

## MARKENSTREIT

Tony's Chocolonely  
kontert Mondelez

Der Schokoladenhersteller Tony's Chocolonely hat beim Landgericht Hamburg Widerspruch gegen die einstweilige Verfügung eingereicht, mit der Mondelez die Parodie von Milka-Schokolade untersagen ließ. Mit Plagiaten von Markenschokolade von Nestlé, Mondelez, Ferrero und Mars hatte Tony's auf die Arbeitsbedingungen auf Kakaoplantagen aufmerksam gemacht. Mondelez wendete sich daraufhin gegen die Nutzung der Farbe Lila. *Iz 15-24*

## ERNÄHRUNGSPOLITIK

Werbe-gesetz-Entwurf  
überarbeitet

Bundesernährungsminister Cem Özdemir hofft weiter auf eine Einigung in der Ampel beim umstrittenen Kinder-Lebensmittel-Werbe-gesetz. Der bisherige Entwurf werde so überarbeitet, dass eine Verabschiedung möglich sein sollte, sagte der Minister bei einer Veranstaltung der Zeit-Verlagsgruppe am Mittwoch in Berlin. Er habe „die notwendige Geduld“. Die Einführung einer Zuckersteuer hält er für kaum realistisch, sie sei auch nicht im Koalitionsvertrag vereinbart. *Seite 35 Iz 15-24*

## LOHNVERHANDLUNGEN

Verdi diskutiert über  
Tarifrunde im Handel

Der Fachbereich Handel der Gewerkschaft Verdi lädt Mitglieder am kommenden Dienstag zu einem bundesweiten Austausch über die Tarifrunde per Videokonferenz ein. „Die Verhandlungen ziehen sich nun seit über elf Monaten hin. Das Verhalten der Arbeitgeber ist nicht akzeptabel“, wird Silke Zimmer, das für den Handel zuständige Mitglied des Verdi-Bundesvorstands, zitiert. Aktuell verweigern die Arbeitgeber weitere Verhandlungstermine im Einzelhandel. *Iz 15-24*

## BÜRGERRAT ERNÄHRUNG

Keine Planungen zur  
Umsatzsteuerreform

Die Bundesregierung plant in dieser Legislaturperiode keine Änderungen an den Mehrwertsteuersätzen. Das hat sie in ihrer Antwort auf eine Anfrage der CDU/CSU-Bundestagsfraktion klargestellt. Die Regierung beruft sich dabei auf den Koalitionsvertrag, der das nicht vorsehe. Der Bürgerrat „Ernährung im Wandel“ hatte vorgeschlagen, unterschiedliche Ernährungsformen umsatzsteuerlich gleichzustellen, etwa pflanzliche Milchersatzprodukte und Fleischersatzprodukte. *Iz 15-24*

## HERKUNFTSKENNZEICHEN

ZKHL startet mit  
Branchenlabel

Die Zentrale Koordination Handel-Landwirtschaft (ZKHL) hat den Start des Herkunftskennzeichens „Gutes aus deutscher Landwirtschaft“ bekanntgegeben. Unternehmen und Organisationen aus der Agrar- und Ernährungsbranche können unter der URL „herkunft-deutschland.de“ eine entsprechende Nutzungsvereinbarung abschließen, um das branchenübergreifende Herkunftskennzeichen für ihre Produkte zu nutzen. *Iz 15-24*

## Warnhinweise weiter umstritten

Initiative „Pro Rauchfrei“ strengt neue Prozesse zu Zigarettenautomaten an – Tegut unterliegt vor OLG Bamberg – Neue Displays

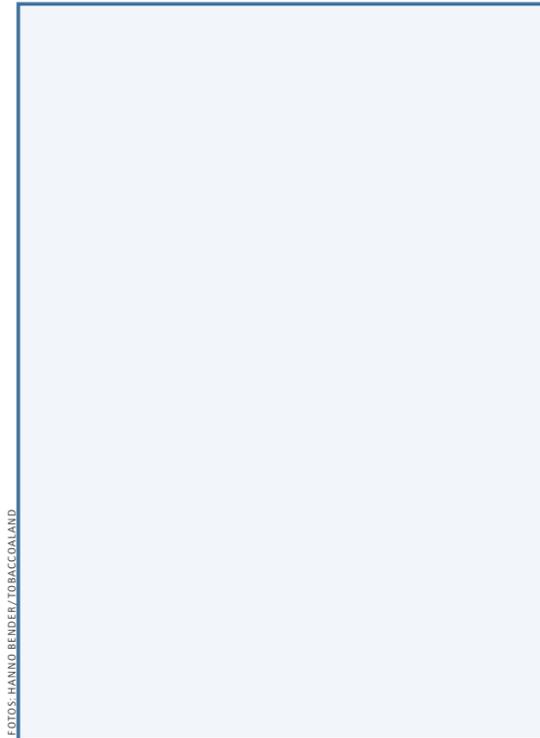
Die Aufmachung von Zigarettenautomaten befasst die Gerichte noch immer. Ein Grundsatzurteil des Bundesgerichtshofs brachte keine Rechtsklarheit, wie ein aktuelles Verfahren vor dem Oberlandesgericht Düsseldorf zeigt.

Die Initiative „Pro Rauchfrei e.V.“ hat am Dienstag ihren Unterlassungsantrag gegen den Automatenaufsteller Tobaccoland zurückgezogen, verloren haben die Anti-Tabakaktivisten den Rechtsstreit damit aber noch nicht.

Das Oberlandesgericht Düsseldorf verhandelte rund eineinhalb Stunden über die Frage, in welcher Weise die nach EU-Recht vorgeschriebenen Warnhinweise auf Zigarettenautomaten anzubringen sind. Hierzu hatte der Bundesgerichtshof im Oktober – nach zweimaliger Vorlage zum Europäischen Gerichtshof – ein Grundsatzurteil gegen einen Edeka-Händler gefällt (*Iz 44-23*). Demnach müssen auch Symbolbilder auf den Auswahltasten der Automaten die Warnhinweise tragen, wenn der Verbraucher die Abbildung aufgrund ihrer Gestaltung „hin-sichtlich Umrissen, Proportionen, Farben und Markenlogo mit einer Tabakverpackung assoziiert“.

Auch dieses Grundsatzverfahren hatte die Initiative „Pro Rauchfrei“ angestrengt. Vorstand Stephan Weinberger kündigte bereits Mitte Dezember gegenüber der LZ neue Prozesse gegen Händler und Automatenaufsteller an, die die Vorgaben des Urteils nicht umsetzen (*Iz 50-23*).

Das OLG Düsseldorf hatte nun am Dienstag über einen Eilantrag von „Pro Rauchfrei“ gegen zwei Automatentypen von Tobaccoland zu verhandeln: Bei der ersten Variante ist neben den typischen Auswahlbildern ein Aufkleber mit einem ausführlichen Musterwarnhinweis angebracht. Beim zweiten Automatenmodell werden auf einem digitalen Display stilisierte Produktbilder angezeigt, die zwar auf Zigarettenmarke und -typ schließen las-



FOTOS: HANNO-BENDER/TOBACCOLAND

**Ob auch stilisierte  
Abbildungen von  
Zigarettenpackungen  
Warnhinweise zeigen  
müssen, bleibt  
zunächst offen**

sen, jedoch wesentlich weiter vom Design der Originalverpackungen entfernt sind. Ob diese neue, abstrahierte Darstellungsform nach der Rechtsprechung des BGH ebenfalls eine Verpflichtung zur Anzeige der Warnhinweise auf jedem einzelnen Bild mit sich zieht, blieb am Dienstag offen.

„Sind die digitalen Abbilder derart stilisiert, dass sie keine Abbildungen von Zigarettenverpackungen im Sinne des BGH-Urteils mehr sind? Das ist für uns die Frage“, führte der Vorsitzende Richter am OLG Erfried Schüttelpelz aus. Hierzu fehle Vortrag der Parteien.

Die Frage ist freilich ebenso für die Gestaltung von Zigarettenausgabeautomaten an Supermarktkassen von entscheidender Bedeutung. „Pro Rauchfrei“ führt in der Sache außergerichtliche Verfahren auch gegen Edeka, Rewe und Norma. Nach Angaben von Stephan Weinberger wurden diese Ver-

**Fehlende Warnhinweise:** Wenn die Auswahltasten an Zigarettenpackungen erinnern (oben), müssen sie laut OLG Bamberg Warnhinweise tragen. Das OLG Düsseldorf will sich bei abstrahierten Abbildungen (unten) noch nicht festlegen.

fahren nach Absprachen mit den Unternehmen zurückgestellt, bis Rechtsklarheit herrscht.

Am Dienstag kam es zu keiner Entscheidung, weil „Pro Rauchfrei“ die Eilanträge in der Verhandlung zurückzog. „Es war unglücklich, dass sie den Weg des Eilverfahrens gewählt haben“, hatte der Senatsvorsitzende zuvor bekundet. Im Falle der ersten Automatenvariante sei nach der vorläufigen Einschätzung des Gerichts keine Dringlichkeit gegeben, da dieses Modell bereits seit 2018 nach Absprachen mit den Ordnungsbehörden verwendet wird. Bei der digitalen Variante sei die Rechtslage in Bezug auf die stilisierten Abbildungen – trotz der Grundsatzentscheidungen von EuGH und BGH – nicht eindeutig genug. Es drohe die Aufhebung einer einstweiligen Verfügung im Hauptsacheverfahren durch den BGH mit entsprechenden Schadenersatzansprüchen von Tobaccoland gegenüber „Pro Rauchfrei“. Dass der Verein die dann in Rede stehende Summe vermutlich nicht aufbringen könne, müsse der Senat bei seiner Abwägung berücksichtigen.

Tobaccoland betreibt rund 80 000 Automaten, 5 000 davon mit digitalem Display. Die Umrüstungskosten bezifferte Geschäftsführer Andreas Lukasch auf 50 000 bis 600 000 Euro.

„Wir haben aus formalen Gesichtspunkten unser Anliegen im Eilverfahren zurückgestellt“, sagt Weinberger. Er will den Prozess als Hauptsacheverfahren in Düsseldorf weiterführen und belegen, dass auch die digitalen Abbildungen Assoziationen zu einer Zigarettenpackung hervorrufen.

Vor dem OLG Bamberg war „Pro Rauchfrei“ im Februar mit einem Unterlassungsantrag gegen digitale Ausgabeautomaten von Tegut erfolgreich. Das Unternehmen hat jedoch Widerspruch gegen den Beschluss eingebracht. Rechtsanwalt Peter Ruess, der Tegut und Tobaccoland vertritt, zeigte sich nach der Verhandlung in Düsseldorf zuversichtlich, beide Verfahren am Ende zu gewinnen. *be/Iz 15-24*

## Lebensmittelbranche ruft zur Europawahl auf

Verbände der Ernährungsindustrie und der Lebensmittelwirtschaft starten gemeinsame Kampagne

Mit Werbeanzeigen in Printmedien und einer Social Media-Kampagne betonen die Bundesvereinigung der Ernährungsindustrie (BVE) und der Lebensmittelverband Deutschland die Bedeutung der EU.

Die deutsche Lebensmittelwirtschaft startet eine Pro-Europa-Kampagne. Der Titel des Wahlaufrufs lautet: „Lieber zu Ende denken! Geh wählen!“ Die Kampagne richtet sich gegen einen Populismus, der die Vorteile der Europäischen Union infrage stellt. Die Aktion wurde am Donnerstag (*nach Redaktionsschluss*) in Berlin vorgestellt.

„Für viele Bürger ist das Europa-parlament weit weg, dabei werden dort längst mehr für Verbraucher und Wirtschaft relevante Entscheidungen getroffen als im Deutschen Bundestag“, begründet Christoph Minhoff, Hauptgeschäftsführer der Bundesvereinigung der Ernährungswirtschaft und des Lebensmittelverbands, die Kampagne gegenüber der LZ. „Die

Wahl zum EU-Parlament am 9. Juni 2024 entscheidet über die Richtung, in die sich die EU in den kommenden Jahren bewegen wird“, so der Cheflobbyist der Lebensmittelwirtschaft.

Der EU-Gesetzgeber müsse sich künftig stärker auf das Wesentliche konzentrieren und richtig priorisieren. „Ansonsten laufen wir Gefahr,

**»Für viele Bürger ist das Europäische Parlament weit weg«**

Christoph Minhoff,  
Hauptgeschäftsführer von BVE  
und Lebensmittelverband  
Deutschland

von der Entwicklung in anderen Regionen der Welt abgehängt zu werden“, mahnt Minhoff.

Mit der Wahlkampagne bekenne sich die deutsche Lebensmittelwirtschaft öffentlich zu einem Europa der

Mitte. Ab kommenden Sonntag werden unter anderem in der Bild-Zeitung erste Anzeigen in Publikumsmedien geschaltet. Insgesamt 12 verschiedene Motive sollen die Bedeutung des europäischen Binnenmarktes anhand von Beispielen mit Branchenbezug verdeutlichen (*siehe S. 8*). Zudem soll unter dem Hashtag #lieberzuEndedenken und mit Videoclips auf Social Media-Kanälen auf die Konsequenzen hingewiesen werden, die ein Erstarken der Extremisten und der politischen Ränder bei der Europawahl bedeuten würde.

Die AfD wird in der Kampagne nicht explizit genannt, ist aber zwischen den Zeilen adressiert. „Es gibt bei der Europawahl zahlreiche Parteien mit extremistischen Positionen. Wir wollen nicht gegen einzelne Parteien aktiv werden, sondern die Bürger auffordern, sich selbst eine Meinung zu bilden. Für uns ist es wichtig, dass die Kräfte gestärkt werden, die Europa stärken wollen, nicht diejenigen, die Europa schwächen wollen“, erläutert Minhoff. *be/dgl/Iz 15-24*

DSA-Klage gegen  
Etsy eingereicht

Die Wettbewerbszentrale hat die irische Online-Plattform Etsy wegen Verstößen gegen Transparenzpflichten vor dem OLG Frankfurt auf Unterlassung verklagt. Es ist eines der ersten Verfahren auf Basis des Digital Services Acts (DSA) vor einem deutschen Gericht. „Wir halten es für problematisch, dass eine Plattform wie Etsy mit rund 7 Mio. angeschlossenen Händlern derzeit Verbrauchern grundlegende Informationen vorenthält“, begründet Martin Bolm, Justiziar bei der Wettbewerbszentrale, die Klage. Der DSA ist im Februar in der EU in Kraft getreten. Die EU-Kommission hat bereits ein DSA-Verfahren gegen Aliexpress eingeleitet. „Neben der behördlichen Durchsetzung können auch private Organisationen auf Basis des DSA gegen Online-Plattformen vorgehen“, erläutert Kai-Oliver Kruske von der Wettbewerbszentrale. „Wir werden von dieser neuen Möglichkeit verstärkt Gebrauch machen, wenn Internetmarktplätze gegen Rechtsvorschriften verstoßen“. *be/Iz 15-24*