

Presseerklärung vom 17.01.2019

Der VBuW Nahrungsmittel- und Gastronomiebranche hat einen weiteren wichtigen Erfolg vor dem Kammergericht Berlin gegen die Betreiberin eines Lieferportals errungen. Das Kammergericht hat mit Urteil vom 04.12.2018 die Berufung des beklagten Lieferportals als unbegründet zurückgewiesen. Streitig waren neben der Aktivlegitimation des Vereins auch die Verpflichtung der Beklagten zur Kennzeichnung der über das Lieferportal angebotenen Speisen und Getränke nach der Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV) sowie die Bereitstellung einer hinreichenden Anbieterkennzeichnung seiner Partnerrestaurants.

Zur Aktivlegitimation, die das Gericht als gegeben angesehen hat, führte es unter anderem aus: „Zur Annahme einer i.S. von § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG „erheblichen“ Zahl von Mitgliedern genügt im Streitfall schon das Abstellen auf die – insoweit auch von der Berufung nicht bestrittenen – Mitgliedschaften der in LGU 16 Mitte, angeführten „namhaften Franchisegeber der Systemgastronomie“. Denn angesichts deren – gerichtsbekannt – enormer wirtschaftlicher Bedeutung sind sie bezogen auf den maßgeblichen Markt in einer Weise repräsentativ, dass ein missbräuchliches Vorgehen des Verbands ausgeschlossen werden kann,....“.

Mit Blick auf den geltend gemachten Unterlassungsanspruch stellte das Gericht klar:

„Zu Recht ist sie (die Beklagte) auf lauterkeitsrechtlicher Grundlage wegen fehlender Grundpreisangaben, fehlenden bzw. defizitären Koffeinwarnhinweises, fehlender Allergenangaben, fehlender Zusatzstoffe, fehlender Alkoholgehaltsangaben und defizitärer Anbieterkennzeichnung zur Unterlassung und Erstattung von Abmahnkosten nebst Zinsen verurteilt worden.“

Da es sich hier um die zweite vom Verein erstrittene Entscheidung des Kammergerichts gegen den Betreiber eines gastronomischen Lieferportals handelt, kann im Wesentlichen auf die Ausführungen des Kammergerichts vom 21.06.2017 (https://fair-sein.de/wp-content/uploads/2016/01/Kammergericht-5-U-185_16-vom-21.06.2017.pdf) verwiesen werden. Nachfolgend wird daher nur noch auf die Besonderheiten des Falls näher eingegangen, da diese teils wichtige Hinweise für die Auslegung und Anwendung der LMIV und der Preisangabenverordnung (PAngV) enthalten:

Für den Koffeinwarnhinweis und den Alkoholgehalt war unter anderem streitig, ob diese auch bei einer Internetwerbung im selben Sichtfeld erscheinen müssen wie die Bezeichnung des Getränks. Das Gericht bejahte dies und führte hierzu aus: „Die Auffassung der Berufung, aus Art. 2 Abs. 2 lit. k LMIV ergebe sich eine Einschränkung besagten „Sichtfeld-Gebots“ auf Verpackungen teilt der Senat nicht, auch wenn die zuletzt genannte Vorschrift den Begriff „Sichtfeld“ definiert als alle Oberflächen einer Verpackung, die von einem einzigen Blickpunkt aus gesehen werden können. Diese Vorschrift dient allein der Klärung früherer Auslegungsschwierigkeiten bei der Bestimmung des Sichtfeldes, z.B. beim Anbringen über Eck einer quaderförmigen Verpackung (vgl. Meisterernst in Zipfel/Rathke, Lebensmittelrecht, 170 EL, Art.2 LMIV Rd.91), nicht aber der Beschränkung des Sichtfeldgebots auf Verpackungen. Art. 2 Abs. 2 lit. k LMIV zeigt also nur auf, wie im Falle einer Verpackung der (aufgrund insoweit vorhandener Dreidimensionalität allein dann erläuterungsbedürftige) Begriff „Sichtfeld“ zu

verstehen ist, ohne aber den aus Anhang III Nr. 4.1. folgenden Gebotsumfang auf Verpackungen zu beschränken.“

Wegen der defizitären Anbieterkennzeichnung sah das Kammergericht einen klaren Verstoß gegen §§ 3, 5a Abs. 2 Satz 1 Absatz 4 UWG iVm § 5 Abs. 1 Nr. 4 und 6 TMG.

Offen geblieben ist dagegen die Frage, ob die Kennzeichnung der Zusatzstoffe vorverpackter Lebensmittel im Versandhandel in den Angebotslisten erfolgen muss oder ob – wie von der Berufung vertreten – nach den Vorschriften der LMIV ein Medienbruch erfolgen kann. Da aber die Bereitstellung der Informationen über Zusatzstoffe hier unstreitig gar nicht erfolgt war und es hier dem Verein vorrangig um das ob der Bereitstellung, nicht aber um das wie gegangen ist, musste das Gericht hier keine Entscheidung treffen.

Nicht durchdringen konnte dagegen der VBUW mit seiner Forderung das Flaschenpfand trotz Einbeziehung in den Endpreis nochmals separat auszuweisen. Das Kammergericht stellt hier klar: „Auch eine wettbewerbsrelevante – Irreführung i.S. von § 5 UWG zum Nachteil des Verbrauchers ist nicht denkbar, solange nur – wie hier der Fall – das zu erhebende Flaschenpfand in den ausgelobten Preis mit eingeflossen ist.“

Die Entscheidung des Kammergerichts ist noch nicht rechtskräftig. Zwar hat das Kammergericht die Revision nicht zugelassen, die Betreiberin des beklagten Lieferportals hat aber fristgerecht Nichtzulassungsbeschwerde eingelegt.

Über uns:

Der Verein zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs in der Nahrungsmittel- und Gastronomiebranche e.V. ist im September 2014 von den Systemzentralen der Joey's Pizza (Deutschland) GmbH (jetzt: Domino's Pizza Deutschland GmbH), der Call a Pizza Franchise GmbH, der Smiley's Franchise GmbH, der Schroeder & Neumann Franchise GmbH & Co. KG (Pizza Max Hamburg), der Tele Pizza AG und der Mundfein GmbH gegründet worden. Der Verein ist Berufsverband und Wettbewerbsverein. Wir informieren über branchenspezifische Gesetzesänderungen und Neuerungen sowie die aktuelle Rechtsprechung. Ferner unterstützen wir unsere Mitglieder bei der Umsetzung der lebensmittelrechtlichen Informations- und Kennzeichnungspflichten in ihren Werbemitteln und setzen uns branchenweit für einen fairen Wettbewerb ein. Unter dem Motto „Fair-Sein.de“ bietet der Verein seinen Mitgliedern und Interessenten eine Anlaufstelle, um gegen wettbewerbsrelevante Missstände der Branche vorzugehen.

Kontakt: Verein zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs in der
Nahrungsmittel- und Gastronomiebranche e.V.,
Heerstr. 14, 14052 Berlin, Tel.: 030 33 77 19 96
service@fair-sein.de
www.fair-sein.de

Ansprechpartner: Frau Rechtsanwältin Nicole Thomas, Hauptgeschäftsführerin