



# Marburger Briefe

zum Lebensmittelrecht

Verein zur Förderung der Forschungsstelle für Europäisches und Deutsches Lebens- und Futtermittelrecht an der Philipps-Universität zu Marburg e.V.

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

mit der Dezember-Ausgabe feiern wir das **20. Gründungsjubiläum** des „Vereins zur Förderung der Forschungsstelle für Europäisches und Deutsches Lebens- und Futtermittelrecht an der Philipps-Universität zu Marburg e.V.“ mit einem Grußwort von Herrn Hahn.

Versteckte Preiserhöhungen durch Füllmengenreduzierungen (sog. „Shrinkflation“) kommen extrem häufig vor. Für Verbraucher sind die damit einhergehenden Teuerungen des Produktes oft nicht ersichtlich. Eine verbindliche „Shrinkflation“-Kennzeichnung gibt es in Deutschland bislang nicht, wird aber von Verbraucherschützern gefordert. In Österreich entschied kürzlich das OLG Wien über einen „Shrinkflation“-Fall bei tiefgekühlten Lachsfilets auf Grundlage des österreichischen Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (öUWG). Doch auch der dortige Gesetzgeber ist nicht untätig und hat nun die Regierungsvorlage für ein „Bundesgesetz über die Kennzeichnung von Waren, deren Menge sich ohne entsprechende Preissenkung verringert hat (Anti-Mogelpackungs-Gesetz“ vorgelegt.

Helfen Sie uns bitte, noch informativer zu werden, indem Sie uns Hinweise zu aktuellen Entscheidungen und Entwicklungen sowie Anregungen, Ergänzungswünsche oder Fragen per E-Mail an [lemineu@staff.uni-marburg.de](mailto:lemineu@staff.uni-marburg.de) schicken. Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Im Namen der Forschungsstelle wünschen wir Ihnen frohe Feiertage, einen guten Start ins Jahr 2026 und wie immer viel Freude bei der Lektüre!

Ihr Fabian von Minckwitz und Ihr Steffen Düsterloh

## Inhalt

Extra: Grußwort zum 20. Gründungsjubiläum des Fördervereins

### 1. Kurzmeldungen

- UBA: Mengenschwelle von 500 g eingeführt
- AT: „Shrinkflation“ und Grundpreisangabe
- CH: CO<sub>2</sub>-Etiketten für unverarbeitete Lebensmittel
- EFSA: EU-Lebensmittelsicherheitssystem
- BLC: KI in der Lebensmittelüberwachung
- Universität Göttingen: Umweltfreundlichkeit

### 2. BGer: Vegane Fleischalternative mit Tierartenbezeichnung

### 3. OLG Wien: „Shrinkflation“ bei tiefgekühltem Lachsfilet

### 4. LG Heilbronn: Irreführende Umverpackung eines Bio-Tofus

### 5. OLG Stuttgart: „Kostenloses“ Vorteilsprogramm trotz Daten

### 6. LG Köln: Bonus als Eurobetrag ohne Verkaufspreisangabe

### 7. EuGH: Konflikt von Alt-Marke und Ursprungsbezeichnung

## Extra: Grußwort zum 20. Gründungsjubiläum des Fördervereins

Das Lebensmittelrecht ist eine Querschnittsmaterie zwischen Verbraucherschutz, Gefahrenabwehr und Gewerberecht. Es soll nicht nur Lebensmittelsicherheit gewährleisten, sondern der Nachhaltigkeit und dem Schutz der Umwelt Rechnung tragen. Es regelt ferner den Wettbewerb unter den Akteuren und besteht aus einer Vielzahl von Qualitätsanforderungen. Es besteht eine Verpflichtung für die staatliche Gewalt aus Art. 2 Abs. 2 GG i.V.m. dem Sozialstaatsprinzip nach Art. 20 Abs. 1 GG. Das Lebensmittelrecht ist im Rahmen des Europäischen Binnenmarktes ein grenzüberschreitender Faktor für den Verbraucherschutz und den Wettbewerb, nachdem auch die Bundesrepublik Deutschland zahlreiche hoheitliche Befugnisse auf die Europäische Gemeinschaft übertragen hat.

Bei einem Vergleich mit sportlichen Disziplinen kann das Lebensmittelrecht mit einem Zehnkampf verglichen werden. Denn der Zehnkämpfer ist nicht nur in einer, sondern in mehreren Disziplinen gefordert, die ein breit angelegtes Training voraussetzen, um im Wettbewerb zu bestehen. Menschen im Agrarsektor, in der Herstellung und dem Handel, beim Import und Export, der Überwachung und der Beratung bedürfen einer breit angelegten Aus- und Weiterbildung. Doch fehlt es an einer solchen lebensmittelrechtlichen Trainingseinheit.

Diesen Gedanken verfolgte *Amin Werner*, Rechtsanwalt und Verbandsgeschäftsführer beim Backzutatenverband (mit juristischer Ausbildung an der Philipps-Universität zu Marburg). Ihm schwebte vor, ein Angebot für Berufsanfänger und Berufstätige im Lebensmittelrecht zu schaffen. In seinem beruflichen Umfeld warb er für diese Idee und setzte sich für einen Kontakt mit der juristischen Fakultät seiner Alma Mater ein. Damit war der Startschuss für die Forschungsstelle für Europäisches und Deutsches Lebensmittelrecht in Marburg gefallen, nachdem sich Professor *Voit* als geistiger Motor eingebracht hatte.

Seither ist Marburg eine Hochburg in Sachen Lebensmittelrecht, insbesondere gekennzeichnet durch drei Flaggschiffe:

- Lebensmittelrechtsakademie
- Workshop und
- Lebensmittelrechtssymposium.

Dieses Angebot stellt auf die Bedürfnisse aller ab, die an dem lebensmittelrechtlichen Diskurs interessiert sind und dies auf den unterschiedlichen Ebenen und Kenntnisständen.

Von Anbeginn an ist die Lebensmittelrechtsakademie eine Fortbildungsveranstaltung, die die grundlegenden Kenntnisse vermittelt. Sie richtet sich nach wie vor an Berufstätige, Studierende, Rechtswissenschaftler, Lebensmittelchemiker sowie Technologen und Ökotrophologen. Von Anbeginn an war es das Anliegen, die Akademie vom zeitlichen Ablauf so zu gestalten, dass die Fehlzeiten in Beruf und der sonstigen Ausbildung so gering wie möglich sind.

Seit 2007 findet jährlich das Marburger Symposium zum Lebensmittelrecht statt. Dieses widmet sich einem oder mehreren aktuellen Themen und vermittelt vertiefende wissenschaftliche Grundlagen. Es wird seit vielen Jahren gemeinsam mit dem Hessischen Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt, Weinbau, Forsten, Jagd und Heimat veranstaltet. Themen und Referenten werden von dem wissenschaftlichen Beirat der Forschungsstelle ausgewählt.

Seit 2009 wird der Marburger Workshop zum Lebensmittelrecht angeboten: er dient der Aktualisierung und Vertiefung des lebensmittelrechtlichen Wissens und präsentiert aktuelle Entwicklungen des Lebensmittelrechts in Rechtsprechung und Gesetzgebung.

Mit allen drei Angeboten wird von Anbeginn an das Ziel verfolgt, Qualifikationen für eine Tätigkeit in Sachen Lebensmittel und Lebensmittelrecht zu vermitteln. Dabei steht der Praxisbezug im Mittelpunkt. Die Gründer der Marburger Trias haben damit das Ziel verfolgt, ein methodisches Grundverständnis zu vermitteln, individuellen Bedürfnissen Rechnung zu tragen sowie das Fachwissen bei der weiteren Entwicklung des Lebensmittelrechts stets aktuell zu halten. Diesem Anliegen tragen auch die Lehrenden Rechnung. Denn von Anbeginn an sind es insbesondere die Berufspraktiker, die das Wissen

vermitteln. Das setzt auch eine Verknüpfung der Forschungsstelle mit der Wirtschaft voraus. Dies stellt der Förderverein in ideeller und finanzieller Hinsicht sicher. Nach 20 Jahren kann dieses Fundament verbreitert werden, soweit die Lebensmittelwirtschaft bereit ist, einen Beitrag zu erbringen. Die Forschungsstelle und der Förderverein sind in den vergangenen Jahren in Vorleistung getreten. Die Einladung an die Lebensmittelwirtschaft steht, ebenfalls einen Beitrag für qualifiziertes Personal zu erbringen.

Die Grundlagen sind von den Gründern, allen voran *Amin Werner*, gelegt worden, die Mitglieder von Vorstand, insbesondere die Vorsitzende Rechtsanwältin *Angelika Mrohs*, und alle Lehrenden sowie die Mitglieder des Wissenschaftlichen Beirats gelegt worden. Nicht nur in Zeiten von Personalmangel kommt einer qualifizierten Aus- und Weiterbildung in Sachen Lebensmittelrecht ein hoher Stellenwert zu, wie die vergangenen 20 Jahre gezeigt haben.

**Peter Hahn**

## 1. Kurzmeldungen

### Recht/Justiz/Politik

#### **UBA: Mengenschwelle von 500 g eingeführt**

Das Umweltbundesamt (UBA) hat am 3.11.2025 eine neue „Verwaltungsvorschrift zum Einwegkunststofffondsgesetz (EWKFondsG) zur Einführung einer Mengenschwelle für Lebensmittelbehälter sowie Tüten und Folienverpackungen gemäß § 22 Absatz 1 Satz 1 Nummer 2 i.V.m. Anlage 1 Nummern 1 und 2 EWKFondsG“ (Az. 31 704/00005#0002) veröffentlicht. Hintergrund der Änderungen war die im August 2025 erfolgte Einstufung der Folienverpackung eines 750-g-Christstollens als nach dem EWKFondsG „abgabepflichtig“, der viele Betroffene widersprachen. Nach den überarbeiteten Regeln fallen zukünftig Einwegkunststoffprodukte, deren Masse an Lebensmittelinhalt mehr als 500 g beträgt (Mengenschwelle), nicht mehr unter die Abgabepflicht nach § 12 EWKFondsG, weil sie nicht zum unmittelbaren Verzehr bestimmt und somit nicht den Produktarten der Lebensmittelbehälter sowie Tüten und Folienverpackungen nach Anl. 1 Nr. 1 und 2 zuzuordnen sind. Die Mengenschwelle gilt auch für Lebensmittelbehälter, die leer erstmals bereitgestellt oder verkauft werden. Die Zuordnung erfolgt vorrangig anhand der tatsächlichen Füllmenge. Die Anwendung des EWKFondsG soll so praxistauglicher werden.

Quelle: <https://www.umweltbundesamt.de/themen/uba-fuehrt-500-gramm-schwelle-fuer-vom-3.11.2025>.

#### **AT: „Shrinkflation“ und Grundpreisangabe**

Österreich plant neue Maßnahmen zum Verbraucherschutz. Die Regierung hat den Entwurf eines Anti-Mogelpackungs-Gesetzes (→ [PDF](#)) vorgelegt. Damit soll eine gesetzliche Regelung zur Kennzeichnung bei sogenannter „Shrinkflation“ im Supermarktregal oder am Produkt auf den Weg gebracht werden. Andere EU-Länder, wie beispielsweise Frankreich und Griechenland, haben bereits vorgelegt. Unter dem in den letzten Jahren verstärkt auftretenden Phänomen „Shrinkflation“ versteht man, „dass Füllmengen von Produkten verringert werden, ohne dass dies hinreichend erkennbar gemacht wird, während der Verkaufspreis unverändert bleibt oder sogar steigt“. Verbraucher sind durch die steigende Preise ohnehin besonders belastet. Versteckte Preiserhöhungen würden zu berechtigtem Unmut führen.

Ein weiterer Entschließungsantrag (→ [PDF](#)) zielt auf mehr Preistransparenz durch Verbesserung der Grundpreisauszeichnung ab. Die Grundpreisauszeichnung ist „die verpflichtende Angabe des Preises pro Mengeneinheit zum Produktvergleich“. In Österreich soll ein „zweigleisiger Ansatz“ verfolgt werden, welcher sich erstens aus verstärkten Kontrollen durch die zuständigen Behörden und zweitens einer Weiterentwicklung der gesetzlichen Rahmenbedingungen zusammensetzt. Der Preis müsse „einfach, objektiv und transparent“ vergleichbar sein. Vorgeschlagen werden die Einführung

einheitlicher Bezugsgrößen und klarere Vorgaben zur Darstellung der Grundpreise.

Quellen: <https://www.parlament.gv.at/gegenstand/XXVIII/I/309> vom 20.11.2025; [https://www.parlament.gv.at/aktuelles/pk/jahr\\_2025/pk0934](https://www.parlament.gv.at/aktuelles/pk/jahr_2025/pk0934) vom 21.10.2025.

## **CH: CO<sub>2</sub>-Etiketten für unverarbeitete Lebensmittel**

Der Bundesrat der Schweizerischen Eidgenossenschaft prüfte in seinem Postulatsbericht vom 8.10.2025 die Einführung einer CO<sub>2</sub>-Etikette für unverarbeitete Lebensmittel in der Schweiz. Bereits jetzt haben diverse Detailhändler (Einzelhändler) in der Schweiz Umweltkennzeichnungen für Lebensmittel eingeführt. Aber auch in der Europäischen Union (EU) gibt es schon freiwillige und staatliche Initiativen für Produktumweltkennzeichnungen, wobei sich die verschiedenen Label vor allem hinsichtlich ihrer Methodologie oder Bezugsgrößen unterscheiden. Als wichtig bei einer Umweltkennzeichnung wird erachtet, dass bei der Bewertung alle relevanten Einflüsse entlang des Produktlebenszyklus berücksichtigt werden. Dabei dürften Treibhausgase nicht isoliert betrachtet werden, was andere Umweltbelastungen ausblenden würde und zu falschen Schlüssen führe. Zu den Qualitätsanforderungen gehöre auch die Transparenz hinsichtlich der verwendeten Methode sowie die Absicherung der Aussage durch anerkannte wissenschaftliche Erkenntnisse.

Der Bundesrat möchte zunächst am Status quo festhalten. Somit bleibt es dem jeweiligen Unternehmen überlassen, seine eigene Produktumweltkennzeichnung mit eigenen Kriterien zu entwickeln, soweit es seine finanziellen und personellen Ressourcen zulassen. Kosten für den Staat entstehen dadurch nicht. Zwar ermöglichen unternehmenseigene Produktumweltkennzeichnungen eine gewisse Transparenz für den Verbraucher, allerdings mangelt es auch bei der Transparenz hinsichtlich der verwendeten Methodik und der Vergleichbarkeit der Bewertungen der verschiedenen Labels. Bis zur Einführung eines Systems mit staatlichen Mindestvorgaben durch die EU, sei diese Variante für die Schweiz jedoch akzeptabel.

Die Einführung von Mindestvorgaben für eine Umweltkennzeichnung für die Schweiz soll geprüft werden, falls die EU einheitliche

Regelungen hierzu erlässt. Zur Vermeidung von Handelshemmnissen müssten die schweizerischen Anforderungen dann identisch oder jedenfalls kompatibel mit den eventuellen Mindestanforderungen für Produktumweltkennzeichnungen der EU sein. Wie sich die EU hierbei entscheidet, ist aktuell noch unklar. In der Schweiz haben die Ausarbeitung und Umsetzung entsprechender Mindeststandards aufgrund der finanziellen Lage des Bundeshaushalts in den nächsten Jahren keine Priorität. Eine gesetzliche Grundlage zum Erlass eines Ökolabelsystems ist aber vorhanden.

Quelle: <https://cms.news.admin.ch/dam/de/der-schweizerische-bundesrat/WpPKaxZbAwAb/251008+Bericht+des+Bundesrates.pdf> vom 8.10.2025.

## Verbraucherschutz

### **EFSA: EU-Lebensmittelsicherheitssystem**

Die Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) führt alle drei Jahre die „Eurobarometer-Umfrage zur Lebensmittelsicherheit in der EU“ (→ [PDF](#)) durch. In 2025 wurden die 27 Mitgliedstaaten der Europäischen Union (EU) sowie sieben EU-Beitrittskandidaten befragt. Die genannten Umfrageergebnisse stellen den Durchschnitt der 27 Mitgliedstaaten dar. Im Einzelnen ergeben sich zwischen den Ländern und zwischen den sozialdemografischen Kategorien erhebliche Unterschiede, heißt es in der Pressemitteilung.

Ein persönliches Interesse am Thema Lebensmittelsicherheit haben etwa sieben von zehn Europäern. Für 46 % stellt die Lebensmittelsicherheit hinter der steigenden Relevanz der Kosten (60 %) und dem Geschmack (51 %) einen Faktor für die Lebensmittelauswahl dar.

Die EU-Bürger haben ein Bewusstsein für das europäische Lebensmittelsicherheitssystem entwickelt. Folgenden Aussagen wird zugestimmt, wobei jeweils ein Anstieg von sechs bzw. sieben Prozentpunkten seit 2022 zu verzeichnen ist:

- Es gibt Vorschriften, welche die Sicherheit von Lebensmitteln sicherstellen (79 %).
- Für fachkundige Beratung stützt sich die Europäische Union (EU) auf Wissenschaftler (76 %).

- Die EU verfügt über eine separate Einrichtung zur wissenschaftlichen Beratung (68 %).
- EU-Behörden und nationale Behörden arbeiten zusammen (71 %).

Zu den dem EU-Bürger bekanntesten Themen der Lebensmittelsicherheit gehören Lebensmittelzusatzstoffe (71 %) und Pestizide (67 %). Deutliche Anstiege sind bei der Bekanntheit von Tierkrankheiten (65 %), Mikroplastik in Lebensmitteln (63 %) und Lebensmittelvergiftungen (62 %) festzustellen. Trotz leichtem Rückgang bleiben die größten Sorgen der Verbraucher aber Pestizide (39 %), Antibiotika/Hormone/Steroide in Fleisch (36 %) und Lebensmittelzusatzstoffe (35 %). Den größten Anstieg auf nun 33 % erfuhr die Besorgnis über Mikroplastik in Lebensmitteln.

Dennoch kommt es vor, dass Informationen zur Lebensmittelsicherheit nicht beachtet werden. Für 41 % folgt dies aus der Selbstverständlichkeit, dass unsere Lebensmittel sicher sind. Das Wissen über die Vermeidung und Minderung von Lebensmittelrisiken ist hier für 30 % relevant. Die EFSA betont jedoch, dass „Lebensmittelsicherheit eine gemeinsame Verantwortung“ ist, die auch den Verbraucher trifft (bspw. Lebensmittelhygiene und Lebensmittelzubereitung).

Als vertrauenswürdige Quelle zu Lebensmittelrisiken sehen ganze 90 % Haus- und Fachärzte an. Ebenfalls ein hohes Vertrauen genießen Wissenschaftler an Universitäten oder öffentlich finanzierten Forschungseinrichtungen (84 %), Verbraucherorganisationen (82 %) sowie Landwirte und Primärproduzenten (82 %). Zudem ist das Vertrauen in nationale (70 %) und europäische (69 %) Institutionen leicht angestiegen.

Als Informationskanal nutzen immer noch 55 % das Fernsehen, gefolgt vom Austausch mit Familie, Freunden, Nachbarn und Kollegen (46 %). 38 % nutzen Suchmaschinen im Internet, um sich zu informieren. Einen leichten Anstieg auf nun 25 % verzeichnen soziale Netzwerke und Blogs im Internet.

Quelle: <https://www.efsa.europa.eu/de/news/more-and-more-europeans-know-how-eu-food-safety-works-says-latest-citizen-survey> vom 24.9.2025.

## Überwachung

### BLC: KI in der Lebensmittelüberwachung

Warum sollten die Chancen durch künstliche Intelligenz (KI) nicht auch in der Lebensmittelüberwachung genutzt werden? Mit dieser Fragestellung befasst sich der Artikel des Monats November des Bundesverbands der Lebensmittelchemiker/-innen im öffentlichen Dienst e.V. (BLC).

Die Aufgaben der Lebensmittelüberwachung werden immer komplexer und sind oft mit sehr hohem Zeitaufwand verbunden. KI eröffnet ein breites Spektrum an Anwendungsmöglichkeiten in der Lebensmittelüberwachung. Aktuelle Pilotprojekte verdeutlichen bereits, welches Potenzial digitale Verfahren für die praktische Umsetzung bieten. Einsatzbeispiele sind die automatische Prüfung von Lebensmitteletiketten, die Mustererkennung in Labordaten, die Unterstützung in der Führung und Organisation von Teams, die Erkennung von Trends im Europäischen Schnellwarnsystem für Lebens- und Futtermittel (RASFF), die risikobasiertere und effizientere Gestaltung der Probenplanung sowie schließlich die Unterstützung bei der Erstellung von Gutachten.

Dennoch: „KI ist kein Allheilmittel“; sie hat Grenzen und birgt Risiken. Als Probleme identifiziert der Artikel die Qualität der Datengrundlage, die Validierung von Ergebnissen sowie den Datenschutz und die Gerichtsfestigkeit. Um Vertrauen zu schaffen, müssen die Modelle validiert werden. Hierzu braucht es „strukturierte chemometrische Methoden und große Probenkollektive“. Um sicherzustellen, dass die Modelle mit „hochwertigen, repräsentativen und reproduzierbaren Datensätzen“ zuverlässig trainiert werden, werden (länderübergreifende) Kooperationen unter Einbeziehung der Wirtschaft vorgeschlagen. Zudem soll es Plattformen geben, welche die Daten „breit, aktuell und qualitäts gesichert“ bereitstellen. Hinsichtlich des Datenschutzes bieten sich spezielle Behördenlösungen mit Auftragsverarbeitungsverträgen an. Aber auch der Gesetzgeber ist gefragt, um eine klare rechtliche Grundlage für einen sicheren, aber alltagstauglichen Einsatz von KI-Systemen in der Überwachung zu schaffen.

Das Fazit lautet: „Künstliche Intelligenz wird die Lebensmittelüberwachung nicht grundlegend

verändern – aber sie kann uns in vielen Bereichen spürbar unterstützen.“ KI als Werkzeug kann die Arbeit der Lebensmittelüberwachung „effizienter, moderner und wirkungsvoller“ machen. Dies nützt schließlich dem Verbraucher, indem im Idealfall das Verbraucherschutzniveau weiter angehoben wird.

Quelle: <https://lebensmittel.org/downloads/pressemitteilungen.html?download=319:verbraucherthema-nov-2025> vom November 2025.

## Studien/Umfragen

### Universität Göttingen: Umweltfreundlichkeit

Forschende der Georg-August-Universität Göttingen (Abteilung Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte) haben rund 1.000 Personen zur Umweltfreundlichkeit von Paprika, Äpfeln und Rindfleisch befragt. Die Umfrage zeigt auf, dass die Einschätzung der Umweltfreundlichkeit eines Lebensmittels durch den Verbraucher entscheidend von der Produktherkunft und nicht unbedingt von der tatsächlichen Ökobilanz abhängig gemacht wird. Betrachtet wurden Deutschland sowie EU- und Nicht-EU-Länder.

Während heimische Produkte als besonders umweltschonend wahrgenommen werden, trifft dies auf Importprodukte, insbesondere aus Nicht-EU-Ländern, in der Verbraucherwahrnehmung deutlich weniger zu. Denn die Auswirkungen des Transports werden häufig überschätzt. Importprodukte können hinsichtlich ihrer tatsächlichen Ökobilanz ähnlich oder sogar umweltfreundlicher sein. Auf Grund der Ergebnisse stellen sich Fragen für Herkunftsangaben und Werbung. Die Forschenden fordern daher genauere Herkunftsangaben und umfassendere Umweltinformationen, wie Klima- oder Umweltlabels, um nachhaltigere Verbraucherentscheidungen zu fördern. Umweltfreundlichkeit sei keiner der Vorteile, um heimische Produkte ohne genaueres Hinschauen zu bevorzugen. Die englischsprachige Originalveröffentlichung in „Food Quality and Preference“ (→ [DOI](#)) ist online als Open Access abrufbar.

Quelle: <https://www.uni-goettingen.de/de/3240.html?id=7964> vom 3.11.2025.

## 2. BGer: Vegane Fleischalternative mit Tierartenbezeichnung

Das Schweizerische Bundesgericht (BGer) entschied mit Urteil vom 2.5.2025, dass die Verwendung von Tierartenbezeichnungen für vegane Fleischersatzprodukte unzulässig ist. Denn die Verwendung solcher Bezeichnungen verstößt gegen den Täuschungsschutz des schweizerischen Lebensmittelgesetzes (LMG).

Das Kantonale Labor Zürich beanstandete bei einer Inspektion die Kennzeichnung verschiedener veganer Fleischersatzprodukte aus pflanzlichen Erbsenproteinen. Es verpflichtete das produzierende Unternehmen (Beschwerdegegnerin), die Nennung von Tierartenbezeichnungen wie beispielsweise „planted.chicken“, „Poulet aus Pflanzen“, „wie Schwein“ oder „veganes Schwein“ zu unterlassen. Nachdem das Unternehmen zunächst erfolglos gegen diese Verfügung vorgeing, hieß das Verwaltungsgericht des Kantons Zürich (VG) (Az. VB.2022.00270) die Beschwerde zunächst gut. Gegen dieses Urteil erhob das Eidgenössische Departement des Innern (EDI) Beschwerde beim BGer.

Nach Ansicht des BGer ist die Beschwerde des EDI begründet. Die Verwendung von Tierartenbezeichnungen für die veganen Fleischersatzprodukte der Beschwerdegegnerin ist mit dem schweizerischen Lebensmittelrecht unvereinbar. Gemäß Art. 18 Abs. 1 LMG müssen sämtliche Angaben über Lebensmittel den Tatsachen entsprechen. Ein Lebensmittel, das mit einer Tierartenbezeichnung versehen ist, muss daher auch tatsächlich Bestandteile dieser Tierart enthalten.

Das BGer führte weiter aus, dass nach Art. 14 Abs. 2 der Lebensmittel- und Gebrauchsgegenständeverordnung (LGV) Lebensmittel nur dann mit der Sachbezeichnung eines umschriebenen Lebensmittels bezeichnet werden dürfen, wenn sie dessen Umschreibung entsprechen. Die lebensmittelrechtliche Sachbezeichnung für fleischhaltige Lebensmittel setzt sich gemäß Art. 9 der Verordnung über Lebensmittel tierischer Herkunft (VLtH) zwingend aus einem Hinweis auf die Tierart und dem Zusatz „Fleisch“,

„(Fleisch)-zubereitung“ oder „(Fleisch)-erzeugnis“ zusammen. Die Tierart ist somit „zumindest ein charakteristischer Bestandteil der lebensmittelrechtlich geforderten Sachbezeichnung“. Durch die Verwendung einer Tierart zur Bezeichnung eines Lebensmittels werden entsprechende Erwartungen geweckt.

Diese Auslegung wird durch Art. 19 LMG gestützt, wonach Imitate und Surrogate so zu kennzeichnen sind, dass eine Verwechslung ausgeschlossen ist. Es spielt dabei keine Rolle, ob die Tierartenbezeichnungen als Teil der Sachbezeichnung im technischen Sinne oder in anderen Kennzeichnungselementen verwendet werden. Dies gilt zudem unabhängig von der für die Tierartenbezeichnung verwendeten Sprache (hier: Deutsch und Englisch), betonte das BGer.

Der schweizerische Gesetzes- und Verordnungsgeber hat sich insbesondere bei Imitaten und

Surrogaten von Lebensmitteln tierischer Herkunft bewusst für einen strengen Täuschungsschutz bei der Verwendung von rechtlich umschriebenen Sachbezeichnungen entschieden. Der Unzulässigkeit der Tierartenbezeichnung steht nicht entgegen, dass für die Produkte auch jeweils die korrekte Sachbezeichnung „pflanzliche Lebensmittel aus Erbsenproteinen“ verwendet wird. Auch ist nicht entscheidend, dass möglicherweise ein Teil der Verbraucher bei näherer Betrachtung in der Lage sein mag, die pflanzlichen Fleischersatzprodukte als solche zu identifizieren.

Das Verbot bezieht sich aber nicht auf etablierte Fantasiebezeichnungen wie „Osterhasen“ oder „Gummibären“, wie das BGer noch klarstellte.

*Quelle: BGer, Urt. v. 2.5.2025, Az. 2C\_26/2023.*

**Anm. d. Red.:** Das Urteil behandelt die Rechtslage in der Schweiz.

### 3. OLG Wien: „Shrinkflation“ bei tiefgekühltem Lachsfilet

In Österreich verurteilte das Oberlandesgericht Wien (OLG) am 24.6.2025 eine Herstellerin tiefgekühlter Lachsfilets zur Unterlassung sogenannter „Shrinkflation“. Eine solche Reduzierung der Füllmenge eines Lebensmittels bei gleichbleibender Verpackungsgröße und identischem Preis stellt eine irreführende Geschäftspraktik dar.

Der Beklagte vertreibt Tiefkühlkost, darunter das Produkt „Atlantik Lachs“, welches aus zwei tiefgefrorenen Lachsfilets besteht. Ende 2022 wurde der Preis pro 250-Gramm-Packung zunächst um 2 Euro angehoben. Anfang Februar 2023 reduzierte die Beklagte dessen Nettofüllgewicht von 250 g auf 220 g. Die Verpackungsgröße und der (neue) Preis des Produkts blieben gleich. Die Beklagte änderte lediglich die Grammangabe unten links auf der Vorderseite der Verpackung. Eine gesonderte Kommunikation über die reduzierte Füllmenge an die Konsumenten erfolgte nicht. Zeitweise waren beide Verpackungsvarianten im Handel erhältlich. Der Kläger ist ein Verein für Konsumentinformation. Nach seiner Ansicht ist es durch die Reduktion des Nettofüllgewichts auf 220 g zu einer verschleierte Preiserhöhung gekommen. Der Verbraucher werde in die Irre geführt.

Das OLG Wien stufte das Vorgehen der Beklagten als irreführende Geschäftspraktik nach § 2 Abs. 1 Z. 2, § 2 Abs. 1 Z. 4 und § 2 Abs. 4 des österreichischen Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (öUWG) ein. Ein durchschnittlich aufmerksamer Konsument bemerkt die Reduktion des Füllgewichts nicht. Er geht bei gleichbleibender Verpackungsgröße und unverändertem Preis davon aus, das Produkt mit der gewohnten Füllmenge und nicht weniger zu erhalten.

Das OLG übertrug dabei wesentliche Wertungen aus der Rechtsprechung zu sogenannten „Mogelpackungen“ auf den Fall von „Shrinkflation“. Die bloße korrekte Angabe der neuen Füllmenge auf der Verpackung beseitigt die Irreführung nicht. Der Verbraucher kann aufgrund des optischen Eindrucks der ansonsten unveränderten Produktverpackung zu einer Fehleinschätzung der relativen Füllmenge gelangen. Er beachtet die Angabe der Nennfüllmenge oft nicht oder kann sie nicht richtig einordnen. Das Füllgewicht ist „nur als absolute Zahl ohne besonderen Auffälligkeitwert“ angegeben. Der Füllmengenangabe ist kein Hinweis auf die Reduktion des Nettofüllgewichts zu entnehmen. Das OLG berücksichtigte zudem, dass das streitgegenständliche

Produkt häufig im Rahmen von Aktionen verkauft wird.

Die verpflichtende Angabe des Grundpreises am Regal ändert an der Irreführung ebenfalls nichts. Zweck der Grundpreisangabe ist der Vergleich verschiedener Produkte, um eine fundierte Kaufentscheidung des Verbrauchers zu ermöglichen, nicht aber die Aufdeckung versteckter Preiserhöhungen bei bekannten Artikeln. Bei bekannten Produkten besteht kein Anlass, auf den Grundpreis zu achten. Zudem ist es dem Verbraucher nicht zumutbar, sich die Grundpreise verschiedener Produkte zu merken. Auch fehlt der Hinweis zur Füllmengenreduktion. Die (versteckte) Preiserhöhung ist für den Verbraucher nicht nachvollziehbar.

Den Einwand der Verjährung (§ 20 öUWG) ließ das OLG nicht gelten. Da das Produkt weiterhin ohne ausreichenden Hinweis auf die Mengenreduzierung vertrieben wird, dauere der gesetzeswidrige Zustand an. Eine „Gewöhnung“ der Verbraucher an die geringere Füllmenge vermochte das OLG nicht zu erkennen. Andernfalls werde die ohnehin kurze Verjährungsfrist von sechs Monaten, welche der Schnelllebigkeit des Verkehrs Rechnung trägt, obsolet. Eine Irreführung würde dann mit Verstreichen einer gewissen Zeit durch die Gewöhnung der Verbraucher „geheilt“ werden, was einem „Freibrief für (unentdecktes) lauterkeitswidriges Verhalten“ gleichkomme.

*Quelle: OLG Wien, Urt. v. 24.6.2025, Az. 4 R 197/24f.*

**Anm. d. Red.:** Das Urteil behandelt die Rechtslage in Österreich und ist rechtskräftig.

## 4. LG Heilbronn: Irreführende Umverpackung eines Bio-Tofus

Das Landgericht Heilbronn (LG) entschied mit Urteil vom 10.9.2025, dass die Umverpackung eines Tofu-Produkts eine unzulässige „Mogelpackung“ darstellt, wenn der Inhalt nur 36 % des Verpackungsvolumens ausmacht. Eine solche Verpackungsgestaltung ist eine irreführende geschäftliche Handlung nach § 5 Abs. 1 und 2 Nr. 1 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). Der Beklagte, ein Lebensmittel-discounter, wurde daher verurteilt, den Verkauf des Produkts in dieser Aufmachung zu unterlassen.

Geklagt hatte ein Verbraucherschutzverband. Anlass war der Vertrieb eines Tofu-Produkts der Eigenmarke des Beklagten. Das Produkt war in Kunststoff foliert und zusätzlich in einem deutlich größeren Karton verpackt. Nach den Berechnungen des klagenden Verbandes füllte der Tofu selbst nur etwa 36 % des Volumens der Kartonverpackung aus. Die zusätzliche Umverpackung diene nach Ansicht des Klägers allein dem Zweck, einen größeren Inhalt vorzuspiegeln, als tatsächlich in der Verpackung vorhanden ist. Der Verbraucher werde aufgrund der Größenverhältnisse in die Irre geführt, weil er zum einen erwarte, dass die Verpackung überwiegend mit Tofu gefüllt ist und zum anderen, dass kein unnötiger Verpackungsmüll produziert wird.

Das LG stufte das Anbieten des Tofus in der beanstandeten Verpackung als irreführende geschäftliche Handlung gemäß § 5 Abs. 1 und 2 Nr. 1 UWG ein. Die Produktaufmachung täuscht den Verbraucher über die tatsächliche Füllmenge. Maßstab ist der verständige und situationsadäquat aufmerksame Verbraucher.

Das LG führte aus, dass der Verbraucher bei einem alltäglichen Produkt wie Tofu in einer schlichten Kartonverpackung erwartet, dass diese zu deutlich mehr als nur zwei Dritteln befüllt ist. Die vom Bundesgerichtshof (BGH) angenommene Relevanzschwelle von mehr als 30 % Luftanteil ist hier mit rund 64 % Luftanteil deutlich überschritten.

Den Vortrag des Klägers, dass der Tofu nur 36 % des Verpackungsvolumens ausmacht, betrachtete das LG als unstrittig. Der Beklagte hat dies nur pauschal und damit unzureichend bestritten. Zudem stellte das LG klar, dass der Beklagte die Beweislast dafür zu tragen hätte, dass die Größe der Verpackung aus technischen Gründen notwendig ist. Entsprechendes hat der Beklagte jedoch nicht vorgetragen. Technische Erfordernisse sind nach Ansicht des LG angesichts des „erheblichen Missverhältnisses zwischen Warenvolumen und Verpackungsvolumen mit

deutlich überhöflichem Luftanteil“ auch nicht ansatzweise ersichtlich.

Die Fehlvorstellung des Verbrauchers wird nicht neutralisiert. Nach der Rechtsprechung des BGH genügt die Füllmengenangabe hierfür nicht. Für den Verbraucher war die Verpackung auch nicht von außen einsehbar. Schließlich gab es keine aufklärenden Hinweise auf der Verpackung.

Die Irreführung ist auch geeignet, die Kaufentscheidung des Verbrauchers zu beeinflussen. Der Verbraucher geht aufgrund der Verpackungsgröße von einer fast doppelt so großen Menge Tofu aus, wodurch das Produkt wesentlich preisgünstiger erscheint, als es tatsächlich ist.

*Quelle: LG Heilbronn, Urt. v. 10.9.2025, Az. Me 8 O 227/24.*

## 5. OLG Stuttgart: „Kostenloses“ Vorteilsprogramm trotz Daten

Die Bezeichnung eines Vorteilsprogramms eines Lebensmitteldiscounters als „kostenlos“ ist nicht irreführend, auch wenn Verbraucher für die Teilnahme personenbezogene Daten bereitstellen. Denn ein Unternehmer ist nicht verpflichtet, die Bereitstellung personenbezogener Daten als „Gesamtpreis“ für eine Dienstleistung anzugeben. Dies entschied das Oberlandesgericht Stuttgart (OLG) mit Urteil vom 23.9.2025.

Der beklagte Lebensmitteldiscounter bietet Verbrauchern das Vorteilsprogramm „L. Plus“ an. Für die Teilnahme müssen Kunden eine App herunterladen und ein Benutzerkonto anlegen. Dabei geben sie personenbezogene Daten wie Name, Mobilfunknummer und E-Mail-Adresse an. Im Gegenzug erhalten sie personalisierte Angebote und Rabatte. In den Teilnahmebedingungen wird die Teilnahme als „kostenlos“ bezeichnet. Danach wird die Verwendung der personenbezogenen Daten erläutert. Der Kläger, ein Verbraucherschutzverband, hält diese Praxis für rechtswidrig.

Nach Ansicht des OLG ist die Klage unbegründet. Die Beklagte hat nicht gegen ihre Informationspflichten aus § 312d Abs. 1 S. 1 BGB i.V.m. Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 5 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuch (EGBGB) verstoßen. Offen ließ das OLG bereits, ob § 312 BGB auf die Anmeldung zum Vorteilsprogramm (Fernabsatzvertrag) der Beklagten überhaupt anwendbar ist.

Die Bereitstellung von personenbezogenen Daten durch den Verbraucher stellt keinen „Preis“ dar, welcher nach § 312d Abs. 1 S. 1 BGB i.V.m. Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 5 EGBGB anzugeben wäre. Das OLG leitete dies aus einer richtlinienkonformen Auslegung der einschlägigen

europäischen Vorgaben ab, insbesondere der Verbraucherrechte-RL (RL 2011/83/EU) und der RL (EU) 2019/770. Der Begriff des Preises meint danach nur eine Gegenleistung in Geld oder einer digitalen Darstellung eines Wertes. Die Hingabe personenbezogener Daten ist keine berechenbare Größe und lässt sich anders als der Preis und die Kosten nicht wertmäßig in Geld beziffern. Die europäischen Richtlinien unterscheiden in ihren Anwendungsbereichen klar zwischen Verträgen, bei denen der Verbraucher einen Preis zahlt, und solchen, bei denen er dem Unternehmer personenbezogene Daten bereitstellt. Auch wenn die Verbraucherrechte-RL der Gewährleistung eines hohen Verbraucherschutzniveaus dienen soll, so ist trotzdem nicht über den Wortlaut hinaus zu fordern, dass der Unternehmer auch zur Nennung anderer Gegenleistungen verpflichtet werden soll. Auf der anderen Seite dient die Richtlinie der Rechtssicherheit für den Unternehmer (Ewgr. Nr. 7 der Verbraucherrechte-RL). Dem liefe zuwider, wenn das Kriterium der Berechenbarkeit des Gesamtpreises durch gerichtliche Auslegung entfernt werde. Der Schutz des Verbrauchers im Hinblick auf seine Daten wird durch die Informationspflichten der Art. 13 und Art. 14 der VO (EU) 2016/679 (DSGVO) gewährleistet.

Auch ein Verstoß gegen wettbewerbsrechtliche Vorschriften liegt nicht vor. Die Angabe, die Teilnahme sei „kostenlos“, ist keine „unwahre Bewerbung als kostenlos“ nach Nr. 20 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG. Die Vorschrift dient dem Schutz des Verbrauchers vor Täuschungen über tatsächlich anfallende Kosten. Gemeint sind nur Kosten, auf welche der Verbraucher nicht ausdrücklich hingewiesen wird. Nach den Leitlinien

zur Auslegung der RL 2005/29/EG kommt das Sammeln von personenbezogenen Daten bei als „gratis“ dargestellten Produkten im Online-Sektor als irreführende Praxis in Betracht, wenn der Verbraucher nicht angemessen über die Verwendung seiner Daten und nutzergenerierter Inhalte informiert wird.

Die Angabe „kostenlos“ ist zutreffend, meinte das OLG, da für die Nutzung des Programms keine monetären Kosten i.S.d. Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 5 EGBGB anfallen. Eine Täuschung des Verbrauchers findet nicht statt, da der Beklagte

in den Teilnahmebedingungen im unmittelbaren Zusammenhang mit dem Hinweis auf die Kostenlosigkeit ausführlich und transparent über die Erhebung und Verarbeitung der personenbezogenen Daten informiert. Einem verständigen Leser wird dadurch klar, dass er für die Vorteile des Programms seine Daten zur Verfügung stellt. Auf eine ausdrückliche Bezeichnung als Gegenleistung kommt es nicht an.

*Quelle: OLG Stuttgart, Urt. v. 23.9.2025, Az. 6 UKI 2/25.*

**Anm. d. Red.:** Die Revision des Klägers ist beim Bundesgerichtshof (BGH) unter dem Az. I ZR 198/25 anhängig.

## 6. LG Köln: Bonus als Eurobetrag ohne Verkaufspreisangabe

Mit Urteil vom 19.11.2025 untersagte das Landgericht Köln (LG) der Beklagten „für ein Lebensmittel mit der Angabe eines ‚Bonus‘ in der Weise zu werben, dass beim Kauf des beworbenen Produkts der Verbraucher einen Bonus im Wert eines bestimmten Eurobetrags zur Anrechnung auf den Kaufpreis zu einem beliebigen Kauf erhalten soll, ohne in der Werbung neben dem ‚Bonus‘-Eurobetrag gleichzeitig den Gesamtpreis des Produkts zu benennen“.

Die Beklagte betreibt Lebensmittelmärkte und ein Onlineangebot. Über ihre App („R.-App“) bietet sie ein Vorteilsprogramm für ihre Kunden an. Teilnehmer können von Bonus-Angeboten für ausgesuchte Produkte profitieren. Der Bonus wird mit einem Logo und dem gewährten Bonus als Eurobetrag dargestellt. Die Bonusbeträge können vom Verbraucher als Guthaben gesammelt und über die App bei zukünftigen Einkäufen eingelöst werden. Streitgegenständlich ist eine Bonus-Aktion auf der Website der Beklagten, bei der für einzelne mit einem Bonus versehene Produkte geworben wurde, ohne dass auch der Verkaufspreis des Produktes angegeben wurde. Der Kläger, eine Verbraucherzentrale, sieht hierin eine Irreführung des Verbrauchers. Dieser könne die Bezugsgröße des gewährten Bonus nicht einschätzen. Es sei für ihn nicht ersichtlich, ob der Verkaufspreis des Produktes im oberen Bereich liege oder sogar vorher angehoben worden sei.

Das LG bejahte einen Unterlassungsanspruch aus §§ 8, 3 und § 5a Abs. 1 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). Entgegen

der Auffassung der Beklagten ist der Anwendungsbereich der Preisangabenverordnung (PAngV) nicht eröffnet. Denn es geht vorrangig weder um die Angabe des Verkaufspreises in seiner Eigenschaft als Warenpreis noch um eine Preisermäßigung i.S.d. PAngV. Der Gesamtpreis i.S.d. § 3 PAngV ist hier nicht die möglicherweise fehlende Information. Das LG führte aus: „Jedenfalls dann, wenn es wie vorliegend in einem Angebot nicht um einen Rabatt i.S. einer Preisermäßigung und nicht nur um den Preis, sondern auch um andere versprochene Vorteile geht, muss § 5a UWG noch anwendbar sein.“

Nach Auffassung des LG ist die beanstandete Werbung gemäß § 5a Abs. 1 UWG unlauter. Die Größenordnung des Verkaufspreises des Produktes ist eine wesentliche Information für den Verbraucher. Denn für die Werthaltigkeit des Bonus ist auch von Bedeutung, welche Gegenleistung der Verbraucher aufwenden muss, um den Bonus zu erhalten. Erst dann kann er einschätzen, ob ein Angebot tatsächlich vorteilhaft ist. Dies gilt erst recht, wenn mit konkreten Eurobeträgen geworben wird und der Bonus direkt beim nächsten Einkauf eingelöst werden kann, so das LG. Der Bonus kommt somit einem Rabatt „sehr nahe“.

Maßgebend für das LG war die Frage, ob das Vorenthalten der wesentlichen Informationen auch in irreführender Weise geschah. Insbesondere im Gesamtzusammenhang der Werbung wird ein nicht unerheblicher Teil des angesprochenen Verkehrs zu einer falschen Einschätzung der Werthaltigkeit des Bonus gelangen, meinte

das LG. Auf der Angebotsseite finden sich zunächst attraktive Angebote („Knaller“, „Aktionen“) mit faktischen Rückerstattungen von zwischen 5 % und über 11 % durch den Bonus. Der Verbraucher könnte folglich dem Irrtum unterliegen, dass in diesem Zusammenhang nur mit der Ankündigung von weiteren Bonusbeträgen beworbene Produkte ebenfalls zur Gruppe „Knaller“ oder „Aktionen“ gehören und deshalb besonders günstig seien. Aber auch allein die Höhe des Bonus von 2 Euro im Verhältnis zum Warenwert verleitet den Verbraucher dazu, das Produkt „in jedem Fall“ zu erwerben, ohne sich umfassend über den üblichen Verkaufspreis zu informieren. Dieser liegt tatsächlich 2 Euro über den Angeboten der Konkurrenz.

Die Irreführung ist von geschäftlicher Relevanz. Die geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers kann im Aufsuchen des Geschäfts bzw. Onlineangebotes der Beklagten und auch in der Anmeldung in der App liegen. Die Werthaltigkeit der versprochenen Bonus-Beträge ist für den

Verbraucher erst mit Kenntnisnahme des aktuellen Verkaufspreises im stationären Handel oder im Onlineangebot der Beklagten ersichtlich. Wäre er vorher darüber informiert gewesen, wieviel er für das jeweilige Produkt bezahlen muss, um den Bonus zu erhalten, hätte der Verbraucher ggf. erst gar nicht die Verkaufsstellen der Beklagten aufgesucht.

Die Beklagte kann sich auch nicht damit rechtfertigen, dass sie behauptet, die Einstellung eines Gesamtpreises für Produkte, welche keiner Aktion unterliegen, sei ihr aus technischen Gründen nicht möglich. Für das LG war nicht ersichtlich, warum die Beklagte dann nicht zumindest eine Bandbreite des Verkaufspreises angibt. Schließlich verfängt auch der Hinweis der Beklagten zur „Üblichkeit“ der Bewerbung sowohl in anderen Branchen als auch hinsichtlich ähnlicher Werbung eines anderen Lebensmittelherstellers nicht.

*Quelle: LG Köln, Urt. v. 19.11.2025, Az. 87 O 18/25.*

## 7. EuGH: Konflikt von Alt-Marke und Ursprungsbezeichnung

Der Gerichtshof der Europäischen Union (EuGH) entschied mit Urteil vom 11.9.2025, dass ein Konflikt zwischen einer älteren Marke und einem jüngeren geschützten Weinnamen ausschließlich nach der alten VO (EG) Nr. 1493/1999 zu lösen ist. Die neueren Regelungen, die den Schutz einer geografischen Angabe bei Irreführungsgefahr durch eine bekannte Marke ausschließen, sind nicht anwendbar. Dies gilt, wenn der Weinname bereits vor dem 1.8.2009 national geschützt und danach automatisch in das Unionsregister übernommen wurde. Die alte Verordnung sieht einen Vorrang des geschützten Weinnamens vor, gestattet aber unter bestimmten Voraussetzungen die Weiterverwendung der älteren Marke.

Die Klägerin ist ein italienisches Weinunternehmen und Inhaberin mehrerer älterer nationaler Marken und Unionsmarken, die das Wort „Salaparuta“ enthalten und 1989 bzw. 2000 registriert wurden. Im Jahr 2006 wurde in Italien die kontrollierte Herkunftsbezeichnung (DOC) „Salaparuta“ für Weine aus der gleichnamigen italienischen Gemeinde anerkannt, deren Trauben von Weinanbauflächen innerhalb der

Gemeindegrenzen stammen. Diese DOC wurde im Jahr 2009 als geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.) automatisch in das Unionsregister eingetragen. Die Klägerin verlangte die Nichtigerklärung dieser g.U., da sie mit ihren älteren Marken kollidiere und irreführend sei. Es besteht kein Zusammenhang zwischen ihrem unter der Marke „Salaparuta“ vertriebenen Wein und der italienischen Gemeinde. Auch stammen die ihr verwendeten Trauben nicht von dort.

Der italienische Kassationsgerichtshof wendete sich mit einem Vorabentscheidungsersuchen an den EuGH. Im Wesentlichen wollte er wissen, nach welchen Vorschriften der Konflikt zwischen den älteren Marken einerseits und den jüngeren geografischen Bezeichnungen (DOC bzw. g.U.) zu lösen sei. Ob also die bei Eintragung der DOC geltende VO (EG) Nr. 1493/1999 oder die bei der Überführung der nationalen DOC in die unionsrechtliche g.U. im Jahre 2009 geltende Marktorganisationsregeln maßgeblich seien. Dieser entschied nun, dass Art. 51 der VO (EG) Nr. 479/2008, Art. 118s der VO (EG) Nr. 1234/2007 und Art. 107 VO (EU) Nr. 1308/2013 dahin auszulegen sind, dass der



vorliegende Konflikt nur auf der Grundlage von Anh. VII Abschn. F Nr. 2 UAbs. 2 der VO (EG) Nr. 1493/1999 zu lösen ist.

Die DOC „Salaparuta“ wurde 2006 unter der Geltung der VO (EG) Nr. 1493/1999 national anerkannt. Die späteren VO (EG) Nr. 479/2008, VO (EG) Nr. 1234/2007 und VO (EU) Nr. 1308/2013 sehen einen automatischen Schutz für solche bereits bestehenden Weinnamen vor. Diese Übernahme in das Unionsregister stellt dann keine neue Eintragung dar, sondern eine Fortführung des bestehenden Schutzes nach der VO (EG) Nr. 1493/1999.

Der EuGH betonte, dass diese Übergangsregelung aus Gründen der Rechtssicherheit geschaffen wurde, um bestehende Ursprungsbezeichnungen von neuen Prüfverfahren auszunehmen. Daher sind die in den neueren Verordnungen enthaltenen Gründe für die Verweigerung des Schutzes nicht anwendbar. Diese Bestimmungen gelten nur für neue Schutzanträge, nicht für automatisch übernommene Weinnamen. Stattdessen regelt Anh. VII Abschn. F Nr. 2 UAbs. 2 der VO (EG) Nr. 1493/1999 den Konflikt abschließend. Diese Vorschrift schreibt den Vorrang des geschützten Weinnamens vor einer verkehrsblichen älteren Marke fest, erlaubt aber unter weiteren Voraussetzungen eine Koexistenz mit der älteren Marke.

*Quelle: EuGH, Urt. v. 11.9.2025, Rs. C-341/24.*

#### TRANSPARENZHINWEIS

Bei der Erstellung der Zusammenfassung kommt generative KI (Künstliche Intelligenz) zum Einsatz. Die Zusammenfassungen wurden redaktionell nachbearbeitet. Rechtliche Angaben sind von der Verwenderin/vom Verwender zu prüfen.

#### IMPRESSUM

##### Herausgeber:

Verein zur Förderung der Forschungsstelle für Europäisches und Deutsches Lebens- und Futtermittelrecht an der Philipps-Universität Marburg e. V.  
Universitätsstraße 6  
35037 Marburg

##### Erscheinungsweise:

12-mal jährlich, kostenlos für Mitglieder des Fördervereins der Marburger Forschungsstelle für Lebensmittelrecht

##### Redaktion:

Fabian von Minckwitz  
Steffen Düsterloh

##### E-Mail:

[lemineu@staff.uni-marburg.de](mailto:lemineu@staff.uni-marburg.de)  
Newsletter [abbestellen](#).