

Marktbetreiber muss Piraterie bekämpfen

Luxemburg. Betreiber eines „physischen Marktplatzes“ können gezwungen werden, von Händlern begangene Markenrechtsverletzungen abzustellen und erneute Verstöße zu verhindern; sie unterliegen denselben Bedingungen wie Betreiber von Online-Marktplätzen. Das hat der Europäische Gerichtshof zu einer Gesellschaft entschieden, die in den „Prager Markthallen“ Verkaufsflächen untervermietet (C-494/15). Mehrere Hersteller und Vertrieber von Markenware hatten festgestellt, dass dort Fälschungen ihrer Produkte feilgeboten wurden. Sie beantragten, der Gesellschaft aufzuerlegen, die Vermietung an Personen zu beenden, die solche Verstöße begangen haben. Dabei beriefen sie sich auf die EU-Richtlinie über geistiges Eigentum. Diese ermöglicht es Markeninhabern, gerichtlich gegen „Mittelspersonen“ vorzugehen, deren Dienste von einem Dritten zwecks Verletzung ihrer Marken in Anspruch genommen werden. *lz 28-16*

Reform der Insolvenzordnung

Berlin. Der Mittelstandsverbund (ZGV) kritisiert die Verzögerung bei der Verabschiedung der Insolvenzrechtsreform. Bereits im Herbst hatte die Bundesregierung Reformvorschläge vorgelegt, mit denen die Anfechtungsrechte von Insolvenzverwaltern beschränkt werden sollen. Doch das Gesetzgebungsverfahren steckt wegen Unstimmigkeiten innerhalb der Unionsfraktion fest. Bundesfinanzminister Wolfgang Schäuble (CDU) drängt auf ein stärkeres Fiskusprivileg.

Frühestens nach der Sommerpause wird sich der Bundestag nun mit dem Thema befassen können. Günter Althaus, Präsident des ZGV, hatte sich in einem Schreiben an Schäuble gewandt und zu „raschem Handeln“ aufgerufen: „Den Finanzierungsformen des Lieferantenkredites, der Nutzung von Zahlungszielen oder der Vereinbarung von Ratenzahlungen kommt gerade im Mittelstand eine hohe Bedeutung zu“, betont der Vorstand der Anwr-Group.

Der Lieferantenkredit, der durch die aktuellen Probleme bei der Insolvenzanfechtung immer stärker in Gefahr gebracht werde, belaufe sich in Deutschland auf rund 400 Mrd. Euro und übertreffe damit den Betrag für kurzfristige Bankkredite um mehr als das Doppelte. Der Mittelstandsverbund begrüßt die geplante Änderung der Insolvenzordnung daher grundsätzlich. Zur Anwr Group gehören auch die auf Händlerfinanzierung und Zentralregulierung spezialisierten Kreditinstitute DZB Bank und die Aktivbank. *be/lz 28-16*

E-Commerce begrüßt Privacy Shield

Berlin. Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland (Bevh) begrüßt, dass die EU-Kommission am Dienstag „Privacy Shield“ zugestimmt hat. Die Nachfolgeregelung zu „Safe Harbor“ bringe mehr Rechtssicherheit bei transatlantischen Datentransfers und klare Verbesserungen – etwa die präzisierten Vorgaben zur Datenlöschung und die Beschränkung des Zugriffs US-amerikanischer Geheimdienste. Christoph Wenk-Fischer begrüßt, „dass die seit Monaten andauernde Hängepartie nun ein Ende findet.“ „Wir hoffen, dass sich der neue Rechtsrahmen als sicher erweist“, so der Bevh-Hauptgeschäftsführer – und warnt, ein erneutes Scheitern vor dem Europäischen Gerichtshof würde die Zulässigkeit transatlantischer Datentransfers generell infrage stellen. *lz 28-16*

Lebensmittelklarheit.de feiert Jubiläum

Verbraucherschützer ziehen zufrieden Bilanz zur Informationsplattform – Viele Hersteller reagieren auf Kritik an Etiketten

Berlin. Am 20. Juli feiert das Verbraucherschutzportal „Klarheit und Wahrheit“ sein fünfjähriges Bestehen. Am Gemeinschaftsprojekt der Verbraucherzentralen und des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) scheiden sich nach wie vor die Geister.

Die Industrie lief seinerzeit Sturm gegen die Pläne der damaligen Verbraucherschutzministerin Ilse Aigner (CSU). „Internet-Pranger“, „Willkür“, „gefühlte Täuschung“, „subjektive Empfindungen statt anerkannte Verkehrsauffassung“, so die Kritik an dem geplanten Informationsangebot über die Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln.

In den fünf Jahren seit dem Start der Internetseite am 20. Juli 2011 wurden von Verbrauchern mehr als 9000 Produkte mit angeblich irreführenden oder täuschenden Etiketten gemeldet. 788 davon griff das Team der Verbraucherzentrale Hessen, das die Webseiten redaktionell betreut, als problematisch auf. Die Hersteller werden in diesen Fällen zur Stellungnahme aufgefordert; 259 Produkte (33 Prozent) wurden daraufhin verändert.

„Das Portal wirkt“, bilanziert dementsprechend Klaus Müller, Vorstand des Verbraucherzentrale Bundesverbands (Vzbv), im Interview mit der LZ (Seite 3). Im Jahr 2014 wurden nach einer Untersuchung der Vzbv 47 Prozent der beanstandeten Produkte angepasst. Für Müller ein Zeichen, dass das Portal ernst genommen wird und sein



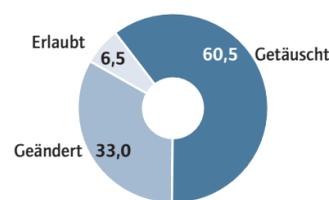
Angenommen: Rund 9000 Produkte haben die Verbraucher seit 2011 gemeldet.

Durchsetzungskraft: 788 Produkte wurden im Portal vorgestellt

Erlaubt: Bei 51 Produkten entsprechen Kennzeichnung und Aufmachung einer bestehenden Regelung.

Getäuscht: Bei 478 Produkten sieht Lebensmittelklarheit ein nachvollziehbares Täuschungspotenzial.

Geändert: Bei 259 Produkten hat der Hersteller die Verpackung angepasst. Ein kleiner Teil wurde vom Markt genommen.



*Angaben in Prozent; Stand: 7. Juli 2016

QUELLE: LEBENSMITTELKLARHEIT.DE LZ GRAFIK

Ziel erreicht. Vom Spitzenverband der Lebensmittelwirtschaft BLL erhält Lebensmittelklarheit.de zum fünften Geburtstag Lob und Kritik zugleich: „Der Informationsteil, der in der Regel

Sachverhalte und Fragestellungen objektiv und sachlich beschreibt, ist hilfreich und stellt einen guten Baustein der Verbraucherbildung dar“, betont Marcus Girnau. „Darauf sollte sich das

Portal konzentrieren“, so der stellvertretende BLL-Hauptgeschäftsführer.

Die konkreten Produktseiten bleiben in den Augen der Lebensmittelwirtschaft jedoch ein Ärgernis. Mit staatlicher Finanzierung rechtlich korrekt gekennzeichnete Produkte aufgrund subjektiver Empfindungen einzelner Verbraucher vorzuführen, bleibe falsch. Es sei schwer nachvollziehbar, dass dieselben politischen Verantwortlichen, die die umfassende europäische Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV) Ende 2014 auf den Weg gebracht haben, weiterhin ein Projekt fördern, das Lebensmittel kritisiert, die genau diesen Vorgaben entsprechen Girnau.

Das Bundesernährungsministerium finanziert die Internetplattform bis Ende 2018 mit 1,7 Mio. Euro. Im Zuge der Reform der Lebensmittelbuchkommission wurde ihre Bedeutung aufgewertet. In der seit 1. Juli gültigen neuen Geschäftsordnung ist eine institutionelle Verankerung von Lebensmittelklarheit in die Arbeit der Kommission vorgesehen. Vertreter der Plattform sollen dem Präsidium regelmäßig einen Sachstandsbericht über ihre Erkenntnisse erstatten.

„Wichtig ist, dass die Ergebnisse aus dem Verbraucherportal nicht nur gehört werden, sondern auch in die Sacharbeit einfließen“, fordert Vzbv-Chef Klaus Müller. Bei den sogenannten horizontalen Leitlinien etwa, die allgemeine, warengruppenübergreifende Grundsätze festschreiben, könnten diese Hinweise aus dem Markt zur Verbesserung der Leitsätze führen, so Müller. *be/pk/lz 28-16*

Aldis „Champagner Sorbet“ landet vorm EuGH

Darf der Name eines Convenience-Produkts die geschützte Ursprungsbezeichnung enthalten? – Auslegungsfragen des BGH

Karlsruhe. Der Streit zwischen Aldi Süd und dem Champagner-Verband über die Bezeichnung eines Eigenmarken-Produkts als „Champagner Sorbet“ beschäftigt nun auch den Europäischen Gerichtshof (EuGH); der Bundesgerichtshof hat den Luxemburgern vier Auslegungsfragen vorgelegt.

Im Kern geht es um die Frage, ob der Sorbet-Name die eingetragene Ursprungsbezeichnung „Champagne“ enthalten darf – die grundsätzlich nur

bei der Vermarktung von Wein verwendet werden darf, der entsprechend den betreffenden Produktspezifikationen erzeugt wurde.

Der BGH fragt daher sinngemäß: Ist die geschützte Ursprungsbezeichnung (Champagne) auch dann verletzt, wenn sie als Teil einer Bezeichnung für ein nicht den Produktspezifikationen entsprechendes Lebensmittel (Sorbet) verwendet wird, dem aber eine den Produktspezifikationen ent-

sprechende Zutat (Champagner) beigefügt wurde?

Falls ja, stellt sich die Folgefrage: Ist es „ein Ausnutzen des Ansehens der Ursprungsbezeichnung (Champagne), wenn die Bezeichnung des Lebensmittels (Champagner-Sorbet) den Bezeichnungsgewohnheiten der angesprochenen Verkehrskreise entspricht – und die Zutat in ausreichender Menge beigefügt worden ist, um dem Produkt eine wesentliche Eigenschaft zu verleihen?“

Die dafür nötigen Feststellungen – ob nämlich der beigegebene Champagner-Anteil geschmacksbestimmend ist und ob „Champagner Sorbet“ im kommerziellen Bereich eine feststehende Bezeichnung ist – hatte die Vorinstanz aber unbeantwortet gelassen. „Angesichts offener Tatsachenfragen hätte der BGH hier auch an das Oberlandesgericht München zurückverweisen können“, so Anwalt Alfred Hagen Meyer. *gms/lz 28-16*

Neue Regeln für US-Lebensmittelexporte

Strenge Vorgaben zu Sicherheit und Nährwertdeklaration / Von Maile Hermida, Veronica Colas und Anna Glinke

Frankfurt. Die US-Lebensmittelüberwachungsbehörde FDA reformiert das Lebensmittelrecht. Exportierende Unternehmen sollten die Entwicklung im Blick behalten.

Der „Food Safety Modernization Act“ stellt die wichtigste Änderung der Sicherheitsvorschriften seit den 1930er-Jahren dar. Demnach müssen für Produktionsstätten, an denen FDA-regulierte Lebensmittel für den amerikanischen Markt hergestellt werden, ein Food Safety-Plan entwickelt und präventive Kontrollen eingerichtet werden. Für Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern gilt das bereits ab dem 19. September dieses Jahres. Darüber hinaus müssen US-Unternehmen, die Lebensmittel importieren, nach dem „Foreign Supplier Verification Program“ ab dem 27. Mai 2017 belegen, dass die importierten Lebensmittel sicher sind. Vor diesem Hintergrund müssen deutsche Lieferanten damit rechnen, dass sie von ihren US-Geschäftspartnern häufiger auditiert werden.

Weitere wesentliche Änderungen gibt es bei der Kennzeichnung: Die FDA schreibt bei der Nährwertdeklaration ein größeres Format für die Angabe von Kalorien und Portionsgrößen vor, und die Menge des zugesetzten Zuckers muss zwingend angegeben werden (Lz 23-16).



Das Unternehmen unbedingt auf eine FDA-konforme Kennzeichnung achten sollten, demonstrieren zahlreiche Klagen, die gegen Lebensmittelhersteller vor US-Gerichten anhängig sind: Verbraucher beanstanden hier – einzeln oder in Sammelklagen – Aussagen wie „natürlich“, „nicht gentechnisch verändert“, „mit echten Früchten hergestellt“ oder Angaben zur Herkunft der Produkte – etwa „deutsches Bier“. Einige Verfahren sind bereits mit Zah-

lungen in Millionenhöhe verglichen worden. Anders als in Deutschland können Verbraucher in den USA bei irreführenden Werbeaussagen Schadenersatz verlangen.

Seit Anfang dieses Monats müssen zudem verpackte Lebensmittel, die unter Einsatz von Gentechnik hergestellt und im Bundesstaat Vermont verkauft werden, mit dem Hinweis „mittels Gentechnik hergestellt“ gekennzeichnet werden. Die Verfassungsmäßigkeit dieses Gesetzes wird allerdings gerichtlich überprüft, und es könnte noch durch ein Bundesgesetz verdrängt werden, das derzeit im US-Kongress verhandelt wird.

Proaktiv: Besser mit „gentechnikfrei“ werben, als den wenig imageförderlichen GMO-Einsatz kennzeichnen zu müssen – wie in Vermont seit Monatsbeginn verlangt.

Schließlich müssen Unternehmen die neuen Verbote bestimmter Inhaltsstoffe im Blick haben:

Das Verbot der Verwendung von teilweise gehärteten Ölen („Transfette“), die oft etwa in Pommes frites, Keksen oder Chips enthalten sind, wird im Juni 2018 in Kraft treten.

Zum anderen hat Kalifornien, das für seine besonders strengen Lebensmittelgesetze bekannt ist, kürzlich Bisphenol A in die Liste der Chemikalien aufgenommen, die sich schädlich auf die Fruchtbarkeit auswirken oder Schäden am Embryo verursachen können. Seit Mai dieses Jahres müssen Lebensmittel in Dosen oder Flaschen, durch die die Kalifornier Bisphenol A ausgesetzt werden können, mit einem Warnhinweis gekennzeichnet sein. *lz 28-16*



Maile Hermida (l.) und Veronica Colas (r.) arbeiten bei Hogan Lovells in Washington, Dr. Anna Glinke im Düsseldorfer Büro.

