

## Herausgeber

**Prof. Dr. Helmut Köhler**

**Prof. Dr. Christian Alexander**

## Wissenschaftlicher Beirat

Prof. Dr. Wolfgang Büscher

Prof. Dr. Jochen Glöckner, LL.M.

Prof. Dr. Franz Hacker

Prof. Dr. Thomas Koch

Dr. Reiner Münker

Dr. Martina Schwonke

In Zusammenarbeit mit der

Zentrale zur Bekämpfung

unlauteren Wettbewerbs

Frankfurt am Main e.V.

**dfv'** Mediengruppe

Frankfurt am Main

### **Editorial: Stephan Schmidt und Dipl.-Wirtschaftsjurist Martin Rätze**

Die Aufsicht über den Data Act in Deutschland – Ein europarechtliches Dilemma?

#### **401 Prof. Dr. Helmut Köhler**

Kann ein „potenzielles Wettbewerbsverhältnis“ eine Mitbewerbereigenschaft, auch i. S. d. § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG, begründen?

#### **407 Dr. Anne Bongers-Gehlert**

Die lauterkeitsrechtliche Haftung beim Internetvertrieb – Wer haftet für welche Inhalte?

#### **417 Prof. Dr. Christian Gomille**

Vorabinformationspflichten beim parallelen Handel mit Medizinprodukten

#### **423 Dr. Lisa Feuerhake und Dr. Stephan Schäfer**

Rechtsprechungsreport zum Lebensmittelrecht 2024

#### **433 Christina Kufer, LL.M. (LSE) und Dr. Sascha Pres**

Der GreenGlow Tee – und wie man ihn zukünftig (nicht) bewirbt – Ein anwaltlicher Blick auf den UWG-Diskussionsentwurf

#### **438 Alphabet u. a./Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato u. a.**

EuGH, Urteil vom 25.02.2025 – C-233/23

#### **447 Caronte & Tourist/Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato u. a.**

EuGH, Urteil vom 30.01.2025 – C-511/23

#### **454 Athenian Brewery u. a./Macedonian Thrace Brewery**

EuGH, Urteil vom 13.02.2025 – C-393/23

#### **460 Partnervertrag**

BGH, Urteil vom 20.02.2025 – I ZR 46/24

#### **468 Essigspray EXTRA STARK**

BGH, Urteil vom 06.02.2025 – I ZR 40/24

#### **471 Fernbus in Belgien**

BGH, Beschluss vom 20.02.2025 – I ZB 26/24

#### **480 Birkenstocksandale**

BGH, Urteil vom 20.02.2025 – I ZR 16/24

RAin Dr. Lisa Feuerhake, Hamburg und RA Dr. Stephan Schäfer, Berlin\*

## Rechtsprechungsreport zum Lebensmittelrecht 2024

### INHALT

#### I. Produktkennzeichnung nach LMIV

1. OLG Hamburg: High Protein
2. OGH: Irreführende Produktaufmachung eines Erfrischungsgetränkes

#### II. Werbung mit Klimaneutralität

1. BGH: Klimaneutralität
2. OLG Nürnberg: Werbung mit Umweltverträglichkeit eines Weins

#### III. Unlautere Nachahmung

1. BGH: Glück
2. OLG Köln: Grübchen-Flaschen
3. OLG Köln: Hensslers Garten Glück

#### IV. Lebensmittelsicherheit und Information der Öffentlichkeit

1. BVerfG: Unverzögerliche Veröffentlichung nach § 40 Abs. 1a LFGB
2. BVerwG: Reichweite der Meldepflichten von Laborverantwortlichen
3. OVG Bautzen: Behördliche Maßnahmen bei fehlender Rückverfolgbarkeit

#### V. Entscheidungen zu Fleischerzeugnissen

1. BVerwG: Kennzeichnung von Gabelbeinfleisch als Separatorenfleisch
2. OVG NRW: Handwerksrechtliche Anforderung an das Betreiben einer Fleischtheke
3. OVG NRW: Nettofüllmenge fertigverpackter Würste
4. EuGH: Lagerung von tierischen Nebenprodukten

#### VI. Weinrecht

1. EuGH: Gutsabfüllung
2. EuGH: Bier zu Wein – das lasse sein!
3. VG Berlin: Saurer Naturwein

#### VII. Andere Regelungsmaterien (Öko-VO, Biozid-VO, PAngV)

1. EuGH: Herbaria Kräuterparadies II
2. EuGH: dm-Drogerie Markt; BGH: Hautfreundliches Desinfektionsmittel II
3. BGH: Essigspray
4. EuGH: Preisangaben
5. OLG Karlsruhe: Frisch gepresster Orangensaft
6. OVG Koblenz: Dosierhilfe bei Nahrungsergänzungsmitteln
7. BGH: Nikotinhalige Liquids

Im Anschluss an den Rechtsprechungsreport zum Lebensmittelrecht 2023 (WRP 2024, 438 ff.) geben die Verfasser einen Überblick über die aktuelle Entwicklung der Rechtsprechung zum Lebensmittelrecht und zu benachbarten Gebieten. Im Fokus stehen – neben Klassikern der Produktkennzeichnung (I.) und der Lebensmittelsicherheit/Öffentlichkeitsinformation (IV.) – neuere Entwicklungen im Bereich der Werbung mit Klimaneutralität (II). Einen besonderen Schwer-

punkt legt der diesjährige Beitrag beim Nachahmungsschutz, bei dem von drei Entscheidungen zu berichten ist. Ein weiterer Schwerpunkt sind Entscheidungen aus den Bereichen der Fleischerzeugnisse (V.) und Wein (VI.). Ein Reigen singulärer Entscheidungen aus Einzelbereichen wie der Öko-VO, der Biozid-VO sowie des Preisangabenrechts bildet den Abschluss des Beitrags (VII.).

#### I. Produktkennzeichnung nach LMIV

##### 1. OLG Hamburg: High Protein

Das OLG Hamburg entschied über die kontrovers diskutierte Frage der Zulässigkeit einer hervorgehobenen isolierten Proteinangabe.<sup>1)</sup> Auf dem Deckel und dem Seiteneikett eines Puddings war die Angabe „20g PROTEINGEHALT PRO 200G BECHER“ neben der Angabe „HIGH PROTEIN“ abgebildet:



Der Senat gab der klagenden Wettbewerbszentrale Recht, die darin eine unzulässige Nährwertwiederholung unter Verstoß gegen Art. 30 Abs. 3 LMIV sah.<sup>2)</sup> Zwar handele es sich um eine nährwertbezogene Angabe. Diese sei allerdings nicht zugelassen, da sie nicht mit der Angabe „HOHER PROTEINGEHALT“ aus der HCVO übereinstimme.<sup>3)</sup> Die Angabe „20g PROTEINGEHALT PRO 200G BECHER“ treffe keine Aussage zum Anteil des Proteins am Brennwert, sondern allein zum Anteil des Proteins an der Gesamtmasse des Puddings in einem Becher. Die Verwendung der nährwertbezogenen Angabe sei aber gerade an den Anteil am Brennwert und nicht an den Masseanteil geknüpft. Es handele sich daher auch nicht um „eine verbraucherverständliche Konkretisierung dieses Claims“ oder eine „andere Ausdrucksweise für den hohen Proteingehalt“. <sup>4)</sup> Die Stellungnahme des ALS, die eine Angabe wie „50% X“ in Verbindung mit einer nach dem Anhang der HCVO zulässigen nährwertbezogenen Angabe gerade nicht als unzulässige Wiederholung eines Nährwertes gemäß Art. 30 Abs. 3 LMIV einordnet,<sup>5)</sup> sah der Senat mit wenig nachvollziehbarer Begründung als nicht einschlägig an.

Die Zulassung der Revision lehnt das OLG unter Verweis auf die gleichlautenden Entscheidungen verschiedener Landgerichte ab.<sup>6)</sup> Zwischenzeitlich liegen auch Entscheidungen des OLG München und des OLG Stuttgart vor, die diese Kennzeichnung ebenfalls für unzulässig erachten.<sup>7)</sup> Das OLG München hat die

1) OLG Hamburg, 30.07.2024 – 3 U 82/83, WRP 2024, 1525 – High Protein.  
 2) OLG Hamburg, 30.07.2024 – 3 U 82/83, WRP 2024, 1525, 1527 Rn. 22 – High Protein.  
 3) OLG Hamburg, 30.07.2024 – 3 U 82/83, WRP 2024, 1525, 1528 Rn. 25 – High Protein.  
 4) OLG Hamburg, 30.07.2024 – 3 U 82/83, WRP 2024, 1525, 1528 Rn. 26 – High Protein.  
 5) ALS Stellungnahme Nr. 2020/02.  
 6) OLG Hamburg, 30.07.2024 – 3 U 82/83, WRP 2024, 1525, 1528 Rn. 32 – High Protein; siehe LG Heilbronn, 06.07.2023 – 21 O 7/23, WRP 2023, 1272; LG München I, 28.07.2023 – 37 O 14809/22, WRP 2023, 1276.  
 7) OLG München, 19.12.2024 – 6 U 3363/23, n. v. (die Kanzlei der Autoren war hier auf Seiten des beklagten Lebensmittelunternehmens am Verfahren beteiligt); OLG Stuttgart, 30.01.2025 – 2 U 145/23, n. v.

\* Mehr über die Autoren erfahren Sie auf S. 541.

Revision zugelassen, so dass diese Frage auch zur höchstrichterlichen Klärung ansteht (Az. beim BGH: I ZR 2/25).

## 2. OGH: Irreführende Produktaufmachung eines Erfrischungsgetränkes

- 4 Über den deutschen Tellerrand hinausgeblickt, hat sich der Oberste Gerichtshof in Österreich (OGH) mit der Frage befasst, ob die Aufmachung eines Erfrischungsgetränkes mit naturalistischen Abbildungen zu einer Irreführungsgefahr führt.<sup>8)</sup>
- 5 In der Sache ging es um ein Erfrischungsgetränk, welches mit den Angaben „bio limo leicht“ und „zitronen limette minze“ auf dem Etikett beworben wurde. In der Zutatenliste wurde darauf hingewiesen, dass das Getränk Zitronensaft aus Zitronensaftkonzentrat, Apfelsaft aus Apfelsaftkonzentrat sowie Minzaroma und Limetten-Aroma enthält. Limettensaft oder Minzextrakt sind nicht enthalten.<sup>9)</sup> Zusätzlich wurde das Getränk in Online-Shops mit den Aussagen „Ihr Fruchtanteil besteht aus Obst aus biologischem Anbau“ und „Die Kombination aus (...) Mineralwasser und Anteilen biologisch angebaute Zitronen, Limette und Minze (...)“ beworben.<sup>10)</sup>
- 6 Der OGH sieht darin in Übereinstimmung mit der Vorinstanz eine Irreführung nach § 2 österreichisches UWG und Art. 7 Abs. 1 lit. a LMIV.<sup>11)</sup> Die Kombination der Angaben „zitronen limette minze“ inklusive einer blickfangartigen Abbildung dieser Früchte und Kräuter mit der Angabe „bio“ rufe bei dem angesprochenen Verkehr eine Assoziation mit einem naturbelassenen, selbstgemachten Mineralwasser mit Früchten und Kräutern hervor. Wenngleich dem Verbraucher bewusst sei, dass es Unterschiede zwischen hausgemachtem, mit Früchten versehenem Mineralwasser und einem Getränk aus dem Supermarkt gebe, führe die Aufmachung des Produktes dennoch zu der Annahme, es handle sich um ein Produkt, welches minimal verarbeitet sei und nur aus wenigen Zutaten bestehe.<sup>12)</sup> Die Angabe, das Getränk enthalte „Fruchtanteile“, berechtige den Verbraucher zu der Erwartung, dass das Getränk diese auch in erwähnenswerter Weise und nicht lediglich als (natürliches) Aroma enthalte.<sup>13)</sup>
- 7 Selbst wenn das Zutatenverzeichnis richtig und vollständig sei, genüge dies nicht, eine Fehlvorstellung des Verbrauchers bezüglich der Eigenschaften eines Lebensmittels zu berichtigen, wenn Angaben oder Hinweise bezüglich Kennzeichnung, Hersteller, Abbildungen oder Zeichen unwahr, falsch, mehrdeutig, widersprüchlich oder unverständlich seien.<sup>14)</sup> Der OGH erteilt damit der Argumentation, aus der Entscheidung des EuGH in Sachen LSI-Germany GmbH ergebe sich, dass ein korrektes Zutatenverzeichnis stets eine Irreführung ausschließe, eine Absage.<sup>15)</sup>
- 8 Die Entscheidung verdeutlicht noch einmal die auch in Deutschland geltenden Grundsätze bei der Werbung mit naturalistischen Fruchtabbildungen sowie der drohenden Irreführungsgefahr bei Verwendung von (natürlichen) Aromen oder sog. „Alibizutaten“.

## II. Werbung mit Klimaneutralität

### 1. BGH: Klimaneutralität

- 9 Nachdem sich in der Vergangenheit bereits diverse Oberlandesgerichte mit der Werbung mit Klimaneutralität beschäftigt und

maßgeblich zur Rechtsfortbildung beigetragen haben, erhielt nun auch der BGH Gelegenheit zur Bewertung dieser Werbung.<sup>16)</sup> In der Sache ging es um ein Verfahren, das die Wettbewerbszentrale gegen eine Werbeanzeige für „katjes“-Fruchtgummi führte. Die Beklagte hatte in einer Werbeanzeige in der Lebensmittelzeitung (LZ) zum einen mit der Aussage: „Seit 2021 produziert [die Beklagte] alle Produkte klimaneutral“ sowie zum anderen mit dem Label mit den Wörtern „klimaneutral“ und „Produkt“ geworben. Die Klimaneutralität wurde maßgeblich durch Kompensationszahlungen erreicht. In der Werbeanzeige waren ein Link sowie ein QR-Code abgebildet, die zu der Website von Climate Partner führten. Dort waren weitere Informationen zu der behaupteten Klimaneutralität verfügbar.<sup>17)</sup>

Die Vorinstanz sah es noch als ausreichend an, dass die Aufklärung über die Mittel zur Erreichung der Klimaneutralität erst über weitere Informationen auf einer Website und nicht direkt in der Werbeanzeige selbst erfolgte.<sup>18)</sup> Der BGH tritt diesen Ausführungen entgegen und verweist darauf, dass im Bereich der Werbung mit Klimaneutralität ebenso wie bei gesundheitsbezogener Werbung strenge Anforderungen an die Richtigkeit, Eindeutigkeit und Klarheit der Werbeaussage gelten.<sup>19)</sup> Der Erste Senat verwies auf seine ständige Rechtsprechung seit den 1980er Jahren, nach der sich infolge der allgemeinen Anerkennung der Umwelt als eines wertvollen und schutzbedürftigen Guts zunehmend ein verstärktes Umweltbewusstsein entwickelt habe und infolgedessen der Verkehr vielfach Waren und Leistungen bevorzuge, auf deren besondere Umweltverträglichkeit hingewiesen wird.<sup>20)</sup>

Daraus folgt nach Ansicht des Ersten Senats, dass im Bereich der umweltbezogenen Werbung eine besonders große Irreführungsgefahr und ein gesteigertes Aufklärungsbedürfnis der angesprochenen Verkehrskreise über Bedeutung und Inhalt der verwendeten Begriffe und Zeichen besteht. Die erforderlichen aufklärenden Hinweise bestimmten sich daher im Einzelfall nach der Art des Produkts und dem Grad und Ausmaß seiner „Umweltfreundlichkeit“. Bei einer Werbung mit einem mehrdeutigen umweltbezogenen Begriff müsse bereits in der Werbung selbst eindeutig und klar erläutert werden, welche konkrete Bedeutung maßgeblich ist.<sup>21)</sup> Der BGH geht davon aus, dass die Angabe „klimaneutral“ mehrdeutig sei und sowohl die CO<sub>2</sub>-Vermeidung durch Einsparungen im eigenen Unternehmen als auch die bilanzielle Klimaneutralität umfasst.<sup>22)</sup> Im Streitfall enthielt die Werbung jedoch keine unmittelbaren aufklärenden Hinweise und wurde daher vom BGH als irreführend i. S. v. § 5 Abs. 1 UWG untersagt.<sup>23)</sup> Eine Erläuterung wäre nach Auffassung der Richter insbesondere auch deshalb erforderlich gewesen, weil die Reduktion und die Kompensation von CO<sub>2</sub>-Emissionen keine gleichwertigen Maßnahmen zur Herstellung von Klimaneutralität darstellten. Vielmehr gelte der Grundsatz des Vorrangs der Reduktion gegenüber der Kompensation.<sup>24)</sup>

Damit hat der BGH die maßgeblichen Leitlinien für die Werbung mit Klimaneutralität festgelegt. Der Gerichtshof ordnet diese Werbung als Irreführung durch eine geschäftliche Handlung nach § 5 Abs. 1 UWG und nicht als Irreführung durch Unterlassen i. S. v. § 5a Abs. 1 UWG ein. Damit geht einher, dass in unmittelbarem Zusammenhang eine Aufklärung über die wesentli-

8) OGH, 23.05.2024 – 4 Ob 25/24s, LMuR 2024, 348.

9) OGH, 23.05.2024 – 4 Ob 25/24s, LMuR 2024, 348, Rn. 2 ff.

10) OGH, 23.05.2024 – 4 Ob 25/24s, LMuR 2024, 348, Rn. 5.

11) OGH, 23.05.2024 – 4 Ob 25/24s, LMuR 2024, 348, 350, Rn. 25.

12) OGH, 23.05.2024 – 4 Ob 25/24s, LMuR 2024, 348, 350, Rn. 37.

13) OGH, 23.05.2024 – 4 Ob 25/24s, LMuR 2024, 348, 350 Rn. 38.

14) OGH, 23.05.2024 – 4 Ob 25/24s, LMuR 2024, 348, 349, Rn. 18.

15) OGH, 23.05.2024 – 4 Ob 25/24s, LMuR 2024, 348, 349, Rn. 14, 16; EuGH, 01.12.2022 – C-595/21, WRP 2023, 296 – LSI-Germany/Freistaat Bayern, hierzu Schäfer, WRP 2023, 531, 532 Rn. 3.

16) BGH, 27.06.2024 – I ZR 98/23, WRP 2024, 928 – klimaneutral.

17) BGH, 27.06.2024 – I ZR 98/23, WRP 2024, 928 Rn. 2 – klimaneutral.

18) BGH, 27.06.2024 – I ZR 98/23, WRP 2024, 928, 929 Rn. 8 f. – klimaneutral.

19) BGH, 27.06.2024 – I ZR 98/23, WRP 2024, 928, 930 Rn. 24 – klimaneutral.

20) BGH, 27.06.2024 – I ZR 98/23, WRP 2024, 928, 931 Rn. 25 – klimaneutral.

21) BGH, 27.06.2024 – I ZR 98/23, WRP 2024, 928, 931, 932 Rn. 26, 36 – klimaneutral.

22) BGH, 27.06.2024 – I ZR 98/23, WRP 2024, 928, 931 Rn. 28 – klimaneutral.

23) BGH, 27.06.2024 – I ZR 98/23, WRP 2024, 928, 929 Rn. 11 – klimaneutral.

24) BGH, 27.06.2024 – I ZR 98/23, WRP 2024, 928, 931 Rn. 29 – klimaneutral.

chen Umstände der Klimaneutralität erforderlich ist. Die Angabe des Links oder die Abbildung eines QR-Codes zu einer Internetseite mit weiteren Informationen genügen dafür nicht. Die Freude über die vorläufige Rechtssicherheit durch diese Leitentscheidung könnte aber nur kurz währen, denn mit der Umsetzung der Richtlinie zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und bessere Informationen (EU) 2024/825 (sog. „EmpCo“-Richtlinie) in das deutsche UWG werden die Karten für die Werbung mit umweltbezogenen Aussagen neu gemischt.<sup>25)</sup>

## 2. OLG Nürnberg: Werbung mit Umweltverträglichkeit eines Weins

- 13 In einem illustrativen Hinweisbeschluss des OLG Nürnberg, spiegeln sich die hohen Ansprüche der Rechtsprechung an die Werbung mit Klimaneutralität wider.<sup>26)</sup>
- 14 Das OLG Nürnberg entschied, dass die blickfangmäßig auf dem Vorderetikett einer Weinflasche angebrachte Werbeaussage „FOOT PRINT REDUZIERT DEINEN CO<sub>2</sub> FUSSABDRUCK“ irreführend ist. Die Werbung suggeriere fälschlicherweise, dass der enthaltene Wein selbst zur CO<sub>2</sub>-Reduzierung beitrage, obwohl sich der ökologische Vorteil lediglich auf die Herstellung der Flasche bezieht.<sup>27)</sup> Dieser aus Verbrauchersicht entscheidende Hinweis war nur auf dem Rückseitenetikett zu finden, was die Blickfangwirkung der Aussage auf der Vorderseite gerade nicht ausgleichen konnte.<sup>28)</sup>
- 15 Das Gericht attestiert nicht nur der hervorgehobenen Umweltaussage werblichen Charakter, sondern legt an diese Aussage – auch insoweit in Einklang mit der herrschenden Rechtsprechung – strenge Transparenzanforderungen an. Verbraucher würden erwarten, dass sich Umweltangaben auf das Produkt selbst und nicht nur auf dessen Verpackung beziehen.<sup>29)</sup> Die Beklagte müsse sich die Mehrdeutigkeit ihrer Werbeaussage entgegenhalten lassen, da diese den falschen Eindruck erwecke, der Wein sei besonders umweltfreundlich hergestellt worden.<sup>30)</sup>

## III. Unlautere Nachahmung

### 1. BGH: Glück

- 16 Das Verfahren vor dem BGH drehte sich um die Frage, ob die Übernahme des Konzepts, ein Emotionsschlagwort als Produktnamen zu verwenden, sowie weiterer gestalterischer Merkmale eine unlautere Nachahmung darstellt.<sup>31)</sup>
- 17 Die Klägerin führte im Februar 2017 eine neue Produktreihe von Konfitüren mit der Bezeichnung „Glück“ in folgender Gestaltung in den Markt ein:<sup>32)</sup>



25) Vgl. hierzu der Diskussionsentwurf „Drittes Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb“ vom 09.12.2024, [https://www.bmj.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/DE/2024\\_AendG\\_UWG\\_EmpCo.html](https://www.bmj.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/DE/2024_AendG_UWG_EmpCo.html), vgl. hierzu auch bereits Alexander, Editorial WRP Heft 2/2025 und Alexander, WRP 2025, 265 ff. sowie Kufer/Pres, WRP 2025, 433 ff. (in diesem Heft).

26) OLG Nürnberg, 15.11.2023 – 3 U 1722/23, WRP 2024, 256.

27) OLG Nürnberg, 15.11.2023 – 3 U 1722/23, WRP 2024, 256, 257.

28) OLG Nürnberg, 15.11.2023 – 3 U 1722/23, WRP 2024, 256, 257.

29) OLG Nürnberg, 15.11.2023 – 3 U 1722/23, WRP 2024, 256, 257 f.

30) OLG Nürnberg, 15.11.2023 – 3 U 1722/23, WRP 2024, 256, 258.

31) BGH, 07.12.2023 – I ZR 126/22, WRP 2024, 184 – Glück.

32) BGH, 07.12.2023 – I ZR 126/22, WRP 2024, 184, Rn. 1 – Glück.

Die Beklagte vertreibt seit 2019 Honig in folgenden Gläsern:<sup>33)</sup> 18



Das Berufungsgericht ging noch von dem Vorliegen einer unlauteren Nachahmung aus.<sup>34)</sup> Dieser Wertung tritt der BGH entgegen und verweist darauf, dass das Konzept, ein Emotionsschlagwort als Produktnamen zu verwenden, nicht als ein die wettbewerbliche Eigenart mitbestimmendes Element angesehen werden könne. Gegenstand des wettbewerbsrechtlichen Nachahmungsschutzes gemäß § 4 Nr. 3 UWG sei der Schutz von Waren und Dienstleistungen in ihrer konkreten Gestaltung.<sup>35)</sup> Der Erste Senat verweist darauf, dass die Annahme des Berufungsgerichts, es liege eine mittelbare Herkunftstäuschung vor, da der angesprochene Verkehr davon ausgehe, dass die Herstellerin der „Glück“-Konfitüren ihr Sortiment auf Honig erweitert und hierfür eine Zweitmarke verwendet habe, der rechtlichen Nachprüfung nicht stand hält.<sup>36)</sup> Vor diesem Hintergrund hob der BGH das Urteil auf und verwies die Sache zur Entscheidung an das Berufungsgericht zurück, da sie nicht zur Endentscheidung reif war.<sup>37)</sup>

Daraufhin gab das OLG Hamburg der Berufung der Beklagten statt und hob das landgerichtliche Urteil auf. Das OLG verneint unter Berücksichtigung der Ausführungen des BGH das Vorliegen einer unlauteren Nachahmung gem. § 4 Nr. 3 a) UWG und § 4 Nr. 3 b) UWG.<sup>38)</sup> Zwar liege eine hohe wettbewerbliche Eigenart der „Glück“-Konfitürengläser der Klägerin vor.<sup>39)</sup>

Der Grad der (nachschaaffenden) Nachahmung sei aber geringer als zunächst vom Senat angenommen, da das Konzept eines verwendeten Emotionsschlagwortes, wie vom BGH ausgeführt, nicht berücksichtigt werden dürfe.<sup>40)</sup> Letztlich komme es auf den Grad der Nachahmung aber auch nicht entscheidend an, denn unter Berücksichtigung der bindenden Rechtsansicht des BGH lasse sich im Streitfall eine allein in Betracht kommende mittelbare Herkunftstäuschung im Sinne der Annahme einer Sortimentserweiterung nicht feststellen.<sup>41)</sup> Eine Übereinstimmung im „Look and Feel“ bei Außerachtlassung der konkreten Produktbezeichnungen „Glück“ und „LieBee“ könne nicht festgestellt werden. Die abweichenden Produktnamen könnten nicht außer Acht gelassen werden und stünden der Annahme einer mittelbaren Herkunftstäuschung entgegen.<sup>42)</sup> Der Verkehr orientiere sich bei Produkten des täglichen Bedarfs auch an Produkt- und Herstellerangaben.<sup>43)</sup>

### 2. OLG Köln: Grübchen-Flaschen

Wann sieht eine Flasche aus wie eine Ananas? Das OLG Köln befasst sich mit der Frage, ob die Flaschen, in denen Säfte der Marke „albi“ abgefüllt sind, eine unlautere Nachahmung der „granini“-Flaschen darstellen.<sup>44)</sup> 22

33) BGH, 07.12.2023 – I ZR 126/22, WRP 2024, 184, Rn. 2 – Glück.

34) BGH, 07.12.2023 – I ZR 126/22, WRP 2024, 184, 185 Rn. 8 – Glück; Vorinstanz: OLG Hamburg, 16.06.2022 – 5 U 95/21, GRUR 2024, 139.

35) BGH, 07.12.2023 – I ZR 126/22, WRP 2024, 184, 186 Rn. 23 – Glück.

36) BGH, 07.12.2023 – I ZR 126/22, WRP 2024, 184, 189 Rn. 45 – Glück.

37) BGH, 07.12.2023 – I ZR 126/22, WRP 2024, 184, 189 f. Rn. 51 – Glück.

38) OLG Hamburg, 20.06.2024 – 5 U 95/21, GRUR-RS 2024, 25421 Rn. 23.

39) OLG Hamburg, 20.06.2024 – 5 U 95/21, GRUR-RS 2024, 25421 Rn. 28.

40) OLG Hamburg, 20.06.2024 – 5 U 95/21, GRUR-RS 2024, 25421 Rn. 37, 45.

41) OLG Hamburg, 20.06.2024 – 5 U 95/21, GRUR-RS 2024, 25421 Rn. 49 ff.

42) OLG Hamburg, 20.06.2024 – 5 U 95/21, GRUR-RS 2024, 25421 Rn. 55.

43) OLG Hamburg, 20.06.2024 – 5 U 95/21, GRUR-RS 2024, 25421 Rn. 57.

44) OLG Köln, 05.07.2024 – 6 U 131/23, WRP 2024, 1127 – Grübchen-Flasche.

- 23 Die Klägerinnen vertreiben „granini“-Säfte in folgender Gestaltung und Aufmachung:<sup>45)</sup>



- 24 Die Beklagte betreibt deutschlandweit eine Kette von Einzelhandelsgeschäften und vertreibt „albi“-Fruchtsäfte in folgender Flaschengestaltung:<sup>46)</sup>



- 25 Nachdem bereits verschiedene Verfahren zwischen den Parteien anhängig waren, begründeten die Klägerinnen die vermeintliche unlautere Nachahmung in diesem Verfahren auch vor dem Hintergrund einer angeblichen „Bezugssperre“ durch die Beklagte. Im Jahr 2021 wurde die Beklagte mit der Klägerin zu 1) über eine von ihr beabsichtigte Preiserhöhung nicht einig. Als Folge hiervon gehören die „granini“-Säfte nicht mehr zum Sortiment der Märkte der Beklagten, wobei zwischen den Parteien streitig ist, ob die Beklagte die Produkte der Klägerin zu 1) aufgelistet und eine Bezugssperre verhängt hat oder die Klägerin zu 1) die Beklagte nicht mehr beliefert hat. Stattdessen nahm die Beklagte die „albi“-Säfte in ihr Sortiment auf.<sup>47)</sup>

- 26 Die „granini“-Fruchtsaftflasche weist auch nach Auffassung des OLG eine durch Verkehrsbekanntheit gesteigerte wettbewerbliche Eigenart auf.<sup>48)</sup> Dies folge insbesondere aus der transparenten Flasche, den Aufschriften „granini“ sowie der Aufteilung in den glatt und zylindrisch geformten Flaschenhals und den gewölbten Flaschenbauch im Verhältnis 2:3. Der Gesamteindruck werde durch die runden „Grübchen“ im leicht rundlichen Flaschenbauch geprägt und durch die gedungen wirkende Flaschengestaltung, die insgesamt an die Gestaltung einer Ananas erinnere.<sup>49)</sup>

45) OLG Köln, 05.07.2024 – 6 U 131/23, WRP 2024, 1127 Rn. 2 – Grübchen-Flasche.

46) OLG Köln, 05.07.2024 – 6 U 131/23, WRP 2024, 1127, Rn. 5 – Grübchen-Flasche.

47) OLG Köln, 05.07.2024 – 6 U 131/23, WRP 2024, 1127 Rn. 5 – Grübchen-Flasche.

48) OLG Köln, 05.07.2024 – 6 U 131/23, WRP 2024, 1127, 1129 Rn. 19 – Grübchen-Flasche.

49) OLG Köln, 05.07.2024 – 6 U 131/23, WRP 2024, 1127, 1129 Rn. 19 f. – Grübchen-Flasche.

Allerdings fehlte es nach Ansicht des Senats bereits an einer nachschaffenden Nachahmung i. S. v. § 4 Nr. 3 lit. a) UWG.<sup>50)</sup> Eine nachschaffende Nachahmung sei gegeben, wenn die fremde Leistung lediglich als Vorbild benutzt wird und eine bloße Annäherung an das Originalprodukt vorliege. Das sei der Fall, wenn sich das angebotene Produkt dem Originalprodukt in seinen die wettbewerbliche Eigenart begründenden Merkmalen erkennbar annähert, aber deutlich sichtbare Abweichungen im Gesamteindruck bestehen. Wiesen die sich gegenüberstehenden Produkte dahingegen allein in ihrer abstrakten Grundidee, aber nicht der konkreten Gesamterscheinung Übereinstimmungen auf, ist keine nachschaffende Nachahmung gegeben. Der Senat war der Auffassung, dass unter Heranziehung dieser Grundsätze keine Nachahmung vorliege, da insbesondere das typische Grübchen-Design der Originalflasche, das an eine Ananas erinnern soll, fehle.<sup>51)</sup> Das unregelmäßige florale Design auf der „albi“-Flasche bewirke gerade keine rundliche Anmutung des Flaschenkörpers wie bei der „granini“-Flasche und auch keinen haptischen Eindruck von Griffmulden. Nichts erinnere bei den „albi“-Flaschen an eine Ananas.<sup>52)</sup> Zudem sei die abweichende Herstellerkennzeichnung gut sichtbar an drei Stellen (Etikett, Deckel und Gravur) angebracht.<sup>53)</sup>

Ebenso wenig lag nach Auffassung des OLG eine unlautere Behinderung i. S. v. § 4 Nr. 4 UWG vor.<sup>54)</sup> Selbst unterstellt, die Beklagte weise insoweit eine relative Marktmacht auf, führe die Auslistung der „granini“-Säfte und das Ersetzen durch die „albi“-Säfte nicht zu einer unlauteren Behinderung. Denn Ähnlichkeiten von Produkten unterhalb der Schwelle der nachschaffenden Nachahmung seien lauterkeitsrechtlich gerade nicht zu beanstanden.<sup>55)</sup>

Die Nichtzulassungsbeschwerde wird bei dem BGH unter dem Az. I ZR 125/54 geführt.

### 3. OLG Köln: Hensslers Garten Glück

In einer zweiten Entscheidung innerhalb kurzer Zeit befasste sich das OLG Köln im Rahmen einer negativen Feststellungsklage mit der Frage der Nachahmung der „true fruit“-Smoothies und einer daraus folgenden Herkunftstäuschung.<sup>56)</sup>

Die Klägerin vertreibt unter anderem Smoothies in Kooperation mit dem Fernsehkoch *Steffen Henssler*, die unter der Aufmachung „Hensslers Garten Glück“ wie folgt angeboten wurden:<sup>57)</sup>



50) OLG Köln, 05.07.2024 – 6 U 131/23, WRP 2024, 1127, 1130 Rn. 22 – Grübchen-Flasche.

51) OLG Köln, 05.07.2024 – 6 U 131/23, WRP 2024, 1127, 1130 Rn. 24 f. – Grübchen-Flasche.

52) OLG Köln, 05.07.2024 – 6 U 131/23, WRP 2024, 1127, 1130 Rn. 25 – Grübchen-Flasche; siehe auch OLG Hamburg, 31.08.2022 – 5 U 60/22, WRP 2023, 91.

53) OLG Köln, 05.07.2024 – 6 U 131/23, WRP 2024, 1127, 1131 Rn. 28 – Grübchen-Flasche.

54) OLG Köln, 05.07.2024 – 6 U 131/23, WRP 2024, 1127, 1131 Rn. 31 f. – Grübchen-Flasche.

55) OLG Köln, 05.07.2024 – 6 U 131/23, WRP 2024, 1127, 1131 Rn. 36 – Grübchen-Flasche.

56) OLG Köln, 12.07.2024 – 6 U 155/23, WRP 2024, 1133 – Hensslers Garten Glück.

57) OLG Köln, 12.07.2024 – 6 U 155/23, WRP 2024, 1133 f. Rn. 2 – Hensslers Garten Glück.

- 32 Die Beklagte vertreibt „true fruits“-Flaschen unter folgender Aufmachung:<sup>58)</sup>



sowie in limitierten Editionen:



- 33 Die Beklagte hatte die Klägerin auf Unterlassung in Anspruch genommen, woraufhin diese negative Feststellungsklage erhob.
- 34 Das OLG bejahte in Übereinstimmung mit der Vorinstanz eine wettbewerbswidrige Nachahmung aufgrund einer vermeidbaren Herkunftstäuschung durch die Aufmachung der Flasche „Henssler Garten Glück“ nach § 4 Nr. 3 lit. a) UWG.<sup>59)</sup> Der Aufdruck „Henssler Garten Glück“ auf einer nachgeahmten Smoothie-Flasche stehe der Herkunftstäuschung nicht entgegen, wenn der Verkehr sich hinsichtlich der betrieblichen Herkunft an der Gestaltung der seit Jahren eingeführten und im Markt stark präsenten Originalflasche orientiert und dieser daran gewohnt ist, dass der Hersteller des Originals auch bisher schon mit bekannten Werbeträgern kooperiert hat.<sup>60)</sup>
- 35 Das OLG war der Auffassung, dass der Gestaltung der „true fruit“-Smoothies gesteigerte wettbewerbliche Eigenart zukommt. Dabei seien insbesondere die Glasflasche aus Weißglas, deren zylindrische Form mit einem sehr kurzen Flaschenhals, die Beschriftung mit weißem Keramikdruck und puristischer, wortbetonter Etikettengestaltung sowie der flache, meist silberne Deckel ausschlaggebend.<sup>61)</sup> Der Grad der wettbewerblchen Eigenart sei durch die tatsächliche Bekanntheit weiter gesteigert. Dies ergebe sich aus den hohen Absatz- und Umsatzzahlen, erheblichen Werbeaufwendungen sowie der seit Markteinführung 2006 einzigartigen Flaschenform, dem Zweitmarkt für geleerte Flaschen sowie der erheblichen Verbreitung in sämtlichen Supermärkten.<sup>62)</sup> Die Gestaltung der Smoothies der Klägerin stelle, wie in erster Instanz festgestellt, jedenfalls eine nachschaffende Nachahmung dar. Die Klägerin habe die besonderen Merkmale der „true fruits“-Flasche nahezu identisch übernommen.<sup>63)</sup>
- 36 Die Nachahmung sei auch unlauter, da sie zu einer vermeidbaren, unmittelbaren Herkunftstäuschung führe.<sup>64)</sup> Die Bezeich-

nung „Henssler Garten Glück“ werde vom Verkehr gerade nicht als Hersteller-Bezeichnung wahrgenommen. Die bereits bestehende Produktpalette von *Steffen Henssler* werde – anders als die Flaschen der Klägerin – stets unter Abdruck seines Kontofeis auf der Verpackungsvorderseite vertrieben. Zudem komme allein schon dem von der Klägerin nachgeahmten Flaschensign mit der charakteristischen Form, dem weißen Keramikdruck und der weitgehenden Wortbetonung des Aufdrucks herkunftshinweisende Funktion zu, die eine etwaige Assoziation der Verbraucher mit den von Herrn *Henssler* selbst vertriebenen Produkten überlagere und in den Hintergrund treten lasse.<sup>65)</sup> Auch die rückseitige Pflichtkennzeichnung „hergestellt für“ sei zur Vermeidung einer Herkunftstäuschung nicht ausreichend.<sup>66)</sup>

Der angesprochene Verkehrskreis gehe daher davon aus, dass die Beklagte unter Mitwirkung von *Steffen Henssler* einen Gemüse-Smoothie produzieren und vertreiben würde und gerade nicht *Henssler* selbst.<sup>67)</sup> Es entstehe der Eindruck, dass es sich um eine neue Sonderedition in Kooperation mit dem TV-Koch handele.<sup>68)</sup> Auch die weiteren Einwände der Klägerin griffen nicht durch. Die Verwendung von Gemüse und der deutschen Sprache bei der Kennzeichnung sei nicht ausreichend unterscheidungskräftig, da auch die Beklagte in Sondereditionen die deutsche Sprache verwendete<sup>69)</sup> und die klägerischen Produkte jedenfalls teilweise auch Obst enthielten.<sup>70)</sup> Auch der Preisunterschied von 1,00 € sei nicht entscheidend, da es sich bei Smoothies um „Lifestyle“-Produkte handele, die dem sofortigen Verzehr diene, so dass Verbraucher insoweit weniger preissensitiv seien.<sup>71)</sup>

Damit werde auch unter Berücksichtigung der Wechselwirkung zwischen der gesteigerten wettbewerblchen Eigenart der Flaschengestaltung der Beklagten einerseits und einer nur nachschaffenden Nachahmung durch die Klägerin andererseits der lauterkeitsrechtlich erforderliche Abstand nicht gewahrt. Diese Herkunftstäuschung sei auch ohne Weiteres vermeidbar, weil der Klägerin eine abweichende Gestaltung mit größerem Abstand zu den prägenden Merkmalen des Beklagtenprodukts möglich und zumutbar wäre.<sup>72)</sup>

Das Urteil fügt sich in die Rechtsprechung der letzten Jahre zum Schutz vor unlauterer Nachahmung ein. Der Senat geht von einem hohen Schutz aufgrund der gesteigerten wettbewerblchen Eigenart der „true fruits“-Smoothieflaschen aus.

Die Revision ist beim BGH unter dem Az. I ZR 134/24 anhängig. 40

#### IV. Lebensmittelsicherheit und Information der Öffentlichkeit

##### 1. BVerfG: Unverzüglichkeit einer Veröffentlichung nach § 40 Abs. 1a LFGB

Das BVerfG hatte Gelegenheit, sich mit § 40 Abs. 1a S. 1 Nr. 3 LFGB in einem Eilverfahren zu beschäftigen.<sup>73)</sup> Das Kriterium der „Unverzüglichkeit“ einer Meldung beschäftigt Gerichte

58) OLG Köln, 12.07.2024 – 6 U 155/23, WRP 2024, 1134 Rn. 3 – Henssler Garten Glück.

59) OLG Köln, 12.07.2024 – 6 U 155/23, WRP 2024, 1133, 1135 Rn. 16 – Henssler Garten Glück.

60) OLG Köln, 12.07.2024 – 6 U 155/23, WRP 2024, 1133 – Henssler Garten Glück.

61) OLG Köln, 12.07.2024 – 6 U 155/23, WRP 2024, 1133, 1136 Rn. 18 – Henssler Garten Glück.

62) OLG Köln, 12.07.2024 – 6 U 155/23, WRP 2024, 1133, 1136 Rn. 21. – Henssler Garten Glück.

63) OLG Köln, 12.07.2024 – 6 U 155/23, WRP 2024, 1133, 1136 Rn. 23f. – Henssler Garten Glück.

64) OLG Köln, 12.07.2024 – 6 U 155/23, WRP 2024, 1133, 1136 Rn. 25 ff. – Henssler Garten Glück.

65) OLG Köln, 12.07.2024 – 6 U 155/23, WRP 2024, 1133, 1136 f. Rn. 29 – Henssler Garten Glück.

66) OLG Köln, 12.07.2024 – 6 U 155/23, WRP 2024, 1133, 1137 Rn. 32 – Henssler Garten Glück.

67) OLG Köln, 12.07.2024 – 6 U 155/23, WRP 2024, 1133, 1136, 1137, Rn. 29 – Henssler Garten Glück.

68) OLG Köln, 12.07.2024 – 6 U 155/23, WRP 2024, 1133, 1137, Rn. 32 – Henssler Garten Glück.

69) OLG Köln, 12.07.2024 – 6 U 155/23, WRP 2024, 1133, 1137, 1338, Rn. 35 – Henssler Garten Glück.

70) OLG Köln, 12.07.2024 – 6 U 155/23, WRP 2024, 1133, 1138, Rn. 36 – Henssler Garten Glück.

71) OLG Köln, 12.07.2024 – 6 U 155/23, WRP 2024, 1133, 1138, Rn. 38 – Henssler Garten Glück.

72) OLG Köln, 12.07.2024 – 6 U 155/23, WRP 2024, 1133, 1138, Rn. 40 – Henssler Garten Glück.

73) BVerfG, 05.09.2024 – 1 BvR 1949/24, LMuR 2024, 398.

schon seit Langem und hat zu grundsätzlich divergierenden Ansätzen geführt.<sup>74)</sup> Es bleibt abzuwarten, ob die verwaltungsgerichtliche Rechtsprechung den Begriff der „Unverzüglichkeit“ künftig einheitlich objektiviert auslegt. Das BVerfG hat eine ganz klare Positionierung bislang nicht vorgenommen, in der vorliegenden Eilsache aber zumindest an eine verhältnismäßige Anwendung des § 40 Abs. 1a LFGB erinnert.<sup>75)</sup> Es ist abzuwarten, ob das Gericht noch Gelegenheit hat, diese Auffassung im Hauptsacheverfahren zu bestätigen.

- 42 In der Sache beabsichtigte das zuständige Ordnungsamt, Informationen über in einer Betriebsstätte festgestellte Mängel zu veröffentlichen, die zum Zeitpunkt der Veröffentlichung bereits anderthalb Jahre zurücklagen.<sup>76)</sup> Das BVerfG erinnert mit Blick auf Art. 12 GG daran, dass § 40 Abs. 1a S. 1 Nr. 3 LFGB eine „unverzügliche“ Veröffentlichung fordert, um Verbraucher angemessen zu informieren und den Gesundheitsschutz sicherzustellen.<sup>77)</sup> Eine Veröffentlichung von Altfällen, wie hier, ließe indes kaum Rückschlüsse auf die derzeitige Betriebssituation zu.<sup>78)</sup> Verzögerungen der vorliegenden Art könnten – selbst wenn sie nicht der Behörde zuzurechnen sind – zu irreversiblen Nachteilen wie einem erheblichen Reputationsverlust und möglichen Umsatzeinbußen bis hin zur Existenzvernichtung führen.<sup>79)</sup>

## 2. BVerwG: Reichweite der Meldepflichten von Laborverantwortlichen

- 43 Im vorliegenden Fall führte ein bundesweit tätiges Labor im Rahmen einer Freigabeuntersuchung von Mandelkernen eine mikrobiologische Analyse durch, bei der Salmonellen festgestellt wurden. Da der Lebensmittelunternehmer gegenüber dem Labor erklärte, das Produkt nicht in den Verkehr bringen zu wollen, informierte der Laborverantwortliche die zuständige Behörde nicht, obwohl § 44 Abs. 4a LFGB dies grundsätzlich vorschreibt.<sup>80)</sup>
- 44 Das BVerwG stellt klar, dass die Meldepflicht des Laborverantwortlichen gemäß § 44 Abs. 4a LFGB stets greift, wenn ein Befund vorliegt, der Grund zu der Annahme gibt, dass das Lebensmittel nicht sicher sei. Der Umstand, dass ein Lebensmittelunternehmer die Freigabeuntersuchung in Auftrag gegeben hat, um auf ihrer Basis die Entscheidung darüber zu treffen, ob das Produkt in Verkehr gebracht wird, enthebe das Labor nicht von seiner Meldepflicht. Denn unabhängig davon, wer den Freigabeprozess veranlasst, müsse der Laborverantwortliche aufgrund seiner Stellung, fachlichen Bewertung und unter Berücksichtigung der gesetzlichen Vorgaben die Behörden informieren, wenn ein Sicherheitsrisiko festgestellt wird. Diese starre Auslegung dient dem Ziel, die Verbraucher vor unsicheren Lebensmitteln zu schützen, und steht in Einklang mit den EU-Vorschriften, wonach lebensmittelsicherheitsrelevante Ergebnisse unverzüglich den Behörden zu melden sind.<sup>81)</sup>

## 3. OVG Bautzen: Behördliche Maßnahmen bei fehlender Rückverfolgbarkeit

- 45 In der Entscheidung des OVG Bautzen ging es darum, ob die behördlich angeordnete amtliche Verwahrung und das Inverkehrbringungsverbot für ein Lager mit Lebensmitteln, die potenziell gesundheits-schädlich waren, rechtmäßig war.<sup>82)</sup> Bei den in Rede stehenden Waren bestanden Zweifel an deren Rückverfolgbarkeit, etwa weil Lieferbelege und Herkunftsnachweise nicht oder nur unzureichend vorgelegt werden konnten. Etliche Produkte waren zudem mit abgelaufenem Mindesthaltbarkeitsdatum versehen und stofflich kontaminiert.<sup>83)</sup>

Das OVG Bautzen hielt die behördlichen Maßnahmen für gerechtfertigt und stützte seine Entscheidung namentlich auf Art. 14 und Art. 18 der VO (EG) 178/2002, Art. 138 VO (EU) 2017/625 sowie § 44 Abs. 3 LFGB. Nach diesen Vorschriften dürfen Lebensmittel, die potenziell gesundheits-schädlich sind oder deren Rückverfolgbarkeit nicht gewährleistet ist, nicht in den Verkehr gebracht werden. Dabei stellt die fehlende Rückverfolgbarkeit – infolge unzureichender Dokumentation und unklarer Herkunftsnachweise – nach Auffassung des OVG Bautzen zwar einen klaren Verstoß gegen die lebensmittelrechtlichen Pflichten der Antragstellerin dar.<sup>84)</sup> Allerdings stelle die fehlende Rückverfolgbarkeit nicht automatisch die Sicherheit der Lebensmittel in Frage, sondern erlaube erst im Gesamtkontext – also zusammen mit den nachgewiesenen Mängeln, wie dem Überschreiten des Mindesthaltbarkeitsdatums und festgestellten Kontaminationen – entsprechende Gefahrenabwehrmaßnahmen.<sup>85)</sup>

Das OVG Bautzen hielt die behördlichen Maßnahmen für gerechtfertigt und stützte seine Entscheidung namentlich auf Art. 14 und Art. 18 der VO (EG) 178/2002, Art. 138 VO (EU) 2017/625 sowie § 44 Abs. 3 LFGB. Nach diesen Vorschriften dürfen Lebensmittel, die potenziell gesundheits-schädlich sind oder deren Rückverfolgbarkeit nicht gewährleistet ist, nicht in den Verkehr gebracht werden. Dabei stellt die fehlende Rückverfolgbarkeit – infolge unzureichender Dokumentation und unklarer Herkunftsnachweise – nach Auffassung des OVG Bautzen zwar einen klaren Verstoß gegen die lebensmittelrechtlichen Pflichten der Antragstellerin dar.<sup>84)</sup> Allerdings stelle die fehlende Rückverfolgbarkeit nicht automatisch die Sicherheit der Lebensmittel in Frage, sondern erlaube erst im Gesamtkontext – also zusammen mit den nachgewiesenen Mängeln, wie dem Überschreiten des Mindesthaltbarkeitsdatums und festgestellten Kontaminationen – entsprechende Gefahrenabwehrmaßnahmen.<sup>85)</sup>

## V. Entscheidungen zu Fleischerzeugnissen

### 1. BVerwG: Kennzeichnung von Gabelbeinfleisch als Separatorenfleisch

Das BVerwG entschied in einem seit 2015 andauernden Rechtsstreit über die Kennzeichnungspflicht von Gabelbeinfleisch als Separatorenfleisch.<sup>86)</sup> Die Klägerin stellte Gabelbein (Knochen im Schultergürtel von Hähnchen) herausgestanzt und maschinell von Sehnen und Knochen bzw. Knorpel entfernt. Das aufgrund der Pressung eine körnige Struktur aufweisende Endprodukt besteht im Wesentlichen aus Fleisch und Fett. Die Klägerin lieferte das Produkt unter der Bezeichnung „Hähnchen-Verarbeitungsfleisch“ an Lebensmittelunternehmen zur Weiterverarbeitung.<sup>87)</sup>

Das BVerwG geht in Übereinstimmung mit dem OVG davon aus, die Bezeichnung „Hähnchen-Verarbeitungsfleisch“ sei irreführend, weil es sich beim Erzeugnis der Klägerin um Separatorenfleisch handele, dies aufgrund der Bezeichnung aber nicht zu erkennen sei. Nach der Bestimmung in Anhang VII Teil B Nr. 17 a. E. VO (EU) Nr. 1169/2011 dürfe die Bezeichnung „(...) fleisch“ für Separatorenfleisch nicht verwendet werden.<sup>88)</sup> Allerdings sahen die Richter die Kennzeichnung als „Separatorenfleisch“ oder auf der Verpackung nicht als erforderlich an, soweit es nur an Lebensmittelunternehmer und nicht an Endverbraucher geliefert wird.<sup>89)</sup> Als milderer Mittel hätte die Behörde der Klägerin aufgeben können, die von ihr belieferten Lebensmittelunternehmen in einer von ihr gewählten Form darüber in Kenntnis zu setzen, dass es sich bei dem Furculafleisch um Separatorenfleisch handelt.<sup>90)</sup> Eine Pflicht zur Kennzeichnung auf oder an der Verpackung ergebe sich nach Ansicht des Gerichts weder aus Art. 6 noch aus Art. 8 LMIV.<sup>91)</sup> Die bessere Kontrollmöglichkeit für Überwachungsbehörden rechtfertige einen solchen Eingriff in die Betriebsorganisation der Klägerin nicht. Die Informations-

74) BVerfG, 05.09.2024 – 1 BvR 1949/24, LMuR 2024, 398, 399; siehe Überblick bei Riemer, ZLR 2024, 584 ff.

75) Roffael/Wallau, LMuR 2024, 398, Rn. 22 ff.

76) BVerfG, 05.09.2024 – 1 BvR 1949/24, LMuR 2024, 398 Rn. 1 ff.

77) BVerfG, 05.09.2024 – 1 BvR 1949/24, LMuR 2024, 398 Rn. 5 ff.

78) BVerfG, 05.09.2024 – 1 BvR 1949/24, LMuR 2024, 398 Rn. 8 ff.

79) BVerfG, 05.09.2024 – 1 BvR 1949/24, LMuR 2024, 398 Rn. 15 ff.; vgl. auch OVG Niedersachsen, 26.01.2024 – 14 ME 131/23, LMuR 2024, 188, Rn. 2; VGH BW, 01.02.2024 – 9 S 1954/23, LMuR 2024, 191 Rn. 15 ff.

80) BVerwG, 14.12.2023 – 3 C 7.22, LMuR 2024, 175, Rn. 1 ff.

81) BVerwG, 14.12.2023 – 3 C 7.22, LMuR 2024, 175 Rn. 5 ff.

82) OVG Bautzen, 06.09.2023 – 3 B 126/23, LMuR 2024, 35.

83) OVG Bautzen, 06.09.2023 – 3 B 126/23, LMuR 2024, 35 Rn. 31 f.

84) OVG Bautzen, 06.09.2023 – 3 B 126/23, LMuR 2024, 35 Rn. 8.

85) OVG Bautzen, 06.09.2023 – 3 B 126/23, LMuR 2024, 35 Rn. 8 f.

86) BVerwG, 15.02.2024 – 3 C 14.22, LMuR 2024, 250 Rn. 1.

87) BVerwG, 15.02.2024 – 3 C 14.22, LMuR 2024, 250 Rn. 2.

88) BVerwG, 15.02.2024 – 3 C 14.22, LMuR 2024, 250, 252, 253 Rn. 13, 20.

89) BVerwG, 15.02.2024 – 3 C 14.22, LMuR 2024, 250, 253 Rn. 20 ff.

90) BVerwG, 15.02.2024 – 3 C 14.22, LMuR 2024, 250, 253 f. Rn. 26.

91) BVerwG, 15.02.2024 – 3 C 14.22, LMuR 2024, 250, 254 Rn. 28.

anforderungen bei der Abgabe an einen Endverbraucher fänden gerade keine Anwendung auf die Lieferung an einen Lebensmittelunternehmer.<sup>92)</sup>

- 49 Diesen Ausführungen ist zuzustimmen. Die Entscheidung des BVerwG setzt sich ausführlich mit den unterschiedlichen Informationsanforderungen an die Beteiligten der Lieferkette aus Art. 8 LMIV auseinander.

## 2. OVG NRW: Handwerksrechtliche Anforderung an das Betreiben einer Fleischtheke

- 50 Mit der Frage, wann eine Fleischtheke als Zweigstelle als zulassungspflichtiges Fleischerhandwerk einzustufen ist, befasste sich das OVG NRW.<sup>93)</sup> Im Kern ging es um die Abgrenzung einer nicht zulassungspflichtigen reinen Verkaufsstelle zu einem selbstständigen Betrieb eines zulassungspflichtigen Fleischerhandwerks.<sup>94)</sup>
- 51 Das OVG sah in Übereinstimmung mit der Vorinstanz das Vorliegen eines wesentlichen Nebenbetriebes in einer Zweigstelle des Fleischereitriebes als gegeben an.<sup>95)</sup> Die Klage gegen die Ordnungsverfügung, die ein Ausübungsverbot beinhaltete, hatte nichtsdestotrotz Erfolg, da nach Ansicht des OVG die Ermessensausübung fehlerhaft gewesen sei.<sup>96)</sup>
- 52 Eine Zweigstelle unterliegt der Eintragungspflicht nach § 1 Abs. 1 HwO, wenn ein Handwerk als Gewerbe selbstständig betrieben werde.<sup>97)</sup> Die Selbständigkeit richte sich dabei nicht nach dem Tätigwerden auf eigene oder fremde Rechnung, sondern danach, ob das Handwerk der Zweigstelle von einem selbstständigen Handwerker betrieben werde.<sup>98)</sup> Dem Verkauf von unverpackten Fleisch- und Wurstwaren, der Verkaufsberatung sowie dem Aufschneiden solcher Waren inklusive einer entsprechenden fortlaufenden Qualitäts- und Hygieneüberwachung komme eine erhebliche Bedeutung im Rahmen des Berufsbildes eines Fleischermeisters zu.<sup>99)</sup> Es sei nicht ausschlaggebend, dass das Zerhacken und Marinieren der zu verkaufenden Ware nicht in der Zweigstelle stattfinde.<sup>100)</sup> Wenn gleichzeitig auch ausschließlich ausgebildete Fleischereifachverkäufer dort beschäftigt werden, könne das Vorliegen einer reinen Verkaufsstelle nicht mehr angenommen werden.<sup>101)</sup>
- 53 Allerdings führe es zu einer fehlerhaften Ermessensausübung, wenn von der Behörde als einzige Handlungsmöglichkeit die Eintragung eines qualifizierten Mitarbeiters gefordert wird und keine anderen Optionen in Erwägung gezogen worden sind.<sup>102)</sup> Insbesondere sei aufzuklären, ob der im Hauptbetrieb arbeitende Fleischermeister in der Lage sei, eine ausreichende Leitung vom Hauptbetrieb aus zu gewährleisten. Dann käme dieser auch für die Eintragung für die Zweigstelle in Betracht.<sup>103)</sup> Fehlten solche Ermittlungen seitens der Behörde und hätten sich diese aufgrund der Mitteilung des Betriebes aufgedrängt, so sei die Untersagung des Handwerks ermessensfehlerhaft.<sup>104)</sup>

## 3. OVG NRW: Nettofüllmenge fertigverpackter Würste

- 54 Die Frage, ob bei fertigverpackten Würsten die Umhüllung und die metallischen Verschlussclips Bestandteil der Nettofüllmenge

sind, war Gegenstand eines Verfahrens vor dem OVG NRW.<sup>105)</sup> In der Sache ging es um den Verkauf von Leberwurst, welche mit einer Wurstumhüllung und zwei, jeweils an den Enden befindlichen Wurstclipsen umschlossen war. Bei einer Überprüfung durch das zuständige Eichamt stellte sich heraus, dass die Wursthülle und die Wurstclipse als Bestandteil der Nettofüllmenge mitberechnet wurden.<sup>106)</sup>

Anders als das VG Münster in erster Instanz hielt das OVG die Einberechnung der Hülle und der Clipse für gerechtfertigt.<sup>107)</sup> Das Gericht hielt fest, dass die Füllmenge einer Fertigpackung nach dem Mess- und Eichgesetz sowie der darauf beruhenden Fertigpackungsverordnung (FPackV) zu bestimmen sei.<sup>108)</sup> Bezüglich der Auslegung der Vorschriften über das Mess- und Eichwesen orientierte sich das Gericht an der Entstehung des Erzeugnisbegriffs, welcher besage, dass unter der Füllmenge die Erzeugnismenge zu verstehen sei, die die Fertigpackung tatsächlich enthalte.<sup>109)</sup> Dieser Begriff sei nach der Richtlinie 76/211/EWG unionsrechtlich geprägt und in das nationale Recht übernommen worden.<sup>110)</sup> Diese Richtlinie erkläre in Art. 4 Abs. 3 die Handelsbräuche oder die einzelstaatlichen Regelungen für bestimmte Arten von Erzeugnissen oder bestimmte Arten von Fertigpackungen bezogen auf die Nennfüllmenge und die in einer Fertigpackung enthaltene Füllmenge für maßgeblich.<sup>111)</sup>

Es entspreche auch dem landwirtschaftlichen Erzeugnisbegriff, handelsübliche Umhüllungen und Clipse als Teil der handelbaren Ware „Wurst“, folglich als Teil der Erzeugnismenge bzw. Füllmenge im Sinne des Fertigpackungsrechts zuzuordnen.<sup>112)</sup> Eine andere Auslegung des Begriffes sei weder in der entsprechenden Richtlinie noch deren nationalen Umsetzung angelegt.<sup>113)</sup> Für einen entsprechenden Handelsbrauch, Würste mit (künstlicher) Umhüllung als nicht fertigverpacktes Erzeugnis anzusehen, deute zudem eine verbreitete und seit Jahrhunderten belegte Kollektivbezeichnung für Wurst als ein in zahlreichen Sorten verbreitetes Nahrungsmittel hin, das gewöhnlich aus zerkleinertem, gesalzenem und gewürztem Fleisch bereitet und „in (Kunst)därme, Mägen oder Blasen gefüllt“ werde.<sup>114)</sup>

Zusätzlich stütze sich das Gericht auf die Regelung der Anlage 2 Nr. 1 lit. a) zur FPackV, in welcher Würste, bei denen das Brät bereits in die Wursthülle eingefüllt ist, als Erzeugnis bezeichnet werden und die Wursthülle gerade als Bestandteil dieses Erzeugnisses angesehen wird. Dies deute ebenfalls auf das Verständnis des OVG hin.<sup>115)</sup>

## 4. EuGH: Lagerung von tierischen Nebenprodukten

Das Urteil des EuGH<sup>116)</sup> befasst sich mit der Frage, ob eine kurzfristige Unterbrechung eines Transportvorgangs von tierischen Nebenprodukten der sog. Kategorie 3 – nämlich das Umladen von Transportbehältern von einem Fahrzeug in ein anderes und das vorübergehende Abstellen in einer Halle bis zum Weitertransport (zwischen zwei und acht Stunden) – als „Lagerung“ i. S. v. Art. 24 Abs. 1 Buchst. i der Verordnung (EG) Nr. 1069/2009 zu werten ist, mit der Folge, dass hierfür eine behördliche Zulassung vorliegen musste.

92) BVerwG, 15.02.2024 – 3 C 14.22, LMuR 2024, 250, 254 Rn. 31.

93) OVG NRW, 29.05.2024 – 4 B 967/23, LMuR 2024, 257 Rn. 5 ff.

94) OVG NRW, 29.05.2024 – 4 B 967/23, LMuR 2024, 257 Rn. 8.

95) OVG NRW, 29.05.2024 – 4 B 967/23, LMuR 2024, 257 Rn. 8.

96) OVG NRW, 29.05.2024 – 4 B 967/23, LMuR 2024, 257 Rn. 7.

97) OVG NRW, 29.05.2024 – 4 B 967/23, LMuR 2024, 257 Rn. 7.

98) OVG NRW, 29.05.2024 – 4 B 967/23, LMuR 2024, 257, 258 Rn. 10.

99) OVG NRW, 29.05.2024 – 4 B 967/23, LMuR 2024, 257, 258 Rn. 12.

100) OVG NRW, 29.05.2024 – 4 B 967/23, LMuR 2024, 257, 258 Rn. 12.

101) OVG NRW, 29.05.2024 – 4 B 967/23, LMuR 2024, 257, 258 Rn. 13.

102) OVG NRW, 29.05.2024 – 4 B 967/23, LMuR 2024, 257, 258 Rn. 15.

103) OVG NRW, 29.05.2024 – 4 B 967/23, LMuR 2024, 257, 258 Rn. 15.

104) OVG NRW, 29.05.2024 – 4 B 967/23, LMuR 2024, 257, 259 Rn. 25.

105) OVG NRW, 24.05.2024 – 4 A 779/23, LMuR 2024, 339.

106) OVG NRW, 24.05.2024 – 4 A 779/23, LMuR 2024, 339 Rn. 1 ff.

107) OVG NRW, 24.05.2024 – 4 A 779/23, LMuR 2024, 339, 343 Rn. 31; VG Münster, 28.03.2023 – 9 K 2549/19, LMuR 2023, 298.

108) OVG NRW, 24.05.2024 – 4 A 779/23, LMuR 2024, 339, 343 Rn. 35.

109) OVG NRW, 24.05.2024 – 4 A 779/23, LMuR 2024, 339, 343 Rn. 35.

110) OVG NRW, 24.05.2024 – 4 A 779/23, LMuR 2024, 339, 343 Rn. 35.

111) OVG NRW, 24.05.2024 – 4 A 779/23, LMuR 2024, 339, 346 Rn. 53.

112) OVG NRW, 24.05.2024 – 4 A 779/23, LMuR 2024, 339, 346 Rn. 53.

113) OVG NRW, 24.05.2024 – 4 A 779/23, LMuR 2024, 339, 346 Rn. 54.

114) OVG NRW, 24.05.2024 – 4 A 779/23, LMuR 2024, 339, 346 Rn. 55.

115) OVG NRW, 24.05.2024 – 4 A 779/23, LMuR 2024, 339, 346 f. Rn. 56.

116) EuGH, 22.02.2024 – C-85/23, WRP 2024, 678 – Landkreis Jerichower Land/A.

- 59 Bei einer behördlichen Kontrolle wurde durch den Landkreis Jerichower Land festgestellt, dass Transportbehälter mit tierischen Nebenprodukten (Schlaktkörperabfälle und Fleischreste) in einer Halle für einen Zeitraum von in der Regel zwei, in Ausnahmefällen jedoch bis zu acht Stunden abgestellt wurden, bevor sie zur Endverwertung weiter transportiert wurde. In dieser Zeit fand weder eine Behandlung des Materials noch ein Wechsel der Transportbehälter statt. Indes wurden erhebliche Hygienemängel, wie Anzeichen von Verwesung, Flüssigkeitsansammlungen mit Maden sowie Spuren von Nagetierkot, dokumentiert.<sup>117)</sup>
- 60 Das Gericht prüfte, ob diese Unterbrechung des Transports – die nicht auf eine unvorhergesehene Störung oder die Einhaltung gesetzlicher Ruhezeiten zurückzuführen war, sondern Teil eines planmäßigen Vorgangs – in den Begriff der „Lagerung“ fällt, für den eine Zulassung erforderlich ist.
- 61 Unter Berücksichtigung des Wortlauts der Verordnung (EG) Nr. 1069/2009 sowie ihres Ziels, die Gesundheit von Mensch und Tier zu schützen und die Sicherheit der Lebensmittel- und Futtermittelkette zu gewährleisten, kam der EuGH zu dem Schluss, dass auch ein kurzfristiges Umladen als Lagerung zu qualifizieren ist.<sup>118)</sup>
- 62 Der EuGH betont, dass die Unterbrechung eines Transportvorgangs, bei der Transportbehälter von einem Fahrzeug in ein anderes umgeladen und vorübergehend in einer Halle abgestellt werden, als ein eigenständiger Prozessabschnitt zu betrachten ist, der auf einer unternehmerischen Entscheidung beruht und dessen Risiken damit durch den Unternehmer gesteuert werden müssen.<sup>119)</sup> Das gilt mithin auch dann, wenn das Material weder behandelt noch umgefüllt wird.
- 63 Auch eine kurze, indes planmäßige Unterbrechung geht generell mit zusätzlichen Risiken einher (etwa durch unsachgemäße Lagerbedingungen), die ansonsten bei einem fortlaufenden Transportprozess kaum relevant wären.<sup>120)</sup>

## VI. Weinrecht

### 1. EuGH: Gutsabfüllung

- 64 Im vorliegenden Fall, der dem EuGH zur Entscheidung vorlag,<sup>121)</sup> war streitig, ob ein Weingut in Zell an der Mosel auf ihren Weinetiketten die Bezeichnungen „Weingut“ und „Gutsabfüllung“ verwenden darf, obwohl ein Teil der Weinherstellung aus Trauben erfolgt, die von angepachteten Rebflächen stammen und in einer Kelteranlage eines anderen Weinbaubetriebs verarbeitet werden. Konkret schließt die Klägerin einen Vertrag mit einem Weinerzeuger B ab, der ihr für einen Zeitraum von 24 Stunden eine Kelteranlage zur ausschließlichen Nutzung überlässt. In dieser Zeit wird die Kelterung – ein wesentlicher Bestandteil der Weinbereitung – nach den önologischen Vorgaben der Klägerin durchgeführt, während das Personal des vermietenden Betriebs diese Anlage bedient. Die Klägerin behauptet, dass sie trotz der Nutzung fremder Anlagen die tatsächliche Leitung und Verantwortung für den gesamten Kelturvorgang behält, sodass die Weinbereitung als vollständig in ihrem eigenen Weingut angesehen werden muss. Das vorliegende BVerwG stellte dem EuGH

hierzu vier Fragen zur Auslegung von Art. 54 Abs. 1 Unterabs. 2 der Delegierten Verordnung (EU) 2019/33 zur Vorabentscheidung.<sup>122)</sup>

Der EuGH präzisiert Art. 54 Abs. 1 Unterabs. 2 der Delegierten Verordnung (EU) 2019/33 dahingehend, dass die Verwendung des Begriffs „Weingut“ nur zulässig sei, wenn das Weinbauerzeugnis ausschließlich aus Trauben gewonnen wird, die von den Rebflächen des namensgebenden Betriebs stammen, und die Weinbereitung – also alle wesentlichen Verarbeitungsschritte, insbesondere die Kelterung – vollständig in diesem Betrieb erfolgt. Jedoch stellt es die vollständige Weinbereitung im eigenen Betrieb nicht in Frage, wenn die Kelterung in einer für einen begrenzten Zeitraum (konkret 24 Stunden) angemieteten Anlage eines anderen Weinbaubetriebs stattfindet, sofern die angemietete Anlage während des Kelturvorgangs ausschließlich dem namensgebenden Weinbaubetrieb zur Verfügung steht und dieser die tatsächliche Leitung, die enge und ständige Überwachung sowie die Verantwortung für den Kelterprozess übernimmt.<sup>123)</sup> Unerheblich sei daher, ob die Kelterung von Mitarbeitern des vermietenden Betriebs durchgeführt wird. Vielmehr sei maßgeblich, dass der Weinerzeuger, der die Bezeichnungen verwenden möchte, de facto die operative Kontrolle und das Weisungsrecht gegenüber den tätigen Personen behält.<sup>124)</sup> Indem sichergestellt wird, dass die wesentlichen Phasen der Weinbereitung unter der ausschließlichen Verantwortung des Weinguts erfolgen, wird das Ziel des Schutzes der Verbraucher vor Täuschung erreicht.<sup>125)</sup>

### 2. EuGH: Bier zu Wein – das lasse sein!

In dem vorliegenden Verfahren geht es um die Frage, ob es zulässig ist, Bier zu einem „aromatisierten weinhaltigen Cocktail“ zuzusetzen.<sup>126)</sup> Nach der VO (EU) Nr. 251/2014 – in der durch VO (EU) 2021/2117 geänderten Fassung – muss ein aromatisierter weinhaltiger Cocktail ausschließlich aus Weinbauerzeugnissen bestehen, die einen festgelegten Mindestanteil am Gesamtvolumen ausmachen, und darf – anders als etwa aromatisierte Weine oder weinhaltige Getränke – nicht mit zusätzlichem Alkohol versetzt werden, der nicht als Weinbauerzeugnis qualifiziert ist.

Der EuGH stellt klar, dass der Begriff „Alkohol“ i. S. v. Art. 3 Abs. 4 Buchst. c der VO (EU) Nr. 251/2014 alle alkoholischen Getränke umfasst, die – wie Bier – nicht als Weinbauerzeugnis qualifiziert werden. Das Verbot des „Versetzens“ von Alkohol in einen aromatisierten weinhaltigen Cocktail hänge hingegen nicht davon ab, ob dadurch der Alkoholgehalt im Endprodukt erhöht werde. Vielmehr diene die Vorschrift dem Schutz der Verbraucher, indem sie sicherstelle, dass die Kennzeichnung und Aufmachung des Produkts klar und irreführungsfrei bleibt. Eine Auslegung, die den Zusatz von Bier aufgrund eines geringen Einflusses auf den Alkoholgehalt erlauben würde, würde den Zweck der Verordnung – nämlich die Gewährleistung hoher Qualitätsstandards und Verbraucherschutz – unterlaufen.<sup>127)</sup>

### 3. VG Berlin: Saurer Naturwein

Das VG Berlin hatte sich auf eher unbekanntem Terroir mit Weinrecht zu beschäftigen.<sup>128)</sup> Die zuständige Weinüberwachung hatte einen aus Berlin vertriebenen Naturwein als nicht verkehrsfähig eingestuft. Konkret wurde der Wein als „bräunlich-violett, deutlich trüb“ beschrieben, mit einem Geruch, der als „Esterton

117) EuGH, 22.02.2024 – C-85/23, WRP 2024, 678 Rn. 17 ff. – Landkreis Jerichower Land/A.

118) EuGH, 22.02.2024 – C-85/23, WRP 2024, 678 Rn. 29 f. – Landkreis Jerichower Land/A.

119) EuGH, 22.02.2024 – C-85/23, WRP 2024, 678 Rn. 33 ff. – Landkreis Jerichower Land/A.

120) EuGH, 22.02.2024 – C-85/23, WRP 2024, 678 Rn. 36 f. – Landkreis Jerichower Land/A.

121) EuGH, 23.11.2023 – C-354/22, WRP 2024, 30.

122) EuGH, 23.11.2023 – C-354/22, WRP 2024, 30 Rn. 12 ff.

123) EuGH, 23.11.2023 – C-354/22, WRP 2024, 30 Rn. 54 ff.

124) EuGH, 23.11.2023 – C-354/22, WRP 2024, 30 Rn. 56 ff.

125) EuGH, 23.11.2023 – C-354/22, WRP 2024, 30 Rn. 49 ff.

126) EuGH, 08.05.2024 – C-216/23, WRP 2024, 796.

127) EuGH, 08.05.2024 – C-216/23, WRP 2024, 796 Rn. 14 ff.

128) VG Berlin, 14.03.2024 – VG 14 K 55/23, LMuR 2024, 351.

(„Leimnote“), Essigstich, biologisch negativ verändert“ charakterisiert und als geschmacklich „kratzend, anhängend, unharmonisch, sauer“ bewertet wurde. Im Rahmen der chemischen Untersuchung ergab sich indes im Ergebnis die Einhaltung aller maßgeblichen Grenzwerte.<sup>129)</sup>

- 69 Das VG Berlin führt aus, dass ein Naturwein, der die für ihn einschlägigen gesetzlichen Grenzwerte einhält, nicht als für den menschlichen Verzehr ungeeignet eingestuft werden kann (im Einklang mit VO (EG) Nr. 178/2002 i. V. m. VO (EU) Nr. 1308/2013 und VO (EU) 2019/33). Dabei heben die Richter hervor, dass die bloße Feststellung sensorischer Abweichungen – etwa ein trübes Erscheinungsbild oder ein „Essigstich“ – nicht ausreiche, um den Wein als verdorben zu klassifizieren, sofern die kritischen Grenzwerte, insbesondere beim Gehalt an flüchtiger Säure, unter Berücksichtigung der erweiterten Messunsicherheit nicht überschritten werden.<sup>130)</sup>
- 70 Die Wahrnehmung eines unangenehm prickelnden, kratzenden und unharmonisch sauren Geschmacks sei im Kontext der typischen Charakteristika von Naturweinen zu sehen, die gerade aufgrund ihres ungeschönten, ungefilterten Charakters eine gewisse Trübung und ein breites Spektrum an sensorischen Eigenschaften aufweisen können.<sup>131)</sup> Da der streitgegenständliche Wein – auch unter Berücksichtigung der von ihm eingetretenen sensorischen Veränderungen – den gesetzlichen Anforderungen entspreche und zudem in den einschlägigen Marktkreisen als Naturwein mit akzeptierten Eigenschaften gehandelt werde, sei die lebensmittelrechtliche Untersagungs- und Beseitigungsanordnung nicht gerechtfertigt.<sup>132)</sup>

## VII. Andere Regelungsmaterien (Öko-VO, Biozid-VO, PAngV)

### 1. EuGH: Herbaria Kräuterparadies II

- 71 In einem seit 2012 andauernden Streit zwischen Herbaria und dem Freistaat Bayern hatte der EuGH nun zum zweiten Mal die Gelegenheit, sich zur Auslegung der Öko-Verordnung zu äußern.<sup>133)</sup> Anlass des Verfahrens waren die Verwendung des Logos der Europäischen Union (EU) für ökologische Produktion, die Verwendung des nationalen Öko-Siegels als auch der Verweis auf die Herkunft der Zutaten aus „kontrolliert biologischem Anbau“ in der Kennzeichnung des Nahrungsergänzungsmittel „Blutquick“.<sup>134)</sup> Diese Aussagen waren von der Behörde untersagt worden, da Vitamine und Mineralstoffe ökologischen Erzeugnissen nur zugesetzt werden dürfen, wenn ihre Verwendung gesetzlich vorgeschrieben ist. Herbaria machte geltend, dass ein vergleichbares Produkt, welches aus einem Drittland (USA) in die EU eingeführt wurde, nicht mit einem solchen Verbot belegt wurde, sodass eine Diskriminierung vorliege.<sup>135)</sup>
- 72 Dazu führt der Gerichtshof aus: Bei der Kennzeichnung eines Erzeugnisses, das in Anwendung von Art. 45 Abs. 1 Buchst. b Ziff. iii der Verordnung (EU) 2018/848 zum Zweck des Inverkehrbringens als ökologisches/biologisches Erzeugnis in der Union aus einem Drittland eingeführt wird, dürfen das Logo der EU für ökologische/biologische Produktion und grundsätzlich auch Bezeichnungen mit Bezug auf die ökologische/biologi-

sche Produktion nicht verwendet werden.<sup>136)</sup> Damit darf für Bio-Erzeugnisse aus Drittländern, deren Produktionsvorschriften lediglich als gleichwertig zu betrachten sind, die den Anforderungen der Öko-Verordnung aber nicht vollumfänglich entsprechen, das EU-Öko-Logo und andere Hinweise auf die ökologische Produktion nicht verwendet werden. Der Gerichtshof sieht ein Irreführungspotenzial, wenn diese Kennzeichen für Erzeugnisse aus Drittländern verwendet werden dürften, die nach Standards hergestellt wurden, die diesen Produktionsvorschriften lediglich gleichwertig sind.<sup>137)</sup>

Allerdings darf nach Auffassung der Richter das Logo für ökologische/biologische Produktion des Drittlands weiterhin verwendet werden und dieses dürfe auch Bezeichnungen mit Bezug auf die ökologische/biologische Produktion wie „biologique“, „ecológico“ oder „organic“ oder daraus abgeleitete Bezeichnungen und Diminutive wie „Bio-“ oder „Öko-“ enthalten.<sup>138)</sup>

Die Vorlagefrage des BVerwG wird daher wie folgt beantwortet: 74 Art. 30 Abs. 2 und Art. 33 Abs. 1 der Verordnung (EU) 2018/848 sind dahin auszulegen, dass das Logo der EU für ökologische/biologische Produktion und grundsätzlich auch für Bezeichnungen mit Bezug auf die ökologische/biologische Produktion eines verarbeiteten Lebensmittels, das als ökologisches/biologisches Erzeugnis in die Union aus einem Drittland eingeführt wird, nicht verwendet werden dürfen, wenn das Lebensmittel, weil es Mineralstoffe und Vitamine nicht pflanzlichen Ursprungs enthält, nicht den Anforderungen von Art. 16 Abs. 1 i. V. m. Anhang II Teil IV Nr. 2.2.2 Buchst. f der Verordnung 2018/848 entspricht.<sup>139)</sup>

Das Logo dieses Drittlands für ökologische/biologische Produktion darf jedoch in der Union für ein solches Lebensmittel verwendet werden, auch wenn es Bezeichnungen mit Bezug auf die ökologische/biologische Produktion i. S. v. Art. 30 Abs. 1 und Anhang IV der Verordnung 2018/848 enthält.<sup>140)</sup>

### 2. EuGH: dm-Drogerie Markt; BGH: Hautfreundliches Desinfektionsmittel II

Der BGH entschied nach Klärung der Vorlagefrage durch den EuGH<sup>141)</sup> darüber, ob für ein Desinfektionsmittel mit der Angabe „hautfreundlich“ geworben werden darf.<sup>142)</sup> Maßgeblich war insbesondere die Frage, ob der Verweis auf „ähnliche Hinweise“ in Art. 72 Abs. 3 S. 2 Biozid-VO auch solche Hinweise einschließt. Nach dieser Regelung darf die Werbung für ein Biozidprodukt auf keinen Fall die Angaben „Biozidprodukt mit niedrigem Risikopotenzial“, „ungiftig“, „unschädlich“, „natürlich“, „umweltfreundlich“, „tierfreundlich“ oder ähnliche Hinweise enthalten.

Unter Berücksichtigung der Entscheidung des EuGH im Vorlageverfahren umfasst der Begriff „ähnliche Hinweise“ jeden Hinweis in der Werbung für Biozidprodukte, der diese Produkte in einer Art und Weise darstellt, die hinsichtlich der Risiken dieser Produkte für die Gesundheit von Mensch oder Tier oder für die Umwelt oder ihrer Wirksamkeit irreführend ist, indem er diese Risiken verharmlost oder sogar negiert, ohne jedoch zwingend allgemeinen Charakter zu haben.<sup>143)</sup> Dabei komme es nicht auf

129) VG Berlin, 14.03.2024 – VG 14 K 55/23, LMuR 2024, 351 Rn. 3 f.

130) VG Berlin, 14.03.2024 – VG 14 K 55/23, LMuR 2024, 351 Rn. 7 ff.

131) VG Berlin, 14.03.2024 – VG 14 K 55/23, LMuR 2024, 351 Rn. 11 f.

132) VG Berlin, 14.03.2024 – VG 14 K 55/23, LMuR 2024, 351 Rn. 14.

133) EuGH, 04.10.2024 – C-240/23, WRP 2024, 1457 – Herbaria Kräuterparadies/Freistaat Bayern; siehe zur Vorlageentscheidung des BVerwG bereits den Rechtsprechungsreport in WRP 2024, 438, 439, Rn. 7–11.

134) EuGH, 04.10.2024 – C-240/23, WRP 2024, 1457, 1458 Rn. 23 – Herbaria Kräuterparadies/Freistaat Bayern.

135) EuGH, 04.10.2024 – C-240/23, WRP 2024, 1457, 1458 Rn. 30 – Herbaria Kräuterparadies/Freistaat Bayern.

136) EuGH, 04.10.2024 – C-240/23, WRP 2024, 1457, 1462 Rn. 78 – Herbaria Kräuterparadies/Freistaat Bayern.

137) EuGH, 04.10.2024 – C-240/23, WRP 2024, 1457, 1461 f. Rn. 75 – Herbaria Kräuterparadies/Freistaat Bayern.

138) EuGH, 04.10.2024 – C-240/23, WRP 2024, 1457, 1462 Rn. 82 – Herbaria Kräuterparadies/Freistaat Bayern.

139) EuGH, 04.10.2024 – C-240/23, WRP 2024, 1457, 1462 Rn. 85 – Herbaria Kräuterparadies/Freistaat Bayern.

140) EuGH, 04.10.2024 – C-240/23, WRP 2024, 1457, 1462 Rn. 85 – Herbaria Kräuterparadies/Freistaat Bayern.

141) EuGH, 20.06.2024 – C-296/23, WRP 2024, 908 – dm-Drogerie Markt.

142) BGH, 10.10.2024 – I ZR 108/22, WRP 2024, 1484 – Hautfreundliches Desinfektionsmittel II.

143) BGH, 10.10.2024 – I ZR 108/22, WRP 2024, 1484, 1487 Rn. 28 – Hautfreundliches Desinfektionsmittel II.

## Feuerhake/Schäfer, Rechtsprechungsreport zum Lebensmittelrecht 2024

eine konkrete Irreführungsgefahr an. Das Verbot dieser Werbeaussagen sei bereits durch die abstrakte Irreführungsgefahr begründet.<sup>144)</sup>

- 79 Damit sei die beanstandete Angabe „Hautfreundlich“ als „ähnlicher Hinweis“ i. S. v. Art. 72 Abs. 3 S. 2 Biozid-VO einzuordnen. Die Angabe hebe eine positive Eigenschaft des beworbenen Desinfektionsmittels hervor und sei dadurch geeignet, die Risiken des Biozidprodukts zu verharmlosen. Dies laufe dem Ziel der Verordnung, den Einsatz von Biozid-Produkten zu verringern, entgegen, da es zur übermäßigen Verwendung des Desinfektionsmittels führen könne.<sup>145)</sup>

### 3. BGH: Essigspray

- 80 Der BGH legt dem EuGH diverse Fragen in Bezug auf die Auslegung der Biozid-Verordnung und die Einordnung von sog. „Dual-use“-Produkten, in diesem Fall eines Essigsprays, vor.<sup>146)</sup> Entscheidungserheblich ist insbesondere die Frage, ob die erforderliche Zweckbestimmung als Biozid den einzigen oder überwiegenden Zweck darstellen muss, oder ob es ausreicht, dass ein Produkt auch, wenn auch nachrangig, als Biozidprodukt bestimmt ist (Vorlagefrage 1).<sup>147)</sup> Der Senat ist der Auffassung, es reiche aus, wenn dem Produkt zumindest auch eine Zweckbestimmung als Biozid zukomme. Nur so werde das in Art. 1 Abs. 1 Biozid-VO genannte, auf dem Vorsorgeprinzip beruhende Ziel der Gewährleistung eines hohen Schutzniveaus für die Gesundheit von Mensch und Tier und für die Umwelt ausreichend berücksichtigt (siehe auch Erwägungsgrund 3 der BiozidVO).<sup>148)</sup> Klärungsbedürftig sei zudem, ob Art. 2 Abs. 1 S. 2 i. V. m. Anhang V der Biozid-VO dahin auszulegen ist, dass ein Biozidprodukt, das (auch) zur Reinigung von Lebensmitteln bestimmt ist, als Produkt der Produktart 4 (Lebens- und Futtermittelbereich) in der Hauptgruppe 1 (Desinfektionsmittel) in den Geltungsbereich der Biozidverordnung fällt (Vorlagefrage 2).<sup>149)</sup> Auch insoweit ist der Senat der Auffassung, dass die besseren Argumente dafür sprechen, dass Produkte zur Reinigung und Desinfektion von Lebensmitteln von der Produktart 4 der Hauptgruppe 1 des Anhangs V Biozid-VO umfasst sind.<sup>150)</sup> Die rechtsverbindliche Auslegung dieser Vorschriften obliegt nun der Entscheidung des EuGH.

### 4. EuGH: Preisangaben

- 81 Das Urteil des EuGH<sup>151)</sup> befasst sich mit der Auslegung von Art. 6a Abs. 1 und 2 der Richtlinie 98/6/EG, die den Schutz der Verbraucher bei der Preisangabe zum Ziel hat. Sie beseitigt damit auch Unklarheiten der Auslegung zu § 11 Abs. 1 PangV.<sup>152)</sup>
- 82 Die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V. und die Aldi Süd Dienstleistungs SE & Co. OHG stritten über die Art und Weise, wie Preisermäßigungen in den Werbeprospekten der Aldi-Unternehmensgruppe bekannt gegeben werden. Konkret ging es um Angebote für Produkte wie Fairtrade Bio-Bananen und Rainforest Alliance Ananas, bei denen in den Anzeigen neben einem reduzierten Endpreis auch ein durchgestrichener Preis sowie eine zusätzliche Angabe („Letzter Verkaufspreis. Niedrigster Preis der letzten 30 Tage“) erschienen. Tatsächlich wurde die Preisermäßigung in den Prospekten nicht zwingend auf der

Grundlage des tatsächlich in den Märkten der Unternehmensgruppe in den vorangegangenen 30 Tagen geltenden niedrigsten Preises berechnet.<sup>153)</sup>

Der Gerichtshof prüfte, ob Art. 6a Abs. 1 und 2 der Richtlinie 98/6 so auszulegen sind, dass eine Preisermäßigung – etwa in Form eines Prozentsatzes oder einer werblichen Hervorhebung wie „Preis-Highlight“ – ausschließlich auf der Grundlage des „vorherigen Preises“ (definiert als der niedrigste Preis, der innerhalb eines mindestens 30-tägigen Zeitraums vor Anwendung der Ermäßigung galt) zu ermitteln ist. Obwohl der Wortlaut der Richtlinie dies nicht explizit vorschreibt, wies der EuGH darauf hin, dass der allgemein gebräuchliche Begriff „Ermäßigung“ immer eine Verringerung eines zuvor geltenden Preises impliziere.<sup>154)</sup> Vor dem Hintergrund des Ziels der Richtlinie – nämlich der Verbesserung der Verbraucherinformation und der Schaffung von Vergleichbarkeit der Verkaufspreise – müsse verhindert werden, dass Händler durch eine künstliche Anhebung des bisherigen Preises irreführende Preisermäßigungen präsentieren. Eine Auslegung, die den tatsächlichen, niedrigsten Preis der vorangegangenen 30 Tage außer Acht lässt, würde genau diese Verbraucher irreführen und den Transparenzfördernden Zielen der Richtlinie zuwiderlaufen.<sup>155)</sup>

### 5. OLG Karlsruhe: Frisch gepresster Orangensaft

Das OLG Karlsruhe hat über die Erforderlichkeit einer Grundpreisangabe bei Selbstabfüllautomaten entschieden.<sup>156)</sup> Gegenstand des Verfahrens war frisch gepresster Orangensaft, welcher von Verbrauchern eigenhändig in Flaschen der Größen „S“, „L“ und „XL“ abgefüllt werden konnte. Diese Flaschen enthielten keine Füllmengenangabe. Auch ein Grundpreis für den Orangensaft wurde nicht angegeben. Der Preis für die Flasche berechnete sich an der Kasse ausschließlich nach deren Größe, unabhängig von der tatsächlich abgefüllten Menge.<sup>157)</sup>

Das OLG entschied, dass es sich bei den im Markt bereitgestellten Flaschen um lose Ware i. S. v. § 2 Nr. 5 PangV handelt.<sup>158)</sup> Das Abfüllen des Saftes in die Behältnisse sei ein Vorgang, bei dem die Menge des Orangensaftes nach der Definition des § 2 Nr. 5 PangV „abgemessen“ werde. Es sei ohne Belang, dass es bei dem Vorgang an einer Messeinrichtung fehle, denn allein das Abmessen durch den Verbraucher sei nach dem Wortlaut der Norm entscheidend.<sup>159)</sup>

Der Orangensaft werde auch nach Volumen angeboten, damit bestehe die Pflicht zur Angabe des Grundpreises nach § 4 Abs. 2 PangV.<sup>160)</sup> Das Wort „Volumen“ bezeichne nach Auffassung des OLG den räumlichen Inhalt eines geometrischen Körpers. Vorliegend wird dieser durch die bereit gestellte Flaschengröße bestimmt, wobei sich der Preis nach der Größe des Gefäßes richtet.<sup>161)</sup> Im Übrigen sei es auch ohne Weiters möglich, für die Flaschen einen Literpreis anzugeben.<sup>162)</sup> Zudem sei eine Grundpreis-

144) BGH, 10.10.2024 – I ZR 108/22, WRP 2024, 1484, 1487 Rn. 29 – Hautfreundliches Desinfektionsmittel II.

145) BGH, 10.10.2024 – I ZR 108/22, WRP 2024, 1484, 1487 Rn. 32 – Hautfreundliches Desinfektionsmittel II.

146) BGH, 27.06.2024 – I ZR 101/23, WRP 2024, 1059 – Essigspray.

147) BGH, 27.06.2024 – I ZR 101/23, WRP 2024, 1059, 1062 Rn. 29 – Essigspray.

148) BGH, 27.06.2024 – I ZR 101/23, WRP 2024, 1059, 1062 Rn. 29 – Essigspray.

149) BGH, 27.06.2024 – I ZR 101/23, WRP 2024, 1059, 1062 Rn. 30 – Essigspray.

150) BGH, 27.06.2024 – I ZR 101/23, WRP 2024, 1059, 1063 Rn. 35 – Essigspray.

151) EuGH, 26.09.2024 – C-330/23, WRP 2024, 1311 – Verbraucherzentrale Baden-Württemberg/Aldi Süd mit Kommentar Köhler, WRP 2024, 1313.

152) So Köhler, WRP 2024, 1313, 1314.

153) EuGH, 26.09.2024 – C-330/23, WRP 2024, 1311, Rn. 10 ff. – Verbraucherzentrale Baden-Württemberg/Aldi Süd.

154) EuGH, 26.09.2024 – C-330/23, WRP 2024, 1311, Rn. 21 ff. – Verbraucherzentrale Baden-Württemberg/Aldi Süd.

155) EuGH, 26.09.2024 – C-330/23, WRP 2024, 1311, Rn. 27 ff. – Verbraucherzentrale Baden-Württemberg/Aldi Süd.

156) OLG Karlsruhe, 09.07.2024 – 14 Ukl 1/23, WRP 2024, 1119 – Frisch gepresster Orangensaft.

157) OLG Karlsruhe, 09.07.2024 – 14 Ukl 1/23, WRP 2024, 1119 Rn. 4 f. – Frisch gepresster Orangensaft.

158) OLG Karlsruhe, 09.07.2024 – 14 Ukl 1/23, WRP 2024, 1119, 1122 Rn. 31 – Frisch gepresster Orangensaft.

159) OLG Karlsruhe, 09.07.2024 – 14 Ukl 1/23, WRP 2024, 1119, 1122 Rn. 32 – Frisch gepresster Orangensaft.

160) OLG Karlsruhe, 09.07.2024 – 14 Ukl 1/23, WRP 2024, 1119, 1122 Rn. 30 – Frisch gepresster Orangensaft.

161) OLG Karlsruhe, 09.07.2024 – 14 Ukl 1/23, WRP 2024, 1119, 1122 Rn. 33 – Frisch gepresster Orangensaft.

162) OLG Karlsruhe, 09.07.2024 – 14 Ukl 1/23, WRP 2024, 1119, 1122 Rn. 34 – Frisch gepresster Orangensaft.

## Kufer/Pres, Der GreenGlow Tee – und wie man ihn zukünftig (nicht) bewirbt

angabe auch aus Verbraucherschutzgesichtspunkten erforderlich, da für den Verbraucher eine objektive Vergleichsgrundlage zwischen den einzelnen Größen der Flaschen und gegenüber bereits abgefüllten Orangensäften bereitgestellt werden müsse.<sup>163)</sup>

- 87 Im Ergebnis ist daher auch für Säfte, die von Verbrauchern selbstständig abgefüllt werden können, eine Grundpreisangabe erforderlich. Spannend bleibt, inwieweit diese Entscheidung aus einem Nischenbereich auch auf andere lose Ware, die in vorgefertigte Behältnisse abgefüllt wird, übertragbar ist. Das OLG hat die Revision zugelassen, so dass auch der BGH die Gelegenheit bekommen wird, sich erneut mit der Auslegung der PAngV zu befassen.<sup>164)</sup>

#### 6. OVG Koblenz: Dosierhilfe bei Nahrungsergänzungsmitteln

- 88 Das OVG Koblenz hatte über die Frage zu befinden, ob einem Nahrungsergänzungsmittel in Pulverform, das in Kleinstmengen grammweise einzunehmen ist, zwingend eine Dosierhilfe beizugeben ist.<sup>165)</sup> Das klageführende Unternehmen war der Auffassung, die Verbraucher könnten die Dosierung mittels haushaltsüblicher Küchenwaagen vornehmen.<sup>166)</sup>
- 89 Das Gericht trat dieser Auffassung entgegen und begründete seine Entscheidung mit dem Wortlaut von Art. 2 Buchst. a) der Richtlinie 2002/46/EG sowie § 1 Abs. 1 Nr. 3 der Nahrungsergänzungsmittelverordnung (NemV). Danach darf ein Nahrungsergänzungsmittel nur „in dosierter Form“ in den Verkehr gebracht werden. Die dosierte Form umfasst dabei nicht nur vom Hersteller vordosierte Darreichungsformen (z. B. Kapseln, Tabletten), sondern schließt auch solche Produkte ein, bei denen der Verbraucher mittels einer beigelegten Dosierhilfe in der Lage ist, die exakt empfohlene Tagesmenge einzunehmen.<sup>167)</sup> Ein Dosieren in Eigenregie (durch Abwiegen mit Haushaltswaagen etc.) erfülle hingegen nicht die gesetzliche Vorgabe.
- 90 So ziele insbesondere § 4 Abs. 2 NemV darauf ab, Überdosierungen zu vermeiden und die Lebensmittelsicherheit zu gewährleisten – Aufgaben, die nicht dem Verbraucher, sondern dem Hersteller obliegen.<sup>168)</sup> Eine Vorlage an den EuGH sah das OVG

Koblenz als entbehrlich an, da die Auslegung des europäischen Rechts, auch im Vergleich mit anderen Sprachfassungen, keine Zweifel aufwarf.<sup>169)</sup>

#### 7. BGH: Nikotinhaltige Liquids

- Das Urteil des BGH befasst sich mit der Kennzeichnung und Verpackung nikotinhaltiger Liquids für elektronische Zigaretten.<sup>170)</sup> Konkret ging es um die Frage, ob die Faltschachteln des beklagten Herstellers des Liquids gegen die Vorschriften der Verordnung (EG) Nr. 1272/2008 (CLP-Verordnung) verstießen.
- Der BGH hält grundsätzlich fest, dass die CLP-Verordnung auf nikotinhaltige Liquids Anwendung findet.<sup>171)</sup> Art. 32 Abs. 1 CLP-Verordnung enthält demnach eine zwingende Vorgabe, welche die Anordnung der Kennzeichnungselemente in einem zusammenhängenden visuellen Kontext vorschreibt, um die erforderliche Informationspflicht gegenüber den Verbrauchern zu gewährleisten.<sup>172)</sup> Ferner betont der BGH, dass Verpackungsdesigns, die die aktive kindliche Neugier wecken oder anziehen, unzulässig sind, da sie den Schutz Minderjähriger gefährden.<sup>173)</sup> Weiter unterstreicht der BGH, dass irreführende Werbeaussagen, die den Eindruck erwecken, das Produkt sei gesundheitlich weniger bedenklich, die tatsächlichen Risiken verschleiern und damit Täuschungscharakter haben.<sup>174)</sup>

163) OLG Karlsruhe, 09.07.2024 – 14 Ukl 1/23, WRP 2024, 1119, 1122 Rn. 36, 41 – Frisch gepresster Orangensaft.

164) OLG Karlsruhe, 09.07.2024 – 14 Ukl 1/23, WRP 2024, 1123, Rn. 48 – Frisch gepresster Orangensaft; die Revision ist unter dem Aktenzeichen I ZR 126/24 bereits anhängig; siehe auch BGH, 28.03.2019 – I ZR 85/18, WRP 2019, 724 – Kaffeekapseln; BGH, 23.03.2023 – I ZR 17/22, WRP 2023, 961 – Aminosäurekapseln.

165) OVG Koblenz, 28.08.2023 – 6 A 10405/23.OVG, LMuR 2024, 31.

166) OVG Koblenz, 28.08.2023 – 6 A 10405/23.OVG, LMuR 2024, 31 Rn. 5a f.

167) OVG Koblenz, 28.08.2023 – 6 A 10405/23.OVG, LMuR 2024, 31 Rn. 7.

168) OVG Koblenz, 28.08.2023 – 6 A 10405/23.OVG, LMuR 2024, 31 Rn. 9.

169) OVG Koblenz, 28.08.2023 – 6 A 10405/23.OVG, LMuR 2024, 31 Rn. 21.

170) BGH, 11.07.2024 – I ZR 164/23, WRP 2024, 1345, Rn. 33 f. – nikotinhaltige Liquids.

171) BGH, 11.07.2024 – I ZR 164/23, WRP 2024, 1345 Rn. 36 – nikotinhaltige Liquids.

172) BGH, 11.07.2024 – I ZR 164/23, WRP 2024, 1345 Rn. 36 – nikotinhaltige Liquids.

173) BGH, 11.07.2024 – I ZR 164/23, WRP 2024, 1345 Rn. 56 – nikotinhaltige Liquids.

174) BGH, 11.07.2024 – I ZR 164/23, WRP 2024, 1345 Rn. 82 – nikotinhaltige Liquids.

RAin Christina Kufer, LL.M. (LSE) und RA Dr. Sascha Pres, Berlin\*

## Der GreenGlow Tee – und wie man ihn zukünftig (nicht) bewirbt

Ein anwaltlicher Blick auf den UWG-Diskussionsentwurf

### INHALT

- I. Einleitung
- II. Ein fiktiver „GreenGlow Tee“
- III. Prüfprogramm basierend auf dem Diskussionsentwurf UWG-E
  1. Vorliegen einer Umweltaussage
  2. Verbot allgemeiner Umweltaussagen gem. Nr. 4a Schwarze Liste UWG-E
    - a) Liegt eine allgemeine Umweltaussage vor?
    - b) Lässt sich eine anerkannte hervorragende Umweltleistung nachweisen?
    - c) Ist die allgemeine Umweltaussage sonst nicht irreführend?

3. Verbot nicht zertifizierter Nachhaltigkeitsiegel gem. Nr. 2a Schwarze Liste UWG-E

4. Verbot von Neutralitätsaussagen in Zusammenhang mit Kompensationen gem. Nr. 4c Schwarze Liste UWG-E

5. Anforderungen an Bewerbung künftiger Umweltleistungen gem. § 5 Abs. 3 Nr. 4 UWG-E

### IV. Fazit

Der Aufsatz zeigt anhand eines KI-erzeugten Praxisbeispiels die Fallstricke der neuen Anforderungen auf, die umweltbezogene Werbung zukünftig zu meistern hat. Grundlage der vorgenommenen Prüfung ist der jüngst vom Bundesministerium der Justiz (BMJ) veröffentlichte Diskussionsentwurf zur Novellierung des UWG, der das europäische Regelwerk der sog. EmpCo-Richtlinie ins deut-

\* Mehr über die Autoren erfahren Sie auf S. 541.