



Landgericht Köln

Im Namen des Volkes

Urteil

81 O 67/24

In dem Rechtsstreit

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e.V., gesetzlich vertreten durch den
Vorstand, [REDACTED], Paulinenstraße 47, 70178 Stuttgart,

Klägers,

– Prozessbevollmächtigter: Rechtsanwalt [REDACTED]
[REDACTED]

gegen

die REWE Markt GmbH, gesetzlich vertreten durch die Geschäftsführer, [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED] Domstraße 20, 50668 Köln,

Beklagte,

- Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte [REDACTED]
[REDACTED]

wegen Wettbewerbsverstoßes

hat die 1. Kammer für Handelssachen
auf die mündliche Verhandlung vom 17. April 2025
durch den
Vorsitzenden Richter am Landgericht [REDACTED]
als Vorsitzenden

für Recht erkannt:

I. Die Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, bei der Bewerbung zum Verkauf von Honig als Ursprungsland Deutschland anzugeben, soweit keinerlei Bestandteil des angebotenen Honigs in Deutschland erzeugt wurde, wie geschehen gemäß Anlage K 2 und/oder Anlage K 3.

II. Der Beklagten wird für jeden Fall der Zuwiderhandlung ein Ordnungsgeld bis zu € 250. 000,00 (ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Wochen) oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten angedroht.

III. Die Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin € 243, 51 zuzüglich Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz hieraus p. a. seit 11.12.2024 (Rechtshängigkeit) zu bezahlen.

IV. Die Kosten des Rechtsstreits trägt die Beklagte.

V. Das Urteil ist für die Klägerin vorläufig vollstreckbar, zu I. gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 10.000 € und zu II. und IV. in Höhe von 110 % des zu vollstreckenden Betrags.

Tatbestand:

Der Kläger nimmt die Beklagte wegen unlauterer Ursprungslandangabe auf Unterlassung sowie auf Erstattung von Abmahnkosten in Anspruch.

Der Kläger ist als qualifizierte Einrichtung in die Liste gemäß § 4 UKlaG eingetragen.

Die Beklagte ist ein Discounter und betreibt die Webseite www.rewe.de. Der Verbraucher kann auf der Website die Artikel nicht verbindlich bestellen, sondern nur eine Artikelauswahl treffen und sich die ausgewählten Artikel an die von ihm angegebene Adresse liefern lassen. Die Artikel werden dem Verbraucher bei der Lieferung an der Haustür erstmals zum Kauf angeboten und der Kunde kann frei entscheiden, ob er das Kaufangebot im Hinblick auf alle Artikel, einzelne der angebotenen Artikel oder überhaupt keinen Artikel annimmt (Ziffer 1.3 der AGB der Beklagten).

Die Beklagte vertreibt u.a. das Produkt „Bio Blütenhonig Cremig“, das sie über ihre Webseite gemäß Anlage K 2 bewirbt. Darüber hinaus bewirbt die Beklagte ebenso „Wemet Waldhonig“ gemäß Anlage K 3 in der Produktverpackung gemäß Anlage K 4.

Der erstgenannte Honig wird in der von der Beklagten verwendeten Produktbeschreibung mit „Herkunft: Mischung von Honig aus EU-Ländern und Nicht-EU-Ländern“ dargestellt, darüber hinaus ist „Ursprungsland: Deutschland“ angegeben. Tatsächlich stammt der Honig aus Brasilien und Rumänien. REWE Bio Blütenhonig wird in Fässern nach Deutschland geliefert, wo noch Reinigungsschritte sowie die Abfüllung und die Etikettierung stattfinden.

Der zweitgenannte Honig wird mit den Bezeichnungen „Mischung von Honig aus EU-Ländern und Nicht-EU-Ländern“ sowie „Ökologische Herkunft: Mischung von Honig aus Nicht-EU-Ländern“ sowie der weiteren Angabe „Ursprungsland: Deutschland“ angeboten, wobei das Produkt tatsächlich als Ursprung Litauen/Chile/Argentinien ausweist.

Auf den Produktverpackungen selbst findet sich die streitgegenständliche Angabe „Ursprungsland Deutschland“ nicht.

Der Kläger beanstandet die Bewerbung mit der Angabe „Ursprungsland: Deutschland“ und forderte die Beklagte wurde mit Schreiben vom 24.10.2024 zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung ab, was die Beklagte ablehnte. Für die Abmahnung macht der Kläger mit dem Antrag zu III. eine Abmahnpauschale geltend.

Der Kläger ist der Auffassung, das Verhalten der Beklagten verstoße gegen §§ 5b Abs. 1 Nr. 1; 5 Abs. 2 Nr. 1; 3 lit. a); 3 UWG in Verbindung mit §§ 3 HonigV sowie Art. 23 der Verordnung (EWG) Nr. 2913/92 des Rates vom 12. Oktober 1992. Beim

Ursprungsland eines Naturprodukts handele es sich um eine wesentliche Information gemäß § 5b UWG, über die vorliegend getäuscht werde, da das Ursprungsland in beiden Fällen nicht Deutschland sei. Ebenso sei das Ursprungsland ein wesentliches Merkmal der Ware, über das vorliegend gemäß § 5 UWG getäuscht werde. Bei § 3 HonigV und Art. 23 der VO Nr. 2913/92 handele es sich um Marktverhaltensregelungen im Sinne von § 3a UWG. Ursprungsland sei das Land, in dem der Honig erzeugt wurde. Der Verbraucher werde über die geografische Herkunft getäuscht. Der Herkunftsnachweis habe eine immer stärkere wettbewerbliche Bedeutung, da zunehmend Verbraucher Wert darauf legen würden, dass entsprechende Produkte aus der Heimat oder sogar aus der Region kommen. Die Täuschung werde nicht bei der Anlieferung der Ware beseitigt, da der Verbraucher üblicherweise allenfalls die Anzahl der Produkte kontrolliere, aber nicht zusätzliche Produktangaben.

Der Kläger beantragt, nachdem er zunächst die Unterlassung beim Angebot zum Verkauf beantragt hat, in der Fassung der Antragstellung in der mündlichen Verhandlung,

wie erkannt.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte biete die beiden Artikel auf ihrer Website www.rewe.de, auf der sich unstreitig die beanstandeten Angaben nur befinden, nicht zum Kauf an. Die streitgegenständliche Angabe „Ursprungsland Deutschland“ auf der Website der Beklagten erfolge also nicht „beim Angebot zum Verkauf“. Dementsprechend bestehe für die Vornahme der Angabe „Ursprungsland Deutschland“ beim Angebot zum Verkauf weder eine Begehungs- noch eine Wiederholungsgefahr.

Es liege zudem keine Eignung zu einer Täuschung des Verbrauchers vor. Die Angabe zur Herkunft sei das Land, in dem der jeweilige Honig selbst erzeugt wurde. Dies werde für beide Honige korrekt auf der Website angegeben. Mit der zusätzlichen Angabe von Deutschland als Ursprungsland werde lediglich zum Ausdruck gebracht, dass der jeweilige Inverkehrbringer aus Deutschland stamme. Anderenfalls wären die Angaben zur Herkunft und zum Ursprung widersprüchlich,

was der Verbraucher ebenfalls erkennen würde, so dass er auch nicht getäuscht werde. Eine Eignung zu einer spürbaren Beeinträchtigung sei nicht anzunehmen.

Ein Verstoß gegen § 3 Abs. 4 HonigV scheide aus, da diese Norm lediglich Vorgaben für die Pflichtkennzeichnung von Honig aufstelle und nur die Kennzeichnung der Produkte selbst betreffe.

Ein Anspruch aus Art. 23 VO (EWG) Nr. 2913/92 scheide ebenfalls aus, weil es sich lediglich um eine gesetzliche Definition von Begrifflichkeiten handele.

Ein Verstoß gegen Art. 26 bzw. Art. 36 VO (EU) Nr. 1169/2011 vom 25. Oktober 2011 betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel (LMIV) scheide ebenfalls aus, weil der Anwendungsbereich dieser beiden Vorschriften für die rein werblichen Angaben auf der Website der Beklagten nicht eröffnet sei.

Wegen der Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf die zu den Akten gereichten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

Entscheidungsgründe:

Die Klage ist begründet.

1.

Die Klageänderung in der mündlichen Verhandlung ist gemäß § 263 ZPO sachdienlich und statthaft, weil unter Wahrung des Streitgegenstands in der konkreten Verletzungsform der Kläger lediglich dem Umstand Rechnung getragen hat, dass auf der Webseite der Beklagten keine Verkaufsangebote stattfinden.

Die ursprünglichen Bedenken gegen die Antragsfassung sind damit ausgeräumt. Da bei der unstreitigen Angebotsgestaltung der Beklagten ein Kaufangebot nicht auf der Webseite, sondern erst bei Anlieferung erfolgt, geht es vorliegend nur um Fragen der Bewerbung und nicht von Verkaufsangeboten.

2.

Der Kläger ist als qualifizierte Einrichtung klagebefugt gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG, §§ 3, 4 UKlaG.

Die Beklagte ist als Betreiberin der Webseite, auf der die Anlagen K 2 und K 3 eingestellt waren, passivlegitimiert.

3.

Der vom Kläger geltend gemachte Anspruch gemäß §§ 3, 3a, 8 UWG, 3, 4 HonigV besteht nicht. Zwar sieht § 3 Abs. 4 Nr. 1 HonigV i.V.m. § 4 Nr. 3 HonigV ein Verkehrsverbot vor, wenn die Angabe des Ursprungslands fehlt. Ungeachtet aller weiterer Fragen betrifft das aber die Angabe auf der Verkaufsverpackung und nicht die Bewerbung des Honigs wie hier auf einer Webseite.

4.

Ein Anspruch gemäß §§ 3, 3a, 5a, 8 UWG i.V.m. Art. 23 VO (EWG) 2319/92 vom 12.10.1992 besteht ebenfalls nicht.

Art. 23 Abs. 1 der VO definiert zwar Ursprungswaren eines Landes als Waren, die vollständig in diesem Land gewonnen oder hergestellt worden sind und Abs. 2 lit. d) erklärt vollständig in dem Land gewonnene oder hergestellte Waren u.a. als Erzeugnisse, die von in diesem Land gehaltenen lebenden Tieren gewonnen worden sind. Hieraus ist zwar zu schließen, dass danach als Ursprungsland das Land gilt, in dem der Honig von den Bienen gewonnen wurde, was entgegen der beanstandeten Angabe nicht Deutschland ist. Art. 23 VO (EWG) 2319/92 sieht aber neben dieser Definition keine Kennzeichnungspflicht vor, gegen die die Beklagte verstoßen hätte.

5.

Ein Anspruch folgt indes aus §§ 3, 3a, 8 UWG i.V.m. Art. 7 Abs. 1, 2, 4 LMIV.

Gemäß Art. 7 Abs. 1 dürfen Informationen über Lebensmittel nicht irreführend sein, insbesondere lit. a) in Bezug auf die Eigenschaften des Lebensmittels, insbesondere in Bezug auf u.a. Ursprungsland. Gemäß Art. 7 Abs. 2 müssen Informationen über Lebensmittel zutreffend, klar und für die Verbraucher leicht verständlich sein. Gemäß Art. 7 Abs. 4 gelten diese Anforderungen auch für die Werbung wie hier.

Bei Art. 7 LMIV handelt es sich um eine Vorschrift im Sinne von § 3a UWG, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln (BGH GRUR 2016, 738 – Himbeer-Vanille-Abenteuer II). Die Anforderung an eine nicht irreführende Information soll Irrtümer sowie Fehlvorstellungen vermeiden. Das Irreführungsverbot ist im Rahmen des § 3a UWG anzuwenden und nicht anstelle dessen die Regelung in § 5b Abs. 4 UWG (Köhler/Odörfer in Köhler/Feddersen, UWG, § 3a, Rdnr. 1.203; vgl. BGH GRUR 2022, 930 – Knuspermüsli II).

In Verbindung von Art. 7 Abs. 1 und 2 LMIV ist von einer Irreführung auszugehen.

Die Angaben zum Ursprungsland Deutschland sind bezogen auf die Anlage K 2 nicht deshalb zutreffend, weil der Honig aus den Herkunftsländern nach Deutschland verbracht und dort in weiteren Arbeitsschritten aufbereitet und abgefüllt wird. Die Beklagte legt dem Begriff Ursprungsland ein Verständnis zugrunde, das weder rechtlich fundiert ist noch dem Verbraucherverständnis entspricht. Wie schon zu Art. 23 VO (EWG) 2319/92 vom 12.10.1992 ausgeführt, werden als Ursprungswaren eines Landes Waren verstanden, die vollständig in diesem Land gewonnen oder hergestellt worden sind. Art. 23 Abs. 2 lit. d) erklärt vollständig in dem Land gewonnene oder hergestellte Waren u.a. als Erzeugnisse, die von in diesem Land gehaltenen lebenden Tieren gewonnen worden sind. Diese Umschreibung ist für die Bezeichnung Ursprungsland maßgeblich. Die Beklagte hat ein Verbraucherverständnis, das unter Ursprungsland bei Honig nicht das Land bzw. die Länder versteht, wo der Honig gewonnen wurde, sondern das Land, wo der Honig endverarbeitet wurde, nicht dargelegt.

Die Informationen sind zum Ursprungsland Deutschland sind damit unzutreffend im Sinne von Art. 7 Abs. 2. Ungeachtet, der Frage, ob Art. 7 Abs. 2 neben Abs. 1 ein eigenständiger Regelungsbereich zukommt (vgl. Grube in Voit/Grube, LMIV, Art. 7, Rdnr. 289), kann aus dem Zusammenhang geschlossen, dass unzutreffende Informationen als irreführend anzusehen sind. Wenn die Beklagte eine Irreführung deshalb für ausgeschlossen hält, weil ein Verbraucher einen Widerspruch zwischen den abweichenden Angaben zu Herkunft und Ursprungsland erkennen wird, ändert das nichts daran, dass die Information unzutreffend ist. Zudem erfordert Art. 7 Abs. 2 klare Informationen, so dass selbst bei Erkennen des Widerspruchs von einer Irreführung im Sinne von Art. 7 Abs. 1 auszugehen ist.

6.

Auf weitere Anspruchsgrundlagen kommt es daneben nicht mehr an.

a.

Ein Anspruch gemäß §§ 3, 3a, 5a, 8 UWG i.V.m. Art. 8 Abs. 7 i.V.m. Art. 9 Abs. 1 lit.

i) LMIV scheidet aus, weil danach die Ursprungslandangabe nur auf der Vorverpackung oder auf einem mit ihr verbundenen Etikett oder aber auf den Handelspapieren erforderlich ist, nicht aber bei einer Bewerbung auf einer Webseite.

b.

Ein Anspruch gemäß §§ 3, 3a, 5a, 8 UWG i.V.m. Artt. 12 Abs. 1, 2, 13 Abs. 1, 2 LMIV scheidet ebenfalls aus, weil auch hier nur die Kennzeichnung der Vorverpackung oder des Etiketts gemeint ist.

c.

Ein Anspruch gemäß §§ 3, 3a, 5a, 8 UWG i.V.m. Art. 26 Abs. 2 lit. a) LMIV stellt ebenfalls auf eine Irreführung der Verbraucher ab, wobei vorrangig Art 7 LMIV ist.

d.

Auch ein Anspruch gemäß §§ 3, 3a, 8 UWG i.V.m. Art. 36 i.V.m. Art. 9 Abs. 1 lit. i) LMIV tritt hinter die verpflichtende Regelung zur Kennzeichnung gemäß Art. 7 LMIV zurück.

7.

Der Antrag zu II beruht auf § 890 Abs. 2 ZPO, der Antrag zu III folgt aus § 13 Abs. 3 UWG, die Nebenforderung folgt aus §§ 291, 288 BGB.

8.

Die Nebenentscheidungen beruhen auf §§ 91 Abs. 1, 709 ZPO. Die Klageänderung ist nicht als Teilklagerücknahme zu werten, so dass dem Kläger keine Kosten aufzuerlegen waren.

Streitwert: 30.000 €

