

Im Blickpunkt

Aktuelle Kurzmitteilungen

für die Mitglieder des Zentralverbandes Deutscher Milchwirtschaftler e.V.

Ausgabe 01/2024

Recht aktuell

Freiwillige nationale Herkunftskennzeichnung

Die Zentrale Koordination Handel-Landwirtschaft (ZHKL) hat im November eine freiwillige Herkunftskennzeichnung für Lebensmittel aus Deutschland eingeführt. Dieses wird von vier bekannten Handelsunternehmen unterstützt. Das neue Label, das ab 2024 im Handel erscheinen wird, dürfen z. B. nur Fleisch, Eier, Milch, Obst und Gemüse tragen, deren Produktion komplett in Deutschland erfolgt ist. Es geht über gesetzliche Vorschriften hinaus und kann künftig auch auf verarbeitete Lebensmittel und in der Gastronomie ausgeweitet werden.

Umweltbezogene Werbung

Nach einem Hinweisbeschluss des OLG Nürnberg war die Werbung mit „FOOT PRINT REDUZIERT DEINEN CO2 FUSSABDRUCK“ auf dem Etikett einer Weinflasche irreführend, da es an aufklärenden Hinweisen mangelte. Die Beklagte hatte auf dem vorderen Etikett von Weinflaschen mit der umweltbezogenen Aussage geworben. Die Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks bezog sich nicht auf das eigentliche Produkt, also den Wein, sondern auf die Verpackung, also die Glasflasche. Diese sollte aufgrund des Einsatzes von Altglas und Ökostrom in der Produktion umweltfreundlicher sein. Der entsprechende Hinweis fand sich auf dem rückseitigen Etikett. Das Oberlandesgericht hat eine Irreführung bejaht. Hierbei sei auf das Verständnis der ange-

sprochenen Verkehrskreise abzustellen gewesen. Die Werbung habe sich an Verbraucher gerichtet. Der Text „FOOT PRINT REDUZIERT DEINEN CO₂ FUSSABDRUCK“, der prominent auf dem vorderen Etikett angebracht war, habe dabei die Vorstellung des Verbrauchers geweckt, dass der verkaufte Wein selbst in seiner Produktion umweltfreundlicher gewesen sei. Dafür habe auch gesprochen, dass stilisierte Pflanzenteile in die graphische Darstellung des Textes eingebunden worden seien. Auch gehe der Verbraucher i. d. R. davon aus, dass sich die Angaben auf der Vorderseite der Verpackung auf den Inhalt beziehen würden. Eine andere Bewertung habe sich auch nicht aus dem aufklärenden Hinweis auf der Rückseite ergeben. Es sei vielmehr erforderlich gewesen, dass die Erklärung entweder direkt mit auf dem vorderen Etikett erfolge, oder aber ein Sternchenhinweis angebracht werde. Das Oberlandesgericht wies zudem darauf hin, dass an die Werbung mit Umweltschutzbegriffen besondere Anforderungen zu stellen gewesen seien, da die Umweltverträglichkeit die Kaufentscheidung erheblich beeinflussen könne. Es habe somit eine gesteigerte Aufklärungspflicht bestanden. Ebenfalls keine andere Bewertung habe sich aus Art. 40 Abs. 1 UrsprungsbezeichnungsVO (2019/33/EU) in Bezug auf Anträge auf Schutz von Ursprungsbezeichnungen, geografischen Angaben und traditionellen Begriffen im Weinsektor [...] ergeben. Die Norm habe vornehmlich die Anbringung obligatorischer Angaben geregelt. Dass eine solche vorgelegen habe, sei weder ersichtlich gewesen noch vorgetragen worden.

Hinweisbeschluss v. 15.11.2023, Az. 3 U 1722/23

Bakterienkulturen – Werbung irreführend

Der Bundesgerichtshof (BGH) behandelte einen Rechtsstreit zu einer Werbung für Präparate in Kapselform, die bestimmte Bakterienkulturen enthalten. Unter anderem werden sie unter der Bezeichnung „I. Microbiotic RDS“ als Produkte „zum Diätmanagement“ bei Reizdarmsyndrom (RDS) auf den Markt gebracht und im Internet entsprechend beworben. Die Produkte enthalten in Kapseln verpackt vermehrungsfähige, natürlicherweise im menschlichen Darm vorkommende Bakterienkulturen.

Ein Wettbewerbsverein verklagte den Vertreiber der Produkte nach erfolglos gebliebener Abmahnung wegen Verstoßes gegen europäische Bestimmungen für Lebensmittel für besondere medizinische Zwecke und hatte damit in allen Instanzen Erfolg. Die Werbung „zum Diätmanagement bei Reizdarmsyndrom“ sei irreführend urteilten auch die Karlsruher

Richter, denn sie suggeriere dem angesprochenen Durchschnittsverbraucher, es handle sich um ein Lebensmittel für besondere medizinische Zwecke, was tatsächlich jedoch nicht der Fall sei. Ein Erzeugnis stelle ein Lebensmittel für besondere medizinische Zwecke im Sinne von Art. 2 Abs. 2 Buchstabe g der Verordnung (EU) 609/2013 dar, wenn krankheitsbedingt ein erhöhter oder spezifischer Nährstoffbedarf bestehe, der durch das Lebensmittel gedeckt werden solle. Diese Lebensmittel zeichneten sich gerade durch ihre spezifische Ernährungsfunktion aus und enthielten Nährstoffe im Sinne des Art. 2 Abs. 2 Buchstabe s LMIV.

Produkte, die in natürlicher Weise im menschlichen Darm vorkommende Bakterien enthielten, seien keine solchen Lebensmittel, da Bakterien keine Nährstoffe in diesem Sinne seien, so die Richter. Es liege daher ein Verstoß gegen das Verbot der krankheitsbezogenen Information und Werbung gem. Art. 7 Abs. 3 und 4 LMIV vor. Dieses Verbot stelle eine Marktverhaltensregelung dar, die dem Schutz der Verbraucher diene. Die Missachtung dieses Verbots sei zudem geeignet, den Wettbewerb zum Nachteil von Verbrauchern im Sinne von § 3a UWG spürbar zu beeinträchtigen.

BGH, Urteil vom 13.07.2023, I ZR 68/21

DSGVO zu Auskunftsverlangen zu Daten von Mitgesellchaftern

Nach einer Entscheidung des BGH ergab sich aus den Auskunftsrechten ein Anspruch auf Auskunft eines Gesellschafters auf Namen, Anschriften und der Beteiligungshöhe von Mitgesellchaftern. Die Klägerin, eine Zweitmarktfondsgesellschaft, hatte eine Auskunft über persönliche Daten sowie die Beteiligungshöhen der an der Fondsgesellschaft, an der auch die Klägerin beteiligt war, beteiligten Treugeberkommanditisten begehrt. Zur Begründung hieß es, die Klägerin benötige die Gesellchafterliste, um mit diesen zur Vorbereitung einer Gesellchafterversammlung und zum Zwecke des Meinungs austauschs in Kontakt zu treten. Als weiteren möglichen Zweck gab die Klägerin an, dass auch Kaufangebote an Mitgesellchafter auf Grundlage der Daten unterbreitet werden könnten.

Wie der BGH entschied, sei es die einhellige obergerichtliche Rechtsprechung, dass ein Auskunftersuchen wie das der Klägerin, keine unzulässige Rechtsausübung und keinen Missbrauch des Auskunftsrechts dargestellt habe. In soweit habe keine umstrittene Rechtsfrage vorgelegen, die revisionsfähig gewesen wäre. Die obergerichtliche Rechtsprechung habe auch im Einklang mit der Rechtsprechung des BGH gestanden. Es habe auch ein legitimes Ziel dargestellt, dass ein Gesellchafter seinen Einfluss auf die Gesellschaft durch den Ankauf weiterer Anteile habe vergrößern wollen. Hierbei sei es auch nicht zu einem Konflikt mit der DS-GVO (2016/679/EU) gekommen.

BGH, Beschluss v. 24.10.2023, Az. II ZB 3/23