



Datum van inontvangstneming : 12/11/2024

Zaak C-657/24

Verzoek om een prejudiciële beslissing

Datum van indiening:

9 oktober 2024

Verwijzende rechter:

Bundesgerichtshof (Duitsland)

Datum van de verwijzingsbeslissing:

26 september 2024

Verweerster en verzoekster tot Revision:

Kyberg Pharma Vertriebs-GmbH

Verzoeker en verweerder in Revision:

Schutzverband gegen Unwesen in der Wirtschaft e. V.

[OMISSIS]

Ingediend op 9 oktober 2024

BUNDESGERICHTSHOF

BESCHIKKING

van

26 september 2024

In de zaak

Kyberg Pharma Vertriebs-GmbH, [OMISSIS] Oberhaching,

verweerster en verzoekster tot Revision,

[OMISSIS]

tegen

Schutzverband gegen Unwesen in der Wirtschaft e. V., [OMISSIS] München,
verzoeker en verweerder in Revision,

[OMISSIS]

heeft de I. Zivilsenat (eerste civiele kamer) van het Bundesgerichtshof (hoogste federale rechter in burgerlijke en strafzaken, Duitsland) ter terechtzitting van 13 juni 2024 [OMISSIS]

als volgt beslist:

- I. De behandeling van de zaak wordt geschorst.
- II. Het Hof van Justitie van de Europese Unie (hierna: „Hof”) wordt verzocht om een prejudiciële beslissing over de volgende vragen betreffende de uitlegging van artikel 10, lid 2, van verordening (EG) nr. 1924/2006 van het Europees Parlement en de Raad van 20 december 2006 inzake voedings- en gezondheidsclaims voor levensmiddelen (PB 2006, L 404, blz. 9[, met rectificatie in PB 2007, L 12, blz. 3]), zoals laatstelijk gewijzigd bij verordening (EU) nr. 1047/2012 van de Commissie van 8 november 2012 (PB 2012, L 310, blz. 36):
 1. Moet artikel 10, lid 2, van verordening (EG) nr. 1924/2006 aldus worden uitgelegd dat het begrip „etikettering” van een levensmiddel ook ziet op schriftelijke reclame voor dat levensmiddel, met als gevolg dat wanneer in de schriftelijke reclameboodschap een gezondheidsclaim wordt gedaan, in die boodschap zelf moet worden voldaan aan de informatieverplichtingen van deze bepaling?
 2. Moet artikel 10, lid 2, van verordening (EG) nr. 1924/2006 aldus worden uitgelegd dat wanneer in levensmiddelenreclame gezondheidsclaims worden gedaan, in die reclameboodschap zelf aan de krachtens deze bepaling bestaande informatieverplichtingen moet worden voldaan, ook wanneer de etikettering van het levensmiddel de vereiste informatie bevat?

Motivering:

- 1 A. Verzoeker is een branchevereniging. Volgens haar statuten heeft deze tot doel oneerlijke concurrentie in elke vorm in samenwerking met autoriteiten en rechterlijke instanties te bestrijden.
- 2 Verweerster brengt het voedingssupplement „Ebbes GLS Kapseln” in de handel, dat bestaat uit konjac-glucomannan, hydroxypropylmethylcellulose (omhulsel van de capsule), de kleurstof E 171 en rijstextract. Zij heeft voor dit product reclame gemaakt in de hieronder weergegeven advertentie (bijlage A bij het verzoekschrift), die verscheen in aflevering 29/2020 van het tijdschrift „Mach mal Pause” en onder meer de claims „GEZOND GEWICHT VERLIEZEN” en „glucomannan draagt in het kader van een caloriearme voeding bij tot gewichtsverlies” bevatte:

[OMISSIS] [afbeelding van de advertentie]

- 3 Verzoeker is van mening – voor zover relevant voor de prejudiciële procedure – dat verweerster op grond van de gezondheidsclaims in haar advertentie de informatie als bedoeld in artikel 10, lid 2, van verordening (EG) nr. 1924/2006 inzake voedings- en gezondheidsclaims voor levensmiddelen (hierna: „GC-verordening”) niet alleen op de verpakking van het product, maar ook in de advertentie voor het product had moeten vermelden. Hij heeft van verweerster gevorderd om op straffe van een nader omschreven dwangmiddel een einde te maken

aan het in het economisch verkeer voor concurrentiedoeleinden maken en/of doen maken van reclame voor het voedingssupplement „Ebbes GLS Kapseln” als volgt

1. met gezondheidsclaims zonder een vermelding waarin wordt gewezen op het belang van een gevarieerde, evenwichtige voeding en van een gezonde levensstijl

[...]

telkens op de manier zoals weergegeven in bijlage A.

- 4 Beide vermeldingen staan op de verpakking van het product, maar niet in de [OMISSIS] advertentie.
- 5 Het Landgericht (rechter in eerste aanleg, Duitsland) heeft de vordering toegewezen. Het daartegen door verweerster ingestelde hoger beroep is verworpen. Met haar door de appelrechter toegestane beroep tot Revision, waarvan verzoeker de afwijzing vordert, handhaaft verweerster haar verzoek tot verwerping van het beroep.
- 6 B. De uitkomst van het beroep in Revision is afhankelijk van de uitlegging van artikel 10, lid 2, van de GC-verordening. Alvorens op het beroep tot Revision te beslissen dient derhalve de behandeling van de zaak te worden geschorst en het

Hof krachtens artikel 267, eerste alinea, onder b), en derde alinea, VWEU te worden verzocht om een prejudiciële beslissing.

- 7 I. De appelrechter heeft geoordeeld – voor zover relevant voor de prejudiciële procedure – dat verzoeker procesbevoegdheid heeft en zich kan beroepen op de ingestelde stakingsvorderingen uit hoofde van § 8, lid 1, lid 3, punt 2, § 3 en § 3a UWG (Duitse wet inzake oneerlijke mededinging) en artikel 10, leden 1 en 2, onder a) en c), van de GC-verordening.
- 8 Verweerster heeft reclame gemaakt voor haar voedingssupplement „Ebbes GLS Kapseln” in een advertentie met de gezondheidsclaims „GEZOND GEWICHT VERLIEZEN” en „glucomannan draagt in het kader van een caloriearme voeding bij tot gewichtsverlies”.
- 9 Zij heeft niet voldaan aan de informatieverplichting van artikel 10, lid 2, onder a), van de GC-verordening, op grond waarvan zij in haar advertentie een vermelding had moeten opnemen waarin wordt gewezen op het belang van een gevarieerde en evenwichtige voeding en een gezonde levensstijl. De informatieverplichting is van toepassing ook wanneer de verpakking van het product een dergelijke vermelding bevat. Dit volgt reeds uit het feit dat de advertentie een etikettering in de zin van artikel 10, lid 2, onder a), van de GC-verordening inhoudt. Een dergelijke uitlegging is in overeenstemming met de doelstelling van artikel 1, lid 1, van de GC-verordening, die erin bestaat een hoog niveau van consumentenbescherming te waarborgen, en met overweging 4, dat de GC-verordening van toepassing is op alle voedings- en gezondheidsclaims die in commerciële mededelingen worden gedaan. Deze uitlegging is verenigbaar met de Duitse en de Engelse versie van artikel 10, lid 2, onder a), van de GC-verordening; de afwijkende Franse versie verzet zich daar niet tegen. Verweerster kan zich niet overtuigend beroepen op punt 2.1, tweede alinea, van de bijlage bij uitvoeringsbesluit van de Commissie nr. 2013/63/EU van 24 januari 2013 tot vaststelling van richtsnoeren voor de uitvoering van de specifieke voorwaarden voor gezondheidsclaims van artikel 10 van de GC-verordening, aangezien dit vanwege uiteenlopende taalversies en afwijkingen van de bewoordingen van artikel 10, lid 2, van de GC-verordening niet dienstig is.
- 10 II. De uitkomst van de Revision hangt af van de vraag of artikel 10, lid 2, van de GC-verordening aldus moet worden uitgelegd dat wanneer in levensmiddelenreclame gezondheidsclaims worden gedaan, in de reclameboodschap zelf aan de krachtens deze bepaling bedoelde informatieverplichtingen moet worden voldaan, ook wanneer de etikettering van het levensmiddel – in casu de productverpakking – de vereiste informatie bevat?
- 11 1. [OMISSIS] [ontvankelijkheid van het beroep tot Revision]
- 12 2. Vordering 1 kan krachtens § 8, lid 1, eerste volzin, lid 3, punt 2, § 3 en § 5a UWG juncto artikel 10, lid 2, van de GC-verordening gegrond zijn.

- 13 a) Verweerster heeft gezondheidsclaims gedaan ten aanzien van haar levensmiddel „Ebbes GLS Kapseln”, zodat de informatieverplichtingen van artikel 10, lid 2, van de GC-verordening van toepassing zijn.
- 14 aa) Krachtens dit artikel zijn gezondheidsclaims alleen toegestaan als op de etikettering of, bij ontbreken daarvan, in de presentatie en de reclame de volgende informatie wordt aangebracht; daartoe behoort (letter a) een vermelding waarin wordt gewezen op het belang van een gevarieerde, evenwichtige voeding en een gezonde levensstijl.
- 15 Voor het begrip „levensmiddel” verwijst artikel 2, lid 1, onder a), van de GC-verordening naar de definitie hiervan in artikel 2, lid 1, eerste alinea, van verordening (EG) nr. 178/2002 tot vaststelling van de algemene beginselen en voorschriften van de levensmiddelenwetgeving, tot oprichting van een Europese Autoriteit voor voedselveiligheid en tot vaststelling van procedures voor voedselveiligheidsaangelegenheden, volgens welke hieronder onder andere worden verstaan stoffen en producten die bestemd zijn om door de mens te worden geconsumeerd, tenzij sprake is van een van de – hier niet relevante – uitzonderingen in de derde alinea.
- 16 Voor het begrip „voedingssupplement” verwijst artikel 2, lid 1, onder b), van de GC-verordening naar de definitie hiervan in artikel 2, lid 1, van richtlijn 2002/46/EG betreffende de onderlinge aanpassing van de wetgevingen der lidstaten inzake voedingssupplementen, waaruit blijkt dat voedingssupplementen (zoals het supplement waarvoor verweerster reclame maakt) tot de levensmiddelen worden gerekend.
- 17 Volgens artikel 2, lid 2, punt 1, van de GC-verordening wordt onder „claim” verstaan elke boodschap of aanduiding die niet verplicht is op grond van de communautaire of nationale wetgeving, met inbegrip van illustraties, grafische voorstellingen of symbolen, ongeacht de vorm, waarmee gesteld, de indruk gewekt of geïmpliceerd wordt dat een levensmiddel bepaalde eigenschappen heeft.
- 18 Volgens artikel 2, lid 2, punt 5, van de GC-verordening wordt onder „gezondheidsclaim” verstaan een claim die stelt, de indruk wekt of impliceert dat er een verband bestaat tussen een levensmiddelen categorie, een levensmiddel of een bestanddeel daarvan en de gezondheid.
- 19 bb) De appelrechter heeft geen blijk gegeven van een onjuiste rechtsopvatting en, in het beroep tot Revision onweersproken, geoordeeld dat verweerster in het kader van een reclame voor levensmiddelen een gezondheidsclaim heeft gedaan door in de door verzoeker betwiste advertentie voor het voedingssupplement „Ebbes GLS Kapseln” onder andere de vermelding „GEZOND GEWICHT VERLIEZEN” te gebruiken. Het product is een levensmiddel in de vorm van een voedingssupplement. Verweerster heeft een niet-verplichte uitspraak over het

product gedaan, waarin zij heeft gesuggereerd dat er een verband bestaat tussen een van de bestanddelen ervan en de gezondheid.

- 20 cc) Verweerster heeft de krachtens artikel 10, lid 2, onder a), van de GC-verordening vereiste vermelding waarin wordt gewezen op het belang van een gevarieerde, evenwichtige voeding en een gezonde levensstijl, op de verpakking van het product „Ebbes GLS Kapseln” aangebracht. De advertentie van verweerster, die door verzoeker wordt betwist, bevat deze vermelding niet. Dit wordt in het beroep tot Revision niet ontkend.
- 21 b) Het is twijfelachtig of verweerster aan de informatieverplichting krachtens artikel 10, lid 2, onder a), van de GC-verordening die ingevolge het gebruik van gezondheidsclaims in de reclame voor haar product op haar rust, heeft voldaan door op de verpakking van het product de in deze bepaling bedoelde vermelding op te nemen, of dat zij dit ook had moeten doen in de (schriftelijke) reclame voor dit product.
- 22 aa) Aan de informatieverplichtingen van artikel 10, lid 2, van de GC-verordening moet in geval van het gebruik van gezondheidsclaims allereerst worden voldaan in de etikettering van het levensmiddel, voor zover deze niet ontbreekt. Het is twijfelachtig of het begrip „etikettering” van een levensmiddel ook ziet op schriftelijke reclame voor dat levensmiddel, met als gevolg dat het gebruik van een gezondheidsclaim daarin ertoe leidt dat in de reclameboodschap zelf aan de informatieverplichtingen van deze bepaling moet worden voldaan. Dit moet met de eerste prejudiciële vraag worden verduidelijkt.
- 23 (1) De bewoordingen van een bepaling van Unierecht die voor de vaststelling van de betekenis en de draagwijdte ervan niet uitdrukkelijk verwijst naar het recht van de lidstaten, moeten in de regel in de gehele Unie autonoom en uniform worden uitgelegd, niet alleen rekening houdend met de bewoordingen van de bepaling, maar ook met de context van deze bepaling en de doelstelling van de betrokken regeling [zie arrest van het Hof van 20 april 2023, EEW Energy from Waste, C-580/21, (OMISSIS) juris punt 23 (OMISSIS) met verdere verwijzingen]. Hierbij kan de in een van de taalversies van een Unierechtelijke bepaling gebruikte formulering niet als enige grondslag voor de uitlegging van die bepaling dienen of voorrang hebben boven de andere taalversies [arrest van het Hof van 11 juni 2020, ratiopharm, C-786/18, (OMISSIS) juris punt 30 (OMISSIS) met verdere verwijzingen].
- 24 (2) Volgens artikel 2, lid 1, onder d), van de GC-verordening geldt voor het begrip etikettering de definitie van artikel 1, lid 3 bis, van richtlijn 2000/13/EG betreffende de onderlinge aanpassing van de wetgeving der lidstaten inzake de etikettering en presentatie van levensmiddelen alsmede inzake de daarvoor gemaakte reclame, waarvoor, na de intrekking van deze richtlijn krachtens artikel 53, leden 1 en 2, van verordening (EU) nr. 1169/2011 betreffende de verstrekking van voedselinformatie aan consumenten (hierna: „verordening 1169/2011”), in de plaats is gekomen de definitie in artikel 2, lid 2, onder j), van

deze verordening. Op grond hiervan wordt onder „etikettering” verstaan: de vermeldingen, aanwijzingen, fabrieks- of handelsmerken, afbeeldingen of tekens die betrekking hebben op een levensmiddel en voorkomen op een verpakkingsmiddel, document, schriftstuk, etiket, band of label, dat bij dit levensmiddel is gevoegd of daarop betrekking heeft.

- 25 (3) De appelrechter heeft onder verwijzing naar een opvatting in de rechtsliteratuur (Rathke/Hahn in Sosnitzer/Meisterernst, Lebensmittelrecht, stand: november 2023, artikel 2 VO (EG) 1924/2006 punt 21; zie ook artikel 2 VO (EU) 1169/2011 punt 88) aangenomen dat een etikettering geen ruimtelijke nabijheid tot het product vereist. Daarmee verschilt het begrip etikettering van het begrip etiket in de zin van artikel 2, lid 2, onder i), van verordening 1169/2011.
- 26 (4) Het is echter twijfelachtig of deze opvatting juist is.
- 27 (a) Het is juist dat volgens de bewoordingen van de definitie ook vermeldingen die betrekking hebben op een levensmiddel en voorkomen op een document dat betrekking heeft op dat levensmiddel, als etikettering kunnen worden aangemerkt.
- 28 (b) Daarmee is echter nog niet vastgesteld wat de vorm moet zijn van de betrekking van het document tot het levensmiddel. Artikel 2, lid 2, onder j), van verordening 1169/2011 spreekt allereerst over een „document dat bij dit levensmiddel is gevoegd”. Uit de bepaling zelf valt niet op te maken, op welke situaties de aanvulling „of daarop betrekking heeft”, die in casu mogelijk relevant is, verder nog doelt. Onbeantwoord blijft in het bijzonder de vraag of op basis hiervan ook (schriftelijke) reclame voor een levensmiddel als etikettering dient te gelden. De algemene betekenis van het begrip „etikettering” (vergelijkbaar met „labelling” in het Engels en „étiquetage” in het Frans) pleit eerder hiertegen.
- 29 (c) De Europese Commissie gaat er luidens punt 2.1, derde alinea, tweede volzin, van de bijlage bij uitvoeringsbesluit nr. 2013/63/EU van uit dat de begrippen „etikettering” en „reclame” van elkaar verschillen. Het onderscheid tussen „etikettering” en „reclame” zou zijn dat „etikettering” de levering van het levensmiddel aan de eindconsument betreft, terwijl „reclame” betrekking heeft op de marketing van een levensmiddelenaanbod door de exploitant van het levensmiddelenbedrijf.
- 30 (d) Naar de door de appelrechter aangehaalde definitie van het begrip „etiket” in artikel 2, lid 2, onder i), van verordening 1169/2011 wordt in de GC-verordening niet verwezen. Indien men deze aanvullend in aanmerking wil nemen, zou ook rekening moeten worden gehouden met het feit dat artikel 2, lid 1, onder g), van verordening 1169/2011 – waarnaar in de GC-verordening evenmin wordt verwezen – verwijst naar het begrip „reclame” zoals gedefinieerd in artikel 2, onder a), van richtlijn 2006/114/EG inzake misleidende reclame en vergelijkende reclame. Gelet op het voorgaande ligt voor de hand dat niet alleen de begrippen „etikettering” en „etiket”, maar ook de begrippen „etikettering” en „reclame” verschillende betekenissen hebben.

- 31 (5) Bovendien volgt uit het standpunt van de appelrechter dat schriftelijke reclame onder de etikettering van het product valt, niet zonder meer dat aan de informatieplicht die bij het gebruik van een gezondheidsclaim ontstaat, niet kan worden voldaan op de verpakking van het product, die eveneens tot de etikettering moet worden gerekend, maar dat dit dient te gebeuren in de schriftelijke reclame zelf. De in overweging 1, tweede volzin, van de GC-verordening geformuleerde doelstelling van de verordening, namelijk de consument een hoog niveau van bescherming te waarborgen (zie in dit verband ook artikel 1, lid 1, van de GC-verordening) en hem de keuze (bij de aankoop van levensmiddelen) te vergemakkelijken, zou hiervoor kunnen pleiten.
- 32 bb) Ook indien een schriftelijke advertentie geen etikettering van het levensmiddel is in de zin van artikel 10, lid 2, van de GC-verordening of indien aan de door een deel van de etikettering in het leven geroepen informatieverplichtingen in een ander deel van de etikettering kan worden voldaan, moet in aanmerking worden genomen dat in de reclame voor levensmiddelen ook wanneer de etikettering van het product de vereiste informatie bevat, aan de in deze bepaling bedoelde informatieverplichtingen moet worden voldaan. Dit moet met de tweede prejudiciële vraag worden verduidelijkt.
- 33 (1) Uit de bewoordingen van artikel 10, lid 2, van de GC-verordening kan niet eenduidig worden afgeleid of het gebruik van gezondheidsclaims in levensmiddelenreclame in alle gevallen ertoe leidt dat in de reclameboodschap zelf moet worden voldaan aan de informatieplicht (zie in dit verband Rathke/Hahn in Sosnitza/Meisterernst, t.a.p., artikel 2 van verordening (EG) 1924/2006, punt 21).
- 34 (a) Hiervoor pleiten de Duitse en de Engelse versie van de bepaling, waarin het woord „Lebensmittelwerbung” (Nederlands: „reclame”) respectievelijk „advertising” met het voorafgaande deel van de zin is verbonden door het woord „und” (Nederlands: „en”) respectievelijk „and”, hetgeen erop wijst dat aan de informatieverplichtingen cumulatief moet worden voldaan in de etikettering (of presentatie) én in de reclame.
- 35 (b) Door de voorafgaande, door komma’s van elkaar gescheiden zinsnede „falls diese Kennzeichnung fehlt” (Nederlands: „bij ontbreken daarvan”) respectievelijk „if no such labelling exists”, is het echter niet duidelijk of, zoals in het beroep tot Revision wordt betoogd, de vervolgens genoemde alternatieven „die Aufmachung der Lebensmittel und die Lebensmittelwerbung” (Nederlands: „de presentatie en de reclame”) respectievelijk „the presentation and advertising” enkel gelden wanneer het levensmiddel niet is geëtiketteerd. In dat geval zou bij het bestaan van etikettering altijd daarin aan de informatieverplichtingen moeten worden voldaan. Voor zover er in het beroep tot Revision aanvullend op wordt gewezen dat de zinsnede in de Deense versie door streepjes en niet door komma’s wordt gescheiden, volgt daaruit niets anders.

- 36 (c) Dat in de Franse taalversie het woord „publicité” door het woord „ou” met het voorafgaande zinsdeel wordt verbonden, zou ervoor kunnen pleiten dat óf in de etikettering óf in de reclame aan de informatieverplichtingen kan worden voldaan. Deze afwijking in de Franse versie van de verordening komt echter niet terug in de Franse versie van punt 2.1 van de bijlage bij het uitvoeringsbesluit, waarin telkens als voegwoord „et” (Nederlands: „en”) wordt gebruikt. In de Duitse versie van dit uitvoeringsbesluit wordt daarentegen op een plaats het voegwoord „oder” (Nederlands: „of”) gebruikt (zie punt 2.1, onder b), eerste alinea).
- 37 (2) Noch uit het regelgevingskader noch uit de ontstaansgeschiedenis van artikel 10, lid 2, van de GC-verordening kunnen verdere aanwijzingen voor de uitlegging worden afgeleid. Voor zover in het beroep tot Revision wordt verwezen naar het oorspronkelijke verordeningsvoorstel van de Commissie, dat alleen voorzag in informatieverplichtingen in het kader van de etikettering van levensmiddelen (zie COM/2003/424/FINAL, blz. 20), blijkt daaruit niet met welke intentie in het verdere verloop van de regelgevingsprocedure het begrip „reclame” werd toegevoegd.
- 38 (3) De verplichting om in het geval van het gebruik van gezondheidsclaims in levensmiddelenreclame de vereiste informatie in de reclameboodschap zelf op te nemen, zou kunnen worden afgeleid uit de reeds genoemde doelstelling van de GC-verordening. (punt 31). In de onlinehandel, waarvan de betekenis de afgelopen jaren sterk is toegenomen, speelt de verpakking van een levensmiddel slechts een ondergeschikte rol bij de aankoopbeslissing van de consument (zie in dit verband ook punt 2.1, onder b), tweede alinea, van de bijlage bij uitvoeringsbesluit nr. 2013/63/EU). Het is ook twijfelachtig of de consument zich na de online-aankoop van een product nog met de verpakking bezighoudt. Volgens de Senat kan het met de verordening nagestreefde hoge niveau van consumentenbescherming derhalve alleen worden bereikt wanneer de verplicht te verstrekken informatie bij het gebruik van gezondheidsclaims in levensmiddelenreclame in de reclameboodschap zelf wordt vermeld [zie vergelijkbaar hiermee eerder reeds OLG Koblenz, LMuR 2012, 195 (juris punten 43 en 44); OLG Schleswig, LMuR 2012, 204 (juris punt 50); KG, MD 2015, 1086 (juris punt 50); OLG Düsseldorf, MD 2015, 1094 (juris punt 100); OLG Hamburg, LMuR 2022, 321 (juris punt 41); Rathke/Hahn in Sosnitza/Meisterernst, t.a.p. punt 21 met verdere verwijzingen; in tegenstelling hiermee Hüttebräuker in Holle/Hüttebräuker, HCVO, 1e oplage, artikel 10 punt 45 en 46; Meyer in Fezer/Büscher/Obergfell, UWG, 3e oplage, tweede deel blz. 4 punt 341 (betreffende artikel 10, lid 2, GC-verordening); open Voit/Grube, LMIV, 2e oplage, artikel 7, punt 355]. Ook overweging 4, volgens welke de GC-verordening van toepassing is op alle voedings- en gezondheidsclaims die in commerciële mededelingen worden gedaan, pleit voor een dergelijke uitlegging van de verordening. De in het beroep tot Revision aanvullend aangevoerde overwegingen 10 en 18 lijken daarentegen geen verdere argumenten voor een afwijkende interpretatie te bieden.

- 39 (4) Ook de in het beroep tot Revision aangevoerde vergelijking met richtlijn 2002/46/EG betreffende de onderlinge aanpassing van de wetgevingen der lidstaten inzake voedingssupplementen leidt niet verder, omdat de GC-verordening krachtens artikel 1, lid 5, onder d), ervan van toepassing is onverminderd deze richtlijn.
- 40 c) De voorgelegde vragen zijn relevant voor de beslechting van de zaak. Wanneer de advertentie valt onder het begrip etikettering in de zin van artikel 10, lid 2, van de GC-verordening of wanneer verweerster verplicht is zowel in de etikettering van het product als in de reclame voor het product te voldoen aan de informatieverplichtingen van artikel 10, lid 2, van de GC-verordening, kan verzoeker zich beroepen op de door hem ingestelde stakingsvordering tegen verweerster uit hoofde van § 8, lid 1, eerste volzin, lid 3, punt 2, § 3, § 5a, UWG, gelezen in samenhang met artikel 10, lid 2, van de GC-verordening.
- 41 aa) [OMISSIS] [procesbevoegdheid van verzoeker]
- 42 bb) [OMISSIS] [vereisten voor een stakingsvordering]

[OMISSIS]

[handtekeningen]

Eerdere instanties:

LG München I, beslissing van 19 januari 2022 – 3 HK O 4222/21 –

OLG München, beslissing van 20 juli 2023 – 29 U 680/22 –

[OMISSIS]

[aantekening betreffende de uitspraak]

[OMISSIS]

[waarmmerking]