LANDGERICHT KÖLN

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

88 O 79/24

In dem Rechtsstreit

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V., vertreten durch Frau [redacted] (Vorstand), Paulinenstraße 47, 70178 Stuttgart,

Klägers,

- Prozessbevollmächtigte: [redacted]

gegen

REWE Markt GmbH vertreten durch die Geschäftsführer [redacted]

Domstraße 20, 50668 Köln,

Beklagte,

- Prozessbevollmächtigte: [redacted]

wegen Wettbewerbsverstoßes

hat die 8. Kammer für Handelssachen
auf die mündliche Verhandlung vom 3. April 2025
durch den Vorsitzenden Richter am Landgericht [redacted]
sowie die Handelsrichter [redacted]

für Recht erkannt:

Die Klage wird abgewiesen.

Die Kosten des Rechtsstreits trägt der Kläger.

Das Urteil vorläufig vollstreckbar gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des zu vollstreckenden Betrags.

Tatbestand:

Der Kläger verlangt von der Beklagten zu unterlassen, im Internet mit einer unklaren Ursprungslandangabe zu werben, ferner beansprucht er die Erstattung von Abmahnkosten.

Der Kläger ist in die Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 UKlaG eingetragen.

Bei der Beklagten handelt es sich um den Betreiber des Internetauftritts www.rewe.de, auf dem Verbraucher in Deutschland in einem von der Beklagten so bezeichneten „Onlineshop“ Lieferserviceleistungen u.a. in Bezug auf Lebensmittel zum Zwecke der Belieferung von Waren bzw. Abholung nutzen können. Die Beklagte bietet auf ihrer Website ihre Ware nicht unmittelbar zum Kauf an. Der Verbraucher kann vielmehr eine Artikelauswahl treffen und sich die ausgewählten Artikel per Bestellung an die von ihm angegebene Adresse liefern lassen. Nach der rechtlichen Vorgabe der Beklagten (Ziffer 1.3 der AGB, Anlage B 1) werden dem Kunden die Artikel bei der Lieferung an der Haustür erstmals zum Kauf angeboten. Der Kunde kann sodann entscheiden kann, ob er das Kaufangebot im Hinblick auf alle oder einzelne der angebotenen Artikel annimmt oder ganz ablehnt. Lehnt der Kunde angebotene Artikel ab, fallen für ihn keine Liefergebühren an. Diese Artikel werden vom Auslieferer kostenlos und vollständig wieder mitgenommen.

Wenn ein Verbraucher Artikel auf der Website der Beklagten bestellt und diese für ihn im Lager der Beklagten zusammengestellt wurden, erhält der Verbraucher per E-Mail ein sog. Lieferavis, in welchem aufgelistet wird, welche Artikel an ihn ausgeliefert werden. In diesem Lieferavis wird auch das konkrete Ursprungsland für das bestellte Obst und Gemüse angegeben. Das Lieferavis wird in der Regel einige Stunden vor der Auslieferung geschickt.

Auf ihrem Portal bewarb die Beklagte u.a. den Kauf des Produkts „REWE Bio Rispentomaten 500 g“, wie aus Anlage K 1 ersichtlich und ausschnittweise nachstehend wiedergegeben:

Produktbeschreibung

Artikelnummer 1041181

Spanien, Niederlande oder Deutschland; Kl.: II; Ursprungsland und Klasse können je nach Angebot abweichen.

Die Angabe des konkreten Ursprungslandes steht auf der Packung bei Belieferung.

Mit Anwaltsschreiben vom 26.09.2024 ließ der Kläger die Beklagte erfolglos abmahnen, wofür er Abmahnkosten geltend macht.

Der Kläger ist der Auffassung, die Beklagte verstoße gegen §§ 3, 3a UWG i.V.m. Art. 7 Abs. 1 lit. a), Abs. 4 lit. a) Lebensmittelinformations-VO – VO (EU) 1169/2011 (LMIV) i.V.m. § 11 Abs. 1 Nr. 1 LFGB, aber auch 9 Abs. 1 lit. i), 14 Abs. 1a, 36 LMIV, Art. 76 VO (EU) 1308/2013 bzw. gegen §§ 3, 5 Abs. 2 Nr. 2, § 5a Abs. 1, Abs. 2, 5b Abs. 4 UWG.
In der heutigen Zeit achte der Verbraucher gerade im Lebensmittelbereich auf Aspekte wie Umweltschutz und Nachhaltigkeit, so dass kurze Transportwege für die geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers beim Kauf von Lebensmitteln von entscheidender Bedeutung seien. Der Verbraucher werde sich daher im Zweifel eher für regional produzierte Produkte entscheiden als für solche, die aus dem Ausland importiert werden müssen. Aufgrund der Angaben zum Herkunftsland der beworbenen Tomaten in dem Angebot nach Anlage K 1 werde dem Verbraucher eine informierte geschäftliche Entscheidung unmöglich gemacht. Die Beklagte

behalte sich sogar vor, dass noch nicht einmal eines der drei angegebenen Ursprungsländer maßgeblich ist. Der Verbraucher erwarte bei Obst und Gemüse die eindeutige Angabe des Ursprungsorts bereits in der Werbung, erst recht dann, wenn er – wie hier – die Ware zu sich nach Hause liefern lasse und daher den Kaufvorgang unmittelbar vorbereite.

Der Verbraucher habe zwar die Möglichkeit, noch an der Haustür zu entscheiden, die Produkte nicht zu kaufen oder nicht. Er wisse allerdings bis dahin nicht, was genau „deine bestellten Produkte“ sind, wenn er bis zum Schluss nicht darüber aufgeklärt werde, woher die bestellten Tomaten kommen (Deutschland? Niederlande? Spanien?).

Gemäß Art. 7 Abs. 1 lit. a) LMIV dürften Informationen über Lebensmittel nicht irreführend sein, insbesondere nicht solche Informationen zum „Ursprungsland oder Herkunftsort“ des Lebensmittels. Gemäß Art. 7 Abs. 4 lit. a) LMIV gelte dieses Irreführungsverbot bereits für die Werbung. Hiergegen lasse sich nicht einwenden, dass die Beklagte bewusst offenlasse, woher die Ware kommt. Denn abgesehen davon, dass die Kennzeichnungspflicht aus Art. 76 Abs. 1 VO (EU) Nr. 1308/2013 die Angabe eines einzigen Ursprungslands verlange ("das" Ursprungsland), habe der europäische Gesetzgeber nach Art. 7 RL 2005/29/EG („UGP-Richtlinie“) die „unklare“ oder auch nur „nicht rechtzeitige“ Information ausdrücklich als irreführend eingestuft. Wenn die Beklagte dem Verbraucher erst im Anschluss an die Bestellung an der Haustür zum ersten Mal zweifelsfrei eröffne, woher genau die konkret bestellten Tomaten stammen, sei die im Bestellvorgang erteilte Information („Spanien, Niederlande oder Deutschland“) nicht nur „unklar“ i.S.v. Art. 7 Abs. 2 UGP-RL, sondern die Information werde vor allem auch „nicht rechtzeitig“ erteilt.

Wenn die Pflicht zur Angabe des (einen) Ursprungslands auf einer Verordnung zur Regelung der kommerziellen Kommunikation, einschließlich der Werbung, beruhe (Art. 7 Abs. 1 lit. a), Abs. 4 lit. a) LMIV), dann liege gleichzeitig ein Verstoß gegen §§ 3, 5a Abs. 1, Abs. 2, 5b Abs. 4 UWG vor.

In jedem Fall liege eine Informationspflichtverletzung bezogen auf Artt. 9 Abs. 1 lit. i), 14 Abs. 1a LMIV vor.

Ergänzend beruft sich der Kläger auf die Regelung in Art. 36 LMIV.

Der Antrag sei auch nicht zu weit, sondern in der konkreten Verletzungsform gefasst.

Der Anspruch auf Zahlung der Abmahnpauschale folge aus § 13 Abs. 3 UWG, nachdem die Abmahnung begründet sei.

Der Kläger beantragt:

> I. Die Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, Verbrauchern gegenüber im Internet für den Kauf von Obst und Gemüse in der Weise, dass der Verbraucher die Ware zu sich nach Hause bestellen und bei Lieferung entscheiden kann, ob er die Ware kaufen will, zu werben, ohne dabei das Ursprungsland des Obstes bzw. Gemüses, das der Verbraucher durch den Kauf erwerben kann, eindeutig anzugeben („Spanien, Niederlande oder Deutschland; (...) Ursprungsland und Klasse können je nach Angebot abweichen.“),
> wie konkret geschehen gemäß Screenshots nach Anlage K 1.
>
> II. Der Beklagten wird für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung gegen die in Ziffer I. genannte Unterlassungspflicht ein Ordnungsgeld bis zu € 250.000,00 (ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Wochen) oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu vollstrecken an den Geschäftsführern der Beklagten, angedroht.
>
> III. Die Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin € 243,51 zzgl. Zinsen i.H.v. 5 Prozentpunkten über Basiszinssatz hieraus seit Rechtshängigkeit zu bezahlen.

Die Beklagte beantragt,

> die Klage abzuweisen.

Da kein Fernabsatzgeschäft vorliege, sei der Kläger zu Unrecht der Auffassung, dass die Angabe des Ursprungslandes bereits in der Bewerbung der Rispentomaten anzugeben sei.

Der Verbraucher könne sich anhand des Lieferavis bereits vor der Anlieferung entsprechend informieren und in Ruhe entscheiden, ob er z. B. die im Lieferavis angegebenen Rispentomaten aus Spanien später bei der Lieferung erwerben möchte, oder ob er den Artikel angesichts dieser Herkunft nicht kaufen möchte.

Der Kunde habe zudem die Möglichkeit, sich bei der Lieferung der Rispentomaten mithilfe der Angaben auf der Produktverpackung über die Herkunft etc. zu informieren und sodann zu entscheiden, ob er das Angebot zum Kauf dieser Tomaten annimmt oder nicht.

Es sei aufgrund des Kaufverhaltens auch nicht anzunehmen, dass Verbraucher besonderen Wert auf regionale Herkunft legen würden.

Der Verbraucher erwarte auch nicht die eindeutige Angabe des Ursprungslandes bereits in der Werbung für Obst und Gemüse

Die für einen Verstoß erforderliche Irreführung des Verbrauchers liege nicht vor. Dem Verbraucher werde in der Werbung gerade kein konkretes Ursprungsland suggeriert, sondern es werde transparent offengelegt, dass der Artikel je nach Verfügbarkeit entweder aus Spanien oder aus den Niederlanden oder aus Deutschland stammen könne. Verbraucher, die Wert auf eine definitive Herkunft der Tomaten aus Deutschland legen, würden den Artikel gar nicht erst bestellen. Auch werde die nach der Rechtsprechung erforderliche Irreführungsquote nicht erreicht, selbst wenn man zu Unrecht davon ausginge, dass einzelne Verbraucher die streitgegenständliche Angabe missverstehen könnten.

Eine Irreführung im Sinne von § 5 UWG liege nicht vor.

Des Weiteren verstoße die Beklagte auch nicht gegen die §§ 3, 5 a Abs. 1, Abs. 2, 5 b Abs. 4 UWG. Die Ursprungsangabe sei bereits keine „wesentliche Information“ im Sinne des § 5 a Abs. 1 UWG. Es gelte der Grundsatz, dass eine Information, die nach den Umständen nicht gegeben werden kann, auch nicht gegeben werden müsse, sogar bei Pflichtinformationen. Die Ursprungsangabe müsse als „wesentliche Information“ nicht bereits in der Werbung enthalten sein. Die Information über die Herkunft der Rispentomaten sei auch nicht deshalb „wesentlich“, weil es sich dabei um einen „umweltbezogenen Gesichtspunkt“ handeln würde. Dem Verbraucher werde auch keine Information gemäß § 5 a Abs. 1 UWG „vorenthalten“. Die Angabe des konkreten Ursprungslandes werde vom Verbraucher nicht im

Sinne des § 5a Abs. 1 Nr. 1 UWG „nach den jeweiligen Umständen benötigt“, um eine informierte Entscheidung zu treffen. Jedenfalls fehle es an der geschäftlichen Relevanz im Sinne von § 5 a Abs. 1 Nr. 1, 2 UWG.
Der Kläger könne sich schließlich nicht auf Art. 36 LMIV stützen.
Hilfsweise sei der Klageantrag zu weitgehend gefasst. Die Pflicht zur Angabe des Ursprungslandes bestehe nur für Obst und Gemüse, das frisch an den Verbraucher verkauft wird.

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

Entscheidungsgründe:

Die Klage ist unbegründet.

I.
Die Beanstandung der Beklagten, die Antragsfassung sei in der Verbalisierung zu weit, bedarf aus den Gründen zu Ziff. II keiner Entscheidung.

II.
Die Klage ist in der Sache unbegründet.

1.
Der Kläger ist allerdings für die hier geltend gemachten wettbewerbsrechtlichen Ansprüche als qualifizierte Einrichtung klagebefugt gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG, was nicht im Streit steht.

2.
Ein Anspruch gemäß §§ 3, 3a UWG i.V.m. Art. 7 Abs. 1 lit. a), Abs. 4 lit. a) LMIV besteht nicht.

Art. 7 LMIV lautet:
(1) Informationen über Lebensmittel dürfen nicht irreführend sein, insbesondere

a) in Bezug auf die Eigenschaften des Lebensmittels, insbesondere in Bezug auf Art, Identität, Eigenschaften, Zusammensetzung, Menge, Haltbarkeit, Ursprungsland oder Herkunftsort und Methode der Herstellung oder Erzeugung;
(4) Die Absätze 1, 2 und 3 gelten auch für
a) die Werbung.

a.

Art. 7 LMIV ist als eine das Marktverhalten regelnde Vorschrift gemäß § 3a UWG einzuordnen (BGH GRUR 2016, 738 – Himbeer-Vanille-Abenteuer II; Köhler/Odörfer in KBF, UWG, § 3a, Rdnr. 1.203).

Soweit europarechtliche Informationspflichten als wesentliche Informationen gemäß §§ 5a, 5b UWG angesehen werden (BGH GRUR 2022, 930 – Knuspermüsli II), so dass an sich diese Vorschriften vorrangig sind, gilt das aber nur für Erteilung wesentlicher Informationen, während es hier um die Irreführung durch erteilte Informationen geht.

b.

Die streitige Angabe („Spanien, Niederlande oder Deutschland; (...) Ursprungsland und Klasse können je nach Angebot abweichen.“) ist nicht irreführend, was die Kammermitglieder als Teil der angesprochenen Verbraucherkreise beurteilen können.

Wie der Kläger zutreffend meint, wird der Verbraucher durch die Angabe nicht darüber aufgeklärt, aus welchem Ursprungsland genau sein Gemüse kommt. Darin liegt indes eine unzureichende Aufklärung, nicht aber eine Irreführung. Der Verbraucher erkennt bei dieser Angabe, dass primär die Tomaten aus einem der genannten Länder kommen.

Der Kläger stellt weiter darauf ab, die Beklagte behalte sich vor, die Tomaten auch aus einem ganz anderen Ursprungsland anzubieten. Aber auch das wird deutlich gemacht durch die Angabe, das Ursprungsland könne je nach Angebot abweichen. Eine Irreführung über das Ursprungsland liegt darin ebenfalls nicht.

3.

Ein Anspruch gemäß §§ 3, 3a UWG i.V.m. § 11 Abs. 1 Nr. 1 LFGB besteht nicht.

Es handelt sich um eine Doppelung des Irreführungsgebot des Art. 7 Abs. 1 LMIV durch Implementierung in das deutsche Recht. Auf die Ausführungen zu 2 kann daher Bezug genommen werden. Ein Anspruch des Klägers ergibt sich hieraus ebenfalls nicht.

4.

Ein Anspruch gemäß §§ 3, 3a UWG i.V.m. Art. 9 Abs. 1 lit. i), 14 Abs. 1a LMIV bzw. Art. 76 VO (EU) 1308, 2013 bzw. Art. 36 LMIV bzw. §§ 3, 5a, 5b UWG besteht nicht.

Art. 9 Abs. 1 lit. i) LMIV lautet:

(1) Nach Maßgabe der Artikel 10 bis 35 und vorbehaltlich der in diesem Kapitel vorgesehenen Ausnahmen sind folgende Angaben verpflichtend:

i) das Ursprungsland oder der Herkunftsort, wo dies nach Artikel 26 vorgesehen ist;

Art. 14 Abs. 1 lit. a LMIV lautet:

(1) Unbeschadet der Informationspflichten, die sich aus Artikel 9 ergeben, gilt im Falle von vorverpackten Lebensmitteln, die durch Einsatz von Fernkommunikationstechniken zum Verkauf angeboten werden, Folgendes:
a) Verpflichtende Informationen über Lebensmittel mit Ausnahme der Angaben gemäß Artikel 9 Absatz 1 Buchstabe f müssen vor dem Abschluss des Kaufvertrags verfügbar sein und auf dem Trägermaterial des Fernabsatzgeschäfts erscheinen oder durch andere geeignete Mittel, die vom Lebensmittelunternehmer eindeutig anzugeben sind, bereitgestellt werden. Wird auf andere geeignete Mittel zurückgegriffen, so sind die verpflichtenden Informationen über Lebensmittel bereitzustellen, ohne dass der Lebensmittelunternehmer den Verbrauchern zusätzliche Kosten in Rechnung stellt;

a.

In rechtlicher Hinsicht richtet sich dieser Anspruch an §§ 5a, 5b UWG aus, da nach BGHZ GRUR 2022, 930 – Knuspermüsli II – in Fällen der Verletzung einer Informationspflicht in Bezug auf kommerzielle Kommunikation die Unlauterkeit allein nach § 5a Abs. 2 und 4 UWG und nicht nach § 3a UWG zu beurteilen ist. Der Kläger macht eine Informationspflichtverletzung in Bezug auf die kommerzielle Kommunikation geltend, nämlich das Unterlassen einer eindeutigen Angabe des Ursprungslandes.

b.
Das Vorenthalten einer wesentlichen Information ist hier nicht anzunehmen.

aa.
Gemäß § 5b Abs. 4 UWG gelten Informationspflichten aufgrund unionsrechtlicher Vorgaben als wesentlich. Daher kommt es zunächst auf Art. 9, 14 LMIV bzw. Art. 76 VO (EU) 1308, 2013 bzw. Art. 36 LMIV an.

(1)
Eine Informationspflicht nach Art. 9 i.V.m. Art. 26 LMIV ist nicht verletzt. Danach ist das Ursprungsland bei vorverpackten Lebensmitteln anzugeben, nach Art. 26 Abs. 2 a) aber nur, falls ohne diese Angabe eine Irreführung der Verbraucher über das tatsächliche Ursprungsland oder den tatsächlichen Herkunftsort des Lebensmittels möglich wäre, insbesondere wenn die dem Lebensmittel beigefügten Informationen oder das Etikett insgesamt sonst den Eindruck erwecken würden, das Lebensmittel komme aus einem anderen Ursprungsland oder Herkunftsort.
Eine Irreführung über das tatsächliche Herkunftsland liegt indes nicht vor, sondern lediglich eine Unklarheit über das genaue Ursprungsland. Eine solche Unklarheit bedeutet aber wie schon ausgeführt keine Irreführung.

(2)
Soweit Art. 14 LMIV zunächst deshalb einschlägig erscheint, weil vorverpackte Lebensmitteln durch Einsatz von Fernkommunikationstechniken zum Verkauf angeboten werden, nämlich auf dem Onlineshop der Beklagten und der dortigen (unverbindlichen) Bestellmöglichkeit, die sodann den Kaufvorgang einleitet, verweist die Beklagte allerdings zutreffend auf das Urteil des OLG Köln vom 7.2.2014 – 6 U 81/13 –, wonach bei dem REWE-Onlineshop kein Fall des Fernabsatzgeschäfts angenommen wurde. Das führt schon dazu, hier die Anwendung von Art. 14 LMIV abzulehnen, weil die Beklagte keine Lebensmittel in dem Onlineshop im Rechtssinne zum Verkauf anbietet.

Aber auch wenn man entgegen den vorstehenden Ausführungen eine wesentliche Information annehmen würde, liegt kein Vorenthalten gemäß § 5a UWG vor.

Nach Art. 14 LMIV muss die Herkunftsangabe gemäß Artikel 9 Absatz 1 Buchstabe i) LMIV vor dem Abschluss des Kaufvertrags verfügbar sein und auf dem Trägermaterial des Fernabsatzgeschäfts erscheinen oder durch andere geeignete Mittel, die vom Lebensmittelunternehmer eindeutig anzugeben sind, bereitgestellt werden. Wenn auf andere geeignete Mittel zurückgegriffen wird, so sind die verpflichtenden Informationen über Lebensmittel bereitzustellen, ohne dass der Lebensmittelunternehmer den Verbrauchern zusätzliche Kosten in Rechnung stellt.

Die Information zum Ursprungsland wird unstreitig vor dem Abschluss des Kaufvertrags gegeben, nämlich einmal durch das Lieferavis und zum anderen durch die Angabe auf der Verpackung bei der Anlieferung. Da der Kaufvertrag erst an der Haustür zustande kommt, wird die Information vorher gegeben. Es liegt nicht viel anders, als würde der Verbraucher im Supermarkt die Ware erwerben wollen und sich bei Kenntnisnahme von dem Verpackungsaufdruck gegen einen Kauf entscheiden.

Wenn Art. 14 LMIV auf das Erscheinen der Angaben auf dem Trägermaterial des Fernabsatzgeschäfts abstellt, bedeutet das nach Voit/Grube/Voit, 2. Aufl. 2016, LMIV Art. 14 Rn. 23, 24:

Die Angaben können auf dem Trägermaterial des Fernabsatzgeschäfts erfolgen. Dies ist beispielsweise dann der Fall, wenn sie in einer Mail enthalten sind, mit der die Ware angeboten wird. Schwieriger ist die Auslegung dieses Merkmals, wenn verschiedene Mittel des Fernabsatzes kombiniert werden. Wird etwa dem Verbraucher ein Katalog zugeschickt, aus dem er telefonisch bestellen kann, so braucht die Pflichtinformation nicht zwingend im Katalog angegeben zu werden. Es reicht aus, wenn die Information vor der bindenden Bestellung durch den Verbraucher erfolgt. Dies kann im Grundsatz auch telefonisch geschehen, wobei dies in der Regel nur bei loser Ware praktikabel ist, weil hier der Katalog der Pflichtangaben weniger umfangreich ist. Umgekehrt würde es zu kurz greifen, wenn stets die Information im Trägermaterial des Vertragsschlusses verlangt wird. Verfügt der Verbraucher etwa wegen des Katalogs über die erforderlichen Informationen, so verlangt die Vorschrift nicht, dass diese Angaben noch einmal am Telefon wiederholt werden oder im Telefonat auf die Angaben im Katalog verwiesen wird.

Danach reicht in jedem Fall die Angabe in dem Online-Shop, ausreichend ist aber auch die E-Mail-Information durch das Lieferavis. Ob zusätzlich die Information bei dem Angebot an der Haustür dem Merkmal Rechnung trägt, muss nicht entschieden werden.

Ausreichend ist es nach Art. 14 Abs. 1 a LMIV auch, dass andere geeignete Mittel als das Trägermaterial des Fernabsatzes, die vom Lebensmittelunternehmer eindeutig anzugeben sind, bereitgestellt werden
Hierauf kommt es nach den vorstehenden Ausführungen nicht mehr entscheidend an. Allerdings sind sowohl das Lieferavis als auch die Angabe auf der Verpackung vor Abschluss des Kaufvertrags ausreichend.
Die von Art. 14 LMIV geforderte Kostenfreiheit der Information besteht.

(3)
Der Kläger beruft sich ohne Erfolg auf Art. 76 Abs. 1 VO (EU) 1308/2013:

(1) Zusätzlich zu den in Artikel 75 genannten geltenden Vermarktungsnormen dürfen gegebenenfalls Erzeugnisse des Sektors Obst und Gemüse, die frisch an den Verbraucher verkauft werden sollen, nur in Verkehr gebracht werden, wenn sie in einwandfreiem Zustand, unverfälscht und von vermarktbarer Qualität sind und das Ursprungsland angegeben ist.

Danach bestehen deshalb keine Bedenken, weil zwar das Ursprungsland anzugeben ist, aber nur bei dem Obst und Gemüse, das in Verkehr gebracht wird. Das betrifft die Verkaufsverpackung und nicht die Internetwerbung.
Soweit der Kläger auf das Urteil des OLG München vom 18.02.2021, Az.: 29 U 853/21, abstellt, betraf dieses einen Onlineverkauf. Wird der Kauf online abgewickelt, mag die Angabe nicht nur auf der Verpackung, sondern bereits im Onlineshop erforderlich sein, da sonst die Kaufentscheidung schon getroffen ist. Anders liegt es hier, da der Kauf erst an der Haustür getätigt wird.

(4)
Entgegen der Auffassung des Klägers in der mündlichen Verhandlung folgt eine Informationspflichtverletzung auch nicht aus Art. 36 LMIV. Gemäß Art. 36 Abs. 2 lit. b) LMIV dürfen freiwillig bereitgestellte Informationen über Lebensmittel für Verbraucher nicht zweideutig oder missverständlich sein.

Nach den vorstehenden Ausführungen kann die Angabe des Ursprungslands in der beanstandeten Werbung zwar als freiwillig bereitgestellte Information angesehen werden, da es sich wie dargelegt nicht um eine Pflichtinformation handelt. Die Ursprungslandangabe ist gemäß Art. 9 Abs. 1 lit. i) LMIV auch eine Information über Lebensmittel gemäß Art. 36 Abs. 1 LMIV.

Indes ist die Information weder zweideutig noch missverständlich, wobei der Einwand der Beklagten dahinstehen kann, ob Art. 36 Abs. 2 LMIV neben Art. 7 LMIV keinen eigenen Anwendungsbereich habe.

Missverständlich ist die Information deshalb nicht, weil der Verbraucher darüber aufgeklärt wird, dass Ursprungsland Spanien oder Niederlande oder Deutschland sein kann und das Ursprungsland je nach Angebot abweichen kann. Daraus folgt, dass ein genaues Ursprungsland gerade nicht benannt wird, was, wie schon zu II. 2. ausgeführt, eine Frage ausreichender Aufklärung ist, die Angaben sind aber nicht missverständlich. Hierauf stellt der Kläger auch nicht ab.

Er beruft sich auf Zweideutigkeit der Angaben, dies aber ebenfalls ohne Erfolg. „Zweideutig“ bedeutet unklar oder doppeldeutig (vgl. Duden - https://www.duden.de/rechtschreibung/zweideutig). Das ist der Fall, wenn ein Begriff verschiedene Bedeutungen haben kann. Ein solcher Fall liegt hier indes ebenfalls nicht vor. Die Information der Beklagten ist nicht zweideutig in dem Sinne, dass die Aussage doppeldeutig wäre. Die Beklagte hat sich lediglich wegen des genauen Ursprungslands nicht festgelegt und das für den Verbraucher klar verständlich gemacht. Auch hier handelt es sich nicht um einen Fall der Zweideutigkeit, sondern um die Frage, ob eine Aufklärungspflicht bestand, dass sich die Beklagte wegen des Ursprungslands hätte festlegen müssen.

bb.

Neben der LMIV kann hier nicht mehr auf §§ 5a, 5b UWG zurückgegriffen werden.

Ob hierüber weitergehende Informationspflichten angenommen werden können, ist durch Auslegung zu ermitteln (Feddersen in Köhler/Feddersen, UWG, § 5b, Rdnr. 5.2a). Sofern die LMIV vorrangig ist, kommt ein Rückgriff auf §§ 5a, 5b UWG nicht mehr in Betracht. Das ist hier anzunehmen.

Die LMIV regelt in ihrem Bereich der Lebensmittel die Informationspflichten. Zwar ist nicht eindeutig geregelt, dass diese Vorschriften abschließend sind. Allerdings ist davon auszugehen sein, dass sich ein Händler darauf verlassen darf, dass er bei Einhaltung der LMIV nicht mit weitergehenden Verpflichtungen aus dem nationalen Recht rechnen muss, erst recht nicht, wenn dies wie hier bei §§ 5a, 5b UWG auf einer Generalklausel und nicht auf einer Spezialregelung beruht.
Davon abgesehen bestehen durchgreifende Zweifel, die Angabe in der Internetbewerbung als wesentliche Information einzuordnen, wenn vor dem Kauf auf andere Weise (hier Lieferavis und/oder Verkaufsverpackung) die wesentliche Information erteilt wird. Insoweit besteht kein Grund, die Anforderungen gemäß §§ 5a, 5b UWG strenger zu gestalten, als es den europarechtlichen Anforderungen entspricht.

5.
Die vorgerichtlichen Abmahnkosten gemäß § 13 Abs. 3 UWG sind folgerichtig nicht erstattungsfähig.

III.
Die Nebenentscheidungen beruhen auf §§ 91 Abs. 1, 709 ZPO.

Streitwert: 22.000 €

[redacted]

Beglaubigt
Urkundsbeamter/in der Geschäftsstelle
Landgericht Köln

LANDGERICHT NORDRHEIN-WESTFALEN