen entsprechen (Art. 8 Abs. 1 HCVO). Diese Positivliste wird dabei stetig durch weitere Angaben ergänzt. Bei der Formulierung wird ein sogenanntes „flexible wording“ akzeptiert. Danach sind jegliche Angaben erlaubt, die für den Verbraucher voraussichtlich dieselbe Bedeutung wie zugelassene Angaben haben (Anhang HCVO). Die Bedingungen zur Verwendung sind teilweise an die „Verordnung (EG) Nr. 1925/2006 über den Zusatz von Vitaminen und Mineralstoffen sowie bestimmten anderen Stoffen zu Lebensmitteln“ (im Folgenden „Anreicherungsverordnung“) und die „Richtlinie 90/496/EWG über die Nährwertkennzeichnung von Lebensmitteln“ geknüpft.

Vergleichende Nährwertbezogene Angaben werden in der Verordnung gesondert geregelt. Diese sind nur zwischen Lebensmitteln derselben Kategorie und unter Berücksichtigung einer Reihe von Lebensmitteln dieser Kategorie zulässig. Zudem ist der Unterschied in der Menge eines Nährstoffs und im Brennwert anzugeben und der Vergleich muss sich auf dieselbe Menge des Lebensmittels beziehen (Art. 9 Abs. 1 HCVO). Hierbei ist es nicht zulässig, eine Angabe über einen 30 % reduzierten Nährstoffanteil zu machen, wenn die Differenz zwischen dem Standard und

der leichteren Variante keine signifikante Bedeutung für die Gesamtnährstoffaufnahme hat, wie ein reduzierter Fettanteil im Brot (Standing Committee on the food chain and animal health, 2007, S. 8). Zudem müssen vergleichende nährwertbezogene Angaben die Zusammensetzung des betreffenden Lebensmittels mit derjenigen einer Reihe von Lebensmitteln derselben Kategorie vergleichen, deren Zusammensetzung die Verwendung einer Angabe nicht erlaubt, darunter auch Lebensmittel anderer Marken (Art. 9 Abs. 2 HCVO). Es ist davon auszugehen, dass sich Artikel 9 hierbei nur auf die gemäß Artikel 8 Absatz 1 zugelassenen nährwertbezogenen Angaben im Anhang der Verordnung bezieht. Dies ist auch mit der systematischen Einordnung unter Kapitel III mit dem Titel „Nährwertbezogene Angaben“ begründet.

Einige nährwertbezogene Angaben im Anhang der HCVO deuten ebenfalls auf einen Vergleich hin. Dabei handelt es sich gemäß Guidance Document um die Angaben „erhöhter bzw. reduzierter [Name des Nährstoffs]-Anteil“ sowie „energiereduziert“ und „leicht“ (Standing Committee on the food chain and animal health, 2007, S. 6). Bei der Erhöhung muss der Nährstoffanteil mindestens 30 % gegenüber einem vergleichbaren Produkt ausmachen. Vitamine und Mineralstoffe sind hierbei ausgeschlossen. Der gleiche Prozentsatz gilt auch für die Reduzierung des Nährstoffanteils. Zusätzlich muss bei Mikronährstoffen ein Unterschied von 10 % im Nährstoffbezugswert und bei Natrium/Salz ein Unterschied von 25 % vorliegen. Neben der 30 %-Regel gilt für die Angaben „energiereduziert“ und „leicht“ ein Hinweis auf die Eigenschaft, die das Lebensmittel leicht macht oder den Gesamtbrennwert reduziert (Anhang HCVO). Diese vergleichenden Angaben im Anhang der Verordnung sollten allerdings als gesonderter Regelungsbereich betrachtet werden, die nicht zusätzlich die Bedingungen von Artikel 9 erfüllen müssen. Hingegen muss Artikel 9 aus den oben genannten Gründen in Bezug auf einen Vergleich dieser Angaben die Bedingungen hierfür berücksichtigen (Holle, 2007, S. 88).

Die Verbraucherzentrale Sachsen hat in einer Stellungnahme vom Dezember 2013 vergleichende Angaben als kritisch eingestuft, weil in der Praxis der Vergleichsmaßstab von einer Reihe von Lebensmitteln derselben Kategorie für den Verbraucher unklar bleibt bzw. auch von den Herstellern unterschiedlich interpretiert wird. Die Bundesregierung sieht jedoch zum jetzigen Zeitpunkt keine Veranlassung für eine Klarstellung des Vergleichsmaßstabes (Deutscher Bundestag, 2014).

#### **Bedingungen für allgemeine gesundheitsbezogene Angaben**

Gesundheitsbezogene Angaben sind verboten, sofern sie nicht den allgemeinen und den speziellen Anforderungen der Verordnung entsprechen, gemäß dieser Verordnung zugelassen und in die Liste der erlaubten Angaben aufgenommen sind (Art. 10 Abs. 1 HCVO). Demnach dürfen sie nicht den Eindruck erwecken, durch Verzicht auf das Lebensmittel könnte die Gesundheit beeinträchtigt werden. Auch Angaben über Dauer und Ausmaß zur Gewichtsabnahme sind unzulässig, ebenso wie Empfehlungen von einzelnen Ärzten oder Vertretern medizinischer Berufe und bestimmten Vereinigungen<sup>13</sup> (Art. 12 lit. a, b, c HCVO). Das Verbot gilt auch für Verweise auf allgemeine nichtspezifische Vorteile des Nährstoffs oder Lebensmittels für die Gesundheit im Allgemeinen oder das gesundheitsbezogene Wohlbefinden, außer ihnen wurde eine in einer der Listen enthaltenen speziellen gesundheitsbezogenen Angabe beigefügt (Art. 10 Abs. 3 HCVO).

Das übergeordnete Ziel bei der Beantragung von gesundheitsbezogenen Angaben ist es, zulässige Angaben in einer sogenannten Gemeinschaftsliste zu veröffentlichen, sodass jeder Lebensmittelunternehmer die Angaben unter den für ihn geltenden Bedingungen verwenden kann (Art. 17 Abs. 5 HCVO). Hierfür haben die Mitgliedsstaaten durch Verbände der Lebensmittelwirtschaft sowie einzelner Unternehmen Angaben mit den für sie geltenden Bedingungen und mit Hinweisen auf die entsprechende wissenschaftliche Absicherung gesammelt und der Kommission bis zum 31. Januar 2008 übermittelt (Art. 13 Abs. 2 HCVO). Nach Anhörung der European Food Safety Authority (EFSA), verabschiedete die Kommission nach der längst abgelaufenen Frist am 16. Mai 2012 eine Gemeinschaftsliste durch die Verordnung (EU) Nr. 432/2012 mit den ersten 222 zulässigen Angaben sowie allen erforderlichen Bedingungen für die Verwendung.<sup>14</sup> Daneben haben Lebensmittelunternehmer die Möglichkeit, fehlende Angaben, die auf neuen wissenschaftlichen Nachweisen beruhen und/oder einen Antrag auf den Schutz geschützter Daten enthalten, durch ein beschleunigendes Verfahren bei der national zuständigen Behörde zu beantragen. Davon ausgenommen sind ausdrücklich Angaben über die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern, die nach einem gesonderten Einzelzulassungsverfahren beantragt werden müssen (Art. 13 Abs. 5 HCVO).

---

<sup>13</sup> Gemeint sind hier nationale Vereinigungen, die nicht von Fachleuten der Bereiche Medizin, Ernährung oder Diätetik und karitativen medizinischen Einrichtungen geführt werden (Art. 11 HCVO).

<sup>14</sup> Die eigentliche Frist für die Veröffentlichung der Liste zulässiger gesundheitsbezogener Angaben über Lebensmittel endete am 31. Januar 2010 (Art. 13 Abs. 3 HCVO). Aufgrund des sehr hohen Aufkommens von über 44.000 gesundheitsbezogenen Angaben aus den Mitgliedsstaaten und zahlreichen Doppelseinträgen kam es zu einer verspäteten Veröffentlichung der Positivliste (Erwägungsgrund 4 VO (EU) Nr. 432/2012).

Bei der Verwendung zulässiger Angaben müssen grundsätzlich folgende Pflichtinformationen enthalten sein: a) einen Hinweis auf die Bedeutung einer abwechslungsreichen und ausgewogenen Ernährung und einer gesunden Lebensweise, b) Informationen zur Menge des Lebensmittels und zum Verzehrsmuster, die erforderlich sind, um die behauptete positive Wirkung zu erzielen, c) gegebenenfalls einen Hinweis an Personen, die es vermeiden sollten, dieses Lebensmittel zu verzehren und d) einen geeigneten Warnhinweis bei Produkten, die bei übermäßigem Verzehr eine Gesundheitsgefahr darstellen könnten (Art. 10 Abs. 2 lit. a-d HCVO).

Damit sich die Unternehmer bei der Anwendung der HCVO auf mehr Klarheit und Rechtssicherheit stützen und auch die Überwachungsbehörden ihre Arbeit leichter ausführen können, hat die Kommission einen „Durchführungsbeschluss (2013/63/EU) zur Annahme von Leitlinien zur Umsetzung der in Artikel 10 der HCVO dargelegten speziellen Bedingungen für gesundheitsbezogene Angaben“ veröffentlicht (Erwägungsgrund 2 Durchführungsbeschluss 2013/63/EU). Um zusätzlich sicherzustellen, dass gesundheitsbezogene Angaben wahrheitsgemäß, klar, verlässlich und für den Verbraucher bei der Entscheidung für eine gesunde Ernährungsweise hilfreich sind, sollte die Formulierung und Aufmachung gesundheitsbezogener Angaben bei der Stellungnahme der EFSA und in anschließenden Verfahren berücksichtigt werden (Erwägungsgrund 29 HCVO). Der Wortlaut ist grundsätzlich nicht fest vorgeschrieben, hat aber seine Grenzen durch Artikel 5 Absatz 2 indem vom durchschnittlichen Verbraucher erwartet werden kann, dass er die positive Wirkung, wie sie in der Angabe dargestellt wird, versteht. Beispielsweise lautet der offizielle Wortlaut für Beta-Glucane gemäß Positivliste ID 754 und ID 1465: „Beta-Glucane tragen zur Aufrechterhaltung eines normalen Cholesterinspiegels im Blut bei“. Die EFSA hat in der zugehörigen Scientific Opinion zusätzlich den Wortlaut „Hafer trägt zu einem gesunden Cholesterinspiegel bei“, „Hafer-Beta-Glucan trägt zu einem gesunden Cholesterinspiegel bei“ und „Beta-Glucan hilft die normalen Blutfettwerte aufrechtzuerhalten“ vorgeschlagen (vgl. EFSA Panel on NDA, 2009, S. 15, 17). Weiterhin gilt in den Fällen, in denen der Wortlaut einer Angabe aus Verbrauchersicht gleichbedeutend ist mit demjenigen einer zugelassenen gesundheitsbezogenen Angabe, dass diese Angabe auch den Verwendungsbedingungen der zugelassenen Angabe unterliegt (Erwägungsgrund 9 VO (EU) Nr. 432/2012). Um diesem Anspruch gerecht zu werden haben 17 Mitgliedsstaaten<sup>15</sup> im Dezember 2012 allgemeine Grundsätze über den flexiblen Wortlaut von gesundheitsbezogenen Angaben

---

<sup>15</sup> Teilnehmende Länder: Österreich, Belgien, Dänemark, Finnland, Frankreich, Deutschland, Estland, Ungarn, Irland, Litauen, Luxemburg, Niederlande, Norwegen, Polen, Portugal, Schweden, Vereinigtes Königreich.

festgelegt. Dieses Empfehlungspapier soll Lebensmittelunternehmern bei der Verwendung von gesundheitsbezogenen Angaben, die vom ursprünglich Wortlaut abweichen und somit die Gefahr einer inhaltlichen Veränderung besteht, helfen. Generell gilt, dass Abweichungen dem Originaltext gleichsinnig sind, keinen medizinischen Charakter verleihen und die Aussagen nicht verstärken oder missverständlich darstellen.

Folgende Beispiele werden hierzu genannt (Department of Health U.K., 2012):

Originalwortlaut: *„X trägt zur normalen Funktion des Immunsystems bei.“*

Alternativer Wortlaut: *„X spielt eine Rolle für die normale Funktion des Immunsystems“, „X unterstützt die normale Funktion des Immunsystems“, „X trägt zur Aufrechterhaltung der normalen Funktion des Immunsystems bei.“*

Nicht erlaubter Wortlaut: *„X stimuliert die normale Funktion des Immunsystems“ oder „X optimiert die normale Funktion des Immunsystems.“*

Der Arbeitskreis Lebensmittelchemischer Sachverständiger der Länder und des Bundesamtes für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (ALS) hat im September 2012 eine Stellungnahme (Nr. 2012/39) über gleichsinnige Formulierungen von zugelassenen Claims veröffentlicht. Hier wird die enge Auslegung des Begriffes der Gleichsinnigkeit bei gesundheitsbezogenen Angaben sehr kritisch betrachtet. Demzufolge sind Formulierungen für eine zugelassene Angabe wie „zur Förderung von“ oder „zur Stärkung von“ nicht mehr als gleichbedeutend mit „trägt zur normalen Funktion/... bei“ anzusehen, weil hier lediglich auf den Funktionserhalt und nicht auf eine Funktionsverbesserung hingewiesen wird (ALS, 2012).

#### **Bedingungen für spezielle gesundheitsbezogene Angaben**

Weiterhin gehören zu den gesundheitsbezogenen Angaben auch jene über die Verringerung eines Krankheitsrisikos sowie Angaben über die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern. Diese werden über ein Einzelzulassungsverfahren in eine gesonderte Gemeinschaftsliste aufgenommen. Eine Zulassung dieser Angaben erfolgt daher nicht über die Aufnahme in die Gemeinschaftsliste der „allgemeinen“ gesundheitsbezogenen Angaben (Art. 14 Abs. 1 HCVO).

Neben den allgemeinen Bestimmungen der Verordnung muss für krankheitsbezogene Angaben zusätzlich der kennzeichnungspflichtige Hinweis erfolgen, dass die Krankheit, auf die sich die Angabe bezieht, durch mehrere Risikofaktoren bedingt ist und dass die Veränderung eines dieser Risikofaktoren eine positive Wirkung haben kann oder auch nicht (Art. 14 Abs. 2 HCVO). Diese Information kommt dem Erwägungsgrund 28 der Verordnung entgegen, wonach die Ernährung einer von vielen Faktoren ist, die das

Auftreten bestimmter Krankheiten beim Menschen beeinflussen. Andere Faktoren wie Alter, genetische Veranlagung, körperliche Aktivität, Konsum von Tabak und anderen Drogen, Umweltbelastungen und Stress können ebenfalls das Auftreten von Krankheiten beeinflussen.

#### **3.2.5 Überwachung der HCVO-Konformität**

In diesem Abschnitt werden die theoretischen Bedingungen für eine rechtskonforme Umsetzung der HCVO beschrieben und durch die beispielhafte Darstellung der Überwachung von amtlichen und nicht-amtlichen Einrichtungen in Deutschland ergänzt.

#### **Bestimmungen der Verordnung**

In Artikel 26 der HCVO ist die Überwachung zur rechtskonformen Umsetzung geregelt. Hier heißt es: „Um die wirksame Überwachung von Lebensmitteln mit nährwert- oder gesundheitsbezogenen Angaben zu erleichtern, können die Mitgliedsstaaten die Hersteller oder die Personen, die derartige Lebensmittel in ihrem Hoheitsgebiet in Verkehr bringen, verpflichten, die zuständige Behörde über das Inverkehrbringen zu unterrichten und ihr ein Muster des für das Produkt verwendeten Etiketts zu übermitteln.“ In Deutschland existiert so ein Anzeige- und/oder Prüfverfahren bisher nur für diätetische Lebensmittel (§ 4 lit. a DiätV) und Nahrungsergänzungsmittel (§ 5 NemV). Weiterhin müssen sich die Angaben auf allgemein anerkannte wissenschaftliche Nachweise stützen und durch diese abgesichert sein. Ein Lebensmittelunternehmer, der eine nährwert- oder gesundheitsbezogene Angabe macht, muss die Verwendung dieser Angabe daher begründen können. Zusätzlich dürfen die zuständigen Behörden der Mitgliedsstaaten einen Lebensmittelunternehmer oder eine Person, die ein Produkt in Verkehr bringt, verpflichten, alle einschlägigen Angaben zu machen und Daten vorzulegen, die die Übereinstimmung mit dieser Verordnung belegen (Art. 6 Abs. 1-3 HCVO). „Hat ein Mitgliedsstaat stichhaltige Gründe für die Annahme, dass eine Angabe nicht dieser Verordnung entspricht oder dass die wissenschaftliche Absicherung nach Artikel 6 unzureichend ist, so kann er die Verwendung der betreffenden Angabe in seinem Hoheitsgebiet vorübergehend aussetzen“ (vgl. Art. 24 Abs. 1 HCVO). Ergänzend regelt das LFGB, dass Verstöße gegen Artikel 3 Absatz 1 der HCVO in Kombination mit weiteren Artikeln der Verordnung strafbar sind (§ 59 Abs. 2 Nr. 3 LFGB).

Angesichts der besonderen Eigenschaften von Lebensmitteln, die solche Angaben tragen, sollte den Überwachungsstellen neben den üblichen Möglichkeiten zusätzliche Instrumente zur Verfügung gestellt werden, um eine effiziente Überwachung dieser Produkte zu ermöglichen (Erwägungsgrund 34 HCVO). Schließlich ist es die Aufgabe der amtlichen Lebensmittelüberwachung (LMÜ), den Verbraucher vor möglichen

gesundheitlichen Schäden sowie vor Irreführung und Täuschung zu schützen. Im Folgenden werden die behördlichen Institutionen und ihre Maßnahmen zur Gewährleistung der rechtskonformen Umsetzung der HCVO vorgestellt.

Laut der EG-Basisverordnung Artikel 17 Absatz 1 ist es die Pflicht der Lebensmittelunternehmer auf allen Produktions-, Verarbeitungs- und Vertriebsstufen („farm to fork“-Konzept) in den ihrer Kontrolle unterstehenden Unternehmen zu prüfen, ob die Lebensmittel die Anforderungen des Lebensmittelrechts erfüllen, die für ihre Tätigkeit gelten und ob diese stetig eingehalten werden. Die Durchsetzung sowie Überwachung und Überprüfung des Lebensmittelrechts obliegt dabei den EU-Mitgliedsstaaten (Art. 17 Abs. 2 Satz 1 EG-Basisverordnung). Dies wird mittels amtlicher Kontrollen und anderen den Umständen angemessenen Maßnahmen, einschließlich der öffentlichen Bekanntgabe von Informationen über die Sicherheit und Risiken von Lebensmitteln, der Überwachung der Lebensmittelsicherheit und anderer Aufsichtsmaßnahmen auf allen Produktions-, Verarbeitungs- und Vertriebsstufen erreicht. Bei Rechtsverstößen legen sie Vorschriften für Maßnahmen und Sanktionen fest, die wirksam, verhältnismäßig und abschreckend sein müssen (Art. 17 Abs. 2 Satz 2, 3 EG-Basisverordnung).

Ergänzend legt die „Verordnung (EG) Nr. 882/2004 über amtliche Kontrollen zur Überprüfung der Einhaltung des Lebensmittel- und Futtermittelrechts sowie der Bestimmungen über Tiergesundheit und Tierschutz“ (im Folgenden „EG-Kontrollverordnung“) fest, dass die Mitgliedsstaaten zur Sicherstellung regelmäßig auf Risikobasis und mit angemessener Häufigkeit amtliche Kontrollen durchzuführen haben (Art. 3 Abs. 1 EG-Kontrollverordnung). Hierbei gilt es insbesondere Bestimmungen zu überprüfen, die den Verbraucherschutz dienen (Art. 1 Abs. 1 lit. b EG-Kontrollverordnung). Aus diesem Grund ist die Inspektion der Kennzeichnung und Aufmachung sowie der Werbung von Lebensmitteln ein wesentlicher Bestandteil der amtlichen LMÜ (Art. 10 Abs. 2 lit. vi EG-Kontrollverordnung). Einzelheiten zum Vollzug ergeben sich aus der „Allgemeinen Verwaltungsvorschrift über Grundsätze zur Durchführung der amtlichen Überwachung der Einhaltung lebensmittelrechtlicher Vorschriften“ (AVV Rahmen-Überwachung - AVV RÜb). Hier werden die Vorgaben der EG-Kontrollverordnung für den nationalen Bereich der Bundesrepublik Deutschland ergänzt und konkretisiert. Die Zuständigkeit für die Überwachungsmaßnahmen richtet sich dabei nach Landesrecht (§ 38 Abs. 1 LFGB). Eine Übersicht der Zuständigkeiten der mit der Lebensmittelkontrolle befassten Behörden und Institutionen ist im Anhang 1 (S. 93) dargestellt (Neuhaus, 2010, S. 122).

Zudem werden im aktuellsten mehrjährigen nationalen Kontrollplan (MNKP) des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) die festgelegten Ziele der Mitgliedsstaaten u. a. hinsichtlich der Kontrolle zur Einhaltung des Lebensmittelrechts benannt. Zu diesem Zweck wurde im Jahresbericht 2012 unter dem Punkt „die Art der Verstöße bei Kontrollen“ ein wesentlicher Schwerpunkt auf die „Kennzeichnung und Aufmachung“ gelegt (BMELV, 2013, S. 19). Weiterhin ist im Rahmenplan 2014 festgelegt, dass der bereits erwähnte ALS als Instrument der Lebensmittelsicherheit u. a. zu den Themenschwerpunkten „Zusammensetzung, Kennzeichnung und Aufmachung nichttierischer Lebensmittel“ und „Kennzeichnung und Aufmachung zur Abgrenzungsproblematik“ eine einheitlichen Auffassung und schließlich länderübergreifende Durchsetzung bestimmt (BMEL, BVL, 2014, S. 29).

Darüber hinaus hat der zwischen den Bundesländern vereinbarte und vom Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL) erstellte bundesweite Überwachungsplan (BÜp) das Ziel, Aussagen über die Einhaltung lebensmittelrechtlicher Vorschriften, einschließlich dem Täuschungsschutz zu erhalten. „Gerade bei neuen gesetzlichen Regelungen, wie beispielsweise neu eingeführten Höchstgehalten oder geänderten Kennzeichnungsvorschriften, sind bundesweite Aussagen zum Grad der Umsetzung bzw. der Verstöße von Interesse“ (vgl. BVL, 2013, S. 3). Jedoch konnte die Bundesregierung nach einer kleinen Anfrage zum Stand der Einhaltung der HCVO, aufgrund fehlender repräsentativer Daten seitens der Bundesländer keine konkrete Aussage treffen. Diese Datenlücke ist u. a. damit begründet, dass Verstöße gegen die HCVO im Rahmen der einfachen Kennzeichnungskontrolle nicht nach Beanstandungsgründen erfasst werden (Deutscher Bundestag, 2014).

#### **Überwachung durch Vereine, Verbände, Mitbewerber**

In Deutschland werden die Lebensmittelüberwachungsämter in ihrer Tätigkeit zur Kontrolle der Einhaltung der HCVO maßgebend von Vereins- bzw. Verbandsarbeit unterstützt. Während sich u. a. die Verbraucherzentrale Bundesverband (VZBV) und der deutsche Konsumentenbund für die Interessen der Verbraucher einsetzen, verfolgt die Wettbewerbszentrale das Ziel, einen lautereren Wettbewerb zu gewährleisten. Beide Absichten richten sich somit auch gegen Verstöße der HCVO. Nach § 8 Absatz 1 UWG kann bei unzulässigen geschäftlichen Handlungen Anspruch auf Beseitigung und bei Wiederholungsgefahr auf Unterlassung erhoben werden. Diese Befugnis gilt z. B. für Verbraucherverbände, die in der Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 des

Unterlassungsklagengesetzes (UKlaG)<sup>16</sup> registriert sind (§ 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG). Die Verbandsklagebefugnis gilt in gleicher Weise für rechtsfähige Verbände zur Förderung gewerblicher oder selbständiger beruflicher Interessen wie die Wettbewerbszentrale (§ 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG) sowie darüber hinaus für jeden Mitbewerber (§ 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG).

Diese können im Sinne des UWG indirekt gegen irreführende gesundheits- oder nährwertbezogene Angaben klagen, wenn ein Verstoß gegen § 3 Abs. 1 vorliegt. Demzufolge sind unlautere geschäftliche Handlungen verboten, die dazu geeignet sind, die Interessen von Mitbewerbern, Verbrauchern oder sonstigen Marktteilnehmern spürbar zu beeinträchtigen. Außerdem kann gegen einen Verstoß der HCVO nach § 4 Nr. 11 UWG unter dem Aspekt des Vorsprungs durch Rechtsbruch vorgegangen werden. Demnach handelt derjenige unlauter im Sinne des Wettbewerbsrechts, der einer gesetzlichen Vorschrift zuwiderhandelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln. Um eine solche Vorschrift zum Marktverhalten handelt es sich bei der HCVO, da sie die Werbung für Lebensmittel regelt. Die Rechtswirkung dieser beiden Artikel des UWG wurden u. a. in dem Urteil des BGH zum Thema Praebiotik (BGH, Urteil vom 26. Februar 2014, I ZR 178/12.AK, juris, Rn. 10) sowie in dem Urteil des OLG Hamm zum Thema Vitalstoffe bestätigt (OLG Hamm, Urteil vom 30. April 2013, I-4 U 149/12.AK, 4 U 149/12.AK, juris, Rn. 36-38).

Eine Einrichtung, die solche Rechtsansprüche wahrnimmt, ist z. B. die „Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V. Frankfurt am Main“, kurz Wettbewerbszentrale. Diese bundesweit und grenzüberschreitend tätige Selbstkontrollinstitution setzt sich für die Durchsetzung des Rechts gegen den unlauteren Wettbewerb ein. Die Juristen des Schwerpunktbereichs Lebensmittel verfügen daher über detaillierte Kenntnisse zur Lebensmittelwerbung und allen wettbewerbsrechtlichen Fragen rund um Lebensmittel. Auf der Internetseite wird diesbezüglich über aktuelle Gerichtsurteile und eigens geführte Prozesse informiert (Wettbewerbszentrale, o.J.).

Als weiterhin bedeutsam für die Kontrolle der HCVO gilt der „Deutsche Konsumentenbund e.V.“ mit Sitz in Kassel. Er verfolgt den Zweck der Förderung von Verbraucherberatung und Verbraucherschutz sowie der Mittelbeschaffung für gemeinnützige Zwecke (Deutsche Konsumentenbund e.V., 2014a). Aktuell wurde eine Anfrage zur Durchsetzung der HCVO

---

<sup>16</sup> Das Bundesamt für Justiz führt diese Liste. Auf Antrag werden rechtsfähige Verbände eingetragen, zu deren satzungsmäßigen Aufgaben es gehört, die Interessen der Verbraucher durch Aufklärung und Beratung nicht gewerbsmäßig und nicht nur vorübergehend wahrzunehmen, wenn sie in diesem Aufgabenbereich tätige Verbände oder mindestens 75 natürliche Personen als Mitglieder haben, seit mindestens einem Jahr bestehen und auf Grund ihrer bisherigen Tätigkeit Gewähr für eine sachgerechte Aufgabenerfüllung bieten. Es wird unwiderleglich vermutet, dass Verbraucherzentralen und andere Verbraucherverbände, die mit öffentlichen Mitteln gefördert werden, diese Voraussetzungen erfüllen (§ 4 Abs. 2 UKlaG).

in den Bundesländern durchgeführt. Die Ergebnisse sind im nachfolgenden Kapitel dargestellt (Deutscher Konsumentenbund e.V., 2014b).

Zudem ist der „Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände - Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.“ (VZBV) mit Sitz in Berlin die Dachorganisation von über 50 Verbraucherverbänden, darunter auch die 16 Verbraucherzentralen der Bundesländer. Der VZBV verfolgt den Zweck, Verbraucherinteressen wahrzunehmen, den Verbraucherschutz zu fördern, die Stellung des Verbrauchers in der sozialen Marktwirtschaft zu stärken und zur Verwirklichung einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen. Weiterhin möchte er Verstöße u. a. gegen das UWG und andere Verbraucherschutzgesetze durch geeignete Maßnahmen unterbinden, erforderlichenfalls auch durch Einleitung gerichtlicher Maßnahmen sowohl national als auch international (Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., 2010). In diesem Rahmen setzt sich der VZBV auch aktiv gegen Verstöße der HCVO ein. Allein im Zeitraum vom 06.04.2010 bis 16.09.2013 wurden diesbezüglich 13 Abmahnungen an Lebensmittelunternehmen gerichtet (Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., o.J.). Zudem betreiben sie gemeinsam mit der Verbraucherzentrale Hessen das Verbraucherportal [Lebensmittelklarheit.de](http://Lebensmittelklarheit.de), das im Rahmen der Initiative "Mehr Klarheit und Wahrheit bei der Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln" vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) gefördert wird. Verbraucher haben hier die Möglichkeit, durch das Einsenden von irreführenden Produkten sich aktiv einzubringen. Darunter befinden sich auch häufig Produkte mit HCVO-betreffenden Angaben. Die betroffenen Unternehmen müssen dann ihre Position zu den fraglichen Produktkennzeichnungen öffentlich darstellen und erläutern, warum sie die vom Verbraucher gemeldete Aufmachung ihres Produktes gerade so gewählt haben (Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., o.J.).

Anhand dieser Beispiele wird ersichtlich, dass Vereine und Verbände neben den Mitbewerbern einen maßgeblichen Beitrag zur Kontrolle der HCVO-Konformität gegenüber Lebensmittelunternehmern leisten. Auch wenn Vereine nicht Teil der amtlich geregelten LMÜ sind, bilden sie dennoch eine wichtige Ergänzung zu deren Aufgabenbereichen.

#### **Ergebnisse der Überwachung**

Wie bereits angekündigt, hat der deutsche Konsumentenbund eine Umfrage zur konkreten Gewährleistung der amtlichen Kontrolle zur Einhaltung der HCVO initiiert. Hierzu wurden alle Landesverbraucherschutzministerien mit einem Schreiben vom 18.12.2013 um Stellungnahme bis zum 15.02.2014 gebeten. Insgesamt haben jedoch nur fünf<sup>17</sup> von 16 Bundesländern fristgerecht reagiert.

Baden Württemberg und Nordrhein Westfalen gab an, dass zwar bei jeder Plankontrolle vor Ort auch Sichtkontrollen vorgenommen werden, eine differenzierte Beurteilung von HCVO-betreffenden Angaben wäre aber in Anbetracht der komplexen Regelungen kaum möglich. Bei offensichtlichen Verstößen bzw. Vorliegen eines Verdachtes gegen die Verordnung erfolgt jedoch eine umfassende risikobasierte Kontrolle. In den Bundesländern Bremen, Hessen und Hamburg sind die Kontrollen zur HCVO nur anlassbezogen vorgesehen, insbesondere weil die amtliche LMÜ risikoorientiert auszurichten ist und in diesem Sinne die betrieblichen Prozessabläufe sowie Eigenkontrollmaßnahmen im Fokus der Überwachungsbehörde stehen. Zudem kann wie bereits erwähnt kein Bundesland retrospektiv statistische Auswertungen zur HCVO-Konformität zur Verfügung stellen, da solche Beanstandungen nur als allgemeine Kennzeichnungsverstöße erfasst werden. Bezüglich der aktuellen Durchsetzung der HCVO-Konformität durch die Bundesländer betont Baden Württemberg, dass die rechtmäßige Kontrolle durch die on hold Claims und dem unklaren Verhältnis der HCVO zu Nahrungsergänzungsmitteln sowie bilanzierten Diäten erschwert sei. Sie würden eine klare Regelung auf europäischer Ebene begrüßen. Auch Hamburg kritisiert am Beispiel der zahlreichen Gerichtsverfahren die fehlende Übersichtlichkeit der Rechtslage. Weiterhin wurde die Rolle der qualifizierten Einrichtungen aktuell und mit Blick auf die Zukunft im Bereich der HCVO-Kontrolle sowie die Relevanz von Verbänden in diesem Bereich hinterfragt. Hierzu betrachtet Baden Württemberg als Aufgabe der amtlichen LMÜ lediglich „die Kontrolle der Kontrolle“, da jeder Lebensmittelunternehmer eigenverantwortlich und mit höchster Sorgfaltspflicht das geltende Recht umzusetzen hat. Diese Aufgabe sollte grundsätzlich hoheitliche Aufgabe des Landes bleiben, kann aber durch Verbraucherzentralen o.ä. sinnvoll ergänzt werden. Hamburg ist ebenfalls der Meinung, dass die Verbraucherzentralen einen wertvollen Beitrag zur Optimierung der Rechtsdurchsetzung leisten (Deutscher Konsumentenbund e.V., 2014b).

---

<sup>17</sup> Teilnehmende Bundesländer: Baden-Württemberg, Bremen, Hamburg, Hessen, Nordrhein-Westfalen.

Insgesamt ist der Bedarf an amtlichen Kontrollen weiterhin sehr hoch einzuschätzen. Dies zeigt der Jahresbericht 2012 der Bundesrepublik Deutschland zum MNKP. Demnach sind 18 % der Beanstandungsquote zwischen 2008 und 2012 auf Verstöße gegen die Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln zurückzuführen (BMELV, 2013, S. 22). Bei den Veränderungen der Verstößarten beanstandeter Proben lagen die Verstöße gegen Kennzeichnung und Aufmachung sogar bei über 50 % (BMELV, 2013, S. 26).

Zudem haben zwei Bundesländer in den jährlichen Verbraucherschutzberichten die Relevanz der behördlichen HCVO-Kontrolle betont (Stand: 11.04.2014). Im sächsischen Verbraucherbericht 2011 wurde sogar im Rahmen eines speziellen Landesüberwachungsprogramms (LÜP) die formelle Aufmachung der Etiketten und Verpackungen von sächsischen Herstellern zur Umsetzung der HCVO geprüft. Insgesamt konnten die Kontrollergebnisse von sieben Betrieben<sup>18</sup> in die Auswertung einbezogen werden. Von 160 geprüften Etiketten trugen 106 Etiketten (66 %) nährwertbezogene Angaben und 47 Etiketten (29 %) gesundheitsbezogene Angaben. Von den 106 Etiketten mit nährwertbezogenen Angaben entsprachen 35 nicht den Regelungen der HCVO. Für die Nichtkonformität sind zum einen die Verwendung der nicht im Anhang der HCVO aufgeführten nährwertbezogenen Angabe „säurearm“ bei Erzeugnissen des Herstellers von Säuglings- und Kleinkindnahrung (26 Produkte) verantwortlich. Zum anderen wurde die Angabe „ohne Kristallzuckerzusatz“ bzw. „ohne Zuckerzusatz“ bei neun Produkten trotz Verwendung zusätzlicher „Fruchtsüße“ bei der Herstellung von flüssigen Obsterzeugnissen (Säfte, Nektare) deklariert. Von 47 Etiketten mit gesundheitsbezogenen Angaben lagen 13 formelle Verstöße gegen die HCVO vor. In allen Fällen fehlten die beiden obligatorischen Hinweise auf die Bedeutung einer abwechslungsreichen Ernährung und einer gesunden Lebensweise und die Informationen zur Menge des Lebensmittels, die notwendig ist, um die behauptete positive Wirkung zu erzielen. Hingegen war die bei Verwendung gesundheitsbezogener Angaben geforderte Nährwertkennzeichnung außer bei einem Produkt immer vorhanden (Sächsisches Staatsministerium für Soziales und Verbraucherschutz, 2011, S. 17). Zudem wurden bei weiteren Überwachungsprogrammen die „alkoholfreien Getränke“ mit 70 % Beanstandungen durch funktionelle Zusätze von Vitaminen und Mineralstoffen sowie anregenden, stimulierenden oder antioxidativ wirkenden Stoffen und Pflanzenextrakten registriert. Grund sind gesundheitliche Vorteile, die wissenschaftlich nicht gesichert waren und nährwertbezogene Angaben, die die Bedingungen der Verordnung nicht erfüllten. In

---

<sup>18</sup> Kontrollierte Betriebe: zwei Obstkellereien, zwei Nahrungsmittelhersteller, ein Backwarenhersteller, ein Hersteller von Säuglings- und Kleinkindnahrung und ein Hersteller von Tee und teeähnlichen Erzeugnissen.

einigen Fällen fehlten auch hier die bereits genannten obligatorischen Hinweise. Auch bei „alkoholischen Getränken außer Wein“ wurden auffällig viele unzulässige nährwert- bzw. gesundheitsbezogene Angaben wie „verdauungsfördernd“, „verdauungsanregend“, „appetitanregend“, „wohltuend“ oder „bekömmlich“ bemängelt (Sächsisches Staatsministerium für Soziales und Verbraucherschutz, 2011, S. 12). Weiterhin waren im „sächsischen Verbraucherschutzbericht 2012“ Hauptbeanstandungsgrund bei Nahrungsergänzungsmitteln Verstöße gegen das Irreführungsverbot im Zusammenhang mit den Festlegungen der HCVO. Bei Säuglings- und Kleinkindernahrung waren häufig die nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben noch nicht an die Vorschriften der HCVO angepasst wie z. B. Hinweise auf die Regulierung des Stuhles oder die niedrige Allergenität. Auch bei den diätetischen Lebensmitteln für intensive Muskelanstrengungen (Sportlerlebensmittel) basierten die meisten Kennzeichnungsbeanstandungen auf der HCVO und den nicht hinreichend wissenschaftlich belegbaren Wirkaussagen. Bei Tee und teeähnlichen Erzeugnissen führten fehlende Nährwertangaben bei Vitaminzusätzen zur überwiegenden Beanstandung sowie die Verwendung nicht zugelassener, gesundheitsbezogener Angaben (Sächsisches Staatsministerium für Soziales und Verbraucherschutz, 2013, S. 14-16). Ferner wurden im Verbraucherschutzbericht 2012 in Mecklenburg-Vorpommern 13,8 % Beanstandungen bei Lebensmitteln vermerkt (Probenanzahl 7.654). 60 % der Abweichungen betrafen die Kennzeichnung und Aufmachung. Dazu gehörten auch vermehrt Mängel gesundheitsbezogener Angaben auf Lebensmitteln bzw. Angaben, die zumindest einen positiven Gesundheitseffekt suggerierten (Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz Mecklenburg-Vorpommern, 2013, S. 46).

Auch wenn diese Ergebnisse nicht bundesweit repräsentativ sind zeigt sich, dass Beanstandungen zur HCVO durchweg bei den unterschiedlichsten Produktkategorien auftreten. Die Gründe dafür sind nicht eindeutig. Die Kritik einiger Bundesländer deutet darauf hin, dass die aktuelle Rechtsprechung zu nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben sowohl für die Lebensmittelhersteller als auch für die amtliche LMÜ aufgrund der Komplexität und Unvollständigkeit nicht ausreichend praktikabel ist. Nicht zuletzt bleibt durch die mangelnde Erhebung von Beanstandungen eine Reaktion auf mögliche Missstände aus. Dies könnte zu gleich ein Hinweis auf die mangelnde Umsetzung der zusätzlich geplanten Instrumente für die Überwachungsstellen sein.

### **3.2.6 Kritische Betrachtung**

Die Praxis zeigte schnell, welche Anwendungsfragen sich zur Health-Claims-Verordnung ergeben und wo aufgrund lückenhafter Bestimmungen die Schwächen der Verordnung liegen. Die wichtigsten Punkte werden im Folgenden genannt.

#### **Abgrenzungsproblematik**

Viele Gerichtsurteile haben sich in den vergangenen Jahren damit beschäftigt, ob bestimmte Angaben über Lebensmittel in den Geltungsbereich der HCVO fallen. Ab wann aus Verbrauchersicht etwas erklärt, suggeriert oder auch nur mittelbar zum Ausdruck gebracht wird, ist dabei teilweise weit auszulegen. Auch die Abgrenzung zwischen den verschiedenen Angaben sowie die Grenzen zwischen krankheitsbezogenen Angaben und dem Verbot krankheitsbezogener Werbung sind nicht immer eindeutig. Zu gleich ist der Verweis auf allgemeine, nichtspezifische Vorteile des Nährstoffs oder Lebensmittels für die „Gesundheit im Allgemeinen“ oder das „gesundheitsbezogene Wohlbefinden“ nicht immer eindeutig von dem „allgemeinen Wohlbefinden“ abzugrenzen.

#### **Prüfung nationaler Rechtsvorschriften**

Nach Artikel 22 der HCVO dürfen Mitgliedsstaaten den Handel oder die Werbung mit Lebensmitteln nicht durch die Anwendung nicht harmonisierter nationaler Vorschriften einschränken oder verbieten. Für den Zusatz von Stoffen zu Lebensmitteln und die Einstufung von Produkten als Lebensmittel oder Arzneimittel gelten allerdings spezifische EU- und einzelstaatliche Rechtsvorschriften. Eine gemäß der HCVO getroffene Entscheidung über die Aufnahme einer gesundheitsbezogenen Angabe in die Gemeinschaftsliste ist jedoch nicht gleichbedeutend mit einer Zulassung für das Inverkehrbringen des Stoffes, auf den sich die Angabe bezieht. Der Inverkehrbringer muss daher zuvor prüfen, ob die lebensmittelrechtlichen Anforderungen des jeweiligen Mitgliedsstaates die Bedingung zur Verwendung des Stoffes zulassen (Erwägungsgrund 17 VO (EU) Nr. 432/2012). Dies umfasst vor allem die Übereinstimmung mit der Definition von Lebensmitteln (Art. 2 EG-Basisverordnung) sowie die Einhaltung der Bedingungen zur allgemeinen Unbedenklichkeit von Lebensmitteln (Art. 14 EG-Basisverordnung). Ein bekanntes Beispiel für ein nationales Verbot einer zugelassenen, gesundheitsbezogenen Angabe ist das Hormon Melatonin. Dieser Stoff wird in Deutschland unabhängig von der Dosierung im Sinne von § 1 Nr. 1 gemäß Arzneimittelverschreibungsverordnung als Arzneimittel im Anhang 1 der Verordnung gelistet. Demzufolge dürfen für solche nicht-verkehrsfähigen Lebensmittel auch keine Angaben der HCVO verwendet werden.

### Höchstmengen für Vitamine und Mineralstoffe

Welche Vitamine und Mineralstoffe zur Anreicherung von Lebensmitteln und für Nahrungsergänzungsmittel zugelassen sind, wurde weitestgehend durch die VO (EG) Nr. 1925/2006 und VO (EG) Nr. 1170/2009 harmonisiert. Obwohl für einige dieser Stoffe sogar tägliche Referenzmengen bestimmt wurden, fehlt es immer noch an europaweit zulässigen Höchstmengen. Immerhin kann gemäß der Anreicherungsverordnung eine übermäßige Zufuhr an Vitaminen und Mineralstoffen schädliche Auswirkungen auf die Gesundheit haben, weshalb es gegebenenfalls erforderlich ist, sichere Höchstgehalte für den Zusatz dieser Stoffe zu Lebensmitteln festzulegen (Erwägungsgrund 14 VO (EG) Nr. 1925/2006). In Abbildung 3 ist eine Übersicht über die Beurteilung des Risikos einer Überdosierung von bestimmten Mikronährstoffen abgebildet. Die Höhe des Risikos setzt sich dabei aus der Sicherheitsspanne zwischen der empfohlenen Aufnahme und dem Tolerable Upper Intake Level (UL) zusammen. Demnach besteht u. a. bei Vitamin A und Vitamin D ein hohes Risiko einer Überdosierung (Ebermann & Elmadfa, 2011, S. 744). Für die Zulassung solcher Nährstoffe für gesundheitsbezogene Angaben überprüft die EFSA jedoch lediglich, ob diese durch wissenschaftliche Nachweise abgesichert sind und die Formulierung der Angaben den Kriterien der Verordnung entspricht (Art. 16 Abs. 3 lit. a, b HCVO). Eine Risikobewertung der Wirkstoffe bleibt wie bereits erwähnt aus.

Risiko einer Überdosierung	Sicherheitsspanne zwischen empfohlener Aufnahme und UL	Nährstoffe
niedrig	kein UL definiert, da selbst bei hoher Zufuhr ( $\geq 100\times$ Empfehlung) keine toxischen Effekte beobachtet wurden	Vitamin B <sub>1</sub> , Vitamin B <sub>2</sub> , Vitamin B <sub>12</sub> , Pantothen-säure, Biotin, Cr
mittel	mittel (UL entspricht dem 5- bis 100-Fachen des empfohlenen Wertes)	Vitamin E, Vitamin C, Vitamin B <sub>6</sub>
hoch	gering (UL < 5-Faches der Empfehlung)	Vitamin A, Vitamin D, Niacin, synthetische Folsäure, Fe, I, Zn, Se, Cu, F, Mn, Ca, Mg, P

Abbildung 3: Risiko einer Überdosierung von Mikronährstoffen

(Quelle: Ebermann & Elmadfa, 2011, S. 744)

Auf eine kleine Anfrage vom 28.04.2014 zum Thema Verbraucherschutzniveau angesichts der noch ausstehenden europäischen Festsetzung von Höchstmengen für Vitamine und Mineralstoffe teilte die Bundesregierung mit, dass sich nachdrücklich für dessen rasche Harmonisierung eingesetzt wird. Auf die Frage wie die Bundesregierung die Gefahr der Überdosierung von Vitaminen und Mineralstoffen aufgrund gesundheitsbezogener Angaben auf Lebensmitteln beurteilt wurde darauf verwiesen, dass durch die Zulassungspflicht der gesundheitsbezogenen Angaben in Verbindung mit

bestimmten Bedingungen für deren Verwendung der Bereich heute besser reguliert ist als vor Inkrafttreten der HCVO. Weiterhin gilt unbeschadet, dass Lebensmittel, die gesundheitlich bedenkliche Vitamin- oder Mineralstoffgehalte aufweisen, nicht sicher und damit nicht verkehrsfähig sind (Deutscher Bundestag, 2014).

#### **Referenzmengen für Vitamine und Mineralstoffe**

Bei einigen gesundheitsbezogenen Angaben über Vitamine oder Mineralstoffe sind die Bedingungen zur Verwendung an entsprechende Nährwertbezogene Angaben geknüpft. Diese wiederum sind an die Referenzmengen für die tägliche Zufuhr von Vitaminen und Mineralstoffen der LMIV gebunden (Anhang XII LMIV). Der Mindestgehalt an Vitaminen und Mineralstoffen liegt hier bei 15 % der Nährstoffbezugswerte je 100 g, 100 ml oder Portion. Diese Bestimmung steht jedoch im Widerspruch zur HCVO, da Nährstoffe oder andere Substanzen im Endprodukt in einer signifikanten Menge vorhanden sein müssen, die nach allgemein anerkannten wissenschaftlichen Nachweisen geeignet ist, die behauptete ernährungsbezogene oder physiologische Wirkung zu erzielen (Art. 5 Abs. 1 lit. b, i) HCVO). Im Falle von L-Tyrosin und L-Arginin hat die EFSA den Artikel 5 sehr streng ausgelegt. Trotz der bekannten biochemischen Rollen dieser beiden Aminosäuren, konnte die EFSA keine Mengen pro Tag angeben, damit die jeweiligen positiven physiologischen Wirkungen erzielt werden. Beide Angaben wurden folglich abgelehnt (Erwägungsgrund 13 VO (EU) Nr. 536/2012). Darüber hinaus beziehen sich die genannten Referenzmengen ausschließlich auf den Bedarf von Erwachsenen. Bedürfnisorientierte Mengen für spezielle Verbrauchergruppen wie Kinder existieren nicht.

#### **Nährwertprofile**

Bis heute stehen die vorgesehenen Nährwertprofile als Bedingung für die Verwendung von nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben aus. Dennoch sieht die Bundesregierung den Verbraucherschutz durch die Health-Claims-Verordnung grundsätzlich gewährleistet. Gleichwohl wurde sich wiederholt und auf verschiedenen Ebenen bei der Europäischen Kommission für die Vorlage eines geeigneten Konzepts für Nährwertprofile ausgesprochen, das die traditionellen Ernährungsgewohnheiten und traditionelle Lebensmittel berücksichtigt (Deutscher Bundestag, 2014).

Für viele Müsliprodukte würde die Einführung von Nährwertprofilen allerdings eine drastische Reduzierung von nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben bedeuten. Insbesondere genussreiche Sorten wie Schoko-Müslis oder Crunchy-Müslis könnten dann aufgrund zu hoher Fett-, Zucker- oder Salzgehalte nur mit nährwertbezogenen Angaben zur Reduzierung dieser Nährstoffe beworben werden (Art. 2 lit. a HCVO). Ein Beispiel für Nährwertprofile in Norwegen, Schweden und Dänemark ist das Keyhole-Model. Diese

freiwillige Kennzeichnung beurteilt 26 verschiedene Lebensmittelkategorien nach festgelegten Kriterien. Für die Gruppe Müsli dürfen demnach nur Sorten mit mindestens 6 g/100 g Ballaststoffen, maximal 13 g/100 g Zucker (Mono- und Disaccharid), 7 g/100 g Fett sowie 0,5 g/100 g Natrium und 50 % Vollkornanteil dieses Label nutzen (Jansson, 2007; o.A., 2009). Eine interne Prüfung bei der mymuesli GmbH zeigte, dass das Keyhole-Model aufgrund der strengen Kriterien nur auf einige wenige Müsliarten anzuwenden wäre und somit eine geringe Praxisrelevanz aufzeigt.

#### **Claims on hold**

„Claims on hold“ beschreiben Angaben, deren Bewertung durch die EFSA und deren Prüfung durch die Kommission noch nicht abgeschlossen ist. Diese dürfen gemäß Art. 28 Abs. 5 und 6 der HCVO unter der Verantwortung von Lebensmittelunternehmern weiter verwendet werden, sofern die Angaben dieser Verordnung und den einschlägigen einzelstaatlichen Vorschriften entsprechen (Erwägungsgrund 11 VO (EU) Nr. 432/2012). Hierzu gehören die im September 2010 von der Kommission zurückgestellten gesundheitsbezogenen Angaben über pflanzliche Inhaltsstoffe (engl. Botanicals), da eine Bewertung nach den Kriterien der HCVO nicht ohne weiteres anzuwenden ist (Europäische Kommission, 2011). Grund hierfür ist ein fehlendes zentralisiertes Zulassungsverfahren auf EU-Ebene (EFSA, 2012). Dadurch kann es vorkommen, dass bestimmte pflanzliche Substanzen sowohl Bestandteil von traditionellen pflanzlichen Heilmitteln als auch von Lebensmitteln sind. Das wiederum würde bedeuten, dass für ein und dieselbe Substanz je nach rechtlicher Einstufung (ob Arzneimittel oder Lebensmittel) unterschiedliche Anforderungen greifen. Problematisch wird es dann, wenn von einer Substanz die gleiche Dosis zur therapeutischen Wirkung eines pflanzlichen Heilmittels wie für die ernährungsbezogene oder physiologische Wirkung einer gesundheitsbezogene Angabe benötigt wird (Europäische Kommission, 2011).

Für das weitere Vorgehen hat die Kommission im August 2012 ein Diskussionspapier mit zwei Möglichkeiten für die zukünftige Bewertung solcher Angaben veröffentlicht. Bei der ersten Option wird der Status quo erhalten, d.h. Botanicals werden nach den gleich hohen wissenschaftlichen Kriterien der EFSA bewertet wie gesundheitsbezogene Angaben. Dies würde erfahrungsgemäß bedeuten, dass die meisten Botanical-Claims abgelehnt werden. Bei der zweiten Option soll die Sonderstellung der Botanicals durch eine Änderung des bisherigen Bewertungsansatzes mehr Berücksichtigung finden. Hierfür soll entgegen der HCVO als wissenschaftliche Grundlage die evidenzbasierte traditionelle Verwendung betrachtet werden (Europäische Kommission, 2012). Bis heute blieb die Entscheidung für eine der beiden Bewertungen jedoch aus.

### **4 Werbung mit nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben über Müsli**

In diesem Kapitel wird thematisiert, wie Müsli durch den Einsatz von nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben seine Bedeutung als Functional Food erhält. Nach einer begrifflichen Einordnung wird zudem der Einfluss von Functional Food auf die Kaufentscheidung der Verbraucher betrachtet. Von besonderem Interesse sind hierbei die Möglichkeiten einer zielgruppenspezifischen Werbung über Müsli.

#### **4.1 Begriffsbestimmungen**

##### **Müsli**

Weder im europäischen Lebensmittelrecht noch in den Leitsätzen des Deutschen Lebensmittelbuches existieren bislang Regelungen für die Produktgruppe Müsli (BMEL, o.J.). Lediglich die Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG) hat in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft Deutscher Chemiker (GDCh) zu Zertifizierungszwecken eine eigene Begriffsbestimmung vorgenommen. Im Mittelpunkt dieser Qualitätsprüfung steht vorrangig die sensorische Lebensmittelanalyse. Demnach besteht „Müsli“ überwiegend aus einer oder mehreren Speisegetreidearten, die z. B. flockiert, geschrotet und/oder gequetscht sind sowie knusprig oder anderweitig zubereitet sein können. Müsli enthält mindestens zwei weitere Komponenten, üblicherweise Trockenfrüchte und ölhaltige Samen in verschiedener Form. Zum Fruchtgehalt des Müslis zählen neben Trockenfrüchten auch Fruchtsäfte und die Fruchtanteile von kandierten Früchten, Orangeat, Zitronat und anderen fruchthaltigen Zubereitungen. Zudem können zahlreiche weitere Zutaten wie würzig-pikante Mischungen enthalten sein. Zutaten, auf die in der Bezeichnung hingewiesen wird, müssen in ernährungsphysiologisch wertbestimmender und/oder sensorisch deutlich wahrnehmbarer Menge enthalten sein. Besteht ein Müsli überwiegend z. B. aus der Getreideart Hafer, so kann die Verkehrsbezeichnung Hafermüsli lauten. Gleiches gilt für Früchtemüslis, die einen sensorisch deutlich wahrnehmbaren Anteil an Trockenfrüchten aufweisen müssen (DLG Prüfbestimmungen, 2013, S. 13 f.).

Darüber hinaus wird das klassische Müsliortiment immer häufiger durch die schottische Tradition „Porridge“ (dt. Haferbrei) ergänzt. Hierfür werden zarte Haferflocken oder andere Getreideflocken mit weiteren Zutaten ergänzt und durch das Hinzufügen von Milch und/oder Wasser zu einer breiigen Konsistenz verarbeitet.

### **Functional Food**

Wenn ausgewählte Zutaten z. B. im Müsli einen gesundheitlichen Mehrwert bezwecken, spricht man von funktionellen Lebensmitteln (engl. Functional Food). Diese sind jedoch keine klar definierte Produktgruppe, die eine weltweit anerkannte und rechtlich geltende Definition besitzt. Viel mehr gibt es einzelstaatliche Regelungen, die mehr oder weniger stark voneinander abweichen. 1991 setzte Japan den Trend zum Functional Food (FF) unter der Bezeichnung „Food for Specific Health Use“ (FOSHU) in Bewegung. Anders als in Europa werden diese Lebensmittel von dem Ministerium für Gesundheit, Arbeit und Soziales durch Vergabe des FOSHU-Siegels zugelassen und überwacht (Ministry of Health, Labour and Welfare, o.J.). In den USA wird FF durch die Food and Drug Administration Modernization Act of 1997 (FDAMA) geregelt. Demnach dürfen Unternehmen nur dann gesundheits- und nährwertbezogene Angaben verwenden, wenn diese durch eine amtliche Bewertung einer staatlichen Institution, z. B. der National Academy of Sciences zugelassen wurden (U.S. Food and Drug Administration, 1998).

Unter Berücksichtigung der genannten länderspezifischen Definitionen, hat das International Life Sciences Institute-Europe (ILSI-Europe) von 1995 bis 1998 im Rahmen des von der EU initiierten Projekts „Functional Food Science in Europe“ (FUFOSE) über die Wissenschaft funktioneller Lebensmittel in Europa ein Konsensdokument zu den „Scientific Concepts of Functional Food“ erarbeitet. In diesem wurde aufgrund fehlender Einheitlichkeit und Rechtsbindung eine Arbeitsdefinition für Functional Food veröffentlicht. Demnach können Lebensmittel als *funktional* betrachtet werden, die einen gesundheitlichen Zusatznutzen für den Verbraucher aufweisen, der über die reine Sättigung, die Zufuhr von Nährstoffen und die Befriedigung von Genuss und Geschmack hinausgeht. Und das in einer Weise, die zu einem verbesserten Zustand der Gesundheit sowie des Wohlbefindens und/oder der Verringerung des Risikos von Krankheiten führt. Funktionelle Lebensmittel sind Bestandteil einer normalen Ernährung und werden nicht in Form von Pillen oder Kapseln verzehrt (ILSI-Europe, 1999, S. 6).

Diese Arbeitsdefinition erfährt aufgrund des im Vordergrund stehenden wissenschaftlichen Nachweises und der Unbedenklichkeit der Stoffe in der Wissenschaft große Akzeptanz. Dennoch hat sie keine rechtliche Verbindlichkeit, sodass funktionelle Lebensmittel den allgemeinen lebensmittelrechtlichen Rahmenbedingungen unterliegen und die Arbeitsdefinition somit ihre Gültigkeit verliert. Gleichwohl symbolisiert Functional Food ein neues Gesundheits- und Körperbewusstsein und verdeutlicht auch im Kontext der vorliegenden Arbeit durch die begriffliche Entwicklung vom einstigen Frischkornbrei zum funktionellen Müsli den Trend gesundheitsorientierter Verbraucherbedürfnisse.

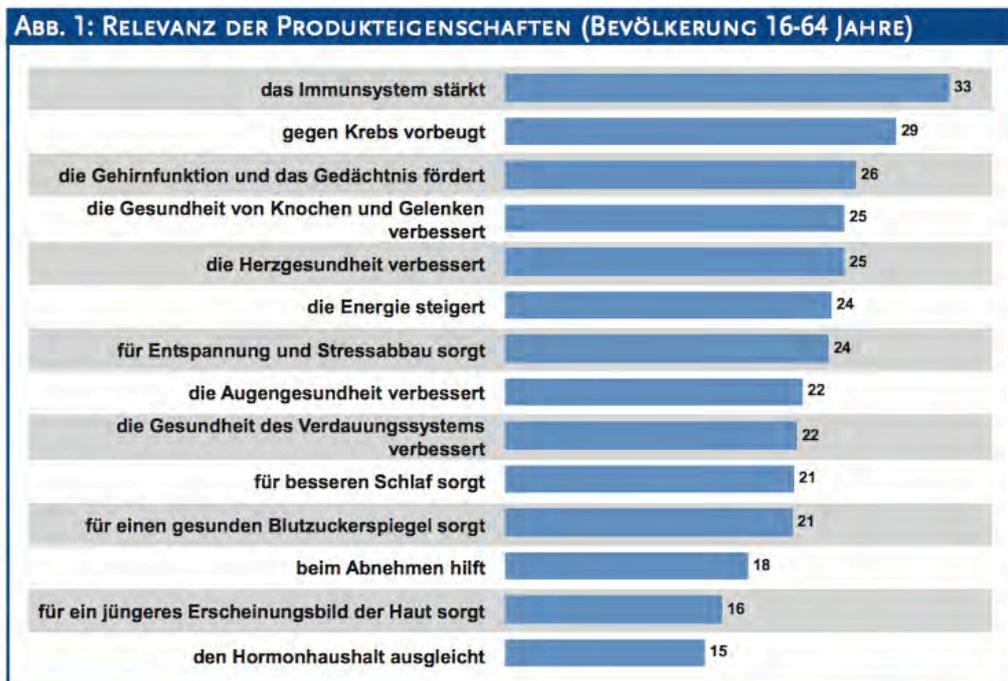
### 4.2 Die Idee funktioneller Lebensmittel

Die Idee, bestimmte Eigenschaften der Nahrung zu Heilzwecken zu nutzen, ist nicht neu. Insbesondere bei pflanzlichen Produkten wurde sie schon seit Jahrhunderten eingesetzt. Die heutige Technologie erlaubt schließlich tiefere Einblicke in die Effekte von Nahrungsbestandteilen auf Körperfunktionen, sodass funktionelle Inhaltsstoffe in Lebensmitteln gezielt analysiert werden können (Ebermann & Elmadfa, 2011, S. 735 f.). Ein funktionelles Lebensmittel kann ein Lebensmittel sein, das von Natur aus wertgebende Bestandteile enthält. Dabei kann die natürliche Struktur einer oder mehrerer Komponenten modifiziert oder deren Bioverfügbarkeit verändert werden. Darüber hinaus kann ein funktionelles Lebensmittel auf unterschiedliche Weise erzeugt werden, z. B. durch den Austausch unerwünschter Komponenten, durch die Erhöhung des Anteils von wertgebenden Inhaltsstoffen oder durch den Zusatz einer bisher im Lebensmittel nicht vorkommenden wertgebenden Substanz (ILSI-Europe, 1999, S. 6).

Nach der FUFOSE-Definition hat Functional Food den Zweck eines gesundheitlichen Zusatznutzens, der über die reine Zufuhr von Nährstoffen hinausgeht. Es stellt sich folglich die Frage, ob z. B. jodiertes Speisesalz, mit dem Zweck durch die schwere Verfügbarkeit in Lebensmitteln eine Unterversorgung zu verhindern, noch als Functional Food gilt (Ebermann & Elmadfa, 2011, S. 739 f.). Immerhin ist Jod nach der aktuellen nationalen Verzehrstudie ein Risikonährstoff für die deutsche Bevölkerung. Wenn kein Jodsalz verwendet wird, erreichen 96 % der Männer und 97 % der Frauen die Empfehlung für die Jodzufuhr nicht. Die Verwendung von jodiertem Speisesalz im Haushalt sowie in der gewerblichen Lebensmittelherstellung trägt daher wesentlich zur Versorgung mit Jod bei (Max Rubner-Institut, 2008, S. XXIV, 137). Doch auch nach Pütz ist die eigentliche Aufgabe funktioneller Lebensmittel nicht, eine Mangelerscheinung zu verhindern oder auszugleichen. Viel mehr dienen sie dazu, die Gesundheit zu stärken bzw. auf aktive Weise positiv zu beeinflussen und nur im weiteren Sinne das Risiko bestimmter Krankheiten zu senken (Pütz, 2012, S. 1). Insbesondere in Industriestaaten werden daher häufig Lebensmittel mit Inhaltsstoffen angereichert, die keinem zwingenden Mangel vorbeugen (Ebermann & Elmadfa, 2011, S. 739 f.). Im Anhang der HCVO wird Jod zur Unterstützung einer normalen Produktion von Schilddrüsenhormonen und zu einer normalen Schilddrüsenfunktion aufgeführt. Dass durch den Verzehr des Nährstoffs gleichwohl eine Unterversorgung aufgrund einer schlechten Versorgungssituation verhindert werden kann zeigt, dass jede Aufrechterhaltung des Normalzustands zu gleich einem Mangel vorbeugt. Es bleibt daher Ansichtssache, wie streng die Arbeitsdefinition ausgelegt wird und potenzielle physiologische Wirkungen Berücksichtigung finden.

### 4.3 Bedürfnisse der Verbraucher und Akzeptanz von Functional Food

Im Folgenden wird die Motivation für die Kaufentscheidung von funktionellen Lebensmitteln analysiert. Nach den Ergebnissen einer Online-Umfrage des Markt- und Werbeforschungsinstituts Ipsos GmbH haben im Jahr 2011 von 1.000 deutschsprachigen Internetnutzern immerhin 27 % während der letzten sechs Monate einmal pro Woche und häufiger Nahrungsmittel mit zusätzlichen Inhaltsstoffen konsumiert. Die Gründe dafür sind unterschiedlich. 44 % haben beim Verzehr von FF das Gefühl, ihrem Körper etwas Gutes zu tun. Für etwa jeden Dritten gehören Lebensmittel mit gesundheitlichem Zusatznutzen zu einer ausgewogenen Ernährung. Jeder Fünfte kommt auf anderem Weg nicht dazu, sich gesund zu ernähren und etwa einem Drittel der Befragten schmecken die Produkte einfach. Insgesamt gibt die Hälfte der Befragten an, sehr genau auf ihre Gesundheit zu achten. Bei dieser Gruppe ist der Konsum von FF stärker verbreitet (41 % mindestens einmal pro Woche) als bei den weniger Gesundheitsbewussten (17 % mindestens einmal pro Woche). Zu den drei relevantesten Produkteigenschaften von FF gehören laut dieser Umfrage die Stärkung des Immunsystems, gefolgt von der Vorbeugung gegen Krebs sowie der Förderung der Gehirnfunktion und des Gedächtnisses (vgl. Abbildung 4).



Die Liste enthält unterschiedliche Arten von abgepackten Konsumprodukten mit Zusatznutzen. Bitte geben Sie für jede Produktart an, wie wichtig eine solche für Sie persönlich wäre. Ein Lebensmittel- oder Getränkeprodukt, das... (Angaben für „sehr wichtig“, 5er Skala). n=1000 Personen, 16 bis 64 Jahre in Deutschland, Befragungszeitraum 25.02.2011 bis 28.02.2011; Nennungen in %; Quelle: Ipsos Marketing

Abbildung 4: Umfrage zur Einstellung von Functional Food

(Quelle: Havemann, Mattusch, & Ipsos GmbH, 2011)

Weiterhin wird davon ausgegangen, dass der Konsum von funktionellen Lebensmitteln alters- und geschlechterspezifisch geprägt ist. Während die jüngeren Verbraucher diesen Produkten positiv gegenüber stehen, sind ältere Generationen noch skeptisch. Frauen bevorzugen im Gegensatz zu Männern vor allem Produkte, die für die Verbesserung des Verdauungssystems sorgen, beim Abnehmen helfen, für ein jüngeres Erscheinungsbild der Haut sorgen oder den Hormonhaushalt ausgleichen (Havemann, Mattusch, & Ipsos GmbH, 2011, S. 28 f.).

Das Institute for Prospective Technological Studies, ein Institut des Joint Research Centre der Europäischen Kommission, hat eine prospektive Studie über den funktionellen Lebensmittelsektor in der EU durchgeführt. Trotz eines Mangels an einheitlichen quantitativen Daten, wird dem europäischen FF-Markt ein großes Entwicklungspotenzial nachgesagt (Rodriguez-Cerezo & Stein, 2008, S. 63). In einer Umfrage zum Thema Einstellung und Verhaltensweisen beim Lebensmitteleinkauf von Functional Food in vier ausgewählten Mitgliedsstaaten (Deutschland, Großbritannien, Spanien und Polen) war die Mehrheit der Verbraucher dem gegenüber positiv eingestellt. Unter soziodemografischer Betrachtung neigen Frauen auch hier anscheinend eher dazu, funktionelle Lebensmittel zu kaufen als Männer, ebenso wie jüngere Verbraucher mit höherem Einkommen. Dabei sei die Hauptmotivation für den FF-Konsum neben der Wirkung auf die Gesundheit und das Wohlbefinden gleichwohl die sensorischen Eigenschaften, insbesondere der Geschmack. Die Gründe für den Nicht-Kauf waren u. a. die allgemeine Besorgnis über neuartige Lebensmittel, ein schlechter Geschmack, die Abwesenheit von Krankheit, die Angst vor Nebenwirkungen, die Abneigung gegen künstliche Zusatzstoffe, das Misstrauen gegenüber der Wirksamkeit sowie der Preis (Rodriguez-Cerezo & Stein, 2008, S. 6).

Einem Artikel der Rundschau für den Lebensmittelhandel zufolge reagierten viele Müsli- und Cornflakeshersteller auf die Umsatzeinbuße von 2,4 % im Jahr 2011 mit einer Vielzahl innovativer Produkte mit gesundheitlichem Zusatznutzen. Häufig wurde dabei auf reduzierte Zucker- und Fettgehalte sowie erhöhte Ballaststoffgehalte gesetzt (Rausch, 2012, S. 48 f.). Immerhin haben nach der Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse aus dem Jahr 2013 etwa 12,2 Millionen Personen in Deutschland innerhalb der letzten 14 Tage Müsli oder Cornflakes gekauft (Institut für Demoskopie Allensbach, 2013). Im gesamten Biosegment stellt Müsli nach der Gesellschaft für Konsumforschung im Jahr 2009 mit 10,5 % sogar den höchsten Anteil dar (GfK Panel Service, 2009). Nach den Ergebnissen der deutschen Verbrauchs- und Mediaanalyse (VuMA) (vgl. Anhang 2, S. 94) waren im Jahr 2013 etwa 26 % der Deutschen (etwas) interessiert an Informationen über Frühstücksprodukte wie Müsli und Cornflakes. Beim Kauf von Müsli achten knapp 28 % auf Marken und 52 % auf den Preis. Insgesamt bezeichnen sich gut 43 % als generelle

Müsli-Esser, davon 2 % täglich, 7 % mehrmals pro Woche, 5 % einmal pro Woche und 9 % mehrmals pro Monat (VuMA Arbeitsgemeinschaft, 2013, S. 21, 26). Weitere Informationen aus der aktuellen Nationalen Verzehrstudie gehen aufgrund der fehlenden Einzelbetrachtung von Müsli leider nicht hervor (Max Rubner-Institut, 2008).

Für die Schätzung des Umsatzes von Functional Food liegen teilweise sehr unterschiedliche Daten vor. Im Jahr 2007 soll der Umsatz weltweit bei 200 Mrd. US Dollar gelegen haben. Diesen Gesamtumsatz teilen sich überwiegend die drei größten FF-Märkte Japan, USA und Westeuropa. Innerhalb der EU sind Deutschland, Frankreich, Großbritannien und die Niederlande Vorreiter in diesem Bereich. Dabei wird deutlich, dass das Interesse an Functional Food in den zentral-europäischen und nördlichen Ländern Europas höher ist als in den Mittelmeerländern. Weltweit wird dem FF-Markt ein nach wie vor großes Wachstumspotenzial prophezeit (Pütz, 2012, S. 34 f.).

### **4.4 Zielgruppenspezifische Vermarktung von Müsli**

#### **4.4.1 Bestimmungen der Verordnung**

Die HCVO gilt für nährwert- oder gesundheitsbezogene Angaben, die sowohl für die Allgemeinbevölkerung als auch für spezielle Zielgruppen bestimmt sind. Bei Angaben für die allgemeine Bevölkerung wird der normal informierte, aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher unter Berücksichtigung sozialer, kultureller und sprachlicher Faktoren nach der Auslegung des Europäischen Gerichtshofs als Maßstab verwendet. Zudem soll die Ausnutzung von Verbrauchern vermieden werden, die aufgrund bestimmter Charakteristika besonders anfällig für irreführende Angaben sind. Richtet sich daher eine Angabe speziell an eine besondere Verbrauchergruppe, wie z. B. Kinder, so sollte die Auswirkung der Angabe aus der Sicht eines Durchschnittsmitglieds dieser Gruppe beurteilt werden (Erwägungsgrund 16 HCVO). Die Verwendung nährwert- oder gesundheitsbezogener Angaben ist daher nur zulässig, wenn vom durchschnittlichen Verbraucher erwartet werden kann, dass er die positive Wirkung, wie sie in der Angabe dargestellt wird, versteht (Art. 5 Abs. 2 HCVO). Weiterhin muss laut der „Verordnung (EG) Nr. 353/2008 zur Festlegung von Durchführungsbestimmungen für Anträge auf Zulassung gesundheitsbezogener Angaben gemäß Artikel 15 der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006“ die Bevölkerungsgruppe angegeben werden, für die die beantragte gesundheitsbezogene Angabe bestimmt ist (Art. 6 lit. a VO (EG) Nr. 353/2008). Die spezifische Untersuchungsgruppe, in der die Erkenntnisse gewonnen wurden, muss ebenfalls für die bestimmte Bevölkerungsgruppe repräsentativ sein (Anhang Nr. 3 lit. a VO (EG) Nr. 353/2008).

Unter Berücksichtigung der genannten Bestimmungen bieten die Positivlisten der HCVO vielfältige Möglichkeiten, den unterschiedlichen Bedürfnissen verschiedener Zielgruppen nachzugehen. Durch die entsprechende Auswahl der Zutaten kann schließlich die ernährungsphysiologische Qualität der Lebensmittel gezielt gesteigert werden. Somit können sowohl allgemeine als auch maßgeschneiderte *Health Claims* eingesetzt werden. Zu den Health Claims für die durchschnittliche Bevölkerung gehören Angaben, wie „Eisen trägt zu einem normalen Energiestoffwechsel bei“ oder „Cholin trägt zur Erhaltung einer normalen Leberfunktion bei“ (Anhang VO (EU) Nr. 432/2012). Maßgeschneiderte Health Claims können dagegen gezielt die Bedürfnisse spezieller Zielgruppen ansprechen, wie für laktoseintolerante Patienten die beiden Angaben „bei Personen, die Probleme mit der Verdauung von Lactose haben, verbessert Lactase die Lactoseverdauung“ oder „die Verdauung der im Produkt enthaltenen Lactose wird durch Lebendkulturen in Joghurt oder fermentierter Milch bei Personen, die Probleme mit der Lactoseverdauung haben, verbessert“ (Anhang VO (EU) Nr. 432/2012).

Im Folgenden werden beispielhaft die Möglichkeiten und zugleich Grenzen für Lebensmittel mit Fokus auf der Produktgruppe Müsli gezeigt, um durch nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben den potenziellen Bedürfnissen bestimmter Zielgruppen nachzugehen. In diese Darstellung gehen die persönlichen praktischen Erfahrungen ein, die während der Arbeit bei der mymuesli GmbH gewonnen wurden. Diese beziehen sich insbesondere auf die interne Anpassung der HCVO an ein Produktsortiment, das durch eine gezielte Positionierung von Müsliarten für spezielle Verbrauchergruppen wie Kinder, Sportler sowie Männer und Frauen geprägt ist.

### **4.4.2 Zielgruppe Kinder**

Für die Zielgruppe der Kinder bieten Lebensmittelunternehmen immer häufiger Produkte mit nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben an. Hierfür gibt es u. a. zugelassene Angaben über  $\alpha$ -Linolensäure und Linolsäure für ein gesundes Wachstum und eine gesunde Entwicklung sowie Kalzium für ein gesundes Wachstum und eine gesunde Entwicklung der Knochen (Anhang VO (EG) Nr. 983/2009). Auch die nährwertbezogene Angabe „ohne Zuckerzusatz“ ist häufig bei Kindermüsli zu finden, wie bei dem Produkt „Shaun das Schaf – Erste Schritte Müsli“ der Marke Rosengarten.

Trotz der wissenschaftlichen Absicherung dieser Angaben, sollten aus Sicht des Verbraucherschutzes neben den Bedingungen der Verordnung weitere Schutzmaßnahmen berücksichtigt werden. Hierfür hat, wie bereits in Kapitel 3.1 erwähnt, der deutsche Werberat Verhaltensregeln über die kommerzielle Kommunikation für Lebensmittel – insbesondere für die geschäftliche Unerfahrenheit und Schutzbedürftigkeit

von Kindern – verfasst. Demnach sollen keine direkten Aufforderungen zum Kauf oder Konsum an Kinder gerichtet werden und keine direkte Aufforderung an Kinder enthalten, ihre Eltern, sonstige Erwachsene oder andere Kinder zum Kauf des beworbenen Produkts zu bewegen. Kommerzielle Kommunikation für Lebensmittel soll schließlich dem Erlernen eines gesunden, aktiven Lebensstils sowie dem Erlernen einer ausgewogenen, gesunden Ernährung nicht entgegenwirken (Deutscher Werberat, 2009). Bekräftigt wird dies durch eine im Anhang des UWG aufgeführten Liste unzulässiger geschäftlicher Handlungen. Hiernach fallen darunter die in eine Werbung einbezogene unmittelbare Aufforderung an Kinder, selbst die beworbene Ware zu erwerben oder die beworbene Dienstleistung in Anspruch zu nehmen oder ihre Eltern oder andere Erwachsene dazu zu veranlassen (Anhang zu § 3 Abs. 3 Nr. 28 UWG).

### **4.4.3 Zielgruppe Sportler**

Eine weitere bedeutsame Personengruppe insbesondere auch für Müslihersteller sind Sportler. Diese werden u. a. durch Zutaten mit schneller Energiezufuhr, Leistungssteigerung und Regenerationseffekt angesprochen. Ein Beispiel hierfür ist die gesundheitsbezogene Angabe für Erwachsene, die einer intensiven körperlichen Betätigung nachgehen: „Kreatin erhöht die körperliche Leistung bei Schnellkrafttraining im Rahmen kurzzeitiger intensiver körperlicher Betätigung“ (vgl. Anhang VO (EU) Nr. 432/2012). Zudem sind Kohlenhydrat-Elektrolyt-Lösungen zur Aufrechterhaltung der Ausdauerleistung bei längerem Ausdauertraining sowie die Verbesserung der Aufnahme von Wasser während der körperlichen Betätigung nützlich (Anhang VO (EU) Nr. 432/2012). Eine weitere beliebte Angabe zur Zunahme und zum Erhalt von Muskelmasse (Anhang VO (EU) Nr. 432/2012) wird durch eine Erhöhung des Proteingehaltes z. B. durch Molkeproteinpulver wie dem „High-Protein-Müsli“ von mymuesli erreicht (vgl. Abbildung 5). Durch die zusätzlichen Slogans „natürliche Unterstützung für Deinen Muskelaufbau“ und „für ein leckeres Frühstück für Deinen perfekten Start in den Trainingstag“ werden gezielt die Bedürfnisse dieser Gruppe angesprochen (mymuesli GmbH, o.J.). Gleiches bewirken die „Läufermüslis Start und Ziel“ von Bauck in Abbildung 5 durch die Angaben zur Unterstützung von Zink zur normalen Eiweißsynthese, Vitamin B<sub>6</sub> zum normalen Eiweiß- und Glycogenstoffwechsel und Magnesium zur Verringerung von Müdigkeit und Ermüdung sowie zum Beitrag des Elektrolytgleichgewichtes (Bauck GmbH und Co. KG, o.J.).



Abbildung 5: Produktbeispiele für Sportlermüslis

(Quelle: mymuesli GmbH, o.J.; Bauck GmbH und Co. KG, o.J.)

Einige Produkte werben zudem mit einem erhöhten Kohlenhydratanteil. Bei dieser Angabe muss allerdings der Nachweis erbracht werden, dass die gesteigerte Nährstoffzufuhr auch einen positiven Effekt auf die Zielgruppe hat. In der neuen „Rahmenverordnung (EU) Nr. 609/2013 über Lebensmittel für Säuglinge und Kleinkinder, Lebensmittel für besondere medizinische Zwecke und Tagesrationen für gewichtskontrollierende Ernährung“ wird genau dies hinterfragt. Laut Artikel 13 legt die Kommission dem Europäischen Parlament und dem Rat nach Anhörung der Behörde bis zum 20. Juli 2015 einen Bericht über die Frage vor, ob gegebenenfalls Vorschriften für Lebensmittel für Sportler bzw. für intensive Muskelanstrengungen zur Gewährleistung des Verbraucherschutzes erforderlich sind.<sup>19</sup> Bei Zustimmung kann der Bericht gegebenenfalls von einem entsprechenden Gesetzgebungsvorschlag begleitet werden.

#### 4.4.4 Zielgruppe Patienten mit Herz-Kreislauferkrankungen

Laut dem Europäischen Gesundheitsbericht 2012 entfällt ein Großteil der Sterblichkeit auf nichtübertragbare Krankheiten. 2009 waren diese für ungefähr 80 % aller Todesfälle verantwortlich. Hierbei stellen Erkrankungen des Herz-Kreislaufsystems (HKS) in der Europäischen Region mit fast 50 % aller Todesfälle, die wichtigste Ursache für den vorzeitigen Tod dar (WHO-Regionalbüro für Europa, 2012, S. 16 f.). Auch Diabetes, als ein wesentlicher und häufiger Risikofaktor für Erkrankungen des HKS (neben ungünstiger Ernährung, Bewegungsmangel und Adipositas), stellt aufgrund seiner direkten wie indirekten Folgeerkrankungen ein beträchtliches Problem für die öffentliche Gesundheit dar (WHO-Regionalbüro für Europa, 2012, S. 39).

<sup>19</sup> Laut Erwägungsgrund 32 konnte bisher keine Einigung über besondere Vorschriften erzielt werden, da die Ansichten der Mitgliedsstaaten und Interessenträger über Geltungsbereich, Zahl der Unterkategorien, der zu berücksichtigenden Lebensmittel, Kriterien für die Festlegung der Zusammensetzungsanforderungen und potenzielle Auswirkungen auf die Innovation bei der Produktentwicklung weit auseinandergingen (Verordnung (EU) Nr. 609/2013).

Personen, die diesbezüglich ein erhöhtes Krankheitsrisiko besitzen und sich präventiv schützen möchten, können sich durch eine Reihe zugelassener gesundheitsbezogener Angaben angesprochen fühlen. Beispiele hierfür sind: „Walnüsse tragen dazu bei, die Elastizität der Blutgefäße zu verbessern“, „Thiamin trägt zu einer normalen Herzfunktion bei“, „Guarkernmehl trägt zur Aufrechterhaltung eines normalen Cholesterinspiegels im Blut bei“, „Chrom trägt zur Aufrechterhaltung eines normalen Blutzuckerspiegels bei“ (Anhang VO (EU) Nr. 432/2012) oder „Pflanzensterole und Pflanzenstanolester senken nachweislich den Cholesterinspiegel. Ein hoher Cholesterinwert gehört zu den Risikofaktoren für die koronare Herzerkrankung“ (Anhang VO (EU) Nr. 384/2010).

### **4.4.5 Zielgruppe Frauen und Männer**

Auch Frauen und Männer bilden eine interessante Zielgruppe für Lebensmittelhersteller. Die Ergebnisse aus Kapitel 4.3 zeigen, dass Frauen anscheinend Produkte bevorzugen, die zur Verbesserung des Verdauungssystems beitragen, für ein jüngeres Erscheinungsbild der Haut sorgen, den Hormonhaushalt ausgleichen und beim Abnehmen helfen. So tragen u. a. Weizenkleie zur Erhöhung des Stuhlvolumens bei, Roggen-Ballaststoffe zu einer normalen Darmfunktion und Lactulose zur Beschleunigung der Darmpassage. Daneben gibt es Nährstoffe mit einem kosmetischen Zusatznutzen, wie Biotin für die Erhaltung normaler Haare, Mangan für eine normale Bindegewebsbildung oder Kupfer für dessen Erhalt (Anhang VO (EU) Nr. 432/2012). Solche Produkte werden aufgrund ihrer Wirkung häufig als „Beauty Food“ oder „Nutricosmetics“ bezeichnet, auch wenn nicht die Schönheit sondern vielmehr die Gesundheit der Haut im Vordergrund steht (Pütz, 2012, S. 23). Darüber hinaus trägt Vitamin B<sub>6</sub> zur Regulierung der Hormontätigkeit bei (Anhang VO (EU) Nr. 432/2012). Auch die besonderen Bedürfnisse vor und während einer Schwangerschaft werden durch die folgenden gesundheitsbezogenen Angaben berücksichtigt: „Zink trägt zu einer normalen Fruchtbarkeit und einer normalen Reproduktion bei,“ und „Folat trägt zum Wachstum des mütterlichen Gewebes während der Schwangerschaft bei“ (Anhang VO (EU) Nr. 432/2012). Besonders figurbewusste Frauen und auch Männer können durch nährwertbezogene Angaben zur Reduzierung bestimmter Nährstoffe angesprochen werden. Daneben gibt es eine gesundheitsbezogene Angabe über die Substanz Glucomannan, die im Rahmen einer kalorienarmen Ernährung zu Gewichtsverlust beiträgt. Gleiches gilt für den „Mahlzeiteinsatz für eine gewichtskontrollierende Ernährung“ (Anhang VO (EU) Nr. 432/2012). Darüber hinaus eignen sich speziell für Männer die beiden gesundheitsbezogenen Angaben über den Beitrag von Zink zur Erhaltung eines normalen Testosteronspiegels im Blut und den Beitrag von Selen zu einer normalen Spermabildung (Anhang VO (EU) Nr. 432/2012).

Gesundheitsbezogene Angaben können sich indirekt auch an die Bedürfnisse von Männern und Frauen in zunehmendem Alter richten. In Bezug auf normale Alterserscheinungen werden Angaben genutzt, wie „Vitamin A trägt zur Erhaltung normaler Sehkraft bei“, „Vitamin C trägt zu einer normalen Kollagenbildung für eine normale Funktion der Knochen bei“, „Vitamin C trägt zu einer normalen Kollagenbildung für eine normale Knorpelfunktion bei“, „Zink trägt zur Erhaltung normaler Knochen bei“ und „Pantothensäure trägt zu einer normalen geistigen Leistung bei“ (Anhang VO (EU) Nr. 432/2012). Als Negativbeispiel dient das „Vital 50 plus Müsli“ von Schneekoppe, was nach dem Produkttitel für eine definierten Altersgruppe bestimmt ist. Gerechtfertigt wird dies mit dem Gehalt an den Vitaminen B<sub>6</sub>, B<sub>12</sub>, D und Folsäure, die besonders gut für Herz, Knochen und die geistige Fitness sein sollen. Diese gesundheitsbezogenen Angaben entsprechen jedoch nicht der HCVO-Konformität und sind somit nicht zulässig (SCHNEEKOPPE GmbH & Co. KG, o.J.).

Anhand dieser Beispiele wird deutlich, dass die Health-Claims-Verordnung insbesondere ohne Nährwertprofile vielfältige Möglichkeiten für die Verwendung von nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben bietet. Dabei ist fraglich, ob das eigentliche Ziel der Verordnung, dem Verbraucher die notwendigen Informationen für eine sachkundige Kaufentscheidung zu liefern, durch den willkürlichen Einsatz solcher Angaben weiterhin verfolgt wird.

### 5 Durchführung einer HCVO-Konformitätsprüfung

#### 5.1 Zielsetzung

In Kapitel 2 und 4 der vorliegenden Arbeit wurde deutlich, dass der gesundheitliche Mehrwert in der Geschichte des Müslis fortwährend im Fokus steht. Auch wenn mit Beginn der industriellen Herstellung der Geschmack zunehmend in den Vordergrund rückte, versuchte man dennoch Gesundheit und Genuss in der Werbung zu kombinieren. Diese Werbestrategie ist gegenwärtig immer noch aktuell, wird aber durch die HCVO streng reguliert.

Anhand der Erkenntnisse aus Kapitel 3.2.5 geht hervor, dass die amtliche Überwachung der HCVO-Konformität u. a. aufgrund der rechtlichen Komplexität häufig nur im Rahmen der einfachen Sichtkontrolle umgesetzt wird. Dies hat den Nachteil, dass die Kontrolle dem vollen Umfang der HCVO häufig nicht gerecht wird und Beanstandungen nur als allgemeine Verstöße gegen die Kennzeichnung und Aufmachung registriert werden. Es existieren daher weder produktübergreifende noch produktspezifische bundesweite Daten zur Rechtskonformität von Functional Food.

Aus diesem Grund ist es Ziel der vorliegenden Untersuchung, die Aufmachung der Müsliwerbung nach mehr als sieben Jahren nach Veröffentlichung der HCVO zu untersuchen. Es erfolgt eine exemplarische Konformitätsprüfung nach den Kriterien der HCVO: Untersucht wird das Müsliortiment von zehn Herstellern von Markenprodukten (im Folgenden „Marke“) sowie von zehn LEH-Märkten mit Eigenmarkenprodukten (im Folgenden „No-Name“).<sup>20</sup> Zum einen soll die Häufigkeit und die Auswahl der Verwendung von nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben ermittelt werden. Dabei ist von Interesse, ob sich Unterschiede zwischen den Markenprodukten und No-Name-Produkten abbilden. Zum anderen soll die Berücksichtigung der HCVO durch die Prüfung der rechtlichen Konformität ermittelt werden. Hierfür werden neben den HCVO-betreffenden Angaben auf den Verpackungen, bei den Markenprodukten auch die Angaben auf der Internetseite geprüft.

---

<sup>20</sup> Eigenmarken sind Produkte, die Händler im eigenen Namen herstellen lassen. Diese werden zusätzlich zu den Markenprodukten fremder Hersteller angeboten.

Ausgehend von den persönlichen praktischen Erfahrungen durch die Arbeit bei der mymuesli GmbH, den Ergebnissen der Verbraucherschutzberichte sowie dem MNKP 2012 (vgl. Kap. 3.2.5) und den beispielhaften Gerichtsurteilen der vorherigen Kapitel, soll die geplante Untersuchung Aufschluss auf die Hypothesen in Tabelle 1 geben.

	<b>Hypothese</b>
<b>H1</b>	Markenhersteller verwenden mindestens eine nährwert- oder gesundheitsbezogene Angabe im Produktsortiment.
<b>H2</b>	Nährwertbezogene Angaben werden bei Markenprodukten häufiger genutzt als gesundheitsbezogene Angaben.
<b>H3</b>	Ein Drittel aller nährwert- oder gesundheitsbezogenen Angaben auf den Verpackungen der Markenprodukte sind nicht HCVO-konform umgesetzt.
<b>H4</b>	Die Risikobereitschaft für fehlerhafte nährwert- oder gesundheitsbezogene Angaben bezüglich der HCVO-Konformität ist auf leicht veränderlichen Medien wie der Internetseite bei mindestens der Hälfte der Markenhersteller um 30 % höher, als bei gedruckten Medien wie der Verpackung.
<b>H5</b>	Bei 50 % der Markenprodukte werden die Fernabsatzbestimmungen für nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben auf der Internetseite zum Zeitpunkt des Kaufs nicht vollständig zur Verfügung gestellt.
<b>H6</b>	Markenmüslis werden häufiger als Functional Food beworben, als No-Name-Müslis.
<b>H7</b>	Markenmüslis haben gegenüber No-Name-Müslis weniger HCVO-betreffende Beanstandungen.

**Tabelle 1: Hypothesen zur bevorstehenden Konformitätsprüfung**

Die Umsetzung des praktischen Teils dieser Arbeit erfolgt in Zusammenarbeit mit der mymuesli GmbH.<sup>21</sup> Die dabei gewonnenen Erkenntnisse über den Einsatz funktioneller Lebensmittel bei Konkurrenzprodukten kann die mymuesli GmbH für das eigene Produktmanagement nutzen. Zudem fördert das Aufzeigen potenzieller Fehlerquellen bei der Verwendung von nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben die HCVO-Konformität bei der internen Anpassung.

### 5.2 Methodisches Vorgehen

#### Untersuchungsplanung

Für die Überprüfung der genannten Hypothesen eignet sich eine Konformitätsprüfung von Kriterien, die sich aus den Bestimmungen der HCVO ergeben. Die Verwendung dieser Methode wurde gewählt, da sie dem Vorgehen der amtlichen Lebensmittelüberwachung entspricht und somit vergleichbare Ergebnisse liefert. Der Fokus liegt auf der

---

<sup>21</sup> Die mymuesli GmbH wurde 2007 von Hubertus Bessau, Philipp Kraiss und Max Wittrock in Passau gegründet. Die ursprüngliche Idee bestand darin, über das Internet den Kunden die Möglichkeit zu geben, ihr individuelles Müsli aus verschiedenen Bio-Zutaten zusammenstellen zu können. Neben diesen sogenannten „custom mixed cereals“, werden mittlerweile auch verzehrfertige Müslimischungen angeboten. Ergänzt wird das Sortiment durch Porridge (Marke: N' oats), Kaffee (Marke: Green Cup Coffee), Saftorangen (Marke: Oh!Saft) und Tee (Marke: Tree of Tea). Der Großteil der Produktion findet in Passau und für den Schweizer Markt in Tägerwilien statt. Im Anschluss werden die Produkte über verschiedene Kanäle on- und offline verkauft: die Internetseite, weitere Onlineplattformen, eigene mymuesli-Läden sowie den stationären Lebensmitteleinzelhandel (mymuesli GmbH, 2014).

ausschließlichen Betrachtung der HCVO-Konformität der Produktgruppe Müsli. Diese quantitative Datenerhebung erfasst somit gezielt HCVO-betreffende Beanstandungen und misst folglich den Grad der rechtskonformen Umsetzung der Verordnung.

Für die ausgewählte Methode wird im Folgenden die Einhaltung der geltenden Testgütekriterien *Objektivität*, *Reliabilität* und *Validität* nach Bortz und Döring (2006, S. 195) betrachtet. Dabei gibt die *Objektivität* die Eindeutigkeit der Daten wieder, ohne diese durch Durchführung, Auswertung und Interpretation zu verändern. Dieser Anspruch wird prinzipiell durch das zu Grunde gelegte durchschnittliche Verbraucherverständnis als Bewertungsmaßstab nach der Auslegung des Europäischen Gerichtshofs gewährleistet. Dennoch haben Gerichtsurteile zur HCVO trotz Berücksichtigung des sogenannten Irreführungsverbot und dem durchschnittlichen Verbraucherverständnis teilweise unterschiedliche Entscheidungen zu ähnlichen oder gleichen Sachverhalten getroffen. Durch die Möglichkeit der unterschiedlichen Rechtsauslegung, werden somit die Grenzen der Objektivität aufgezeigt. Die *Reliabilität* oder auch Zuverlässigkeit der Messmethode in Hinblick auf die Genauigkeit ist durch potenzielle Bewertungs- und/oder Auswertungsfehler eingeschränkt. Besonders kritische nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben wurden mit Prof. Dr. Holle, Professor für Lebensmittelrecht und Betreuer der vorliegenden Arbeit, besprochen. Dennoch erfolgt keine ganzheitliche Kontrolle der erhobenen Daten nach dem Vier-Augen-Prinzip, wie es in einigen Fällen bei der Durchführung amtlicher Kontrolle üblich ist (§ 7 Abs. 2 Nr. 1 AVV Rüb). Außerdem ist die *Validität* (Gültigkeit) der gewonnenen Daten, mit der die Untersuchung das erfasst, was sie erfassen soll, durch die direkte Anwendung der HCVO-Bedingungen als Bewertungsmaßstab für die Informationen über Müsli auf den Verpackungen und der Internetseite gegeben (Bortz & Döring, 2006, S. 195 f.).

Der Untersuchungsschwerpunkt liegt auf der Überprüfung von nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben auf der Verpackung sowie zusätzlich bei den Markenherstellern auf der Internetseite.<sup>22</sup> Die Kontrolle weiterer lebensmittelrechtlicher Bedingungen ist dabei nicht relevant. Ergänzende Angaben u. a. in Blogs, Filmen, Verlinkungen, Newslettern und sozialen Medien wie Facebook oder Twitter werden auch nicht berücksichtigt. Ebenso ist die analytische Überprüfung der ausgelobten Inhaltsstoffe der Produkte für den Rahmen dieser Untersuchung nicht umsetzbar.

---

<sup>22</sup> Die ausgewählten LEH-Märkte haben keine HCVO-betreffenden Angaben auf der Internetseite, sodass die Überprüfung entfällt.

### **Stichprobe**

Im Fokus der Überprüfung stehen ausschließlich vorverpackte Müsli- und Porridgesorten für Kinder und Erwachsene. Für Porridge gelten dabei die gleichen Anforderungen der DLG wie an Müsli. Demnach müssen neben dem Hauptbestandteil einer beliebigen Speisegetreideart mindestens zwei weitere Komponenten enthalten sein. Die biologische oder konventionelle Herkunft der Zutaten spielt dabei keine Rolle. Von der Untersuchung ausgeschlossen sind spezielle Milch- und Getreidebreie als Säuglingsanfangsnahrung, Folgenahrung, Getreidebeikost oder andere Beikost sowie Cornflakes, Produkte aus einer einzelnen Zutat und anderweitige Müsliprodukte in Form von Riegeln, Gebäck, Drinks, Joghurt oder Desserts. Zudem werden keine glutenfreien Müslis aufgrund der geringen Verfügbarkeit bewertet.

Die Auswahl der Markenhersteller erfolgt ausgehend von der mymuesli GmbH<sup>23</sup> anhand eines Sortiments bestehend aus mindestens fünf Müslivarianten. Als Vertriebsweg ist der deutsche LEH, d.h. (Bio-)Supermärkte und Discounter sowie Reformhäuser, üblich. Sortimente die ausschließlich online zu erwerben sind, werden nicht berücksichtigt. Um die Vollständigkeit des Sortiments zu gewährleisten, wird das Onlinesortiment mit dem Handelssortiment abgeglichen. Wenn aufgrund der individuellen Sortimentspolitik der LEH-Märkte einzelne Müsliarten nicht gelistet sind, werden fehlende Informationen beim Hersteller erfragt. Liegen auch diese nicht vor, entfällt die Prüfung des Produktes.

Die Auswahl der LEH-Märkte erfolgt durch die handelsüblichen Supermarkt- und Discounterketten im Raum Hamburg bis 30 km Entfernung. Weitere Voraussetzungen sind das Führen von Eigenmarken im Bereich Müsli sowie das Vorhandensein von mindestens fünf Sorten. Aufgrund der territorialen Einschränkung und der individuellen Sortimentspolitik der LEH-Märkte können nur die regionalen Eigenmarken und Sorten vor Ort berücksichtigt werden. Um dennoch eine umfassende Abdeckung des Gesamtsortiments ausgehend vom Onlineangebot zu erreichen, werden nach Möglichkeit mindestens zwei Filialen von jedem LEH-Markt besucht.

Ferner wurden die Ergebnisse der VuMA-Umfrage 2013 nach den beliebtesten Marken von Müsli anhand des Konsums der letzten vier Wochen berücksichtigt (vgl. Anhang 2, S. 94). Demnach liegt das Aldi-Müsli mit 10,9 % an der Spitze, gefolgt von Dr. Oetker Vitalis und Kölln mit jeweils 6,3 %, Seitenbacher mit 4,5 % und Brügglen mit 2,3 % (VuMA Arbeitsgemeinschaft, 2013, S. 126).

---

<sup>23</sup> Das Angebot der mymuesli GmbH ist von einer enormen Sortimentstiefe geprägt. Neben Standardsorten, wie Schokomüsli, Früchtemüsli und Bircher Müsli, werden zahlreiche Exklusivmischungen wie Paleo-Kokosnuss-Crunchy, Matchamüsli oder High-Protein-Müsli angeboten (mymuesli GmbH, o.J.).

Als Vertreter der Markenmüslis sowie der Eigenmarkenmüslis wurden die Folgenden Hersteller und LEH-Märkte ausgewählt:

	<b>Hersteller von Markenmüslis</b>	<b>LEH-Märkte mit Eigenmarkenmüslis</b>
1	Alnatura Produktions- und Handels GmbH	ALDI Einkauf GmbH & Co. OHG
2	Bauck GmbH und Co. KG	EDEKA ZENTRALE AG & Co. KG
3	dennree GmbH	famila-Handelsmarkt Kiel GmbH & Co. KG
4	Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG	Kaufland Warenhandel GmbH & Co. KG
5	Granovita GmbH	Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG
6	H. & J. BRÜGGEN KG	Netto Marken-Discount AG & Co. KG
7	Minderleinsmühle GmbH & Co. KG	Norma Lebensmittelfilialbetrieb Stiftung & Co. KG
8	Peter Kölln KGaA	PENNY Markt GmbH
9	RAPUNZEL NATURKOST GmbH	real,- SB-Warenhaus GmbH
10	Seitenbacher GmbH & Co Naturkost	REWE Markt GmbH

**Tabelle 2: Ausgewählte Stichprobe für die Konformitätsprüfung**

### **Durchführung**

Für die quantitative Datengewinnung wurde ein Kriterienkatalog in Form einer Checkliste erstellt, um das versehentliche Übergehen bestimmter Teilaspekte zu vermeiden (vgl. Anhang 4 und 5, S. 96 f.). Dieser richtet sich inhaltlich nach den rechtlichen Bedingungen der HCVO. Vergleichende Nährwertbezogene Angaben nach Artikel 9 der HCVO können jedoch aufgrund der fehlenden Vergleichsprodukte nicht vollständig beurteilt werden. Im Anhang 3 (S. 95) sind alle HCVO-betreffenden Verordnungen über zulässige Angaben sowie Berichtigungen und Änderungen zum Zeitpunkt der Erhebung dargestellt. Der Kriterienkatalog umfasst drei Bereiche: 1. Allgemeine Kriterien für alle Angaben, 2. Spezielle Kriterien für gesundheitsbezogene Angaben und 3. Spezielle Kriterien für Nährwertbezogene Angaben. Die Bewertung erfolgt durch die qualitativen nominalskalierten Merkmale „Erfüllt“ bzw. „Nicht-Erfüllt“, um eine standardisierte Auswertung zu ermöglichen (Bortz & Döring, 2006, S. 140). Bei Nicht-Konformitäten sind zusätzlich die Gründe zu notieren.

Die Daten wurden innerhalb von zwei Wochen (30.06 bis 14.07.2014) erhoben. Zuvor wurde ein Pretest durchgeführt, um die Praxistauglichkeit und die Validität der Methode zur Beantwortung der aufgestellten Hypothesen zu prüfen. Die Verpackungen wurden dabei dem LEH entnommen. Um bei einer Prüfung vor Ort mögliche Fehleinschätzungen zu vermeiden, wurden Fotos von jedem Produkt dokumentiert. Somit kann die Prüfung zu einem späteren Zeitpunkt erfolgen und kritische Angaben wiederholt gesichtet werden.

Die Auswertung der erhobenen Daten erfolgt anonymisiert durch eine Zahlencodierung der Hersteller und LEH-Märkte (z. B. Hersteller 1, LEH-Markt 3).

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Untersuchung dargestellt. Dazu gehören die statistische Auswertung, eine Einzelfallbetrachtung und die Hypothesenprüfung. Abschließend werden die Ergebnisse diskutiert.

### 5.3 Ergebnisse

#### 5.3.1 Statistische Auswertung

Insgesamt wurden 326 Müsli in die vorliegende Konformitätsprüfung einbezogen (vgl. Abbildung 15, S. 66). Davon wurden von 224 möglichen Markenprodukten 215 Müsli bewertet. Neun Produkte wurden aufgrund der fehlenden Verfügbarkeit von der Prüfung ausgeschlossen. Abbildung 6 stellt den Umfang des Müslisortiments der Markenhersteller dar und zeigt wie viele Produkte pro Hersteller bewertet wurden.

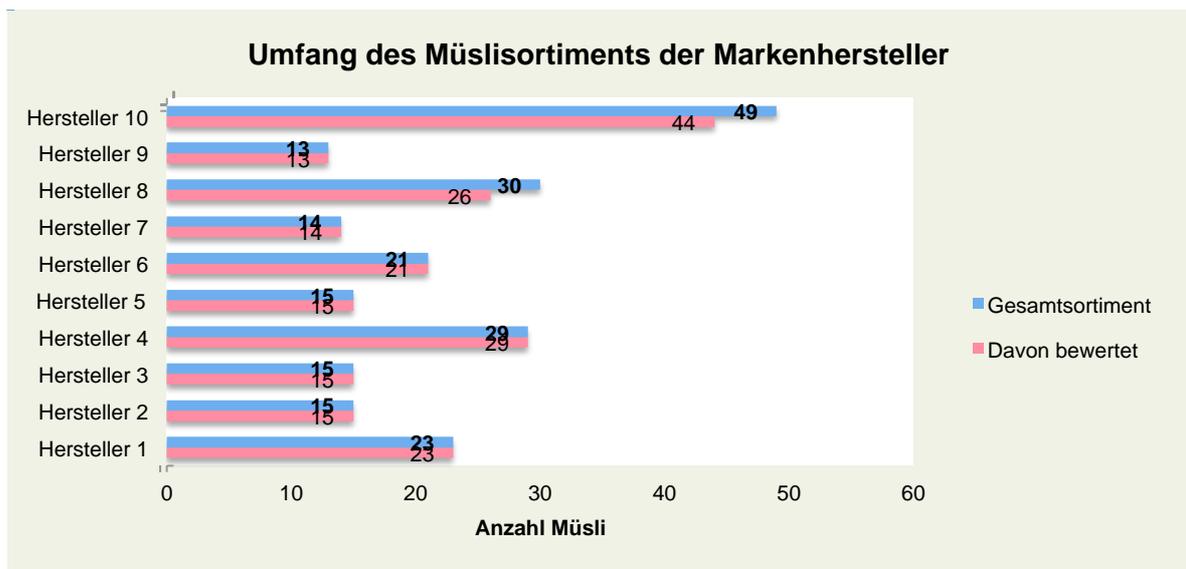


Abbildung 6: Umfang des Marken-Müslisortiments der Konformitätsprüfung

In Abbildung 7 sind die Anzahl der Markenmüsli je Hersteller mit nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben dargestellt. Insgesamt wirbt jeder Hersteller mit HCVO-betreffenden Angaben. Dabei haben fünf Hersteller zwischen zwei und zehn Produkte mit gesundheitsbezogenen Angaben. Dem gegenüber stehen bei fast allen Herstellern zwischen drei und 23 Produkte mit nährwertbezogenen Angaben. Von 215 möglichen Produkten besitzen demnach 25 (12 %) gesundheitsbezogene Angaben und 98 (46 %) nährwertbezogene Angaben.

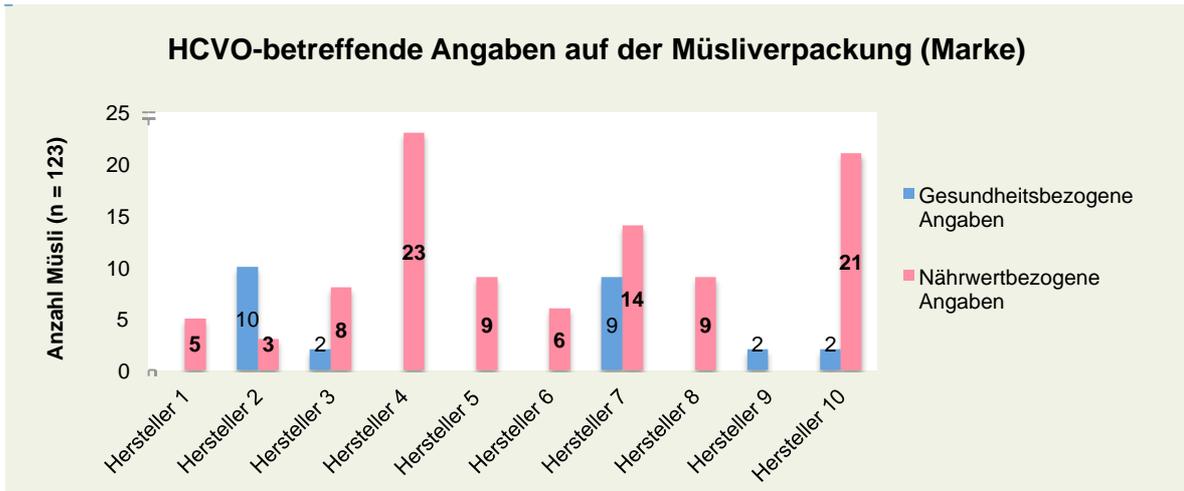
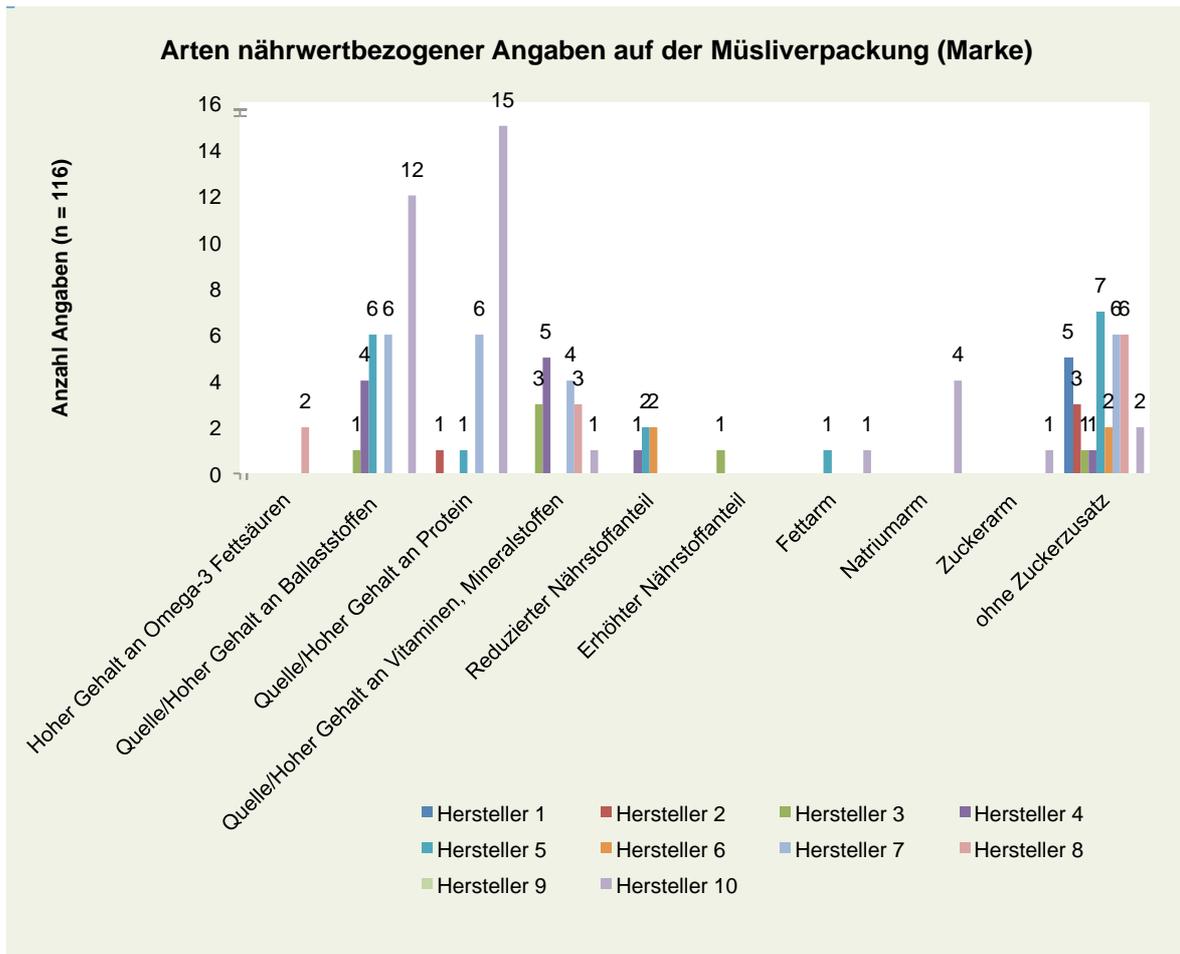


Abbildung 7: Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben auf den Marken-Müsliverpackungen

Abbildung 8 zeigt, dass insgesamt 116 nährwertbezogene Angaben auf den Verpackungen von 98 Produkten abgebildet sind. Angaben über Ballaststoffe haben dabei die Hälfte der Hersteller mit einem Gesamtanteil von 30 % zwischen je ein- und zwölfmal ausgelobt. Angaben zu Vitaminen und Mineralstoffen werden ebenfalls von der Hälfte der Hersteller mit einem Gesamtanteil von 16 % zwischen je ein- und fünfmal verwendet. Am häufigsten ist die Angabe „ohne Zuckerzusatz“ bei neun Herstellern zwischen ein- und siebenmal mit einem Gesamtanteil von 34 % zu finden. Zu wesentlich geringeren Anteilen werden u. a. Angaben zu reduzierten Nährstoffen sowie den Angaben fett-, natrium- und zuckerarm gemacht. Zudem werden von einem Hersteller auffällig häufig Angaben zu Proteinen genutzt.



**Abbildung 8: Arten von nährwertbezogenen Angaben auf den Marken-Müsliverpackungen**

Wie in Abbildung 9 dargestellt, werden bei 25 Produkten insgesamt 36 gesundheitsbezogene Angaben verwendet. Demnach nutzt jeder Hersteller Angaben der Kategorie Wachstum, Entwicklung und Körperfunktionen (Art. 13 Abs. 1 lit. a HCVO). Nur ein Hersteller hat Angaben zur Verringerung eines Krankheitsrisikos (Art. 14 Abs. 1 lit. a HCVO) verwendet und ein weiterer Hersteller eine Angabe zu psychischen Funktionen oder Verhaltensfunktionen (Art. 13 Abs. 1 lit. b HCVO). Zudem machen zwei weitere Hersteller insgesamt neun Angaben über ein verstärktes Sättigungsgefühl (Art. 13 Abs. 1 lit. c HCVO). Angaben über die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern wurden von keinem Hersteller genutzt (Art. 14 Abs. 1 lit. b HCVO).

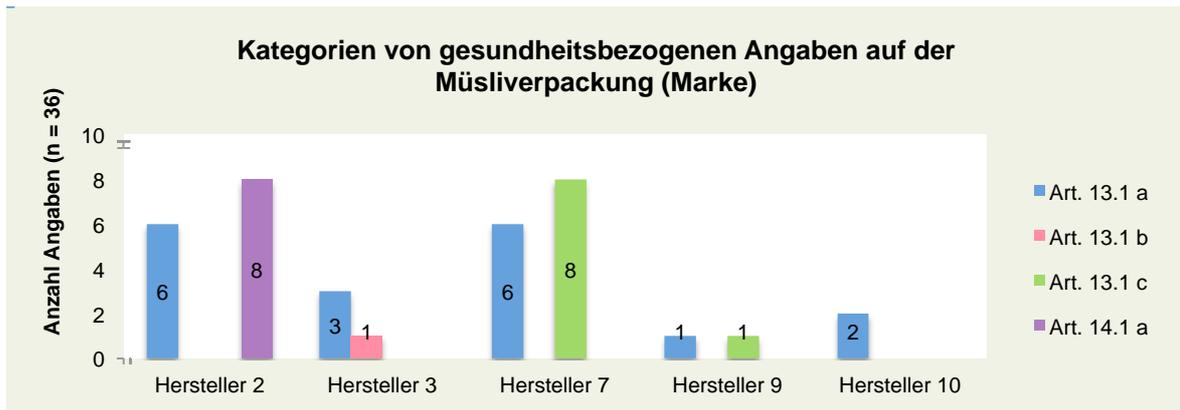


Abbildung 9: Kategorien von gesundheitsbezogenen Angaben auf den Marken-Müsliverpackungen

Für die Nichtkonformität mit der HCVO, die in Abbildung 10 dargestellt ist, sind bei den Nährwertbezogenen Angaben auf der Müsliverpackung von insgesamt 36 Beanstandungen allein 17 nicht zugelassene Angaben verantwortlich. In diesen Fällen wurde keine Prüfung nach weiteren Kriterien vorgenommen. Außerdem haben vier Hersteller (in neun Angaben) die Bedingungen für die Verwendung nicht eingehalten. Dazu gehören u. a. pauschale Angaben wie „enthält jede Menge Nährstoffe“, ohne die Bedingungen der einzelnen Nährstoffmengen einzuhalten oder Angaben zur hohen Energie- und Kohlenhydratlieferung, ohne Begründung der besonders positiven Nährwerteigenschaft für die Verbraucher sowie ein Produkt mit der Angabe „ohne Zuckerzusatz“ trotz des Hinweises „mit Honig gesüßt“. Weiterhin fehlt bei Hersteller 10 insgesamt achtmal die Nährwertkennzeichnung und bei Hersteller 2 fehlt die inhaltliche Übereinstimmung mit dem Wortlaut der zulässigen Angabe.

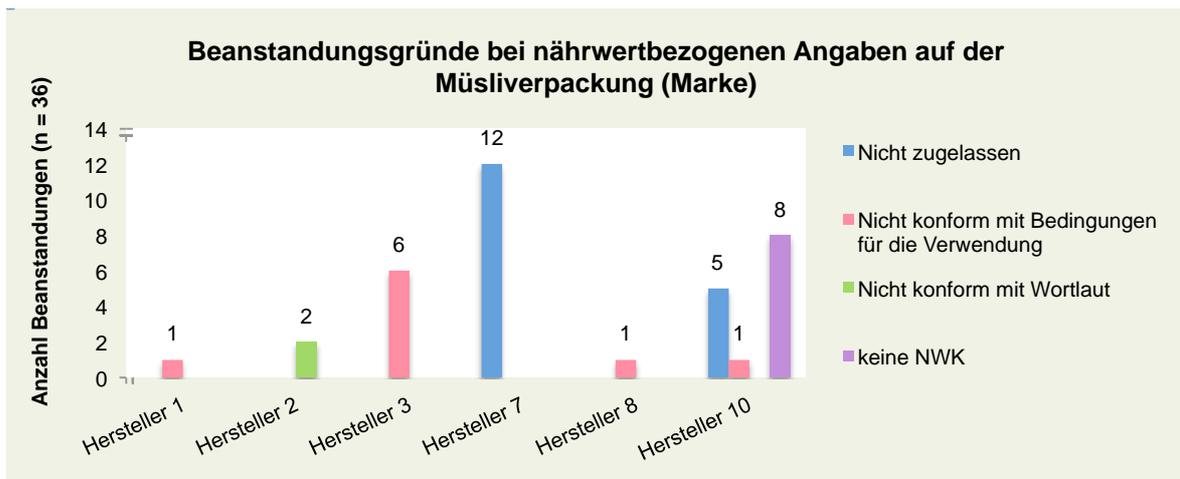


Abbildung 10: Gründe für die Nicht-Konformität nährwertbezogener Angaben auf den Marken-Müsliverpackungen

In Abbildung 11 werden die Gründe für die Nicht-Konformität nährwertbezogener Angaben auf der Internetseite gezeigt. Am häufigsten wurde insgesamt die Nährwertkennzeichnung mit einem nennenswerten Anteil von Hersteller 10 missachtet (n = 85). Hersteller 7 hat sieben nicht zugelassene Angaben verwendet. Zudem sind insgesamt fünf Angaben nicht konform mit den Bedingungen für die Verwendung und zwei weitere Angaben nicht mit dem Inhalt des zugelassenen Wortlautes.

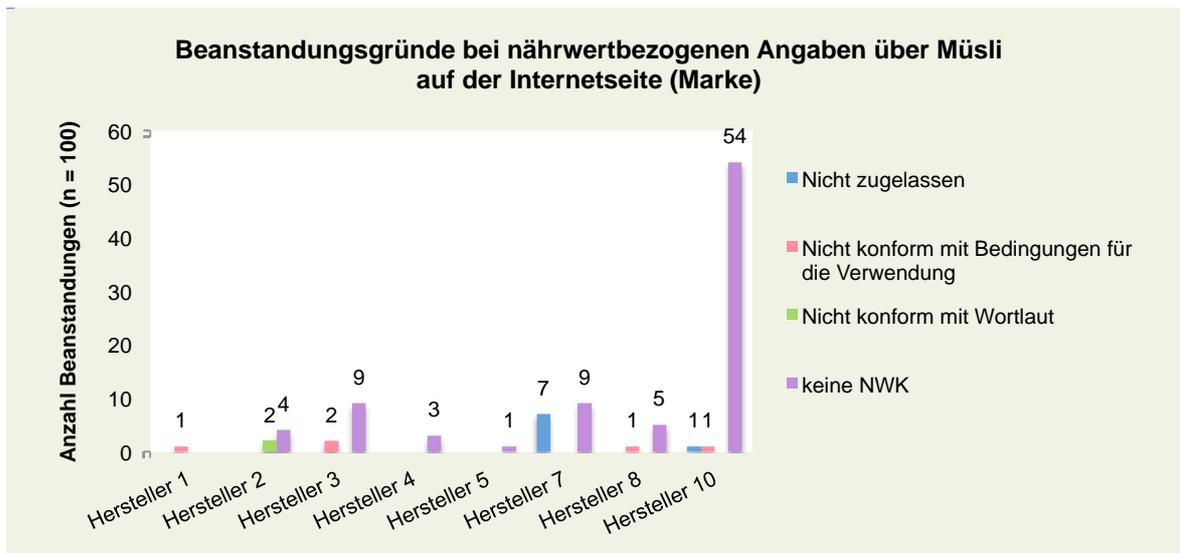


Abbildung 11: Gründe für die Nicht-Konformität nährwertbezogener Angaben auf den Internetseiten der Marken-Müslis

In Abbildung 12 sind die Gründe für die Beanstandungen bei gesundheitsbezogenen Angaben auf der Müsliverpackung dargestellt. Von insgesamt 51 Beanstandungen stammen allein 34 von Hersteller 2. Dieser hat zwar die Bedingungen für die Verwendung der Angabe eingehalten, aber dafür die Nährwertkennzeichnung, den obligatorischen Hinweis für gesundheitsbezogene Angaben (nach Art. 10 Abs. 2 lit. a HCVO) sowie für krankheitsbezogene Angaben (nach Art. 14 Abs. 2 HCVO) und die Information zur Menge für die zu erzielende Wirkung missachtet. Auch bei Hersteller 10 fehlen bei einer zulässigen Angabe der Hinweis nach Artikel 10 sowie die Information zur notwendigen Menge. Des Weiteren wurden 15 nicht zugelassene Angaben verwendet, die sich u. a. auf die Bekömmlichkeit und die Sättigung beziehen.

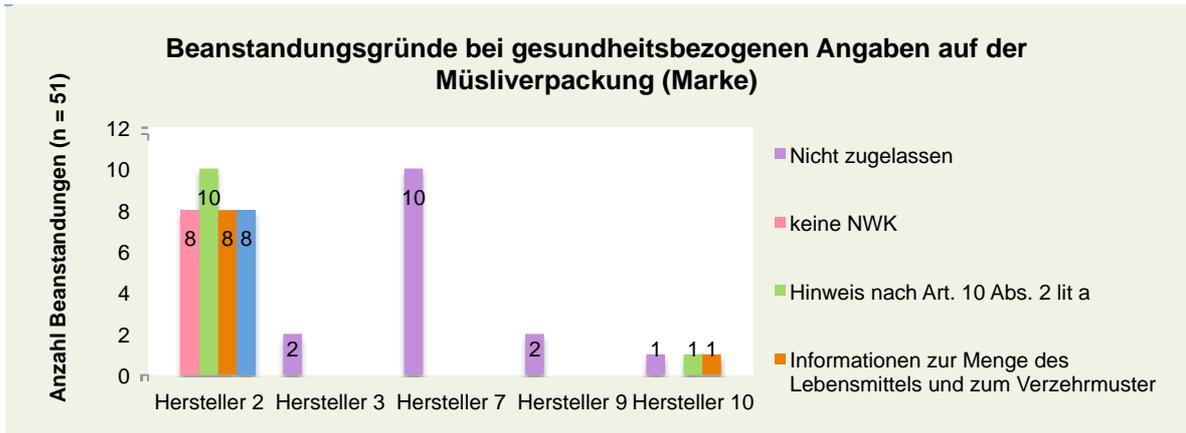


Abbildung 12: Gründe für die Nicht-Konformität gesundheitsbezogener Angaben auf den Marken-Müsliverpackungen

Nach Abbildung 13 hat Hersteller 2 bei allen vier gesundheitsbezogenen Angaben auf der Internetseite die wesentlichen kennzeichnungspflichtigen Elemente missachtet. Weiterhin wurden von den restlichen Herstellern insgesamt 16 nicht zulässige Angaben verwendet.

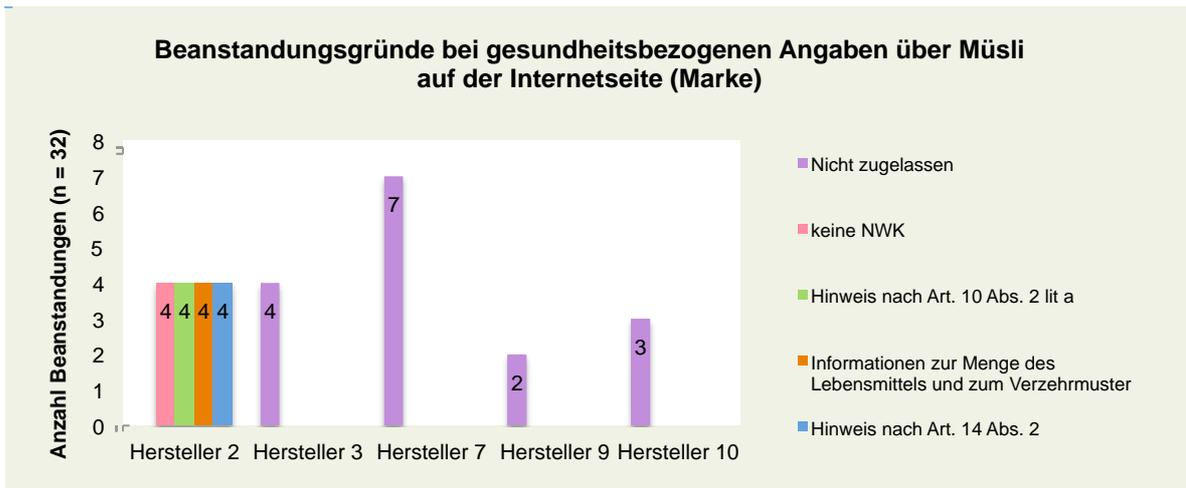


Abbildung 13: Gründe für die Nicht-Konformität gesundheitsbezogener Angaben auf den Internetseiten der Marken-Müslis

Zusammenfassend sind in Abbildung 14 die Beanstandungen von Nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben auf der Verpackung und der Internetseite dargestellt. Insgesamt stehen 132 Beanstandungen auf der Internetseite, 87 Beanstandungen auf der Verpackung gegenüber.

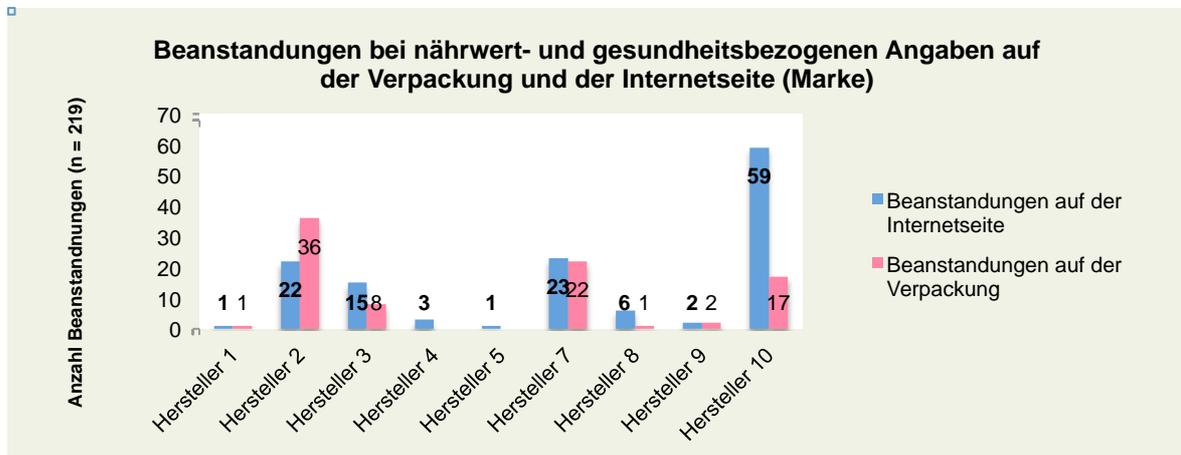


Abbildung 14: Gesamtanzahl der Beanstandungen der HCVO-betreffenden Angaben über Müsli auf den Verpackungen und den Internetseiten

In Abbildung 15 ist der Umfang des Müslisortiments der Eigenmarken von zehn LEH-Märkten dargestellt. Insgesamt konnten alle ausgewählten 111 Eigenmarkenmüslis in die Überprüfung eingehen.

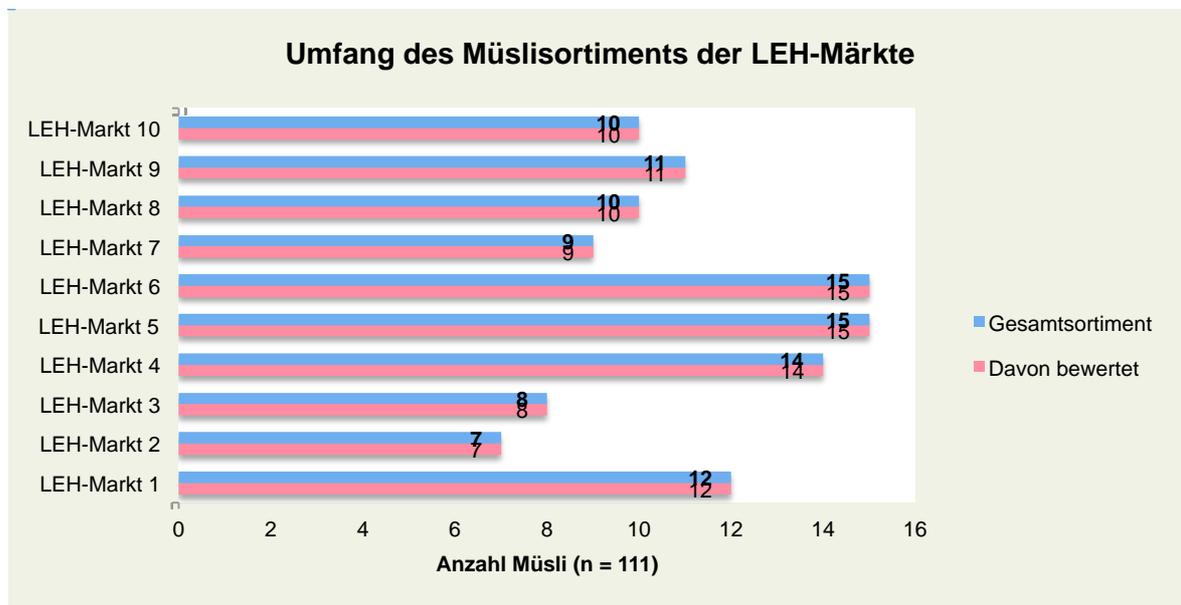


Abbildung 15: Umfang des No-Name-Müslisortiments der Konformitätsprüfung

Wie in Abbildung 16 dargestellt, führen acht LEH-Märkte immerhin 19 Eigenmarkenmüslis mit nährwertbezogenen Angaben. Von 111 geprüften Produkten entspricht dies einem Anteil von 17 %. Während vier von acht Märkten nur jeweils ein Produkt mit solchen Angaben bewirbt, haben die anderen vier Märkte zwischen drei und fünf Produkte mit nährwertbezogenen Angaben im Sortiment. Gesundheitsbezogene Angaben sind dagegen auf keiner Verpackung zu finden.

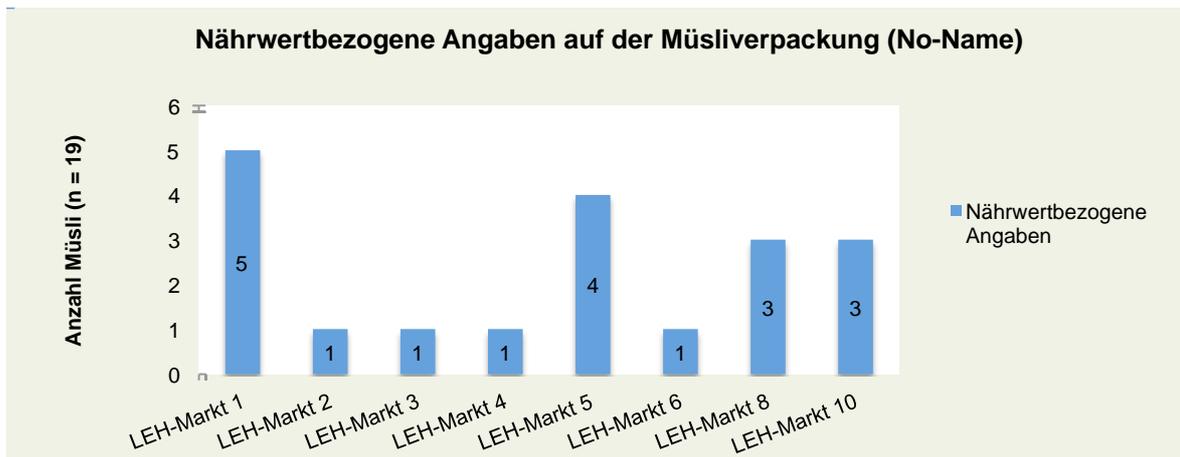


Abbildung 16: Nährwertbezogene Angaben auf den No-Name-Müsliverpackungen

Wie in Abbildung 17 zu sehen, begrenzen sich die nährwertbezogenen Angaben der No-Name-Müslis auf drei wesentliche Verpackungsangaben. Von insgesamt 21 Angaben wird 15-mal der Ballaststoffgehalt ausgelobt und jeweils dreimal die Abwesenheit von Zuckerzusatz sowie die Reduktion bestimmter Nährstoffe. Insgesamt gab es dabei nur lediglich eine Beanstandung bei der Bedingung zur Verwendung.

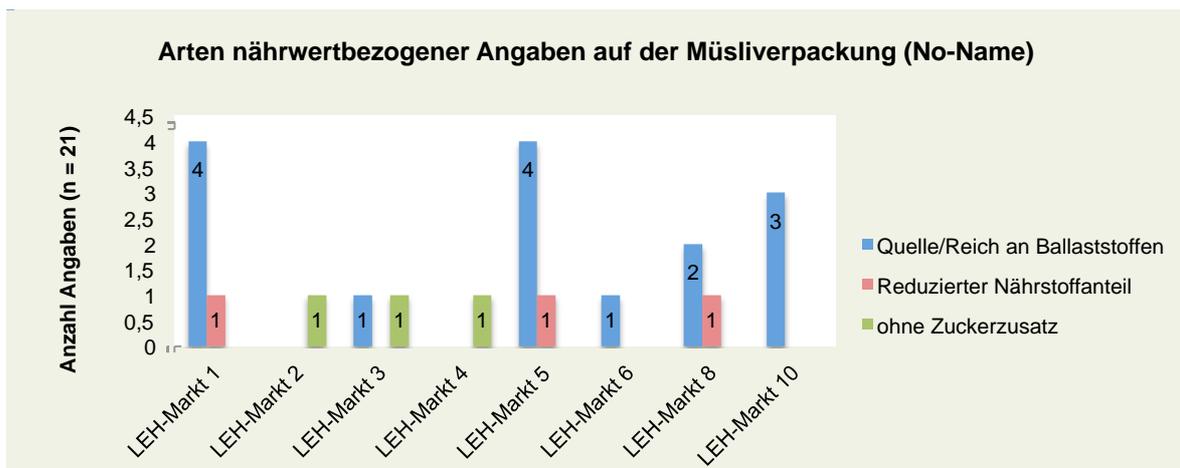


Abbildung 17: Arten von nährwertbezogenen Angaben auf den No-Name-Müsliverpackungen

In Abbildung 18 ist eine Gegenüberstellung von nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben auf den Verpackungen der Markenprodukte und der Eigenmarkenprodukte dargestellt. Demnach tragen nur Markenprodukte gesundheitsbezogene Angaben. Nährwertbezogene Angaben sind bei den Markenmüsli auf 98 Verpackungen (von 215) vertreten, während es bei den No-Name-Müsli lediglich 19 Produkte (von 111) ausmacht.

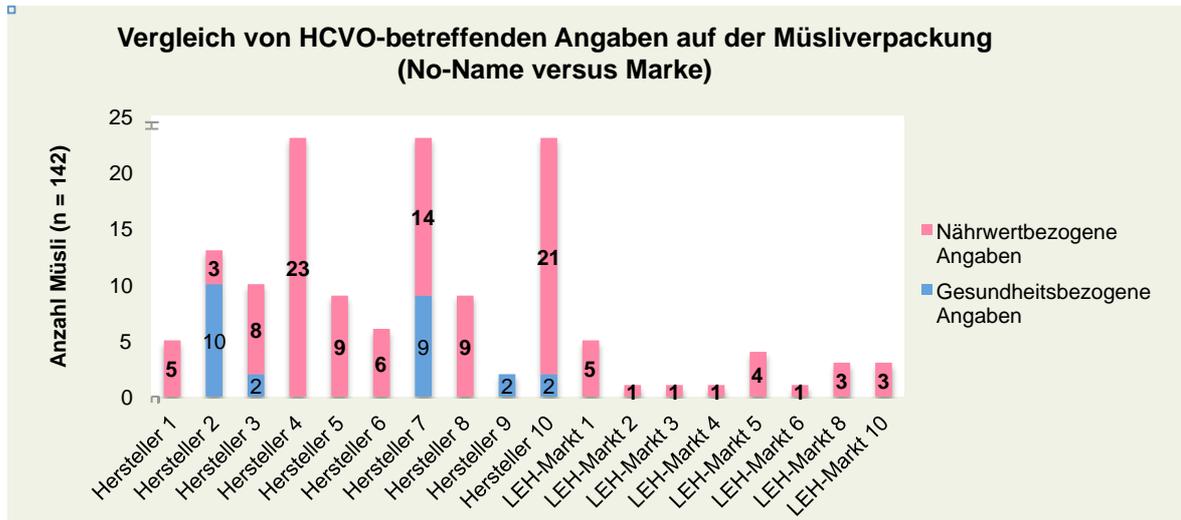


Abbildung 18: Vergleich nährwert- und gesundheitsbezogener Angaben auf den Müsliverpackungen zwischen Markenprodukten und Eigenmarkenprodukten des LEH

Insgesamt wird in Abbildung 19 ersichtlich, dass fünf Markenhersteller bei über 50 % ihres Produktsortiments HCVO-betreffende Angaben nutzen. Selbst Hersteller 9 verwendet diese immerhin bei 15 % des Gesamtsortiments.

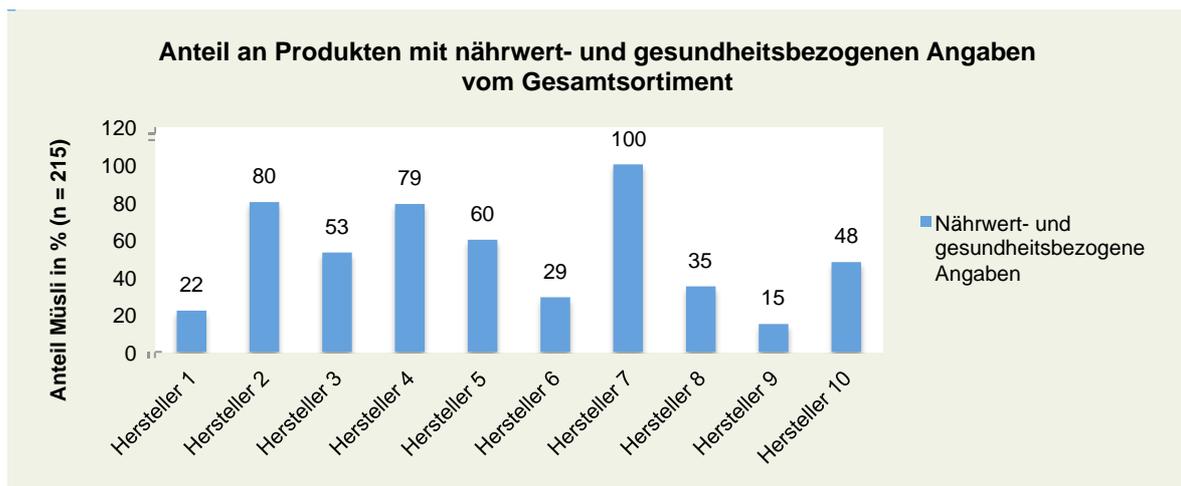


Abbildung 19: Anteil nährwert- und gesundheitsbezogener Angaben vom Gesamtsortiment der Marken-Müslis

In Abbildung 20 ist zu sehen, dass die LEH-Märkte zu einem wesentlich geringeren Anteil nährwertbezogene Angaben im Produktsortiment führen. Während vier LEH-Märkte bei über 25 % des Produktsortiments HCVO-betreffende Angaben nutzen, sind es bei den restlichen LEH-Märkten weniger als 15 % des Produktsortiments.

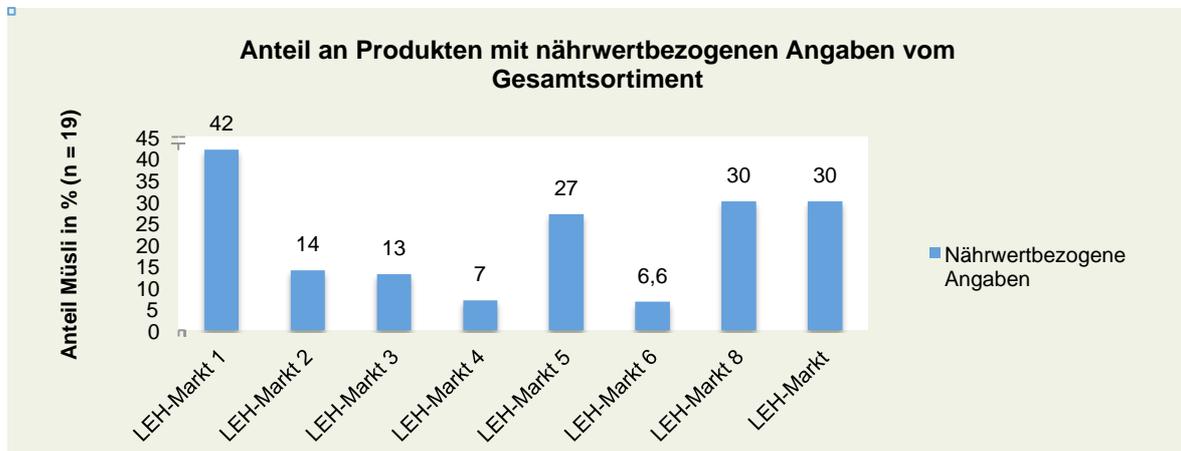


Abbildung 20: Anteil nährwertbezogener Angaben vom Gesamtsortiment der No-Name-Müslis

### 5.3.2 Prüfung und Diskussion von Einzelfällen

Im Folgenden werden die statistischen Ergebnisse der Konformitätsprüfung durch die Betrachtung ausgewählter Einzelfälle ergänzt, um somit einen Einblick in die Vorgehensweise der Prüfung zu vermitteln. Zu Zwecken der Verständlichkeit werden die Beispiele in diesem Kapitel nicht anonymisiert.

Wie in Abbildung 8 (S. 62) zu sehen, ist die nährwertbezogene Angabe „ohne Zuckerzusatz“ bei vielen Müsliherstellern beliebt. Auf einigen dieser Verpackungen steht im Zutatenverzeichnis jedoch der Zuckeraustauschstoff Oligofruktose bzw. Fructo-Oligosaccharide, der etwa ein Drittel der Süßkraft von Saccharose besitzt und somit einen süßen Geschmack erzeugt (Ebermann & Elmadfa, 2011, S. 638). Als Bedingung zur Verwendung ist die Angabe jedoch nur an das Vorhandensein von Mono- und Disaccharide geknüpft, sodass bereits Oligosaccharide trotz der süßenden Eigenschaft nicht mehr in das Anwendungsgebiet der HCVO fallen (Anhang HCVO). Weiterhin ist auffällig, dass einige Müslis mit der Angabe „ohne Zuckerzusatz“ zugleich einen sehr hohen Anteil an Trockenfrüchten aufweisen, die stark süßende Eigenschaften besitzen. Dem gegenüber steht die Bedingung der HCVO zur Verwendung dieser Angabe, wonach keine Lebensmittel wegen ihrer süßenden Eigenschaft zugesetzt werden dürfen. Zur Klärung dieses Widerspruchs gilt es, den tatsächlichen Zweck des Zusatzes zu hinterfragen. Immerhin sind Trockenfrüchte schon seit der Entdeckung des Müslis sowie auch nach der DGE-Definition im Müsli eine übliche Zutat. Die Müsliarten Beere und

Frucht müssen allein wegen der Verkehrsbezeichnung einen sensorisch deutlich wahrnehmbaren Anteil an getrockneten Früchten aufweisen. Dies betrifft z. B. das „Gourmet Müsli Früchte“ (Brüggen) mit 40 % Fruchtanteil und der Angabe „ohne Zuckerzusatz“. Weiterhin wird bei einem Gourmet-Produkt eine qualitativ oder mengenmäßig wertgebende Zusammensetzung erwartet, die bei diesem Müsli mit dem gesteigerten Fruchtgehalt gerechtfertigt wird. Hingegen wird der Zusatz von Konzentraten aus Fruchtsäften, Honig, Apfeldicksaft oder Ahornsirup durch die ausschließlich oder zumindest überwiegend süßende Eigenschaft begründet (Meisterernst & Haber, 04.2014, S. 20, Rn. 41). Ein weiteres Beispiel für diese Nicht-Konformität ist das „Bircher Müsli“ von Alnatura, das zu 15 % mit 3-Fruchtflocken bestehend aus Weizenvollkornmehl, Dattelsaftkonzentrat, Apfelsaftkonzentrat und Bananenmark gesüßt wird. Eine weitere Schwierigkeit ergibt sich aus der Angabe „ungesüßt“. Hier gilt es produktbezogen zu entscheiden, ob es sich um einen bloßen Geschmackshinweis handelt oder der Hinweis auf eine Reduktion zu verstehen ist und somit die Bedingungen der HCVO gelten (Weck, 2013, S. 142). Im Falle der Reduktion muss ferner im Produktkontext geklärt werden, ob es sich um die nährwertbezogene Angabe „ohne Zuckerzusatz“ oder „zuckerfrei“ handelt. Bei dem Produkt „Haferbrei mit Beeren“ (Baukhof) wird auf der Vorderseite die Angabe „ungesüßt“ mit einem Sternchen versehen, der auf die Verpackungsseite zu dem Hinweis „enthält von Natur aus Zucker“ verweist. Somit ergibt sich aus dem Produktkontext, dass es sich um die Angabe „ohne Zuckerzusatz“ handelt, die folglich den Bedingungen der HCVO unterliegt.

Ein anderes veganes Müsli (Rosengarten) wirbt mit Zink aus Kürbiskernen und Omega-3-Fettsäuren aus Walnüssen. Zusätzlich wird mit den Angaben „reich an Omega-3-Fettsäuren“ (laut NWK 0,8 g/100 g) und „Zinkquelle“ (laut NWK 2,8 mg/100 g) geworben. Beide Stoffe müssen also aus den genannten Lebensmitteln stammen und erlauben somit keinen Zusatz als Extrazutat. Im Folgenden wird geprüft, ob der Anteil an Kürbiskernen und Walnüssen in diesem Müsli dazu geeignet ist, jeweils die Menge an Zink und Omega-3-Fettsäuren zu decken. Laut Bundeslebensmittelschlüssel ist der Gehalt an Zink in Kürbiskernen 6,4 mg/100 g (BMELV, o.J.) und der Gehalt an Omega-3-Fettsäuren, sprich Alpha-Linolensäure in Walnüssen 10 g/100 g (BMELV, o.J.). Nach dem Zutatenverzeichnis auf dem Produkt zu Folge sind 5 % (18,75 g) Walnüsse und 4 % (15 g) Kürbiskerne in 375 g Müsli enthalten. Gemäß LMIV müssen 15 % der täglichen Referenzmenge (RM) an Zink, sprich 1,5 mg pro 100 g enthalten sein und gemäß der nährwertbezogenen Angabe „hoher Gehalt an Omega-3-Fettsäuren“ 0,6 g Alpha-Linolensäure pro 100 g. Demnach sind in 18,75 g Walnüssen 1,9 g Alpha-Linolensäure enthalten, sodass dieser Gehalt der doppelten Menge entspricht, die laut NWK

angegeben ist und der dreifachen Menge, die laut HCVO gefordert wird. In 15 g Kürbiskernen stecken allerdings nur 0,96 mg Zink, sodass eine Differenz zum Mindestgehalt von 0,54 mg entsteht. Fälschlicherweise sind auf der Nährwerttabelle der Verpackung 15 % RM sogar mit 2,4 mg/100 g ausgelobt, sodass die Differenz noch größer wird. Für solche Fälle hat die Europäische Kommission einen Leitfaden für die zuständigen Behörden in Bezug auf die Festlegung von Toleranzen für auf dem Etikett angegebene Nährwerte veröffentlicht. Für Mineralstoffe in einer nährwertbezogenen Angabe ist jedoch nur eine Toleranz von +45 % zulässig. Eine Minustoleranz existiert nicht, sodass die 15 % Nährstoffbezugswert als Bedingung für die Zinkquelle nicht eingehalten wurden. Allerdings besitzt dieser Leitfaden keinen formalen rechtlichen Status, sodass in Streitfällen die Auslegung des Rechts letztlich dem Gerichtshof der Europäischen Union obliegt (Europäische Kommission, 2012). Ein weiteres Beispiel für die Einhaltung von Mengen ist das „Läufermüsli Start“ (Baukhof) mit der Verpackungsangabe „Proteinquelle“. Die Bedingung für diese Angabe ist an einen Mindestproteinanteil von 12 % des Gesamtbrennwertes geknüpft. Dieses Müsli hat allerdings nur einen Eiweißgehalt von 11,3 g, was bei einem Brennwert von 383 kcal nur 11,8 % entspricht. Nach dem Leitfaden der Kommission und den in Abschnitt 6 aufgeführten Rundungsleitlinien entspricht dies zwischen 11,5 - 12,4 % Eiweiß pro Gesamtbrennwert. Zusätzlich gilt für Eiweiße zwischen 10-40 g pro 100 g eine Toleranz (Messungenauigkeit) von +40 %, sodass auch hier Minusabweichungen nicht erlaubt sind. Da sich die genannte Angabe jedoch im angegebenen Rundungsbereich befindet, wird die Bedingung der HCVO erfüllt (Europäische Kommission, 2012).

Im nächsten Fall wird das Müsli „Natural Body Power“ auf der Internetseite von Seitenbacher mit der Angabe beworben, dass bereits 100 g Müsli den Körper mit reichlich Magnesium für den Tag versorgen. Unklar bleibt an dieser Stelle, ob sich die nährwertbezogene Angabe auf „reich an Magnesium“ bezieht oder der Referenzmenge für die tägliche Zufuhr von Magnesium entspricht. Diese unterschiedliche Auslegung widerspricht somit dem Grundsatz, dass HCVO-betreffende Angaben nicht mehrdeutig sein dürfen (Art. 3 lit. a HCVO) und vom durchschnittlichen Verbraucher verstanden werden müssen (Art. 5 Abs. 2 HCVO). Wenn Angaben mehrdeutig auszulegen sind, müssen auch sämtliche möglichen Interpretationen wahrheitsgemäß sein. Ist jedoch eine Betrachtung falsch, geht dies im Streitfall immer zu Lasten des Angeklagten. Immerhin kann der Hersteller selbst bestimmen, wie eindeutig seine Angaben zu verstehen sind.

Die beiden folgenden Beispiele zeigen, wie schnell scheinbar pauschale Angaben in den Geltungsbereich der HCVO fallen. Das „Gourmet Müsli Beere“ (Brüggen) wirbt mit der Angabe „enthält jede Menge Nährstoffe“, die streng genommen an die Bedingungen des

hohen Gehalts von Vitaminen und Mineralstoffen, Ballaststoffen sowie Proteinen geknüpft sind. Es werden jedoch weder die Mindestmengen eingehalten noch werden alle Nährstoffe vollständig in der NWK gelistet. Ein ähnlicher Fall zeigt sich bei dem „Müsli für Sportliche“ (Seitenbacher) auf der Internetseite mit der Angabe: „Eine 40 g Portion hat nur 147 Kcal bei nur 3 g Fett aber 26 g Kohlenhydraten.“ In diesem Satz werden drei verschiedene nährwertbezogene Angaben angesprochen. Zum einen suggeriert die Angabe „nur 147 kcal“, dass es sich um ein „energiearmes“ oder zumindest „energiereduziertes“ Müsli handelt. Für die Angabe „energiearm“ darf das Produkt allerdings nicht mehr als 40 kcal/100 g enthalten und für „energiereduziert“ muss der Brennwert mindestens um 30 % reduziert sein. Zum anderen erwartet man durch die Angabe „nur 3 g Fett“ ein „fettarmes“ Müsli. Laut HCVO beziehen sich die maximal 3 g Fett allerdings auf 100 g Müsli und nicht wie in der Angabe auf eine 40 g Portion, sodass der Fettgehalt über das Doppelte überschritten wurde. Die dritte Angabe „aber 26 g Kohlenhydrate“ suggeriert im Kontext des zuvor reduzierten Fettgehalts einen nun erhöhten Nährstoffanteil. Im Zuge der Zweckbestimmung des Müslis wird allerdings durch die Bezeichnung „für Sportliche“ die allgemeine sich bewegende Bevölkerung angesprochen, für die erhöhte Kohlenhydratgehalte nicht zwangsläufig eine positive Nährwerteigenschaft darstellt (Meisterernst & Haber, 04.2014, S. 5, Rn. 7). Für Leistungssportler könnte der Bedarf dagegen eher zu rechtfertigen sein. Somit sind alle drei nährwertbezogenen Angaben nicht HCVO-konform umgesetzt.

Ein HCVO-konformes Beispiel für eine vergleichende nährwertbezogene Angabe gemäß Artikel 9, die sich auf die Bedingungen der nährwertbezogenen Angaben „reduzierter Nährstoffanteil“ bezieht, ist das Aldi Müsli „Knusper Himbeer-Joghurt“ mit der Angabe „50 % weniger Fett als vergleichbare Knuspermüslis“. Demnach bezieht sich der Vergleich auf eine Reihe von Lebensmitteln der gleichen Kategorie, der über die Mindestreduktion von 30 % hinaus einen Unterschied in der Menge von 50 % ergibt.

Darüber hinaus sind Angaben zu „frei von (bestimmten Stoffen)“ eine beliebte Angabe für Lebensmittelhersteller. Einige Müsliprodukte von Seitenbacher werden beispielsweise mit der Angabe „cholesterinfrei“ beworben. Solche nährwertbezogenen Angaben wie auch „cholesterinarm“ wurden jedoch nicht im Anhang der Verordnung aufgenommen und unterliegen somit dem Verbotsprinzip. Hauptargument ist die mögliche Irreführung des Verbrauchers durch die konkret positiven Assoziationen zum Blutcholesterinspiegel und zur Herzgesundheit, die derzeit nicht ausreichend wissenschaftlich belegt sind (Meisterernst & Haber, 04.2014, S. 43, Rn. 90). Dies bestätigt das Urteil des Verwaltungsgerichtes Stuttgart, indem die nährwertbezogene Angabe „cholesterinfrei“ auf einem Produkt als unzulässig bewertet wurde, da der Verbraucher das

Nahrungscholesterin nicht von Blut-Cholesterinwerten unterscheiden könne. Erlaubt sei aber die Angabe "Cholesterin 0 mg" in der Nährwerttabelle gemäß der Nährwertkennzeichnungsverordnung (NKV) (Verwaltungsgericht Stuttgart, Urteil vom 27. September 2012, 4 K 926/12.AK, juris, Rn. 8). Die freiwillige Kennzeichnung von Cholesterin nach § 4 Abs. 2 Nr. 5 NKV ist jedoch ab dem 13.12.2014 durch Artikel 30 Absatz 2 der LMIV nicht mehr zulässig bzw. nach Artikel 54 nur noch für den Abverkauf des Bestands erlaubt.

Im nächsten Beispiel wirbt der „Frühstücksbrei Basen-Balance“ mit 80 % basischen und 20 % säuernden Zutaten und einem somit ausgewogenen Verhältnis. Ergänzend wird die Angabe „basenbildend“ für das Rundum Wohlfühl beworben. Hier muss in erster Linie geklärt werden, ob es sich um eine nährwert- bzw. gesundheitsbezogene Angabe oder eine reine Beschaffenheitsangabe handelt. Es gibt die Ansicht, dass das natürliche Säure-Basen-Gleichgewicht im Körper durch eine ungünstige Ernährung zur Übersäuerung führt. Ein hoher Säuregehalt soll u. a. für Reizbarkeit, Müdigkeit, Haarausfall oder Hautunreinheiten verantwortlich sein. Um dem entgegenzuwirken, wird empfohlen, einen 80 %igen Anteil an Lebensmitteln mit basenbildender Wirkung im Körper zu verzehren (Neumayer, 2005, S. 15 f.). Da es in diesem Kontext also nicht um die Geschmacksrichtung sauer und auch nicht um eine bloße Zutatenbeschreibung geht, sondern um die Säuren, die nach dem Verzehr bei der Verdauung entstehen bzw. verhindert werden sollen, bekommt diese Angabe einen gesundheitsbezogenen Charakter. Hier wird erklärt, suggeriert oder auch nur mittelbar zum Ausdruck gebracht, dass ein Zusammenhang zwischen Müsli einerseits und der Gesundheit andererseits besteht (Art. 5 Abs. 2 Nr. 5 HCVO). Da es sich allerdings um keine zulässige Angabe gemäß Gemeinschaftsliste handelt, erfüllt diese Angabe nicht die Regelungen der HCVO.

Auch im nächsten Beispiel scheint es sich auf den ersten Blick um eine allgemeine produktübergreifende Angabe zu handeln. Das „Gourmet Müsli Knuspertraum“ (Brüggen) gibt auf der Verpackung folgende Informationen: „Am Morgen ist es wichtig, die Energiedepots des Körpers aufzufüllen, damit wir den Tag über leistungs- und konzentrationsfähig bleiben. Als solide Basis ist unser Knuspertraum Müsli mit verschiedenen Getreidesorten genau das Richtige“. Der Gesamtenergiebedarf des Menschen ist definiert aus dem Grundumsatz und dem Leistungsumsatz. Als Grundumsatz wird die Energie bezeichnet, die zur Aufrechterhaltung des Grundstoffwechsels und der Körpertemperatur benötigt wird. Für jede weitere Leistung, wie Muskeltätigkeit oder konzentrierte geistige Tätigkeit, die ein Mensch vollbringt, verbraucht er zusätzlich Energie (Schlieper, 2000, S. 15, 17). Die Angabe des ersten Satzes der Produktwerbung bezieht sich in diesem Kontext also auf die Leistungs- und

Konzentrationsförderung der Gehirntätigkeit und entspricht somit einer gesundheitsbezogenen Angabe, die auf psychische Funktionen oder Verhaltensfunktionen hinweist (Art. 13 Abs. 1 lit. b HCVO). Generell sind solche produktübergreifenden Angaben nicht zwingend von den Bestimmungen der HCVO betroffen. Da jedoch im zweiten Satz ein konkreter Produktbezug auf das Knuspertraum Müsli als „genau das Richtige“ hergestellt wird, fällt die verwendete Angabe in den Geltungsbereich der HCVO. In Bezug auf diese Kategorie gibt es aber lediglich zulässige Angabe wie „X trägt zu einer normalen kognitiven Funktion oder psychischen Funktion bei“ (Anhang HCVO). Somit ist das Gourmet Müsli auf Grund der fehlenden Zulassung nicht Verordnungskonform. Hingegen ist das „Schoko-Müsli“ von Brügglen mit dem Slogan „Schokolade essen bewirkt ein Glücksgefühl, das in Hochstimmungen versetzten kann“ eine Beschreibung der bloßen Stimmungslage und somit keine wissenschaftlich nachprüfbar Einflussnahme auf die psychischen Funktionen oder Verhaltensfunktionen (Meisterernst & Haber, 04.2014, S. 4, Rn.7). Eine Anwendung der HCVO ist bei diesem Produkt somit nicht notwendig.

Einen anderen Fall beschreibt Abbildung 21 mit den freiwilligen Verpackungsinformationen auf der Produktreihe Hafermüsli (Baukhof). Zum einen wird mit der krankheitsbezogenen Angabe über Hafer-Beta-Glucan und dessen Einfluss auf die Senkung des Cholesterinspiegel im Blut geworben (Anhang VO (EU) Nr. 1160/2011). Hier fehlt jedoch der obligatorische Hinweis nach Artikel 14 Absatz 2 der HCVO sowie der Gehalt an Beta-Glucan in der Nährwerttabelle (Art. 7 Abs. 2 HCVO). Die förderliche Wirkung soll bei einer täglichen Aufnahme von 3 g Hafer-Beta-Glucan durch 150 g Hafermüsli oder durch 50 g Hafermüsli mit 4 EL Haferkleie erzielt werden. Da jedoch eine Portion von 150 g Müsli weit über den üblichen Portionsgrößen von 60 bis 90 g liegt, kann dessen Verzehr vernünftigerweise nicht erwartet werden und widerspricht somit den Bedingungen von Artikel 5 Absatz 1 lit. d der HCVO. Zum anderen werden die vorteilhaften Inhaltsstoffe von Hafer stichpunktartig dargestellt. Die Angaben beziehen sich hierbei u. a. auf den natürlichen Gehalt von Vitamin B<sub>1</sub> sowie den Gehalt von Eisen und ungesättigten Fettsäuren, die im Hafer höher sind als bei anderen Getreidearten. Für Vitamin B<sub>1</sub> gilt die Angabe „enthält“, die für Vitamine und Mineralstoffe an die Bedingungen für die Angabe „Quelle von“ geknüpft ist. Gemäß Nährwerttabelle werden die hierfür geltenden 15 % des Nährstoffbezugswerts eingehalten. Für Eisen und ungesättigte Fettsäuren gelten die Regeln für eine vergleichende nährwertbezogene Angabe gemäß Artikel 9 der HCVO. Anhand einer abgebildeten Tabelle mit fünf weiteren Getreidearten geht hervor, dass beide Stoffmengen weit über dem höchsten Vergleichsgehalt liegen. Somit entsprechen alle nährwertbezogenen Angaben der HCVO.

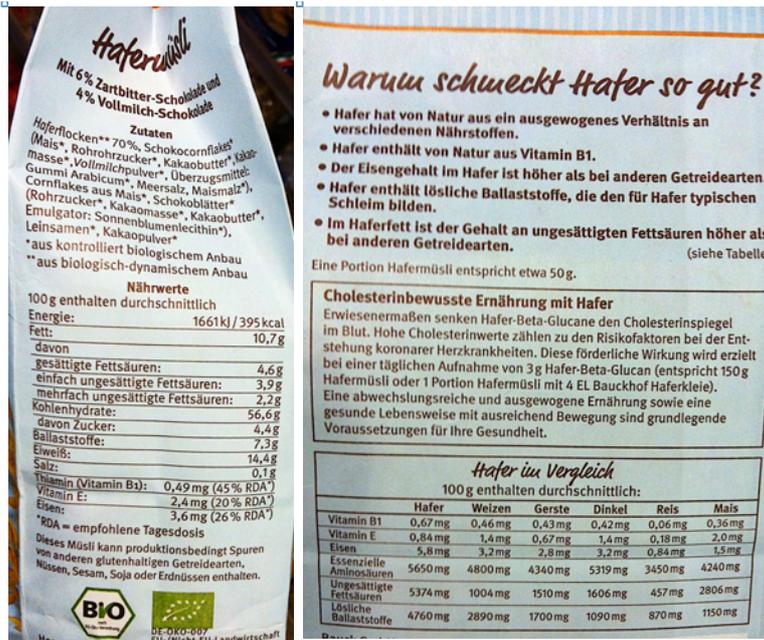


Abbildung 21: Produktbeispiel für ein Müsli mit nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben (Quelle: Eigene Aufnahme)

Zu ebenfalls sehr beliebten Werbeaussagen von Müsliherstellern gehören Angaben, wie: „Bananen sind Energielieferanten und zudem sehr bekömmlich“ oder „dieses Müsli schenkt Energie und ist leicht bekömmlich“ oder „Trockenfrüchte und Getreide schenken dem Müsli langanhaltend Energie“. Allerdings sind in diesen Aussagen zwei kritische Angaben enthalten. Zum einen ist zu prüfen, ob der Durchschnittsverbraucher die Aussage „X liefert Energie“ als allgemein bekannte Eigenschaftsbeschreibung versteht (Meisterernst & Haber, 04.2014, S. 6, Rn. 15 e) oder mit der Angabe „energiereich“ gleichsetzt. Für die letztere Angabe sind im Anhang der Verordnung bisher nur die Angaben „energiereich, energiereduziert und energiefrei“ zugelassen, nicht aber Angabe zu einem besonders hohen Energiegehalt. Denn nach Artikel 2 der HCVO muss ein Lebensmittel mit nährwertbezogenen Angaben besonders positive Nährwertigenschaften besitzen (Art. 2 Abs. Nr. 4 HCVO). Daher ist im Einzelfall zu prüfen, ob Produkte mit einem hohen Energiegehalt für spezielle Zielgruppen wie Sportler oder Athleten die Bedingungen der Verordnung erfüllen (Meisterernst & Haber, 04.2014, S. 42, Rn. 89). Zum anderen wurde die Angabe „bekömmlich“ nach dem Urteil des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) als unspezifische gesundheitsbezogene Angabe betrachtet. In diesem Rechtsstreit hat die deutsche Winzergenossenschaft „Deutsches Weintor eG“ einen Wein als „bekömmlich“, mit dem Hinweis auf einen „reduzierten Säuregehalt“ bezeichnet. Da der Säuregehalt von einer Vielzahl von Verbrauchern als nachteilig bewertet wird, impliziert die Angabe daher eine leichte Aufnahme und Verdaulichkeit des Weins. Denn das Verdauungssystem leidet darunter nicht oder wenig und der Zustand

dieses Systems bleibt selbst bei wiederholtem, also in größeren Mengen und langfristig erfolgreichem Verzehr verhältnismäßig gesund und intakt. Damit ist die fragliche Angabe geeignet, eine nachhaltige positive physiologische Wirkung zu suggerieren, die in der Erhaltung des Verdauungssystems in gutem Zustand besteht, während für andere Weine unterstellt wird, dass sie bei häufigerem Verzehr nachhaltige negative Auswirkungen auf das Verdauungssystem und folglich auf die Gesundheit haben (EuGH, Urteil vom 06. September 2012, C-544/10.AK, juris, Rn. 27, 39, 40). Auch wenn die Angabe „bekömmlich“ nur im Zusammenhang mit der „sanften Säure“ Gegenstand der EuGH-Bewertung war, ist ein Müsli - als allgemein positiver Imageträger für den Erhalt der Gesundheit - ausgehend vom durchschnittlichen Verbraucherverständnis ebenfalls dazu geeignet, durch die Angabe „bekömmlich“ eine leichte Aufnahme und Verdaulichkeit zu suggerieren. Insbesondere in Kombination mit der Angabe zur Energielieferung implizieren solche Müslis einen gesundheitsbezogenen Charakter der im Sinne der HCVO zulassungspflichtig ist. Doch weder die Angabe „energiereich“, weil an die Allgemeinbevölkerung gerichtet, noch die Angabe „bekömmlich“, weil nicht durch die Gemeinschaftsliste zugelassen, entsprechen diesen Anforderungen. Es gibt aber die Möglichkeit, Angaben, die die EFSA als zu unspezifisch für die Zulassung beurteilt hat, mit einer zugelassenen Angabe zu ergänzen. Wird z. B. der nicht zugelassenen Angabe „gut für die Verdauung“ eine zugelassene Angabe, wie „verbessert die Passage von Speisen im Darm“ beigefügt, wäre eine Verwendung zulässig (Meisterernst & Haber, 04.2014, S. 12, Rn. 29). Ein Beispiel hierfür ist das „Ballaststofffrüchte Müsli“ (Schneekoppe) mit der Angabe: „Besonders die Weizenkleie ist gut für die Verdauung und trägt zur Beschleunigung der Darmassage bei“.

Oftmals werden die eben genannten Angaben wie bei dem „Guten Morgen Frühstücksbrei“ von Rapunzel mit der Angabe „sättigt lange ohne den Körper zu belasten“ kombiniert. Diese gesundheitsbezogene Angabe gemäß Art. 13 Abs. 1 lit. c der HCVO ist allerdings nicht in der Gemeinschaftsliste zugelassen und somit auf diesem Frühstücksbrei nicht erlaubt.

Weiterhin liegt bei Verwendung der Begriffe „gesund“ oder „Gesundheit“ in Zusammenhang mit einem Lebensmittel oder einer Zutat eines Lebensmittels immer eine unspezifische gesundheitsbezogene Angabe gemäß Artikel 10 Absatz 3 der HCVO vor. Somit ist das Müsli von Seitenbacher mit der Bezeichnung „gesund & lecker“ Gegenstand dieser Bestimmung und muss durch eine zugelassene Angabe gemäß der Gemeinschaftsliste ergänzt werden (Meisterernst & Haber, 04.2014, S. 4, Rn. 22c).

### 5.3.3 Hypothesenprüfung

Diese zahlreichen Beispiele verdeutlichen, dass die rechtskonforme Anwendung der HCVO ein umfangreiches Hintergrundwissen voraussetzt. Inwieweit sich dieses Wissen der Hersteller auf die Hypothesen von Kapitel 5.1 auswirkt, wird im Folgenden überprüft.

Bezugnehmend auf **H1** wird in Abbildung 7 (S. 61) bestätigt, dass jeder Markenhersteller mindestens zwei Produkte mit nährwert- oder gesundheitsbezogenen Angaben im Sortiment führt. Die Gesamtanzahl der HCVO-betreffenden Angaben im Produktsortiment ist dabei abhängig vom Hersteller sehr verschieden. Einige Hersteller nutzen stattdessen sogenannte Quality Claims, die Beschreibung qualitativer Vorteile des Müslis wie Geschmack, Konsistenz, Aussehen, Herkunft, Verwendung, Herstellung oder Zusammensetzung. Zudem werden häufig Vitamine und Mineralstoffe freiwillig in der Nährwerttabelle auf den Müsliverpackungen ergänzt, ohne diese als nährwertbezogene Angabe zu bewerben. Somit ist der Geltungsbereich der HCVO nicht betroffen, sondern einzig die Bestimmungen der Nährwertdeklaration gemäß LMIV (Art. 30 Abs. 2 lit. f).

Weiterhin kann laut Abbildung 7 (S. 61) die **H2** bestätigt werden, da im Verhältnis 4:1 eindeutig mehr nährwertbezogene als gesundheitsbezogene Angaben auf den Marken-Müsliverpackungen genutzt werden.

Die geprüften HCVO-betreffenden Angaben über Müsli sind jedoch nicht immer rechtskonform. Als häufigste Beanstandungen auf den Produktverpackungen treten laut Abbildung 10 (S. 63) und Abbildung 12 (S. 65) die Verwendung nicht zugelassener Angaben auf (n = 32), gefolgt von fehlenden Hinweisen für gesundheitsbezogene Angaben nach Artikel 10 Absatz 2 lit. a (n = 11) und nicht erfüllten Bedingungen zur Verwendung nährwertbezogener Angaben (n = 9). Insgesamt wurden von 123 nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben 87 Beanstandungen (70 %) vermerkt, sodass **H3** bestätigt wurde und sogar über die Erwartungen hinaus zwei Drittel der Angaben nicht HCVO-konform umgesetzt sind.

Ergänzend geht **H4** davon aus, dass die Risikobereitschaft für fehlerhafte nährwert- oder gesundheitsbezogene Angaben bezüglich der HCVO-Konformität auf leicht veränderlichen Medien wie der Internetseite bei mindestens der Hälfte der Markenhersteller um 30 % höher ist, als bei gedruckten Medien wie der Verpackung. Nach Abbildung 14 (S. 66) kann dies allerdings nur bei drei Herstellern nachgewiesen werden, sodass die **H4** nicht bestätigt werden kann.

Darüber hinaus bieten sämtliche in dieser Untersuchung geprüfte Markenhersteller das gesamte Produktsortiment über die Internetseite zum Verkauf an. Hierbei gelten für HCVO-betreffende Angaben gemäß den Fernabsatzbestimmungen die gleichen Bedingungen über verpflichtende Kennzeichnungselemente wie für Verpackungen. Dennoch gehören zu den Hauptbeanstandungen auf der Internetseite gemäß Abbildung 11 (S. 64) und Abbildung 13 (S. 65) allein bei sieben Herstellern fehlende Nährwertdeklarationen bei nährwertbezogenen Angaben sowie bei drei dieser Hersteller die Verwendung nicht zugelassener Angaben bei gesundheitsbezogenen Angaben. Insgesamt sind sogar bei neun von zehn Herstellern Beanstandungen zu finden. Somit erfüllen mehr als 50 % der Markenhersteller, wie in **H5** vermutet, nicht die Bestimmungen des Fernabsatzgeschäfts. **H5** konnte somit bestätigt werden.

Weiterhin werden gemäß **H6** mit einem Anteil von 57 % Müslis von Markenherstellern häufiger als Functional Food beworben, als Müslis von den Eigenmarken des LEH (vgl. Abbildung 19, S. 68 und Abbildung 20, S. 69). Dafür sind alle nährwertbezogenen Angaben mit einem Anteil von 17 % bei den Eigenmarken entgegen **H7** bis auf eine Beanstandung HCVO-konform umgesetzt. Während **H6** also bestätigt werden konnte, trifft das für **H7** nicht zu.

### 5.4 Diskussion

Die Ergebnisse der durchgeführten Konformitätsprüfung der HCVO-Bestimmungen bei der Produktgruppe Müsli werden nun diskutiert. Im Anschluss werden mögliche Handlungsempfehlungen abgeleitet.

Auch wenn die Ergebnisse aus einem begrenzten Stichprobenumfang stammen, repräsentieren sie dennoch das gesamte Müslisortiment von zehn namenhaften Markenherstellern und zehn handelsüblichen LEH-Märkten. Dabei stellen die Informationen zur Verwendung von nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben und zur rechtskonformen Umsetzung durchaus übertragbare Ergebnisse für den aktuellen Müsli Markt dar.

Die **H1** verdeutlicht, dass nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben eine potenzielle Möglichkeit für kommerzielle Mitteilungen zur Kennzeichnung und Aufmachung von Werbung über Müsli darstellen, auch wenn diese je nach Hersteller unterschiedlich häufig eingesetzt werden. Die Motivation für den Einsatz dieser Angaben, muss allerdings gesondert hinterfragt werden.

Das Ergebnis der **H2** deckt sich mit den Ergebnissen des sächsischen Landesüberwachungsprogramms zur HCVO-Konformität von sieben unterschiedlichen Betrieben (vgl. Kap. 3.2.5). Auch hier lag die Anzahl der nährwertbezogenen Angaben deutlich über den gesundheitsbezogenen Angaben. Ob diese Ergebnisse durch die späte Veröffentlichung der Gemeinschaftsliste für gesundheitsbezogene Angaben begründet sind, weil die Hersteller diese noch nicht ausreichend zur Kenntnis genommen haben oder aufgrund der individuellen Sortimentspolitik generell ablehnen oder nährwertbezogene Angaben produktbedingt einfacher anzuwenden sind, muss in weiterführenden Untersuchungen geklärt werden.

Die Ergebnisse der **H3** und **H5** zeigen, dass die Umsetzung HCVO-betreffender Angaben aktuell nicht beanstandungslos erfolgt. Neben kleineren Mängeln, wie dem Fehlen von obligatorischen Hinweisen nach Artikel 10 oder 14 der HCVO, sind grobe Beanstandungen durch die Nutzung nicht-zugelassener Angaben festzustellen. Die Ablehnung von **H4** deutet jedoch darauf hin, dass die Hersteller vermutlich keine vorsätzlich fehlerhaften Angaben auf der Internetseite verwenden. Da bei Beanstandungen auf der Internetseite oftmals gleiche oder sogar andere Fehler auch auf den Verpackungen vorkommen, ist eine generelle Rechtsunsicherheit der Hersteller, die Verordnung in ihrem umfassenden Regelwerk konform umzusetzen, wahrscheinlicher. Dies würde erklären, warum einige Angaben eher floskelhaft wirken und nicht vorsätzlich als nährwert- oder gesundheitsbezogene Angabe formuliert, sodass sie in den Geltungsbereich der HCVO fallen ohne die Bedingungen hierfür zu erfüllen. Beispiele sind „gesund und lecker“, „enthält jede Menge Nährstoffe“ oder „liefert Energie und ist bekömmlich“. Die tatsächliche Absicht für die Verwendung solcher pauschalen Angaben sollte allerdings gesondert hinterfragt werden. Es bleibt also offen, ob der Grund für die Beanstandungen bei der fehlenden Berücksichtigung der HCVO liegt oder bei einer gewissen Rechtsunsicherheit durch dessen Komplexität.

Die **H6** und **H7** stellen dar, dass auch die LEH-Märkte das Potenzial von nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben erkannt haben, auch wenn diese nur bei einigen wenigen Produkten im Sortiment umgesetzt wurden. Immerhin nutzen acht von zehn LEH-Märkten nährwertbezogene Angaben. Hierbei ist zu beobachten, dass das Eigenmarkensortiment neben den Müsliklassikern immer häufiger Bio- und Premiumsorten anbietet, wie die Müsliarten Gourmet Müsli Früchte & Nuss (Kaufland), Premium Müsli Triple Chocolate (Penny) oder Bio Müsli Crunchy-Mandel-Orange (Norma). Im Zuge der steigenden Sortimentstiefe von Eigenmarkenprodukten bleibt es daher abzuwarten, ob die Verwendung von HCVO-betreffenden Angaben ebenfalls zunimmt. Die Annahme, dass aufgrund des vielfältigeren Einsatzes HCVO-betreffender

Angaben bei den Markenprodukten häufiger eine rechtskonforme Umsetzung einhergeht, konnte nicht bestätigt werden. Dagegen wurden die Angaben bei den Eigenmarken gezielt und bis auf eine Beanstandung fehlerfrei umgesetzt. Dies macht den Eindruck, dass der Einsatz solcher Angaben auf den Müsliverpackungen bewusster erfolgt, als bei den Markenherstellern. Diese Vermutung sollte allerdings in anknüpfenden Erhebungen noch untersucht werden.

Anhand der diskutierten Ergebnisse ergibt sich als Konsequenz für die amtliche Lebensmittelüberwachung, die Kontrolle zur Einhaltung der HCVO nicht rein risikobasiert auszurichten. Die Vermutung liegt nahe, dass eine vermehrt anlasslose HCVO-Kontrolle die Lebensmittelhersteller für dieses Thema zunehmend sensibilisiert. Nicht zuletzt bleibt durch die mangelnde Erhebung von Beanstandungen zur HCVO eine Reaktion auf mögliche Missstände aus. Daher wird empfohlen, den Grund der Beanstandung getrennt nach Produktgruppen statistisch zu erfassen, um die Effektivität der HCVO-Kontrolle zu steigern. Die vorliegenden Ergebnisse für Müsli konnten zeigen, dass aufgrund der vielfältigen und ernährungsphysiologisch wertvollen Zusammensetzung eine Vielzahl an Anwendungsmöglichkeiten für nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben existiert. Somit sollte auch diese Produktgruppe im Fokus der Lebensmittelüberwachung stehen.

Nicht zuletzt bedeuten für die Hersteller fehlerhafte Angaben auf ihren Produkten in der Konsequenz eine gesteigerte Angreifbarkeit für potenzielle Klagen. Dies zeigen die zahlreichen Gerichtsverfahren zur HCVO initiiert durch Mitbewerber, Verbände und Vereine. Um sich davor zu schützen, sollte der Einsatz von nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben gezielt erfolgen, um die geltenden rechtlichen Bedingungen vollständig zu erfassen.

Zur Beantwortung der offenen Fragestellungen aus der Diskussion gilt es die vorliegenden Ergebnisse, die von Produktseite aus ermittelt wurden, im nächsten Schritt von Unternehmensseite aus zu untersuchen. Dabei wäre es interessant, den tatsächlichen Kenntnisstand zur Verordnung zu hinterfragen sowie die Beweggründe für den Einsatz von nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben zu erheben. Ergänzend könnte der Einfluss der HCVO auf die Zugänglichkeit des Marktes für müsliproduzierende Unternehmen analysiert werden. Hierzu wäre ein Vergleich von nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben über Müsli vor und nach der Veröffentlichung der Verordnung sowie die Sicht der Hersteller hilfreich.

### **6 Zusammenfassung und Fazit**

Die dieser Arbeit zugrundeliegende Fragestellung nach den Auswirkungen der Health-Claims-Verordnung auf die Lebensmittelwerbung am Beispiel der Produktgruppe Müsli konnte weitestgehend beantwortet werden. Die Ergebnisse aus der quantitativen Datenerhebung bestätigen, dass aufgrund der vielfältigen und ernährungsphysiologisch wertvollen Zusammensetzung Müsli eine Vielzahl an Anwendungsmöglichkeiten für nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben bietet. Dennoch wird die dafür geltende Health-Claims-Verordnung in ihrer Komplexität nicht von allen Herstellern vollständig erfasst und die Angaben häufig nicht konform zu dieser Verordnung umgesetzt.

Die aktuelle Verordnungsversion ist aufgrund offener und teilweise unklarer Regelungen nicht konsequent vereinbar mit ihrem eigentlichen Ziel, ein hohes Verbraucherschutzniveau zu gewährleisten und dem Verbraucher die notwendigen Informationen für eine sachkundige Kaufentscheidung zu liefern. Insbesondere ohne Nährwertprofile können nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben scheinbar beliebig auf Lebensmitteln eingesetzt werden. Die Umsetzung der Nährwertprofile würde die aktuelle Anzahl HCVO-betreffender Angaben über Müsli allerdings um einiges verringern.

Die Ergebnisse der Konformitätsprüfung mit der beispielhaften Betrachtung von Einzelfällen zeigen, dass die rechtskonforme Anwendung der HCVO ein umfangreiches Hintergrundwissen voraussetzt. Die Kritik einiger Bundesländer aus der Befragung des deutschen Werberates deutet darauf hin, dass die aktuelle Rechtsprechung zu nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben sowohl für die Lebensmittelhersteller als auch für die amtliche Lebensmittelüberwachung aufgrund der Komplexität und Unvollständigkeit nicht ausreichend praktikabel ist. Demzufolge wird die amtliche Kontrolle der HCVO oftmals nur unzureichend umgesetzt. Obwohl im bundesweiten Überwachungsplan ausdrücklich betont wird, dass bei neuen gesetzlichen Regelungen, wie geänderten Kennzeichnungsvorschriften, bundesweite Aussagen zum Grad der Umsetzung bzw. der Verstöße von Interesse sind, wurden bisher keine repräsentativen Daten zum Stand der HCVO-Konformität erhoben. Daher wird empfohlen, Beanstandungen hierzu statistisch zu erfassen und die amtliche Kontrolle vermehrt anlasslos auszurichten. Sowohl die Effektivität der HCVO-Kontrolle als auch die Sensibilisierung der Lebensmittelhersteller für dieses Thema kann somit gesteigert werden. Aufgrund der Bedeutsamkeit vom Müsli als Functional Food sollte schließlich auch diese Produktgruppe im Fokus der Lebensmittelüberwachung stehen.

Es wurde deutlich, dass der gesundheitliche Mehrwert in der Geschichte des Müslis fortwährend im Fokus steht, obgleich sich die Gründe für den gesundheitlichen Mehrwert über die Zeit veränderten. Die im Titel der Arbeit genannte Entwicklung vom einstigen Frischkornbrei zum Functional Food veranschaulicht beispielhaft die veränderten rechtlichen Rahmenbedingungen für die Werbung von Lebensmitteln mit gesundheitlichem Mehrwert. Die konkreten Auswirkungen der Health-Claims-Verordnung auf die Werbung der Produktgruppe Müsli sind in Tabelle 3 anhand der Ergebnisse der Hypothesenprüfung zusammenfassend dargestellt.

	Hypothese	Überprüfung der Hypothese
H1	Markenhersteller verwenden mindestens eine nährwert- oder gesundheitsbezogene Angabe im Produktsortiment.	bestätigt
H2	Nährwertbezogene Angaben werden bei Markenprodukten häufiger genutzt als gesundheitsbezogene Angaben.	bestätigt
H3	Ein Drittel aller nährwert- oder gesundheitsbezogenen Angaben auf den Verpackungen der Markenprodukte sind nicht HCVO-konform umgesetzt.	bestätigt
H4	Die Risikobereitschaft für fehlerhafte nährwert- oder gesundheitsbezogene Angaben bezüglich der HCVO-Konformität ist auf leicht veränderlichen Medien wie der Internetseite bei mindestens der Hälfte der Markenhersteller um 30 % höher, als bei gedruckten Medien wie der Verpackung.	abgelehnt
H5	Bei 50 % der Markenprodukte werden die Fernabsatzbestimmungen für nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben auf der Internetseite zum Zeitpunkt des Kaufs nicht vollständig zur Verfügung gestellt.	bestätigt
H6	Markenmüslis werden häufiger als Functional Food beworben, als No-Name-Müslis.	bestätigt
H7	Markenmüslis haben gegenüber No-Name-Müslis weniger HCVO-betreffende Beanstandungen.	abgelehnt

**Tabelle 3: Zusammenfassung der Hypothesenüberprüfung**

Insgesamt dient sowohl der theoretische als auch der praktische Teil dieser Arbeit der mymuesli GmbH als Leitfaden für die interne Anpassung der HCVO bei bestehenden und geplanten Produkten. Insbesondere die Ergebnisse der Konformitätsprüfung über die Auswahl, Häufigkeit und Verwendung von nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben bei den Konkurrenzprodukten sind für das eigene Produktmanagement förderlich. Darüber hinaus kann durch das Aufzeigen potenzieller Fehlerquellen die HCVO-Konformität bei der internen Anpassung an das Produktsortiment optimiert werden. Hierbei sollte die Entscheidung zur Verwendung von nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben gezielt erfolgen, um auch alle geltenden lebensmittelrechtlichen Bedingungen berücksichtigen zu können.

## Literaturverzeichnis

- ALS. (19.09.2012). *Stellungnahme Nr. 2012/39: Gleichsinnige Formulierungen zu zugelassenen Claims*. Abgerufen am 13.06.2014 von [http://www.bvl.bund.de/SharedDocs/Downloads/01\\_Lebensmittel/ALS\\_ALTS/ALS\\_Stellungnahmen\\_100\\_Sitzung\\_2012.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](http://www.bvl.bund.de/SharedDocs/Downloads/01_Lebensmittel/ALS_ALTS/ALS_Stellungnahmen_100_Sitzung_2012.pdf?__blob=publicationFile&v=2).
- Bauck GmbH und Co. KG. (o.J.). *Bauckhof Müsli & Flakes*. Abgerufen am 11.07.2014 von <http://www.bauckhof.de/de/bauckhof-naturkost-rosche/produkte/bauckhof-produkte/muesli-flakes/muesli-flakes.html>.
- BMEL. (o.J.). *Fachausschüsse und Leitsätze des Deutschen Lebensmittelbuches*. Abgerufen am 20.05.2014 von [http://www.bmel.de/DE/Ernaehrung/Kennzeichnung/Lebensmittelbuch/Fachausschuesse\\_Leitsaetze\\_Lebensmittelbuch.html](http://www.bmel.de/DE/Ernaehrung/Kennzeichnung/Lebensmittelbuch/Fachausschuesse_Leitsaetze_Lebensmittelbuch.html).
- BMEL, BVL. (02.2014). *Integrierter mehrjähriger Kontrollplan der Bundesrepublik Deutschland*. Abgerufen am 16.06.2014 von [http://www.bvl.bund.de/SharedDocs/Downloads/01\\_Lebensmittel/06\\_mnkp\\_dokumente/lm\\_mnkp\\_Rahmenplan.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=10](http://www.bvl.bund.de/SharedDocs/Downloads/01_Lebensmittel/06_mnkp_dokumente/lm_mnkp_Rahmenplan.pdf?__blob=publicationFile&v=10).
- BMELV. (o.J.). *BLS-Version 3.02. H120000 Walnüsse*. Abgerufen am 14.08.2014 von <http://www.bls.nvs2.de/index.php?id=9>.
- BMELV. (o.J.). *BLS-Version 3.02. H310400 Kürbiskern getrocknet*. Abgerufen am 14.08.2014 von <http://www.bls.nvs2.de/index.php?id=92>.
- BMELV. (28.11.2013). *Jahresbericht 2012 der Bundesrepublik Deutschland zum mehrjährigen nationalen Kontrollplan nach Verordnung (EG) Nr. 882/2004*. Abgerufen am 07.04.2014 von [http://www.bvl.bund.de/SharedDocs/Downloads/01\\_Lebensmittel/06\\_mnkp\\_dokumente/mnkp\\_Jahresbericht\\_2012.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](http://www.bvl.bund.de/SharedDocs/Downloads/01_Lebensmittel/06_mnkp_dokumente/mnkp_Jahresbericht_2012.pdf?__blob=publicationFile&v=2).
- Bortz, J., & Döring, N. (2006). *Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler* (4. Ausg.). Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
- Bruker, M. (1982). *Unsere Nahrung - unser Schicksal* (10. Ausg.). Hopferau: Bioverlag Gesundheit.
- BVL. (2013). *Berichte zur Lebensmittelsicherheit 2012. Bundesweiter Überwachungsplan 2012*. Abgerufen am 04.07.2014 von [http://www.bvl.bund.de/SharedDocs/Downloads/01\\_Lebensmittel/02\\_BUEp\\_dokumente/BUEp\\_Bericht\\_2012.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](http://www.bvl.bund.de/SharedDocs/Downloads/01_Lebensmittel/02_BUEp_dokumente/BUEp_Bericht_2012.pdf?__blob=publicationFile&v=2).
- Cartoonsnap. (o.J.). *Kellogg's Pep*. Abgerufen am 11.06.2014 von <http://cartoonsnap.blogspot.de/2009/04/they-called-for-reason.html>.
- Department of Health U.K. (12.2012). *General principles on flexibility of wording for health claims*. Abgerufen am 28.05.2014 von [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/217005/health-claims-flexibility-of-wording-principles-UK-19-Dec-2012.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/217005/health-claims-flexibility-of-wording-principles-UK-19-Dec-2012.pdf).

- Deutscher Konsumentenbund e.V. (30.01.2014a). *Satzung Bundesverband*. Abgerufen am 28.04.2014 von <http://www.konsumentenbund.de/inhalt/satzung-bundesverband.html>.
- Deutscher Bundestag. (30.04.2014). *Kleine Anfrage. Antwort der Bundesregierung. Stand der Umsetzung der Health-Claims-Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 – Nährwertprofile und weiteres Verfahren bei Botanicals*. Abgerufen am 20.05.2014 von <http://www.health-claims-verordnung.de/resources/HCVO+Antwort+Bundesregierung+1801273+140430.pdf>.
- Deutscher Konsumentenbund e.V. (2014b). *Preisangabeverordnung und HCVO: Anfrage zur Durchsetzung von verbraucherschützenden Rechtsakten in den Bundesländern*. Abgerufen am 28.04.2014 von <http://www.konsumentenbund.de/inhalt/preisangabeverordnung-und-hcvo-anfrage-zur-durchsetzung-von-verbraucherschuetzenden.html>.
- Deutscher Werberat. (2009). *Verhaltensregeln des Deutschen Werberats über die kommerzielle Kommunikation für Lebensmittel Fassung von 2009*. Abgerufen am 19.05.2014 von <http://www.werberat.de/lebensmittel>.
- DLG Prüfbestimmungen. (06.2013). *Spezielle Getreideerzeugnisse mit Zutaten: Müsli*. Frankfurt am Main: DLG-Verlag.
- Dudenredaktion. (2007). *Die deutsche Rechtschreibung* (24. Ausg.). Mannheim: Dudenverlag.
- Ebermann, R., & Elmadfa, I. (2011). *Lehrbuch Lebensmittelchemie und Ernährung* (2. Ausg.). Wien: Springer-Verlag.
- EFSA Panel on NDA. (2009). Scientific Opinion on the substantiation of health claims related to beta-glucans and maintenance of normal blood cholesterol concentrations (ID 754, 755, 757, 801, 1465, 2934) and maintenance or achievement of a normal body weight (ID 820, 823) pursuant to Article 13(1) of Regulation (EC) No 1924/2006. *EFSA Journal* 2009; 7(9):1254.
- EFSA. (31.05.2012). *Pflanzliche Materialien und Zubereitungen*. Abgerufen am 04.06.2014 von <http://www.efsa.europa.eu/de/topics/topic/botanicals.htm>.
- Europäische Kommission. (08.2012). *Diskussionspapier über gesundheitsbezogene Angaben über Pflanzenstoffe*. Abgerufen am 05.06.2014 von <http://izbamleka.pl/wp-content/uploads/2012/09/instrukcja.pdf>.
- Europäische Kommission. (12.2012). *Leitfaden für zuständige Behörden*. Abgerufen am 06.07.2014 von [http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/supplements/documents/guidance\\_tolerances\\_1212\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/supplements/documents/guidance_tolerances_1212_de.pdf).
- Europäische Kommission. (01.10.2003). *Presseerklärung. Die vorgeschlagene Verordnung über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben: Mythen und Missverständnisse. MEMO/03/188*. Abgerufen am 07.05.2014 von [http://europa.eu/rapid/press-release\\_MEMO-03-188\\_de.htm?locale=FR](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-03-188_de.htm?locale=FR).

- Europäische Kommission. (05.12.2011). *Presserklärung. Questions and Answers on the list of permitted Health Claims. MEMO/11/868*. Abgerufen am 03.06.2014 von [http://europa.eu/rapid/press-release\\_MEMO-11-868\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-11-868_en.htm).
- European Commission. (27.06.2001). *Discussion Paper on nutrition claims and functional claims, SANCO/1341/2001*. Abgerufen am 14.08.2014 von [http://ec.europa.eu/food/fs/fl/fl03\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/food/fs/fl/fl03_en.pdf).
- European Commission. (2002). *Working Document, SANCO/1832/02*. Abgerufen am 07.08.2014 von <http://multimedia.food.gov.uk/multimedia/pdfs/draftregsonclaims.pdf>.
- GfK Panel Service. (2009). *Consumer Scan Haushaltspanel*. Abgerufen am 01.28.2014 von [http://www.gfk-compact.de/index.php?article\\_id=169&clang=0](http://www.gfk-compact.de/index.php?article_id=169&clang=0).
- Gründig, F. (18.02.2014). *Behr's Health Claims Tage 2014*. Landesuntersuchungsanstalt für das Gesundheits- und Veterinärwesen. Freistaat Sachsen. Erfahrung mit der HCVO - Ausgewählte Aspekte aus Sicht der Überwachung. Köln.
- Havemann, I., Mattusch, H., & Ipsos GmbH. (2011). *Zwischen Supermarkt und Apotheke - Daten und Fakten zum Functional-Food-Markt. „Healthcare2011“, GoingPublicSpecial*.
- Holle, M. (2007). *Health Claims - kompakt. Die europäischen Regeln für die Lebensmittelwerbung*. Köln, Berlin, München: Carl Heymanns Verlag.
- ILSI-Europe. (1999). *Scientific Concepts of Functional Foods in Europe. Consensus Document. Working definition. British Journal of Nutrition (81)*.
- Institut für Demoskopie Allensbach. (04.07.2013). *Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse. Ernährungsgewohnheiten*.
- Jansson, A. (25.02.2007). *The National Food Agency. The Keyhole symbol*. Abgerufen am 21. 05. 2014 von <http://www.slv.se/en-gb/Group1/Food-labelling/Keyhole-symbol/>.
- Kellogg Co. (o.J.). *A Historical Overview*. Abgerufen am 28.01.2014 von <http://www.kellogghistory.com/history.html>.
- Kellogg Deutschland GmbH. (o.J.). *Das Plus durch Anreicherung*. Abgerufen am 28.01.2014 von [http://www.kelloggs.de/de\\_DE/the-benefits-of-cereal/vitamin-fortification.html](http://www.kelloggs.de/de_DE/the-benefits-of-cereal/vitamin-fortification.html).
- Koerber, K., Männle, T., & Leitzmann, C. (2012). *Vollwert-Ernährung. Konzeption einer zeitgemäßen und nachhaltigen Ernährung (11. Ausg.)*. Stuttgart: Karl F. Haug Verlag.

- MagazineArt.org. (02.10.2010). *Kellogg's Pep*. Abgerufen am 11.06.2014 von [http://www.google.de/imgres?imgurl=http://www.magazineart.org/main.php%3Fg2\\_view%3Dcore.DownloadItem%26g2\\_itemId%3D21225%26g2\\_serialNumber%3D2&imgrefurl=http://www.magazineart.org/main.php/v/ads/foodandbev/breakfast/Kellogg\\_s%2BPep%2B-1930B.jpg.html&h=922&w=650&tbnid=7LxL3QN3ru0L-M:&zoom=1&tbnh=95&tbnw=67&usq=\\_\\_Aq\\_hgVMLpmJIAL2H4-dJacha0Yg=&docid=dXAGUf24CBaHjM&client=safari&sa=X&ei=fUOYU5TVLKPN7AbYtlCwBg&ved=0CCoQ9QEwAg&dur=4822](http://www.google.de/imgres?imgurl=http://www.magazineart.org/main.php%3Fg2_view%3Dcore.DownloadItem%26g2_itemId%3D21225%26g2_serialNumber%3D2&imgrefurl=http://www.magazineart.org/main.php/v/ads/foodandbev/breakfast/Kellogg_s%2BPep%2B-1930B.jpg.html&h=922&w=650&tbnid=7LxL3QN3ru0L-M:&zoom=1&tbnh=95&tbnw=67&usq=__Aq_hgVMLpmJIAL2H4-dJacha0Yg=&docid=dXAGUf24CBaHjM&client=safari&sa=X&ei=fUOYU5TVLKPN7AbYtlCwBg&ved=0CCoQ9QEwAg&dur=4822).
- Max Rubner-Institut. (2008). *Nationale Verzehrsstudie II*. Bundesforschungsinstitut für Ernährung und Lebensmittel, Karlsruhe.
- Meisterernst, A., & Haber, B. (Hrsg.). (04.2014). *Praxiskommentar. Health & Nutrition Claims* (22. Ausg., Bd. Loseblattsammlung). Hamburg: Behr's Verlag.
- Melzer, J. (2003). *Vollwerternährung Diätetik, Naturheilkunde, Nationalsozialismus, sozialer Anspruch*. Stuttgart: Franz Steiner Verlag Wiesbaden GmbH.
- Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz Mecklenburg-Vorpommern. (06.2013). *Verbraucherschutz im Fokus. Schwerpunktthemen 2012 in Mecklenburg-Vorpommern*. Abgerufen am 24.04.2014 von [http://www.regierung-mv.de/cms2/Regierungsportal\\_prod/Regierungsportal/de/lm/\\_Service/Publikationen/index.jsp?publikid=6494](http://www.regierung-mv.de/cms2/Regierungsportal_prod/Regierungsportal/de/lm/_Service/Publikationen/index.jsp?publikid=6494).
- Ministry of Health, Labour and Welfare. (o.J.). *Food for Specified Health Uses (FOSHU)*. Abgerufen am 21.05.2014 von <http://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/fhc/02.html>.
- mymuesli GmbH. (o.J.). *High-Protein-Müsli*. Abgerufen am 19.06.2014 von <http://www.mymuesli.com/muesli/index.php?vw=product-mm&ec=detail&mnid=1&mnpt=1|2&id=281>.
- mymuesli GmbH. (2014). *Wie alles begann*. Abgerufen am 20.05.2014 von <http://www.mymuesli.com/muesli/index.php?vw=info&ec=detail&mnid=13&mnpt=1%7C39%7C40&id=5>.
- Neuhaus, A. (2010). *Handbuch für Lebensmittelchemiker. Lebensmittel – Bedarfsgegenstände – Kosmetika – Futtermittel* (3. Ausg.). (W. Frede, Hrsg.) Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag.
- Neumayer, P. (2005). *Gesundheit in Balance. Wie Sie ihren Säure-Basen-Haushalt ins Gleichgewicht bringen* (1. Ausg.). Bielefeld: LebensBaum Verlag.
- o.A. (06.2009). *National Food Administration's Regulations on the Use of a Particular Symbol*. Abgerufen am 21.05.2014 von [http://www.slv.se/upload/nfa/documents/food\\_regulations/Nyckelhål\\_dec\\_2009\\_6%20eng.pdf](http://www.slv.se/upload/nfa/documents/food_regulations/Nyckelhål_dec_2009_6%20eng.pdf).
- Pütz, A. (2012). *Fragen & Antworten Functional Food* (1. Ausg.). Hamburg: Behr's Verlag.
- Rausch, S. (01.10.2012). Sortiment Frühstücksprodukte. Auf Ideen-Suche. *Rundschau für den Lebensmittelhandel* (10.).

- Rodriguez-Cerezo, E., & Stein, A. (2008). *European Commission, Joint Research Centre, Institute for Prospective Technological Studies. Functional Food in the European Union*. Abgerufen am 13.06.2014 von <http://ftp.jrc.es/EURdoc/JRC43851.pdf>.
- Sächsisches Staatsministerium für Soziales und Verbraucherschutz. (31.07.2013). *Amtliche Lebensmittel- und Futtermittelüberwachung 2012. Auszug aus dem Verbraucherschutzbericht*. Abgerufen am 24.04.2014 von <https://publikationen.sachsen.de/bdb/artikel/19671>.
- Sächsisches Staatsministerium für Soziales und Verbraucherschutz. (30.08.2011). *Verbraucherbericht 2011*. Abgerufen am 24.04.2014 von <https://publikationen.sachsen.de/bdb/artikel/12344>.
- Schlieper, C. (2000). *Grundfragen der Ernährung* (15. Ausg.). Hamburg: Dr. Felix Büchner, Handwerk und Technik.
- SCHNEEKOPPE GmbH & Co. KG. (o.J.). *Müsli. Alle Produkte in der Kategorie*. Abgerufen am 04.05.2014 von <http://www.schneekoppe.com/Produkte/Muesli-Riegel/Muesli>.
- Standing Committee on the food chain and animal health. (14.12.2007). *Guidance on the implementation of regulation N° 1924/2006 on nutrition and health claims made on foods*. Abgerufen am 26.05.2014 von [http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/claims/guidance\\_claim\\_14-12-07.pdf](http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/claims/guidance_claim_14-12-07.pdf).
- U.S. Food and Drug Administration. (11.06.1998). *Guidance for Industry. Notification of a Health Claim or Nutrient Content Claim Based on an Authoritative Statement of a Scientific Body*. Abgerufen am 21.05.2014 von <http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/ucm056975.htm>.
- Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (o.J.). *Über Lebensmittelklarheit.de*. Abgerufen am 25.08.2014 von <http://www.lebensmittelklarheit.de/ueber>.
- Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (06.11.2010). *Satzung. Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.* Abgerufen am 28.04.2014 von [http://www.vzbv.de/cps/rde/xbcr/vzbv/Satzung\\_vzbv.pdf](http://www.vzbv.de/cps/rde/xbcr/vzbv/Satzung_vzbv.pdf).
- Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (o.J.). *Verfahren des Verbraucherzentrale Bundesverbands nach der Health Claims VO*. Abgerufen am 28.04.2014 von <http://www.vzbv.de/cps/rde/xbcr/vzbv/Health-Claims-Verordnung-Verfahren-vzbv.pdf>.
- VuMA Arbeitsgemeinschaft. (2013). *Konsuminformationen seit 2000*. Abgerufen am 26.06.2014 von <http://www.vuma.de/de/archiv/konsuminformationen-seit-2000.html>.
- Weck, M. (2013). *Lebensmittelrecht* (2. Ausg.). Stuttgart: W. Kohlhammer.
- Wettbewerbszentrale. (o.J.). *Branchen/Spezialbereich Lebensmittel*. Abgerufen am 27.04.2014 von <http://www.wettbewerbszentrale.de/de/branchen/lebensmittel/ueberblick/>.

WHO-Regionalbüro für Europa. (2012). *Der Europäische Gesundheitsbericht 2012 - Ein Wegweiser zu mehr Wohlbefinden*. Abgerufen am 19.06.2014 von [http://www.euro.who.int/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0010/250399/EHR2012-Ger.pdf?ua=1](http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0010/250399/EHR2012-Ger.pdf?ua=1).

Wirz, A. (1993). *Die Moral auf dem Teller*. Zürich: Chronos Verlag.

## Rechtsquellenverzeichnis

Allgemeine Verwaltungsvorschrift über Grundsätze zur Durchführung der amtlichen Überwachung der Einhaltung lebensmittelrechtlicher, weinrechtlicher, futtermittelrechtlicher und tabakrechtlicher Vorschriften (AVV Rahmen-Überwachung – AVV RÜb) vom 3. Juni 2008, zuletzt geändert durch Verwaltungsvorschrift vom 14. August 2013 (BAnz AT 20.08.2013 B2).

Arzneimittelverschreibungsverordnung vom 21. Dezember 2005 (BGBl. I S. 3632), zuletzt geändert durch Artikel 1 der Verordnung vom 26. Mai 2014 (BGBl. I S. 598).

CAC/GL 1-1979. Codex Alimentarius. General Guidelines on Claims, zuletzt geändert 2009.

CAC/GL 23-1997. Codex Alimentarius. Nutrition and Health Claims. Guidelines for use of nutrition and health claims, zuletzt geändert 2013.

Diätverordnung (DiätV) in der Fassung der Bekanntmachung vom 28. April 2005 (BGBl. I S. 1161), zuletzt geändert durch Artikel 1 der Verordnung vom 25. Februar 2014 (BGBl. I S. 218).

Durchführungsbeschluss der Kommission (2013/63/EU) vom 24. Januar 2013 zur Annahme von Leitlinien zur Umsetzung der in Artikel 10 der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates dargelegten speziellen Bedingungen für gesundheitsbezogene Angaben, ABl. Nr. L 22, S. 25.

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb in der Fassung der Bekanntmachung vom 3. März 2010 (BGBl. I S. 254), zuletzt geändert durch Artikel 6 des Gesetzes vom 1. Oktober 2013 (BGBl. I S. 3714).

KOM(1999) 719 endgültig. Weissbuch zur Lebensmittelsicherheit, Brüssel, den 12.01.2000.

KOM(2003) 424 endgültig. Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel, Brüssel, den 16.7.2003.

KOM(97) 176 endgültig. Grünbuch der Kommission. Allgemeine Grundsätze des Lebensmittelrechts in der Europäischen Union, Brüssel, den 30.04.1997.

Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetz. Bekanntmachung der Neufassung vom 09. September 1979. BGBl. 1997 Teil I Nr. 63.

Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch in der Fassung der Bekanntmachung vom 3. Juni 2013 (BGBl. I S. 1426), zuletzt geändert durch Artikel 1 der Verordnung vom 28. Mai 2014 (BGBl. I S. 698).

Nahrungsergänzungsmittelverordnung (NemV) vom 24. Mai 2004 (BGBl. I S. 1011), zuletzt geändert durch Artikel 2 der Verordnung vom 23. Oktober 2013 (BGBl. I S. 3889).

- Nährwert-Kennzeichnungsverordnung vom 25. November 1994 (BGBl. I S. 3526), zuletzt geändert durch Artikel 1 der Verordnung vom 1. Oktober 2009 (BGBl. I S. 3221)
- Richtlinie 2000/13/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. März 2000 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedsstaaten über die Etikettierung und Aufmachung von Lebensmitteln sowie die Werbung hierfür, ABl. Nr. L 109, S. 29.
- Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates, ABl. Nr. L 149, S. 22.
- Richtlinie 2006/114/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2006 über irreführende und vergleichende Werbung, ABl. Nr. L 376, S. 21.
- Richtlinie 2006/125/EG der Kommission vom 5. Dezember 2006 über Getreidebeikost und andere Beikost für Säuglinge und Kleinkinder, ABl. Nr. L 339, S. 16.
- Richtlinie 2006/141/EG der Kommission vom 22. Dezember 2006 über Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung und zur Änderung der Richtlinie 1999/21/EG, ABl. Nr. L 401, S. 1.
- Richtlinie 84/450/EWG des Rates vom 10. September 1984 zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedsstaaten über irreführende Werbung, ABl. Nr. L 250, S. 0017 – 0020.
- Unterlassungsklagengesetz in der Fassung der Bekanntmachung vom 27. August 2002 (BGBl. I S. 3422, 4346), zuletzt geändert durch Artikel 7 des Gesetzes vom 1. Oktober 2013 (BGBl. I S. 3714).
- Verordnung (EG) Nr. 1024/2009 der Kommission vom 29. Oktober 2009 zur Zulassung bzw. Verweigerung der Zulassung bestimmter gesundheitsbezogener Angaben über Lebensmittel betreffend die Verringerung eines Krankheitsrisikos sowie die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern, ABl. Nr. L 283, S. 22.
- Verordnung (EG) Nr. 178/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 28. Januar 2002 zur Festlegung der allgemeinen Grundsätze und Anforderungen des Lebensmittelrechts, zur Errichtung der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit und zur Festlegung von Verfahren zur Lebensmittelsicherheit, ABl. Nr. L 31, S. 1, zuletzt geändert durch die Änderungsverordnung (EG) Nr. 596/2009 vom 18. Juni 2009, ABl. Nr. L 188, S. 14.
- Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Dezember 2006 über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel. ABl. Nr. L 12, S. 3, zuletzt geändert durch Art. 1 der Änderungsverordnung (EU) Nr. 1047/2012 vom 8. 11. 2012, ABl. Nr. L 310 S. 36.

- Verordnung (EG) Nr. 1925/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Dezember 2006 über den Zusatz von Vitaminen und Mineralstoffen sowie bestimmten anderen Stoffen zu Lebensmitteln, ABl. Nr. L 404, S. 26, zuletzt geändert durch Artikel 2 der Änderungsverordnung (EG) Nr. 1170/2009 vom 30. November 2009, ABl. Nr. L 314, S. 26.
- Verordnung (EG) Nr. 353/2008 der Kommission vom 18. April 2008 zur Festlegung von Durchführungsbestimmungen für Anträge auf Zulassung gesundheitsbezogener Angaben gemäß Artikel 15 der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates, ABl. Nr. L 109/11, S. 11.
- Verordnung (EG) Nr. 882/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 29. April 2004 über amtliche Kontrollen zur Überprüfung der Einhaltung des Lebensmittel- und Futtermittelrechts sowie der Bestimmungen über Tiergesundheit und Tierschutz, ABl. Nr. L 165 S. 1, zuletzt geändert durch Art. 49 ÄndVO (EU) 652/2014 vom 15. 5. 2014, ABl. Nr. L 189 S. 1.
- Verordnung (EG) Nr. 983/2009 der Kommission vom 21. Oktober 2009 zur Zulassung bzw. Verweigerung der Zulassung bestimmter gesundheitsbezogener Angaben über Lebensmittel betreffend die Verringerung eines Krankheitsrisikos sowie die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern, ABl. Nr. L 277, S. 3.
- Verordnung (EU) Nr. 1018/2013 der Kommission vom 23. Oktober 2013 zur Änderung der Verordnung (EU) Nr. 432/2012 zur Festlegung einer Liste zulässiger anderer gesundheitsbezogener Angaben über Lebensmittel als Angaben über die Reduzierung eines Krankheitsrisikos sowie die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern, ABl. Nr. L 282, S. 43.
- Verordnung (EU) Nr. 1160/2011 der Kommission vom 14. November 2011 über die Zulassung bzw. Nichtzulassung bestimmter gesundheitsbezogener Angaben über Lebensmittel betreffend die Verringerung eines Krankheitsrisikos, ABl. Nr. L 296, S. 26.
- Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel und zur Änderung der Verordnungen (EG) Nr. 1924/2006 und (EG) Nr. 1925/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates und zur Aufhebung der Richtlinie 87/250/EWG der Kommission, der Richtlinie 90/496/EWG des Rates, der Richtlinie 1999/10/EG der Kommission, der Richtlinie 2000/13/EG des Europäischen Parlaments und des Rates, der Richtlinien 2002/67/EG und 2008/5/EG der Kommission und der Verordnung (EG) Nr. 608/2004 der Kommission, ABl. Nr. L 304, S. 18.
- Verordnung (EU) Nr. 384/2010 der Kommission vom 5. Mai 2010 zur Zulassung bzw. Verweigerung der Zulassung bestimmter gesundheitsbezogener Angaben über Lebensmittel betreffend die Verringerung eines Krankheitsrisikos sowie die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern, ABl. Nr. L 113, S. 6.

Verordnung (EU) Nr. 40/2014 der Kommission vom 17. Januar 2014 zur Zulassung einer anderen gesundheitsbezogenen Angabe über Lebensmittel als Angaben über die Reduzierung eines Krankheitsrisikos sowie die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern und zur Änderung der Verordnung (EU) Nr. 432/2012, ABl. Nr. L 14, S. 8.

Verordnung (EU) Nr. 432/2012 der Kommission vom 16. Mai 2012 zur Festlegung einer Liste zulässiger anderer gesundheitsbezogener Angaben über Lebensmittel als Angaben über die Reduzierung eines Krankheitsrisikos sowie die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern, ABl. Nr. L 136, S. 1.

Verordnung (EU) Nr. 440/2011 der Kommission vom 6. Mai 2011 über die Zulassung bzw. Nichtzulassung bestimmter gesundheitsbezogener Angaben über Lebensmittel betreffend die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern, ABl. Nr. L 119, S. 4.

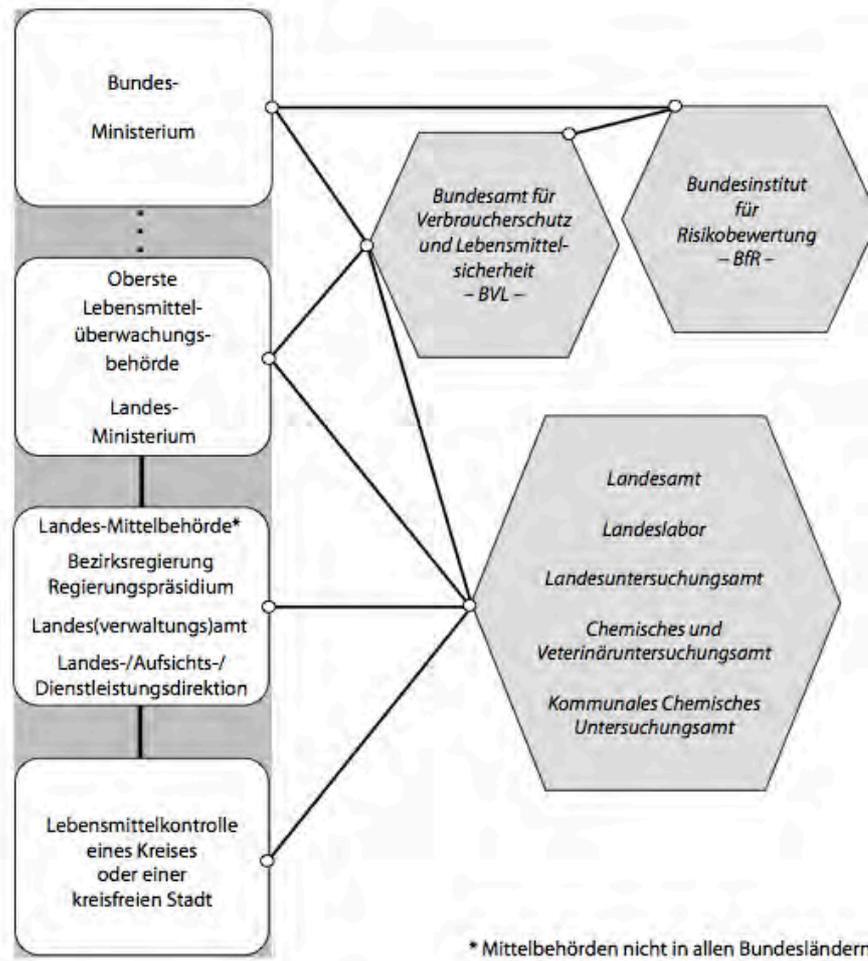
Verordnung (EU) Nr. 609/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Juni 2013 über Lebensmittel für Säuglinge und Kleinkinder, Lebensmittel für besondere medizinische Zwecke und Tagesrationen für gewichtskontrollierende Ernährung und zur Aufhebung der Richtlinie 92/52/EWG des Rates, der Richtlinien 96/8/EG, 1999/21/EG, 2006/125/EG und 2006/141/EG der Kommission, der Richtlinie 2009/39/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnungen (EG) Nr. 41/2009 und (EG) Nr. 953/2009 des Rates und der Kommission, ABl. Nr. L 181, S. 35.

Verordnung (EU) Nr. 665/2011 der Kommission vom 11. Juli 2011 über die Zulassung bzw. Nichtzulassung bestimmter gesundheitsbezogener Angaben über Lebensmittel betreffend die Verringerung eines Krankheitsrisikos, ABl. Nr. L 182, S. 5.

Verordnung (EU) Nr. 851/2013 der Kommission vom 3. September 2013 zur Zulassung bestimmter anderer gesundheitsbezogener Angaben über Lebensmittel als Angaben über die Reduzierung eines Krankheitsrisikos sowie die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern und zur Änderung der Verordnung (EU) Nr. 432/2012, ABl. Nr. L 235, S. 3.

Verordnung (EU) Nr. 907/2013 der Kommission vom 20. September 2013 zur Festlegung von Regeln für Anträge auf Verwendung allgemeiner Bezeichnungen, ABl. Nr. L 251, S. 7.

Anhang



Anhang 1: Übersicht über Behörden und Institutionen der Lebensmittelkontrolle (Quelle: Neuhaus, 2010, S. 122)

VuMA 2013		Produktinformationsinteresse						
Personen ab 14 Jahre								
Gesamt								
Anteil in Prozent								
	Gebiet		Geschlecht		Alter			
	Gesamt	BRD-West	BRD-Ost	Männer	Frauen	14-29 Jahre	30-49 Jahre	50+ Jahre
Hochrechnung (Mio)	70.214	57.560	12.654	34.367	35.847	14.845	23.034	32.335
BASIS (gew.)	23.020	18.871	4.149	11.268	11.752	4.867	7.552	10.601
Falzzahl	23.020	16.119	6.901	10.764	12.256	4.547	8.089	10.384
<b>Frage 31a: Bin an Informationen über ...</b>								
Frühstücksprodukte (z.B. Müsli, Cornflakes)								
sehr interessiert	8,8	8,6	9,7	6,7	10,8	12,2	9,6	6,7
interessiert/etwas interessiert	26,1	26,6	24,0	19,8	32,2	30,0	30,4	21,3
weniger/kaum interessiert	27,7	27,7	27,6	27,7	27,6	26,7	28,9	27,2
überhaupt nicht interessiert	37,4	37,1	38,7	45,8	29,4	31,2	31,1	44,8
<b>Frage 31b: Achte beim Kauf ...</b>								
Frühstücksprodukte (z.B. Müsli, Cornflakes)								
achte eher auf die Marke	27,5	28,2	24,1	23,9	31,0	31,8	31,2	22,9
achte eher auf den Preis	51,6	51,0	54,8	50,2	53,0	51,7	55,1	49,2
kann ich nicht beurteilen	20,9	20,8	21,1	25,9	16,0	16,5	13,8	27,9
<b>Esse Fertig-Müsli</b>								
täglich	2,0	2,0	2,0	1,7	2,3	2,8	2,5	1,4
mehrmals pro Woche	6,6	6,5	7,1	6,1	7,1	11,1	8,1	3,5
ca. 1-mal pro Woche	4,5	4,9	3,1	4,2	4,9	7,7	5,5	2,4
mehrmals pro Monat	8,5	8,7	7,4	6,9	9,9	11,5	10,5	5,6
ca. 1-mal pro Monat	5,8	6,0	5,1	5,5	6,1	8,2	7,1	3,9
seltener	16,0	16,2	15,3	14,7	17,4	19,3	17,8	13,2
nie	56,0	55,2	59,5	60,4	51,8	38,6	48,3	69,4
keine Angabe	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,8	0,3	0,5
<b>Esse geröstete Getreideprodukte (Crunchies, Knusperfrühstück usw.)</b>								
täglich	0,7	0,7	0,5	0,7	0,7	2,2	0,5	0,1
mehrmals pro Woche	3,3	3,4	2,9	3,2	3,5	8,0	3,5	1,1
ca. 1-mal pro Woche	2,6	2,7	2,5	2,4	2,8	5,4	3,0	1,1
mehrmals pro Monat	6,0	6,2	4,9	5,8	6,2	11,2	7,2	2,7
ca. 1-mal pro Monat	8,8	8,9	8,5	9,4	8,2	18,9	9,6	3,7
seltener	15,5	15,3	16,1	13,7	17,2	17,2	19,3	11,9
nie	62,3	62,0	64,0	64,1	60,7	36,2	56,2	78,7
keine Angabe	0,7	0,8	0,6	0,7	0,8	0,8	0,7	0,8
<b>Frage 124: Frühstückssprodukte in den letzten vier Wochen gegessen</b>								
Aldi-Müsli	10,9	11,2	9,3	9,4	12,3	16,6	12,2	7,4
Brüggen	2,3	2,1	3,2	2,1	2,4	2,4	2,7	1,9
Dr. Oetker Vitalis	6,3	6,6	5,0	5,4	7,1	8,0	7,9	4,3
Kellogg's Frosties	5,0	5,4	3,4	5,8	4,2	11,6	5,5	1,7
Kellogg's Chocos	3,6	3,6	3,1	3,5	3,6	8,5	3,8	1,1
Kellogg's Corn Flakes	8,6	9,1	6,1	8,8	8,3	17,3	9,8	3,7
Kellogg's Crunchy Nut	4,0	4,0	4,0	4,0	4,1	9,5	4,2	1,4
Kellogg's Smacks	4,2	4,6	2,7	4,6	3,9	11,3	4,0	1,1
Kellogg's Special K	3,8	3,8	3,9	3,4	4,2	8,1	4,4	1,4
Kellogg's Toppas	2,5	2,4	2,7	2,7	2,3	5,4	2,5	1,1
Köln	6,3	6,7	4,5	5,1	7,5	5,1	5,3	7,6
Nestlé Clusters	2,3	2,1	3,1	2,3	2,3	4,9	2,4	0,9
Nestlé Cini-Minis	1,9	1,9	2,1	1,9	2,0	4,4	2,1	0,7
Nestlé Fitness	2,5	2,4	2,9	2,1	2,9	4,2	3,2	1,2
Nestlé Lions	1,8	1,8	2,0	2,0	1,6	5,0	1,4	0,7
Schneekoppe	3,5	3,6	3,2	2,6	4,4	3,2	3,5	3,7
Seitenbacher	4,5	4,8	3,1	3,7	5,3	4,1	5,4	4,0
Weetabix	0,9	1,0	0,6	0,8	1,0	1,9	0,9	0,4
sonstige Frühstückssprodukte	17,3	16,7	20,0	15,8	18,7	25,3	19,6	12,0
keine dieser Nahrungsmittel								
in den letzten vier Wochen gegessen	50,1	49,5	53,0	53,5	46,8	23,5	45,7	65,5
keine Angabe	0,5	0,6	0,4	0,5	0,6	0,5	0,3	0,7

## Anhang 2: Konsumverhalten von Müsli in Deutschland 2013

(Quelle: VuMA Arbeitsgemeinschaft, 2013)

<b>Verordnung über Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben</b>
Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Dezember 2006 über Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel. ABl. Nr. L 12, S. 3, zuletzt geändert durch Art. 1 der Änderungsverordnung (EU) Nr. 1047/2012 vom 8. 11. 2012, ABl. Nr. L 310 S. 36.
<b>Verordnungen über gesundheitsbezogene Angaben (nach Artikel 13.3)</b>
Verordnung (EU) Nr. 432/2012 der Kommission vom 16. Mai 2012 zur Festlegung einer Liste zulässiger anderer gesundheitsbezogener Angaben über Lebensmittel als Angaben über die Reduzierung eines Krankheitsrisikos sowie die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern, ABl. Nr. L 136, S. 1.
Verordnung (EU) Nr. 1018/2013 der Kommission vom 23. Oktober 2013 zur Änderung der Verordnung (EU) Nr. 432/2012 zur Festlegung einer Liste zulässiger anderer gesundheitsbezogener Angaben über Lebensmittel als Angaben über die Reduzierung eines Krankheitsrisikos sowie die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern, ABl. Nr. L 282, S. 43.
Verordnung (EU) Nr. 536/2013 der Kommission vom 11. Juni 2013 zur Änderung der Verordnung (EU) Nr. 432/2012 zur Festlegung einer Liste zulässiger anderer gesundheitsbezogener Angaben über Lebensmittel als Angaben über die Reduzierung eines Krankheitsrisikos sowie die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern, ABl. Nr. L 160, S. 4, zuletzt geändert durch ABl. Nr. L 265, S. 16.
Berichtigung der Verordnung (EU) Nr. 536/2013 der Kommission vom 11. Juni 2013 zur Änderung der Verordnung (EU) Nr. 432/2012 zur Festlegung einer Liste zulässiger anderer gesundheitsbezogener Angaben über Lebensmittel als Angaben über die Reduzierung eines Krankheitsrisikos sowie die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern, ABl. Nr. L 265, S. 16.
<b>Verordnungen über gesundheitsbezogene Angaben (nach Artikel 13.5)</b>
Verordnung (EU) Nr. 851/2013 der Kommission vom 3. September 2013 zur Zulassung bestimmter anderer gesundheitsbezogener Angaben über Lebensmittel als Angaben über die Reduzierung eines Krankheitsrisikos sowie die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern und zur Änderung der Verordnung (EU) Nr. 432/2012, ABl. Nr. L 235, S. 3.
Verordnung (EU) Nr. 40/2014 der Kommission vom 17. Januar 2014 zur Zulassung einer anderen gesundheitsbezogenen Angabe über Lebensmittel als Angaben über die Reduzierung eines Krankheitsrisikos sowie die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern und zur Änderung der Verordnung (EU) Nr. 432/2012, ABl. Nr. L 14, S. 8.
<b>Verordnungen über gesundheitsbezogene Angaben zur Verringerung eines Krankheitsrisikos und über die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern</b>
Verordnung (EU) Nr. 665/2011 der Kommission vom 11. Juli 2011 über die Zulassung bzw. Nichtzulassung bestimmter gesundheitsbezogener Angaben über Lebensmittel betreffend die Verringerung eines Krankheitsrisikos, ABl. Nr. L 182, S. 5.
Verordnung (EG) Nr. 983/2009 der Kommission vom 21. Oktober 2009 zur Zulassung bzw. Verweigerung der Zulassung bestimmter gesundheitsbezogener Angaben über Lebensmittel betreffend die Verringerung eines Krankheitsrisikos sowie die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern, ABl. Nr. L 277, S. 3.
Verordnung (EU) Nr. 440/2011 der Kommission vom 6. Mai 2011 über die Zulassung bzw. Nichtzulassung bestimmter gesundheitsbezogener Angaben über Lebensmittel betreffend die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern, ABl. Nr. L 119, S. 4.
Verordnung (EG) Nr. 1024/2009 der Kommission vom 29. Oktober 2009 zur Zulassung bzw. Verweigerung der Zulassung bestimmter gesundheitsbezogener Angaben über Lebensmittel betreffend die Verringerung eines Krankheitsrisikos sowie die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern, ABl. Nr. L 283, S. 22.
Verordnung (EU) Nr. 384/2010 der Kommission vom 5. Mai 2010 zur Zulassung bzw. Verweigerung der Zulassung bestimmter gesundheitsbezogener Angaben über Lebensmittel betreffend die Verringerung eines Krankheitsrisikos sowie die Entwicklung und die Gesundheit von Kindern, ABl. Nr. L 113, S. 6.
Verordnung (EU) Nr. 1160/2011 der Kommission vom 14. November 2011 über die Zulassung bzw. Nichtzulassung bestimmter gesundheitsbezogener Angaben über Lebensmittel betreffend die Verringerung eines Krankheitsrisikos, ABl. Nr. L 296, S. 26.

### Anhang 3: Übersicht über berücksichtigte Verordnungen für die Konformitätsprüfung

(Quelle: Eigene Darstellung)

# Anhang

Allgemeine Kriterien für alle Angaben	Produktname	nicht falsch, mehrdeutig oder irreführend (Art. 3 lit. a HCVO)	keine Zweifel über die Sicherheit und/oder die ernährungsphysiologische Eignung anderer Lebensmittel wecken (Art. 3 lit. b HCVO)	nicht zum übermäßigen Verzehr eines Lebensmittels ermutigen oder diesen wohlwollend darstellen (Art. 3 lit. c HCVO)	nicht erklären, suggerieren oder auch nur mittelbar zum Ausdruck bringen, dass eine ausgewogene und abwechslungsreiche Ernährung generell nicht die erforderlichen Mengen an Nährstoffen liefern kann (Art. 3 lit. d HCVO)	nicht — durch eine Textaussage oder durch Darstellungen in Form von Bildern, grafischen Elementen oder symbolische Darstellungen — auf Veränderungen bei Körperfunktionen Bezug nehmen, die beim Verbraucher Ängste auslösen oder daraus Nutzen ziehen könnten (Art. 3 lit. e HCVO)	a) Es ist anhand allgemein anerkannter wissenschaftlicher Nachweise nachgewiesen, dass das Vorhandensein, das Fehlen oder der verringerte Gehalt des Nährstoffs oder der anderen Substanz, auf die sich die Angabe bezieht, in einem Lebensmittel oder einer Kategorie von Lebensmitteln eine positive ernährungsbezogene Wirkung oder physiologische Wirkung hat. (Art. 5 HCVO)
Internetseite							
Verpackung							
Grund							
Spezielle Kriterien für gesundheitsbezogene Angaben (auch Angaben über die Verringerung eines Krankheitsrisikos sowie über die Entwicklung und Gesundheit von Kindern)	Produktname	Kategorie der Angabe (Art. 13 Abs. 1 lit. a-c; Art. 14 Abs. 1 lit. a, b HCVO)	In Liste zugelassener Angaben	Bedingungen für die Verwendung der Angabe	flexibler Wortlaut	Nährwertkennzeichnung (Art. 7 HCVO)	Hinweis auf die Bedeutung einer abwechslungsreichen und ausgewogenen Ernährung und einer gesunden Lebensweise (Art. 10 Abs. 2 lit. a HCVO)
Internetseite							
Verpackung							
Grund							
Spezielle Kriterien für nährwertbezogene Angaben	Produktname	Art der Angabe	In Liste zugelassener Angaben (Anhang HCVO)	Bedingungen für die Verwendung der Angabe (Anhang HCVO)	flexibler Wortlaut	Nährwertkennzeichnung (Art. 7 HCVO)	
Internetseite							
Verpackung							
Grund							

## Anhang 4: Kriterienkatalog für die Konformitätsprüfung Teil 1

# Anhang

<b>Allgemeine Kriterien für alle Angaben</b>	b) Der Nährstoff oder die andere Substanz, für die die Angabe gemacht wird. i) ist im Endprodukt in einer gemäß dem Gemeinschaftsrecht signifikanten Menge oder, wo einschlägige Bestimmungen nicht bestehen, in einer Menge vorhanden, die nach allgemein anerkannten wissenschaftlichen Nachweisen geeignet ist, die behauptete ernährungsbezogene Wirkung oder physiologische Wirkung zu erzielen, oder (Art. 5 lit. b, i) HCVO	b) Der Nährstoff oder die andere Substanz, für die die Angabe gemacht wird, ii) ist nicht oder in einer verringerten Menge vorhanden, was nach allgemein anerkannten wissenschaftlichen Nachweisen geeignet ist, die behauptete ernährungsbezogene Wirkung oder physiologische Wirkung zu erzielen. (Art. 5 lit. b, ii) HCVO	c) Soweit anwendbar liegt der Nährstoff oder die andere Substanz, auf die sich die Angabe bezieht, in einer Form vor, die für den Körper verfügbar ist. (Art. 5 lit. c HCVO)	d) Die Menge des Produkts, deren Verzehr vernünftigerweise erwartet werden kann, liefert eine gemäß dem Gemeinschaftsrecht signifikante Menge des Nährstoffs oder der anderen Substanz, auf die sich die Angabe bezieht, oder, wo einschlägige Bestimmungen nicht bestehen, eine signifikante Menge, die nach allgemein anerkannten wissenschaftlichen Nachweisen geeignet ist, die behauptete ernährungsbezogene Wirkung oder physiologische Wirkung zu erzielen. (Art. 5 lit. d HCVO)	Die Verwendung nährwert- oder gesundheitsbezogener Angaben ist nur zulässig, wenn vom durchschnittlichen Verbraucher erwartet werden kann, dass er die positive Wirkung, wie sie in der Angabe dargestellt wird, versteht. (Art. 5 Abs. 2 HCVO)	Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben müssen sich gemäß der Anweisung des Herstellers auf das verzehrfertige Lebensmittel beziehen. (Art. 5 Abs. 3 HCVO)	
Internetseite							
Verpackung							
Grund							
<b>Spezielle Kriterien für gesundheitsbezogene Angaben (auch Angaben über die Verringerung eines Krankheitsrisikos sowie über die Entwicklung und Gesundheit von Kindern)</b>	Informationen zur Menge des Lebensmittels und zum Verzehrmuster (Art. 10 Abs. 2 lit. b HCVO)	ggf. Hinweis an Personen, die es vermeiden sollten, dieses Lebensmittel zu verzehren (Art. 10 Abs. 2 lit. c HCVO)	ggf. geeigneten Warnhinweis bei Produkten, die bei übermäßigem Verzehr eine Gesundheitsgefahr darstellen könnten (Art. 10 Abs. 2 lit. d HCVO)	keine Angaben, die den Eindruck erwecken, durch Verzicht auf das Lebensmittel könnte die Gesundheit beeinträchtigt werden (Art. 12 lit. a HCVO)	keine Angaben über Dauer und Ausmaß der Gewichtsabnahme (Art. 12 lit. b HCVO)	keine Angaben, die auf Empfehlungen von einzelnen Ärzten oder Vertretern medizinischer Berufe und von Vereinigungen, die nicht in Artikel 11 genannt werden, verweisen (Art. 12 lit. c HCVO)	Hinweis, dass die Krankheit, auf die sich die Angabe bezieht, durch mehrere Risikofaktoren bedingt ist und dass die Veränderung eines dieser Risikofaktoren eine positive Wirkung haben kann oder auch nicht (Art. 14 Abs. 2 HCVO)
Internetseite							
Verpackung							
Grund							

## Anhang 5: Kriterienkatalog für die Konformitätsprüfung Teil 2