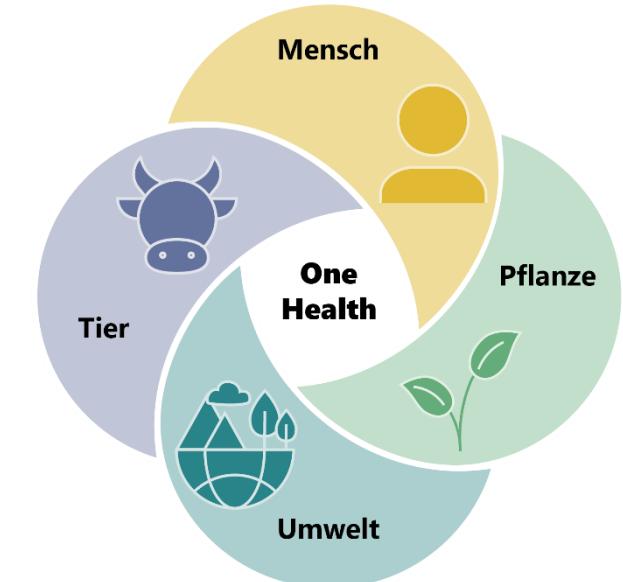


Umsetzung der EmpCo-RL mit Exkurs zur Nachhaltigkeitswerbung bei Lebensmitteln



Mag. Judith Stenitzer / Dr. Florian Tschandl

BMWET, AGES



Themenüberblick

Nachhaltigkeit und Lebensmittel



- Überblick EmpCo und geplante nationale Umsetzung
- Überblick Lebensmittelrecht und Irreführung samt Rechtsprechung
- Marktsituation und Praxisbeispiele für nachhaltigkeitsbezogene Auslobungen bei Lebensmitteln
- Fragen und Diskussion

Richtlinie (EU) 2024/825 hinsichtlich der Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel durch besseren Schutz gegen unlautere Praktiken und durch bessere Informationen



Empowering Consumers for the Green Transition (EmpCo-RL)

- **Novelle** der UGP-RL 2005/29/EG und der Verbraucherrechte-RL 2011/83/EU

- **Umsetzungsfrist 27. März 2026**
- **Anwendungsfrist 27. September 2026**

- **2a.** Anbringen eines Nachhaltigkeitssiegels, das nicht auf einem Zertifizierungssystem beruht oder nicht von staatlichen Stellen festgesetzt wurde
- **4a.** Treffen einer allgemeinen Umweltaussage, wobei der Gewerbetreibende die anerkannte hervorragende Umweltleistung, auf die sich die Aussage bezieht, nicht nachweisen kann
- **4b.** Treffen einer Umweltaussage zum gesamten Produkt/Geschäftstätigkeit des Gewerbetreibenden, wenn sie sich nur auf einen bestimmten Aspekt bezieht

- **4c.** Treffen einer Aussage, die sich auf der Kompensation von Treibhausgasemissionen begründet und wonach ein Produkt hinsichtlich der Treibhausgasemissionen neutrale, verringerte oder positive Auswirkungen auf die Umwelt hat

- **10a.** Präsentation von Anforderungen, die kraft Gesetzes für alle Produkte in der betreffenden Produktkategorie auf dem Unionsmarkt gelten, als Besonderheit des Angebots des Gewerbetreibenden

12 neue Verbote im Anhang - Obsoleszenzbestimmungen

- **23d.** Zurückhaltung von Informationen gegenüber den Verbrauchern über den Umstand, dass sich eine Softwareaktualisierung negativ auf das Funktionieren von Waren mit digitalen Elementen oder die Nutzung digitaler Inhalte oder digitaler DL auswirken wird
- **23e.** Darstellung einer Softwareaktualisierung als notwendig, wenn sie lediglich der Verbesserung der Funktionalitätsmerkmale dient
- **23f.** Jedwede kommerzielle Kommunikation über eine Ware, die ein zur Begrenzung ihrer Haltbarkeit eingeführtes Merkmal enthält, obwohl dem Gewerbetreibenden Informationen über das Merkmal und seine Auswirkungen auf die Haltbarkeit der Ware zur Verfügung stehen

12 neue Verbote im Anhang - Obsoleszenzbestimmungen

- **23g.** Falsche Behauptung, dass eine Ware unter normalen Nutzungsbedingungen eine bestimmte Haltbarkeit hinsichtlich der Nutzungszeit oder -intensität hat
- **23h.** Präsentation einer Ware als reparierbar, wenn sie es nicht ist
- **23i.** Veranlassen des Verbrauchers, Betriebsstoffe einer Ware früher zu ersetzen oder aufzufüllen, als dies aus technischen Gründen notwendig ist
- **23j.** Zurückhaltung von Informationen darüber, dass die Funktionalität von Waren beeinträchtigt wird, wenn Betriebsstoffe, Ersatzteile oder Zubehör verwendet werden, die nicht vom ursprünglichen Hersteller bereitgestellt werden, oder die falsche Behauptung, dass eine solche Beeinträchtigung eintreten wird

Nr. 2a - Neuerungen zu Labels: staatliche Stelle oder Zertifizierungssystem → keine Eigenkreationen mehr!

Zertifizierungssystem - Voraussetzungen:

- steht allen Gewerbetreibenden, die die Anforderungen des Systems erfüllen, offen
- Anforderungen mit einschlägigen Sachverständigen und Interessensträgern ausgearbeitet
- Verfahren für den Umgang mit Verstößen vorgesehen
- Überwachung der Einhaltung der Anforderungen unterliegt objektiven Verfahren, Durchführung durch Dritten – unabhängig vom Systeminhaber und Gewerbetreibenden

4a. Treffen einer allgemeinen Umweltaussage, wobei der Gewerbetreibende die anerkannte hervorragende Umweltleistung, auf die sich die Aussage bezieht, nicht nachweisen kann.

allgemeinen Umweltaussage:

eine schriftlich oder mündlich getätigte Umweltaussage, einschließlich über audiovisuelle Medien, die nicht auf einem Nachhaltigkeitssiegel enthalten ist und bei der die Spezifizierung der Aussage nicht auf demselben Medium klar und in hervorgehobener Weise angegeben ist

anerkannte hervorragende Umweltleistung:

- im Einklang mit der Verordnung (EG) Nr. 66/2010 (EU-Ecolabel)
- nationale offiziell anerkannte Umweltkennzeichenregelungen nach EN ISO 14024 Typ I
- Umwelthöchstleistungen (zB. Energieeffizienz – Klasse A)

Nationale offiziell anerkannte Umweltkennzeichenregelungen nach EN ISO 14024 Typ I

- Österreichische Umweltzeichen
- Ekologicky Setrny Vyrobek (CZ)
- Nordic Swan Ecolabel (DK, SE, FI, wie auch NO und Island),
- Blauer Engel (DE),
- Hungarian Ecolabel (HU),
- Polish Ecolabel (PL),
- Milieukeur (NL),
- National Programme of Environmental Assessment and Ecolabelling in the Slovak Republik NPEHOW (SK),
- Catalan Environmental Quality Guarantee Award (ES)
- TCO Zertifizierung (SE)

(Leitat, Implementation of Article 11 under the EU Ecolabel Regulation Deliverable 4. FINAL REPORT (2017), S.9)

4c. Treffen einer Aussage, die sich auf der Kompensation von Treibhausgasemissionen begründet und wonach ein Produkt hinsichtlich der Treibhausgasemissionen neutrale, verringerte oder positive Auswirkungen auf die Umwelt hat.

Beispiele solcher Aussagen sind (lt. EG 12):

klimaneutral, zertifiziert CO₂-neutral, CO₂-positiv, mit Klimaausgleich (!),

klimaschonend, mit reduziertem CO₂-Fußabdruck

ErwGr 12: „(...) Solche Aussagen sollten nur zulässig sein, wenn sie auf den tatsächlichen Auswirkungen auf den Lebenszyklus des betreffenden Produkts beruhen und sich nicht auf die Kompensation von Treibhausgasemissionen außerhalb der Wertschöpfungskette des Produkts beziehen, da Ersteres und Letzteres nicht gleichwertig ist. (...) nicht daran hindern, für ihre Investitionen in Umweltinitiativen, etwa in Projekte für Emissionsgutschriften, zu werben, sofern sie diese Informationen in einer Weise bereitstellen, die nicht irreführend ist und den Anforderungen des Unionsrechts genügt.“

- Erweiterung der wesentlichen Produktmerkmale (Art. 6(1)b UGP-RL) um ökologische und soziale Merkmale sowie Zirkularitätsaspekte wie Haltbarkeit, Reparierbarkeit oder Recyclingfähigkeit
- Umweltaussagen über künftige Umweltleistungen (Art. 6(2)d UGP-RL) benötigen:
 - klare, objektive, öffentliche und überprüfbare Verpflichtungen
 - festgelegt in einem Umsetzungsplan mit messbaren und zeitgebundenen Zielen
 - regelmäßig von einem unabhängigen externen Sachverständigen überprüft und dessen Erkenntnisse zugänglich gemacht werden
- Werbung mit Vorteilen für Verbraucher, die irrelevant sind und sich nicht aus einem Merkmal des Produkts oder der Geschäftstätigkeit ergeben. (Art. 6(2)e UGP-RL)

Art. 3 (4) UGP-RL:

„Kollidieren die Bestimmungen dieser Richtlinie mit anderen Rechtsvorschriften der Gemeinschaft, die besondere Aspekte unlauterer Geschäftspraktiken regeln, so gehen die Letzteren vor und sind für diese besonderen Aspekte maßgebend.“

EmpCo RL 2024/825/EU – ErwGr 39:

„Die Richtlinien 2005/29/EG und 2011/83/EU sollten weiterhin als „Sicherheitsnetz“ fungieren, um dafür Sorge zu tragen, dass ein hohes Verbraucherschutzniveau in allen Sektoren aufrechterhalten werden kann, indem sie sektor- und produktspezifische Rechtsvorschriften der Union ergänzen, die im Falle eines Konflikts Vorrang haben.“

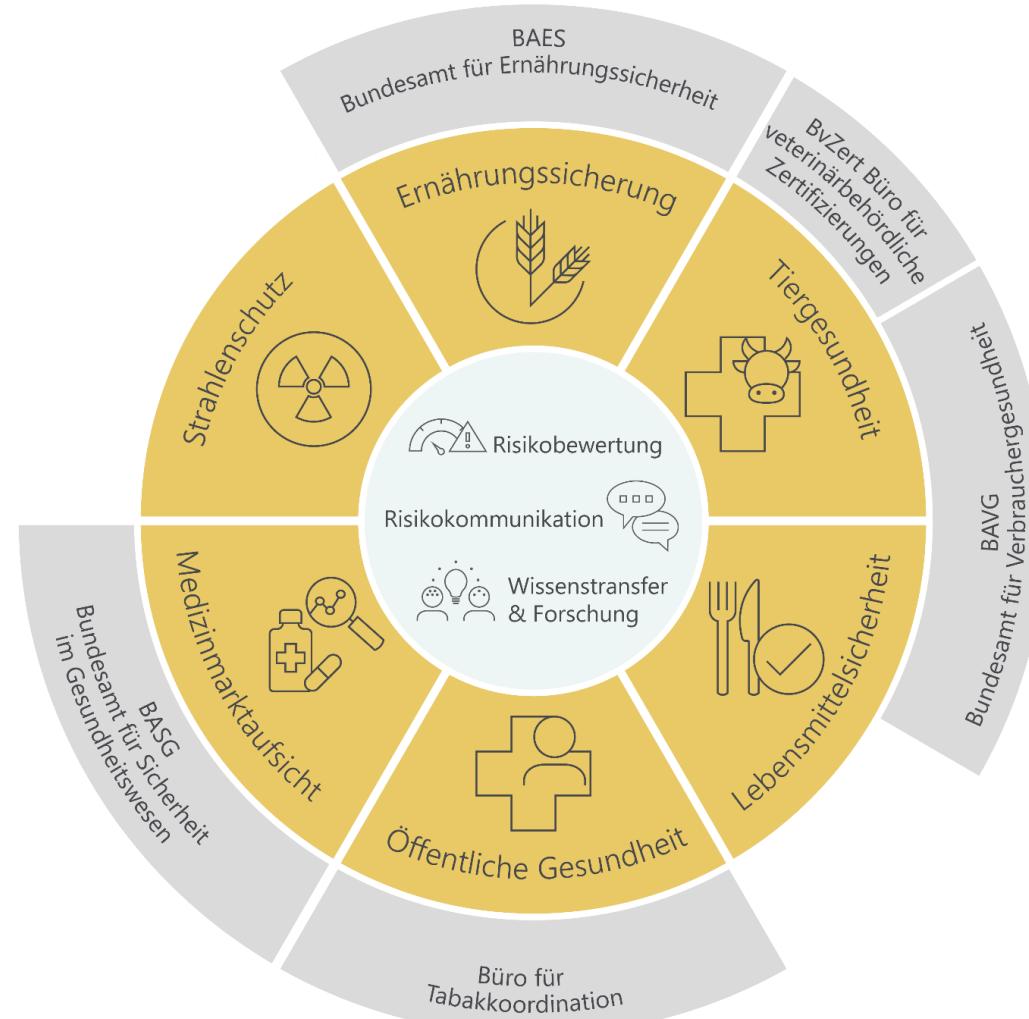
EuGH 13. September 2018, C-54/17:

60. Der Begriff der „Kollision“ beschreibt (...) eine Beziehung zwischen den betreffenden Bestimmungen, die über eine bloße Abweichung oder einen einfachen Unterschied hinausgeht und eine Divergenz aufweist, die unmöglich durch eine auf Ausgleich gerichtete Formel überwunden werden kann, die das Nebeneinanderbestehen von zwei Sachverhalten ermöglicht, ohne sie verfälschen zu müssen.

61. Somit liegt eine Kollision, wie sie in Art. 3 Abs. 4 der Richtlinie 2005/29 geregelt ist, nur dann vor, wenn außerhalb der Richtlinie stehende Bestimmungen, die besondere Aspekte unlauterer Geschäftspraktiken regeln, Gewerbetreibenden ohne jeglichen Gestaltungsspielraum Verpflichtungen auferlegen, die mit denen aus der Richtlinie 2005/29 unvereinbar sind.

- derzeit anhängig: EuGH C-301/25

Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit - AGES



Rechtliche Grundlagen in Österreich

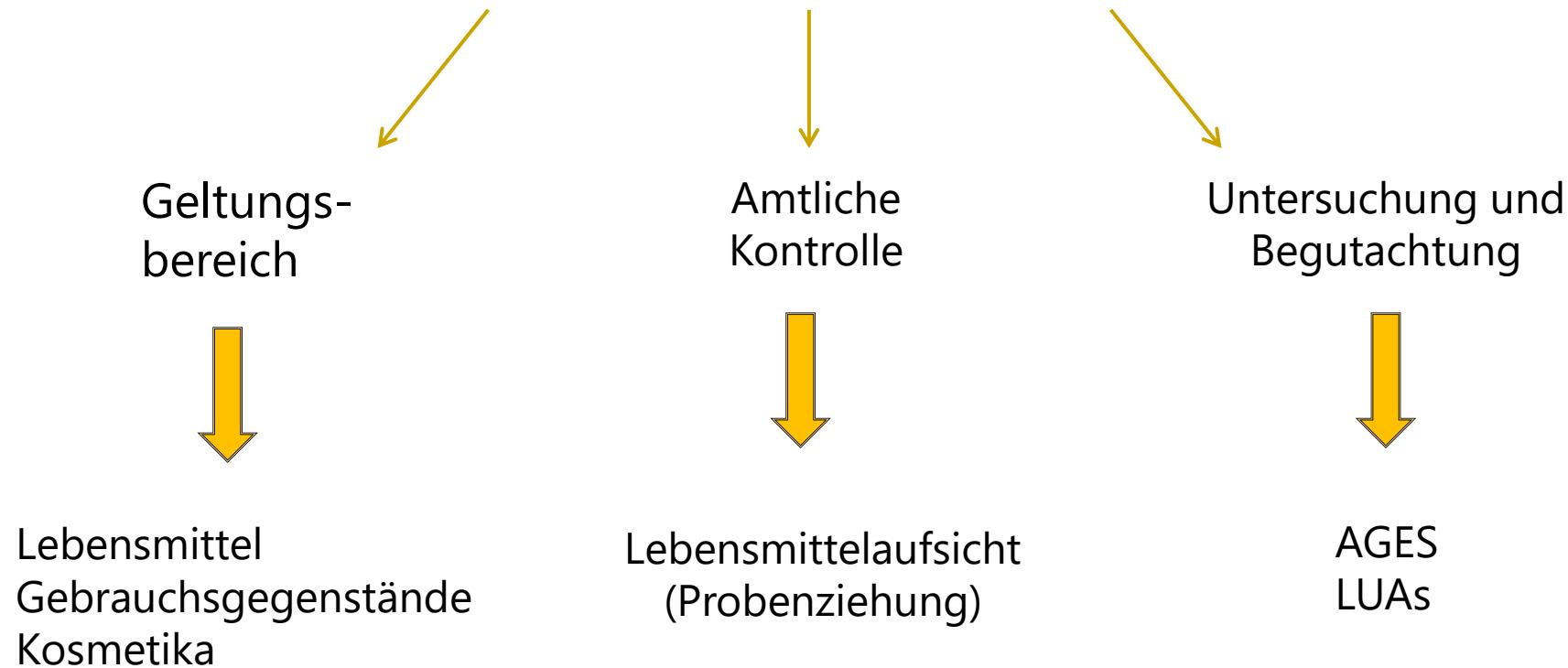


LMSVG

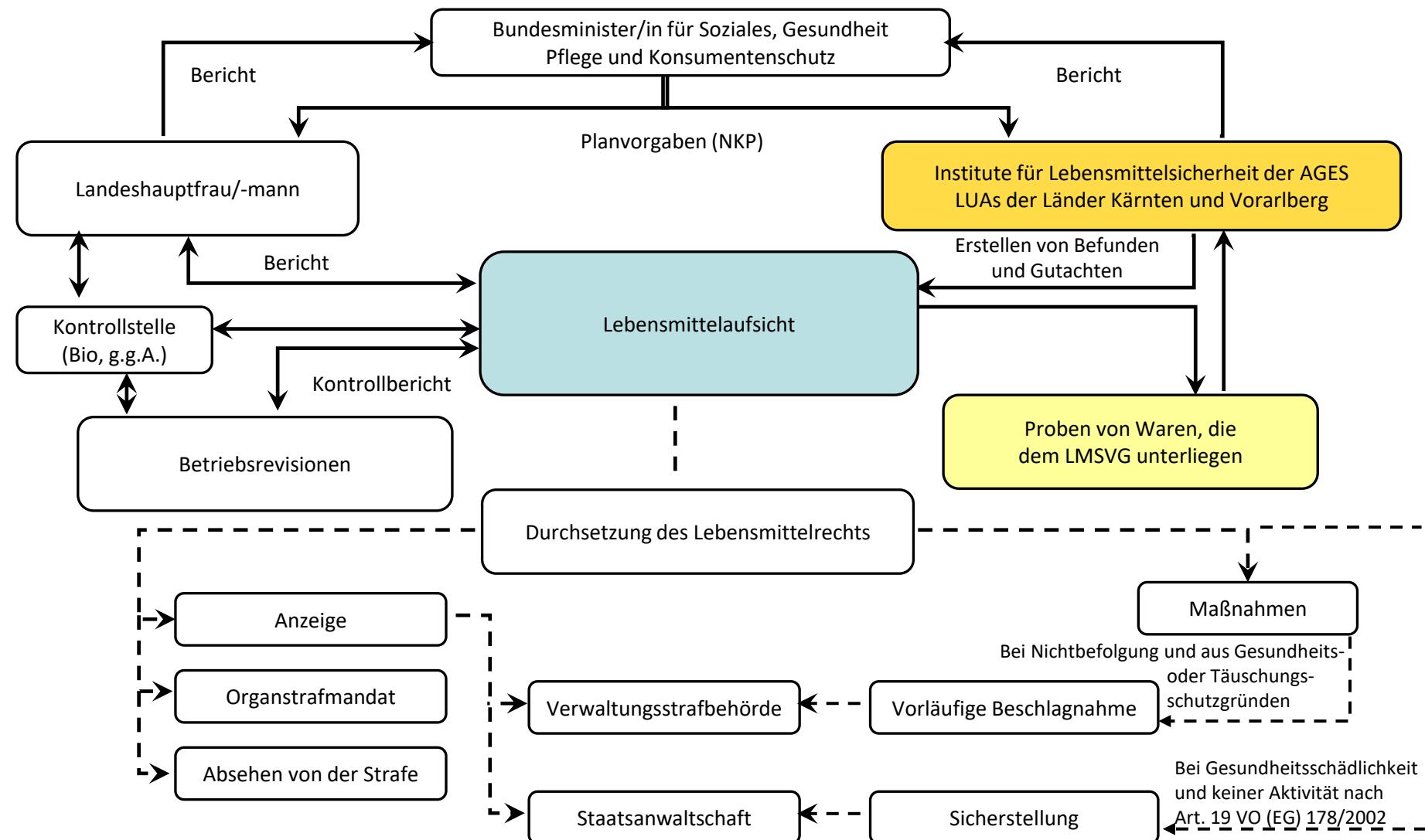
Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetz, BGBl. I

Nr. 13/2006 idgF

basierend auf Verordnung (EG) Nr. 178/2002 (General Food Law)

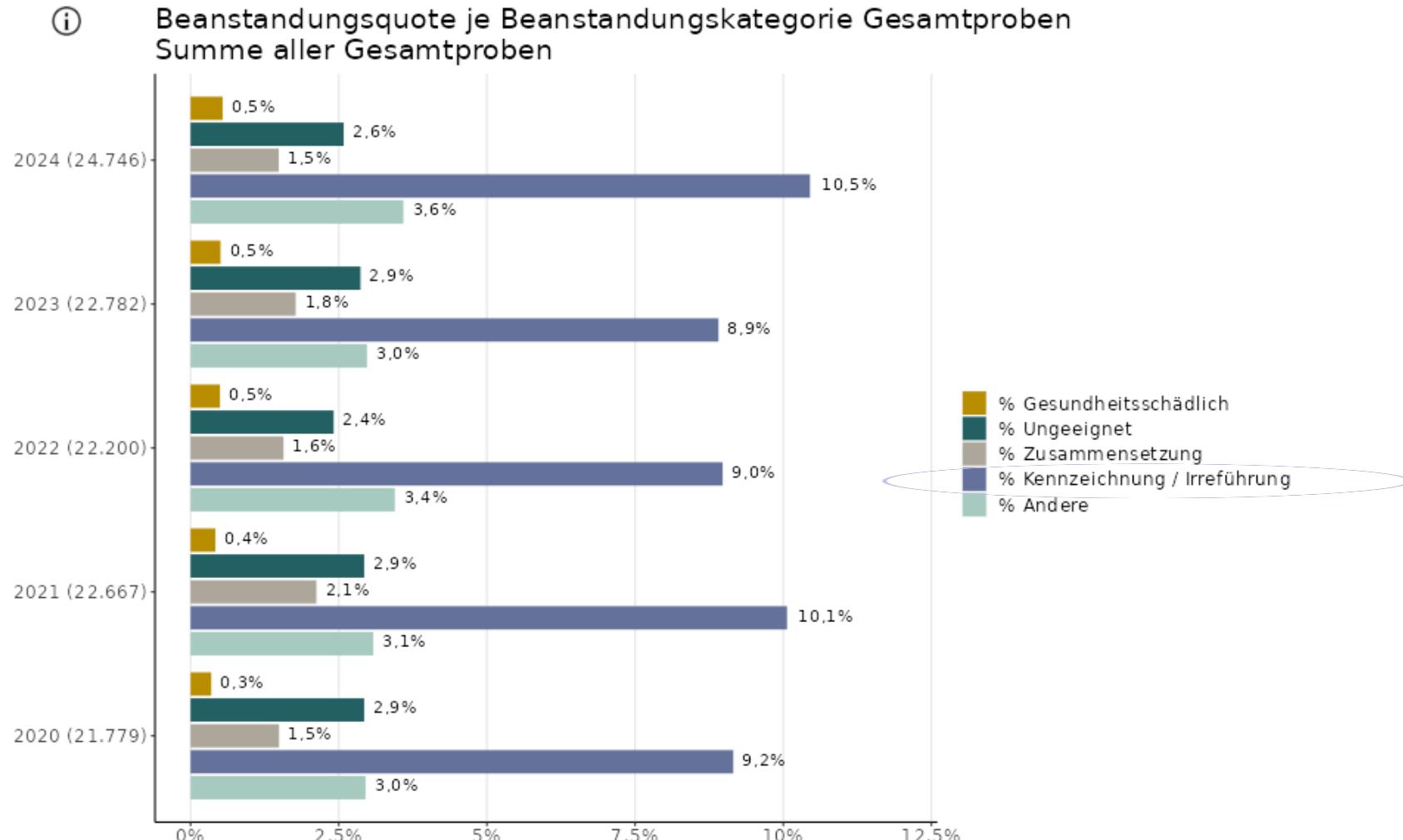


System der Lebensmittelkontrolle in Österreich



Irreführung im Lebensmittelrecht

Relevanz - Lebensmittelsicherheitsbericht interaktiv



Allgemeine Irreführungsvorschriften - EU

Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV) und Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetz (LMSVG)



§7 LMIV (VO (EU) 1169/2011)

(1) Informationen über Lebensmittel dürfen **nicht irreführend** sein, insbesondere iBa

a) **Eigenschaften** (Art, Identität, Zusammensetzung, Menge, Haltbarkeit, Ursprungsland, Herkunftsland, Herstellung oder Erzeugung);

b) **Wirkungen oder Eigenschaften**, die es nicht besitzt;

c) **Hervorhebung besonderer Merkmale**, obwohl alle vergleichbaren Lebensmittel dieselben Merkmale aufweisen (**Werbung mit Selbstverständlichkeiten**)

(2) Informationen über Lebensmittel müssen **zutreffend, klar und leicht verständlich sein**.

(4) Gilt auch für a) die **Werbung**; b) die **Aufmachung und Darbietung** von Lebensmitteln (**Form, Aussehen, Verpackung**).

§5 LMSVG (BGBl. I Nr. 13/2006)

(2) **Verbot d. Inverkehrbringens / Bewerbung mit zur Irreführung geeigneten Informationen**

1. **Eigenschaften** (Art, Identität, Zusammensetzung, Menge, Haltbarkeit, Ursprungsland, Herkunftsland, Herstellung oder Erzeugung);

2. **Wirkungen oder Eigenschaften**, die es nicht besitzt;

3. Hervorheben besonderer Merkmale, **obwohl** alle vergleichbaren LM dieselben Merkmale aufweisen (**Werbung mit Selbstverständlichkeiten**)

(4) Die Verbote gelten sinngemäß **auch für die Aufmachung**.

Allgemeine Irreführungsvorschriften

Konsequenzen bei Nichteinhaltung

Konsequenzen aus der Lebensmittelinformations-VO	Konsequenzen aus dem UWG	Konsequenzen aus der Green Claims-Richtlinie
<ul style="list-style-type: none">– Behördliche Kontrollen– Abmahnung, ggf. Aufforderung zur Nachbesserung– Verwaltungsstrafen (§ 90 Abs. 1 LMSVG)– Ggf. Rückruf und Marktrücknahme (§39 LMSVG)– Veröffentlichung und Warnung der Öffentlichkeit (§ 40 LMSVG)	<ul style="list-style-type: none">– Instrument des Wettbewerbsrechts– Privat-autonomen Rechtsdurchsetzung– Unterlassungsklagsbefugnis für Mitbewerber:innen, VKI, Schutzverband gegen unlauteren Wettbewerb, Bundesarbeitskammer, (Land-) Wirtschaftskammer oder Gewerkschaftsbund– Bei Verschulden: Schadenersatz iSd § 16	<ul style="list-style-type: none">– Kontrollen durch die Behörden– Beschwerdemöglichkeiten für natürliche und juristische Personen– Mögliche weitere Sanktionen

Irreführung im Lebensmittelrecht

Überschneidungen zwischen UWG und LMR: Judikatur

- Täuschung als übergreifende Thematik v. a. im Bereich Kennzeichnung/Aufmachung
- Irreführung gem. UWG (insb. § 2 Abs 1 Z 2 UWG) aber auch gem. EU-Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV)
 - Beispiel: Irreführungseignung aufgrund einer **blickfangartigen Aufmachung**

Prominente Beispiele aus dem Lebensmittelbereich:

- EuGH 04.06.2015, C195/14 Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. gegen Teekanne GmbH & Co KG
- OGH 23.05.2024, 4 Ob 25/24s (Römerquelle bio limo leicht)
- OGH 25.1.2024, 4 Ob 230/23m (Gröbi Waldbeere)

EuGH 04.06.2015, C195/14

Teekanne, Himbeer-Vanille-Abenteuer

- Aufmachung:
 - Abbildungen von Himbeeren und Vanilleblüten
 - Angaben: „Früchtetee mit natürlichen Aromen“
 - grafisch gestaltetes Siegel „nur natürliche Zutaten“
- Enthalten jedoch gem. korrektem und vollständigem Zutatenverzeichnis ausschließlich natürliche Aromen mit „Vanillegeschmack“ und „Himbeergeschmack“ (keine natürlichen Zutaten aus Vanille/Himbeere oder daraus gewonnene)
- Relevante Frage, ob und unter welchen Umständen die Produktaufmachung eines Lebensmittels trotz richtiger und vollständiger Deklaration der Zutaten irreführend sein kann



Die Etikettierung eines Lebensmittels und die Art und Weise, in der sie erfolgt, durch das Aussehen, die Bezeichnung oder die bildliche Darstellung einer bestimmten Zutat **können den Eindruck des Vorhandenseins dieser Zutat in dem Lebensmittel erwecken, obwohl sie darin tatsächlich nicht vorhanden ist** und sich dies allein aus dem Verzeichnis der Zutaten auf der Verpackung des Lebensmittels ergibt.

Römerquelle bio limo leicht – Kontext

- Rezeptur enthält:
 - **natürliches Minzaroma**, das gemäß Art 16 Abs 4 Aromen-VO 1334/2008 also ausschließlich oder zu mindestens zu 95 Gew-% aus Minze hergestellt sein muss
 - **natürliches Limetten-Aroma**, allerdings nur als **Teil einer Mischung verschiedener natürlicher Zitrusfrüchte-Aromen**
- Bewerbung in online-Shops:
 - "**Ihr Fruchtanteil besteht aus Obst aus biologischem Anbau**"
 - "**Die Kombination aus prickelndem Römerquelle Mineralwasser und Anteilen biologisch angebauter Zitrone, Limette und Minze (...)**"



■ **Unterlassungsklage aufgrund von Irreführung nach § 2 Abs 1 Z 2 UWG:**

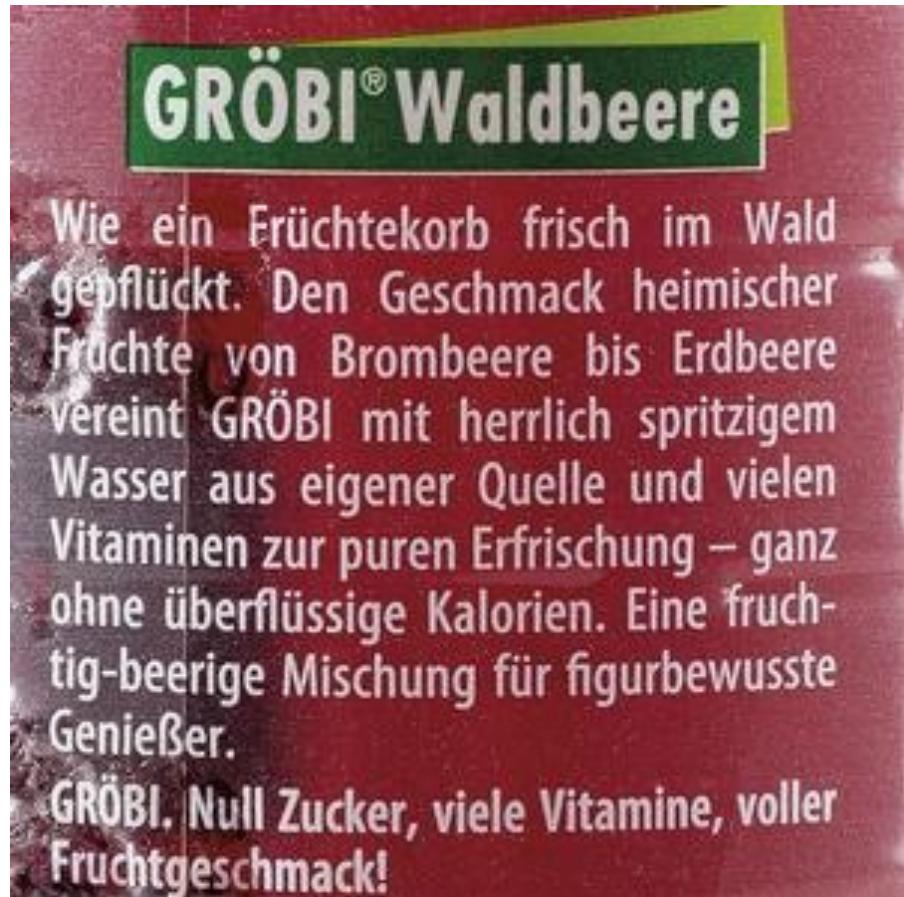
- Erweckt unrichtigen Eindruck, die Bio-Limonade enthielte bestimmte Frucht- und/oder Kräuteranteile, wenn tatsächlich ein oder mehrere dieser vorgeblichen Zutaten nicht oder nur in Form von Aromen enthalten sind; sowie Urteilsveröffentlichung durch die Zweitbeklagte und Ermächtigung zur Urteilsveröffentlichung an weiteren Stellen. Zum Unterlassungsanspruch formulierte er ein Haupt- und drei Eventualbegehren.

- **Rs. Teekanne, EuGH C-195/14 richtungsweisend:** hier relevante Frage, ob und unter welchen Umständen die Produktaufmachung eines Lebensmittels trotz richtiger und vollständiger Deklaration der Zutaten irreführend sein kann

- [37] Durch die Wortfolge "*zitrone limette minze*", die blickfangartige Abbildung von diesen Früchten und Kräutern in naturgetreuer Form, die prominent platzierte Mineralwassermarke, die Farbgestaltung von Verpackung und Getränk selbst und nicht zuletzt durch den Zusatz "*bio*" **weckt das Produkt (gewollte) Assoziationen mit einer sehr naturbelassenen, selbstgemachten Erfrischung**, für die Mineralwasser mit Früchten oder Kräutern versehen und kaltgestellt wird.
 - Auch wenn dem Verbraucher klar ist, dass das Getränk in der Plastikflasche im Supermarktregal gerade nicht hausgemacht ist, verheißt die Aufmachung doch eine Rezeptur mit wenigen Zutaten in minimal verarbeiteter Form.
- [38] **Wenn schließlich in der Produktbeschreibung auch noch von "Fruchtanteilen" die Rede ist, berechtigt dies den Verbraucher jedenfalls zur Erwartung, dass das Getränk solche Anteile für all seine Geschmackskomponenten in tatsächlich erwähnenswerter Menge enthalten muss.**
 - [39] Dies trifft aber gerade auf die Limette nicht zu. Zwar wurde das natürliche Aroma tatsächlich unter anderem auch, aber nur in ganz untergeordneter Rolle mit Limetten hergestellt. Tatsächlich verleit dem Getränk nach den Feststellungen die Limettennote ein Zitrusaromagemisch aus vorwiegend anderen Zitrusfrüchten.

- Ein aufklärender Hinweis kann eine bereits durch Blickfangelemente hervorgerufene Irreführung nicht verhindern.
 - „***Die Erfüllung der Kennzeichnungspflicht immunisiert nicht generell gegen Irreführung.***“
- Lebensmittelproduzenten ist eine Irreführung der Verbraucher nicht nur nach § 2 UWG untersagt, sondern auch ausdrücklich durch das **Lebensmittelkennzeichnungsrecht** der Europäischen Union.
 - Art 7 Abs 1 lit a LMIV lautet ganz klar: "*Informationen über Lebensmittel dürfen nicht irreführend sein, insbesondere in Bezug auf die Eigenschaften des Lebensmittels, insbesondere in Bezug auf Art, Identität, Eigenschaften, Zusammensetzung, Menge, Haltbarkeit, Ursprungsland oder Herkunftsland und Methode der Herstellung oder Erzeugung*".
 - Abs 4 lit a und b stellen klar, dass dies auch für die Werbung und die Aufmachung von Lebensmitteln, insbesondere für ihre Form, ihr Aussehen oder ihre Verpackung, die verwendeten Verpackungsmaterialien, die Art ihrer Anordnung und den Rahmen ihrer Darbietung gilt.

Gröbi Waldbeere – Kontext: Aufmachung



- das Getränk enthält weder Beeren noch Aromen dieser Früchte



Bildquelle:

https://www.konsumentenfragen.at/konsumentenfragen/Rund_um_den_Vertrag/Irrefuehrende-Werbung-bei-Groebi-Waldbeere.html#

OGH 25.1.2024, 4 Ob 230/23m

Gröbi Waldbeere – Kontext: Klage und Erstgericht

— Unterlassungsklage aufgrund von Irreführung nach § 2

Abs 1 Z 2 UWG:

- Erweckt unrichtigen Eindruck, das Erfrischungsgetränk enthielte Fruchtsaftanteile von heimischen Früchten und Beeren, wenn tatsächlich kein Saft(-konzentrat) dieser Früchte enthalten ist

— Diverse Angaben über Bestandteile und stoffliche Beschaffenheit des angebotenen Produktes sind für den Verkehr von wesentlicher Bedeutung → für die (Kauf-) Entscheidung relevant. Angaben über die stoffliche Beschaffenheit, die nicht der Wahrheit entsprechen, sind in aller Regel irreführend.

„ So schmeckt Heimat.
Beerig-gut genießen.
Wie ein Früchtekorb
frisch im Wald
gepflückt...“

Arrangiert wie ein Blumenbouquet,
naturgetreu abgebildete Früchte
samt Blättern und Blüte



- Beklagter behauptet, das Produkt sei ein „Erfrischungsgetränk“ und kein „Fruchtsaft“
 - keinen Fruchtsaftanteil vorgeschrieben.
 - gem. ÖLMB ist die Abbildung ganzer (aber nicht tropfender) Früchte auf dem Etikett zulässig
- Entscheidung: **die Produktbezeichnung als "Erfrischungsgetränk" wird zum einen von den blickfangartigen Bezugnahmen auf frische Beeren völlig in den Hintergrund gedrängt und zum anderen schließt sie nicht aus, dass ein so bezeichnetes Getränk auch Fruchtsaftanteile enthält.**
 - Produktkategorie nicht relevant, da es ist für den Durchschnittsverbraucher auf den ersten Blick nicht erkennbar, dass es sich um ein Erfrischungsgetränk handelt
 - ÖLMB gibt die konkrete Verbrauchererwartung nur widerlegbar wieder.
 - Aus diesen Entscheidungen ist nicht der umgekehrte Schluss zu ziehen, es reiche aus, Produkte entsprechend dem ÖLMB zu bezeichnen, um eine Irreführung im Sinne des UWG auszuschließen.

Der Gesamteindruck kann durch einzelne Teile der Ankündigung, die als Blickfang besonders herausgestellt sind, entscheidend geprägt werden.

Österreichisches Lebensmittelbuch

UK Kennzeichnung - Leitlinien zur täuschungsfreien Aufmachung



INHALTSVERZEICHNIS

1	ALLGEMEINES	3
2	VERPFLICHTENDE INFORMATIONEN ÜBER LEBENSMITTEL	3
2.1	Erläuterungen zu einzelnen verpflichtenden Angaben.....	3
2.1.1	Allergenkennzeichnung	3
2.1.2	QUID – mengenmäßige Angabe der Zutaten	3
2.1.3	Angaben zur Aufbewahrung (Lagerung) und/oder Verwendung	3
3	FREIWILLIGE ANGABEN	4
3.1	Lauterkeit der Informationspraxis.....	4
3.2	Allgemeine Grundsätze	5
Anhang 1	LEITLINIE zur Allergeninformation bei nicht vorverpackten Lebensmitteln „(offene Waren“) im Sinne der Allergeninformationsverordnung	6
Anhang 2	LEITLINIE für die Personalschulung über die Allergeninformation im Sinne der Allergeninformationsverordnung	9
Anhang 3	EMPFEHLUNG zur schriftlichen Allergeninformation bei nicht vorverpackten Lebensmitteln „(offene Waren“).....	11
Anhang 4	EMPFEHLUNG betreffend Angaben zur Aufbewahrung (Lagerung) und/oder Verwendung	14
Anhang 5	EMPFEHLUNG zum Art. 25 der Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel	16
Anhang 6	LEITLINIE über die täuschungsfreie Aufmachung bei freiwilligen Angaben mit Bezug auf Ursprung oder Herkunft des Lebensmittels.....	17
Anhang 7	LEITLINIE über die täuschungsfreie Aufmachung bei freiwilligen Angaben mit Bezug auf „Bauer“	21
Anhang 8	LEITLINIE über die täuschungsfreie Aufmachung bei freiwilligen Angaben mit Bezug auf „Berg/Alm/Alpen“ und die Abgrenzung zur fakultativen Qualitätsangabe „Bergerzeugnis“	23
Anhang 9	LEITLINIE über die täuschungsfreie Verwendung von Abbildungen, die auf Früchte, Gemüse oder andere charakteristische Zutaten hinweisen.....	24
Anhang 10	LEITLINIE über die täuschungsfreie Verwendung von Lebensmitteln, die mit den Zusatzstoffen Stevioglycoside (E 960a - E 960c) gesüßt sind	26
Anhang 11	LEITLINIE über die täuschungsfreie Aufmachung von pflanzlichen, veganen und vegetarischen Lebensmitteln mit Bezug in der Kennzeichnung zu Lebensmitteln tierischen Ursprungs	29

Anhang 9

LEITLINIE über die täuschungsfreie Verwendung von Abbildungen, die auf Früchte, Gemüse oder andere charakteristische Zutaten hinweisen¹

Auf Lebensmitteln, die mit Früchten, Gemüse oder anderen charakteristischen Lebensmittelzutaten bzw. deren Geschmack in Verbindung stehen oder in Verbindung gebracht werden, sind häufig entsprechende Abbildungen vorhanden, welche von stilisiert bis deutlich naturnah reichen. Für Konsumentinnen und Konsumenten muss aus der Gesamtaufmachung klar erkennbar sein, worauf sich die bildliche Darstellung bezieht und was sie zum Ausdruck bringt.

Nachstehende Ausführungen zu Fruchtabbildungen gelten gleichermaßen für die Abbildung von Gemüse und anderen charakteristischen Zutaten.

1. Allgemeine Grundsätze

Die Abbildung einer Frucht bringt primär das Vorhandensein/die Verwendung dieser Frucht als Zutat in wertbestimmendem Ausmaß zum Ausdruck, kann aber auch die entsprechende Geschmacksrichtung signalisieren.

Für die Beurteilung, ob eine derartige Ware nach der Verkehrsauflassung, insbesondere nach der Verbrauchererwartung täuschungsfrei in Verkehr gebracht wird, ist im jeweiligen Einzelfall neben der Gesamtaufmachung auch auf die Art des Lebensmittels abzustellen.

Dies gilt insbesondere auch bei der Beurteilung, welche Mengen an Früchten in der jeweiligen Produktkategorie wertbestimmend sind. Wertbestimmende Anteile sind anzunehmen, wenn die charakteristischen Eigenschaften des Produktes (beispielsweise Geruch, Geschmack, Aussehen, ernährungsphysiologische Eigenschaften) dadurch geprägt bzw. mitbestimmt werden. Entsprechende Regelungen dazu können in den einzelnen Kapiteln des österreichischen Lebensmittelbuchs festgelegt sein.

Je realistischer oder blickfangartiger Abbildungen sind, desto höher kann im Einzelfall die Erwartung der Verbraucher sein, dass die abgebildete Zutat entsprechend der Abbildung im Lebensmittel enthalten ist. Wenn Teile der Gesamtaufmachung (Abbildungen, Farben oder Textelemente) einen entscheidend prägenden bzw. mitbestimmenden Eindruck vermitteln und die Ware diesem nicht entspricht, kann eine Richtigstellung allein aufgrund des Zutatenverzeichnisses in bestimmten Fällen nicht ausreichen (siehe EuGH-Urteil C-195/14 vom 4. Juni 2015).

2. Ergänzende Hinweise in der Kennzeichnung

Irreführung im Lebensmittelrecht

Einfluss von Judikatur auf LMR und Begutachtungspraxis



- Anpassung der Begutachtungspraxis im Rahmen der amtlichen Kontrolle
- Österreichisches Lebensmittelbuch (ÖLMB): "objektiviertes Sachverständigengutachten": Verlautbarung von Sachbezeichnungen, Begriffsbestimmungen, Untersuchungsmethoden und Beurteilungsgrundsätze sowie von Richtlinien für das Inverkehrbringen von LMSVG-Waren
 - widerspiegelt die allgemein übliche Verkehrsauffassung
 - unterstützt die Begutachtungspraxis
 - dient als Orientierungshilfe für Hersteller und Verbraucher
- (Oberstgerichtliche) Judikatur wird in das ÖLMB übernommen:
 - u. a. Kapitel A1 – Judikatur bei LMSVG Waren (siehe blickfangartige Aufmachung 1.6.2 ff) und A5 – Kennzeichnung, Aufmachung (u. a. Fruchtabbildungen) sowie in den einzelnen Kapiteln zu spezifischen Produktkategorien (bspw. Aromen, Fruchtsäfte, Erfrischungsgetränke) und in den jeweiligen Leitlinien

Überschneidung von LMR mit anderen Rechtsmaterien:

Vergleich Bezeichnungsschutz in GMO (Verordnung (EU) Nr. 1308/2013)



- Bezeichnungsschutz für Bezeichnung von Milch und Milchprodukten in Art 78 Abs 2 und Anhang VII Teil III Z 2 der GMO
- Gefestigt durch EuGH-Urteil C-422/16 „TofuTown“ 2017:
 - **Rechtssatz:** die Bezeichnung „**Milch**“ und die nach dieser Verordnung **ausschließlich Milcherzeugnissen vorbehaltenen Bezeichnungen dürfen** bei der Vermarktung oder Werbung zur Bezeichnung eines rein pflanzlichen Produkts nicht verwendet werden, und zwar **selbst dann, wenn diese Bezeichnungen durch klarstellende oder beschreibende Zusätze ergänzt werden**, die auf den pflanzlichen Ursprung des in Rede stehenden Produkts hinweisen.
- Umgang im Rahmen der amtlichen Kontrolle? GMO nicht im Anhang des LMSVGs enthalten



© Valentyn Volkov/Shutterstock.com

Überschneidung von LMR mit anderen Rechtsmaterien:

Vergleich Bezeichnungsschutz in GMO (Verordnung (EU) Nr. 1308/2013)



- **Begutachtung:** Verweis auf GMO-Vorschriften über Tatbestände des LMSVGs bzw. der LMIV (hier: Verpflichtung zur Angabe der rechtlich vorgeschriebenen Bezeichnung)
- Erstellung einer **Leitlinie** im Rahmen des ÖLMBs Kapitel A5 Kennzeichnung/Aufmachung:
 - Anhang 11 – LEITLINIE über die täuschungsfreie Aufmachung von pflanzlichen, veganen und vegetarischen Lebensmitteln mit Bezug in der Kennzeichnung zu Lebensmitteln tierischen Ursprungs
 - Verweis auf LMR-Gesetzgebung, verwandte Rechtsmaterien (GMO, VO (EU) Nr. 2024/1143), EuGH-Urteil Tofutown, Beschlüsse der EU-Kommission und nationale FAQs
 - Einheitliche Klarstellung der Auslegung, inkl Positiv- und Negativbeispiele

Zielführende Herangehensweise auch für Irreführungseignung bei Lebensmitteln aufgrund von nachhaltigkeitsbezogenen Angaben (neue per-se Verbote gem. UWG)?



Nachhaltigkeitsbezogene Informationen

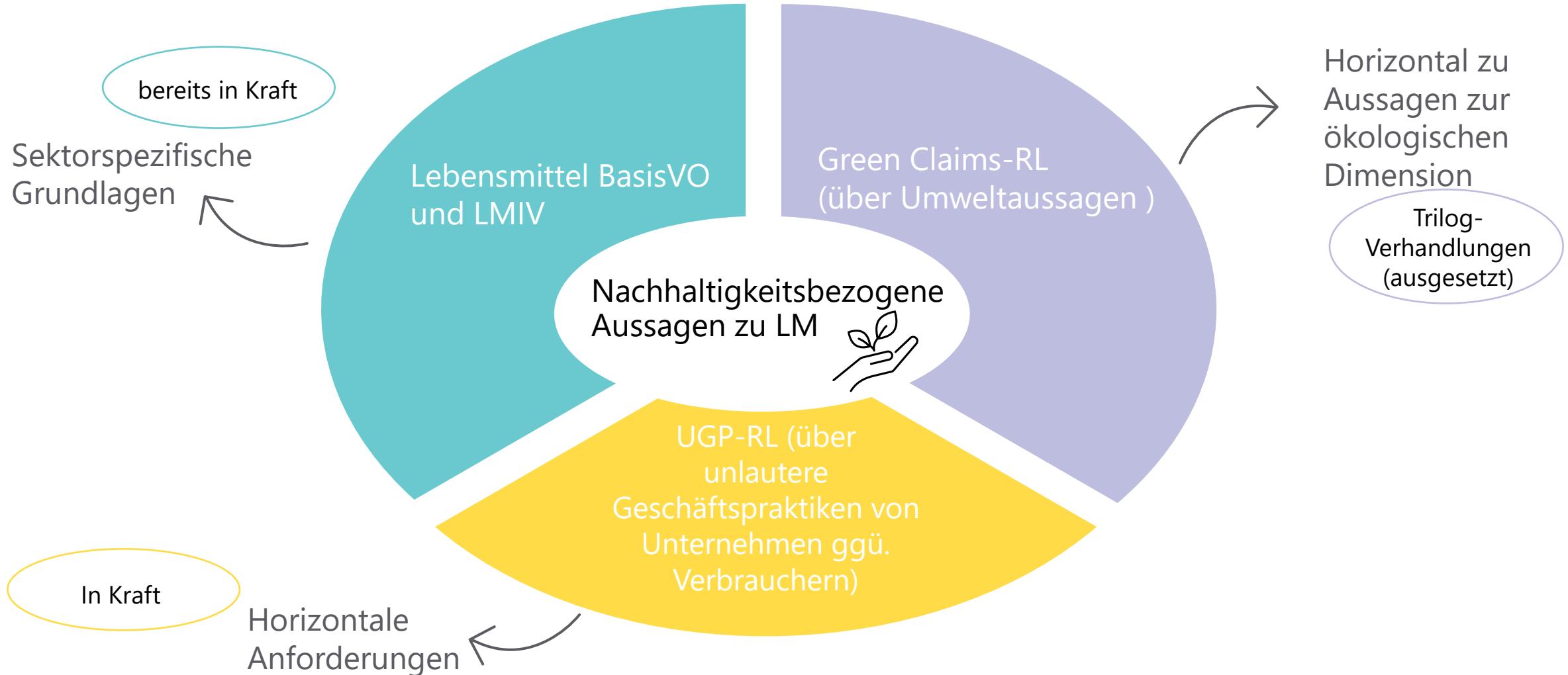
Stand in Österreich

Informationen über **klima-, umweltbezogene und soziale** Aspekte von Lebensmitteln, die **Entscheidungen** beeinflussen können



Aktuelle Entwicklungen rund um Nachhaltigkeit

Wichtigste rechtliche Grundlagen - Überblick



Rechtsprechung Nachhaltigkeit auf Lebensmitteln

Rechtsprechung „CO₂-neutral gebraut“

- LG Linz, Urteil vom 27.03.2023, 3 Cg 69/22k-8 (noch nicht rechtskräftig)
- VKI gegen BRAU UNION Österreich Aktiengesellschaft
- Gösser Bier als „CO₂-neutral gebraut“ geworben
- Fernsehwerbung, Webseite, Produktverpackung (Flaschenetikett)
- Bezieht sich aber nur auf das Brauprozess - Malzherstellung zB
kein CO₂-neutraler Produktionsschritt!



Weil es in unserer Natur liegt,
Wertvolles zu bewahren.



© Landesgericht Linz

Irreführung!

Rechtsprechung Nachhaltigkeit auf Lebensmitteln

Rechtsprechung „CO₂-neutral gebraut“



Bei diesem Irreführungstatbestand ist zu prüfen,

- a) wie ein durchschnittlich informierter und verständiger Interessent die strittige Auslobung **versteht**,
- b) ob dieses Verständnis **den Tatsachen entspricht**, und ob
- c) eine nach diesem Kriterium unrichtige Angabe, den Interessenten möglicherweise zu einer **geschäftlichen Entscheidung veranlasst**, die er sonst nicht getroffen hätte

Irreführung?

Urteil: Die Aussage „CO₂-neutral gebraut“ ist jedoch insofern unklar und daher im Sinne der dargestellten Grundsätze irreführend, als für den durchschnittlich informierten und verständigen Verbraucher **unklar bleibt, auf welche konkreten Produktionsschritte sich das „gebraut“ in der Werbeaussage der Beklagten bezieht.**

Rechtsprechung Nachhaltigkeit auf Lebensmitteln

„Mit jeder Tasse Gutes tun“



- OLG Bremen, Urteil 23.12.2022, 2 U 103/22
- Werbung in einer Lebensmittelzeitschrift - Fachpublikum?
 - oder Lebensmittelexperte ≠ Nachhaltigkeitsexperte?

- „Nachhaltige Kamille“ -> „ressourcenfreundlich“
- „Nachhaltige Minze“ -> „kurze Lieferwege“
- „Nachhaltiger Fenchel“ -> „füttert die Bienen“
- „die 3 neuen nachhaltigen CUPPER Kräuter-Medleys fördern Biodiversität“

- beworbene Nachhaltigkeit vom Unternehmen allein mit der **biologischen Erzeugung** der Kräutertees begründet

Irreführung?

Rechtsprechung Nachhaltigkeit auf Lebensmitteln

„Mit jeder Tasse Gutes tun“ - Urteil



■ „nachhaltige(r) Kamille/Minze/Fenchel“

- Allgemein, unscharf – keine hinreichende Benennung derjenigen Vorteile, die die Auslobung der Nachhaltigkeit tragen soll

■ „ressourcenfreundlich“ bzgl. Kamillentee

- Allgemein, ungenau
- Selbstverständlichkeit wenn auf dem geringen Wasserverbrauch der Pflanze gezogen – Wesensmerkmal der Pflanze selbst

■ „kurze Lieferwege“ bzgl. Minztee

- Unrichtig – Nanaminze (in Mischung enthalten) in Nordafrika angebaut, nur 43% Pfefferminzanteil (aus Deutschland)

■ „die 3 neuen nachhaltigen CUPPER Kräuter-Medleys fördern Biodiversität“:

- Nicht unbestimmt wie „umweltfreundlich“ oder „nachhaltig“
- Bio-Produktion nach EU-Öko-VO und somit Verzicht auf Pestizide und Vermeidung nachteiliger Wirkungen vor allem auf die Insektenpopulationen

■ „Füttert die Bienen“ bzgl. Fencheltee:

- Fenchel ist eine für Bienen verwertbare Futterpflanze
- Keine Werbung mit Selbstverständlichkeit, weil Bio und somit pestizidfrei

Weitere Fälle Nachhaltigkeit auf Lebensmitteln

Aktuelles Beispiel (via foodwatch Österreich)



„Wer das Klima schützen will,
kann also einen Baum pflanzen –
und Heumilch trinken hilft auch“

— **Heumilch als Klimaretter** (TV-Spot)

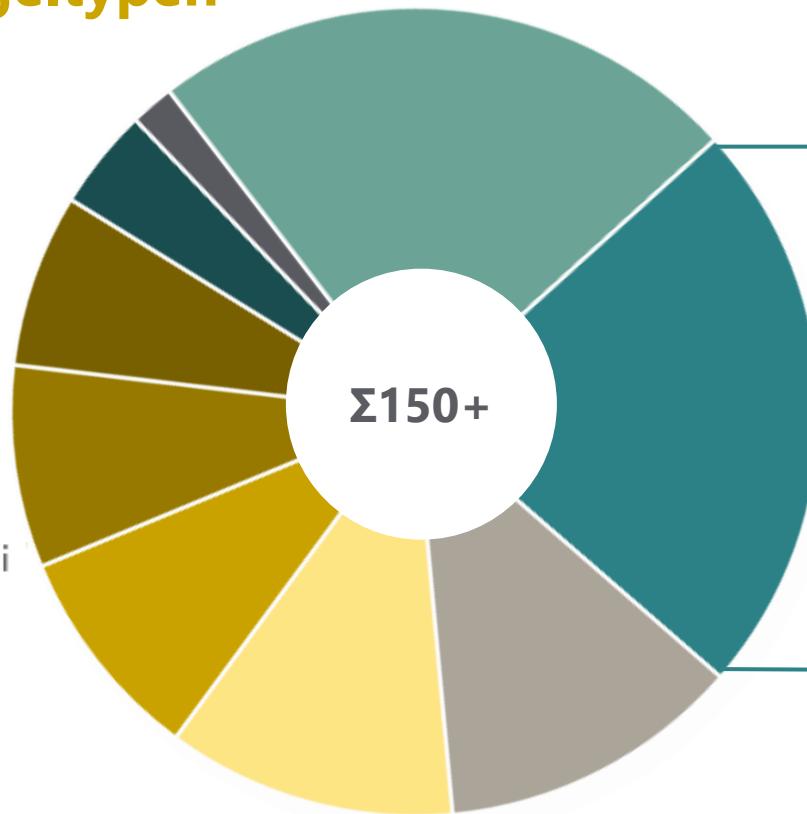
- Lt. ARGE Heumilch speichern Heuwiesen mehr CO₂ als Wälder
 - Behauptung basiert auf einer von ARGE selbst beauftragten Studie, welche den Waldboden ohne die CO₂-Speicherleistung der Bäume berücksichtigt.
 - Methan-Ausstoß der Kühe ebenfalls vernachlässigt
- Werberat Österreich: sofortige Sujetrücknahme

Lebensmittel und Nachhaltigkeit

Markterhebung in Österreich: Wie ist die Lage?

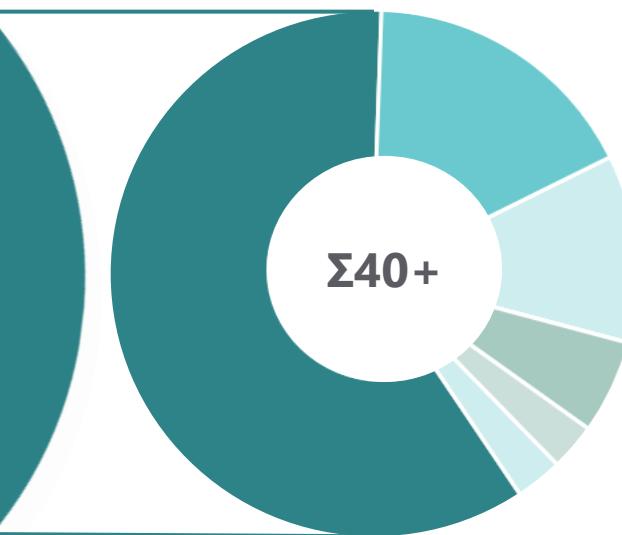
Unterschiedliche Siegeltypen

- Biosiegel
- Nachhaltige Produktion
- Verpackung
- Ernährung und Gesundheit
- Vegan oder Vegetarisch
- Tierwohl und nachhaltige Fischerei
- Herkunft
- Fairer Handel
- Lebensmittelverschwendungen



Nachhaltige Produktion

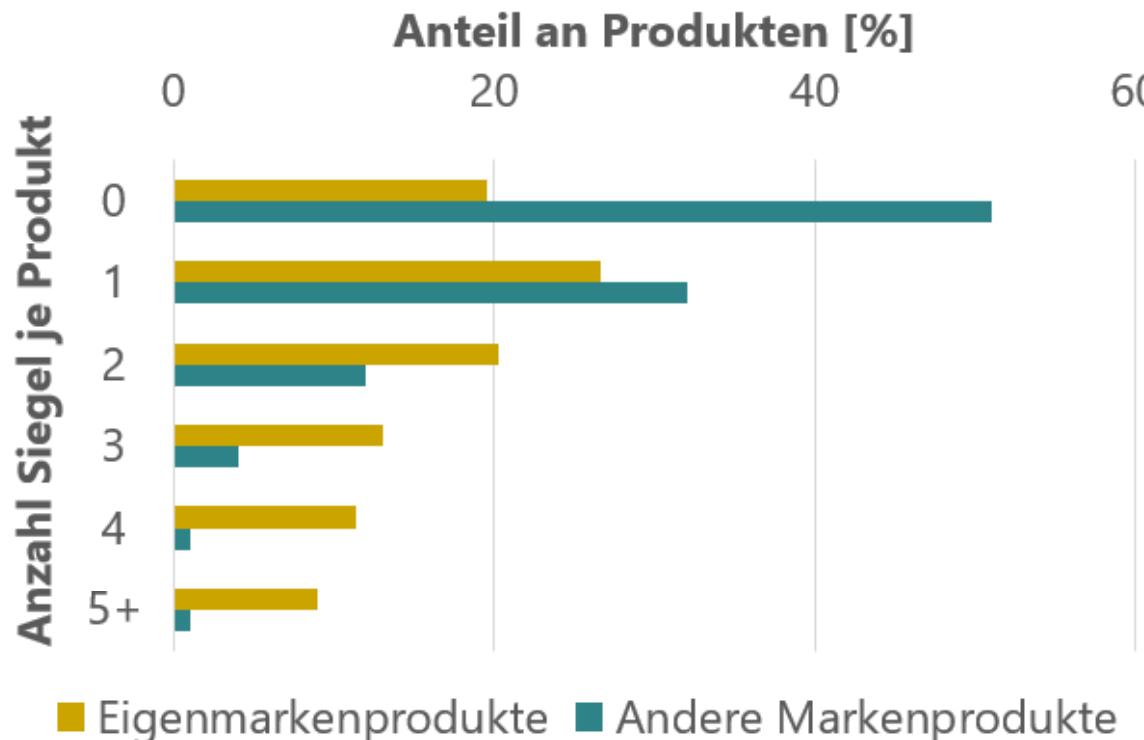
- Gütezeichen mit Zertifikat
- Siegelähnliche Auslobung
- Gütesiegel
- Charity-Siegel
- Marke
- Score
- Testzeichen und Testsieger



Lebensmittel und Nachhaltigkeit

Markterhebung in Österreich: Wie ist die Lage?

Wie viele (relevante) Siegel je Produkt?*



*vorläufige Ergebnisse

Welche Auslobungen sind am Markt?*

Beispielbegriffe	Anzahl Eigenmarkenprodukte (von 1.255)	Anzahl andere Markenprodukte (von 65.000)
Nachhaltig, aus nachhaltigem Anbau u.ä.**	35+	900+
Klimaneutral, klimafreundlich, CO ₂ -neutral u.ä.**	40+	370+

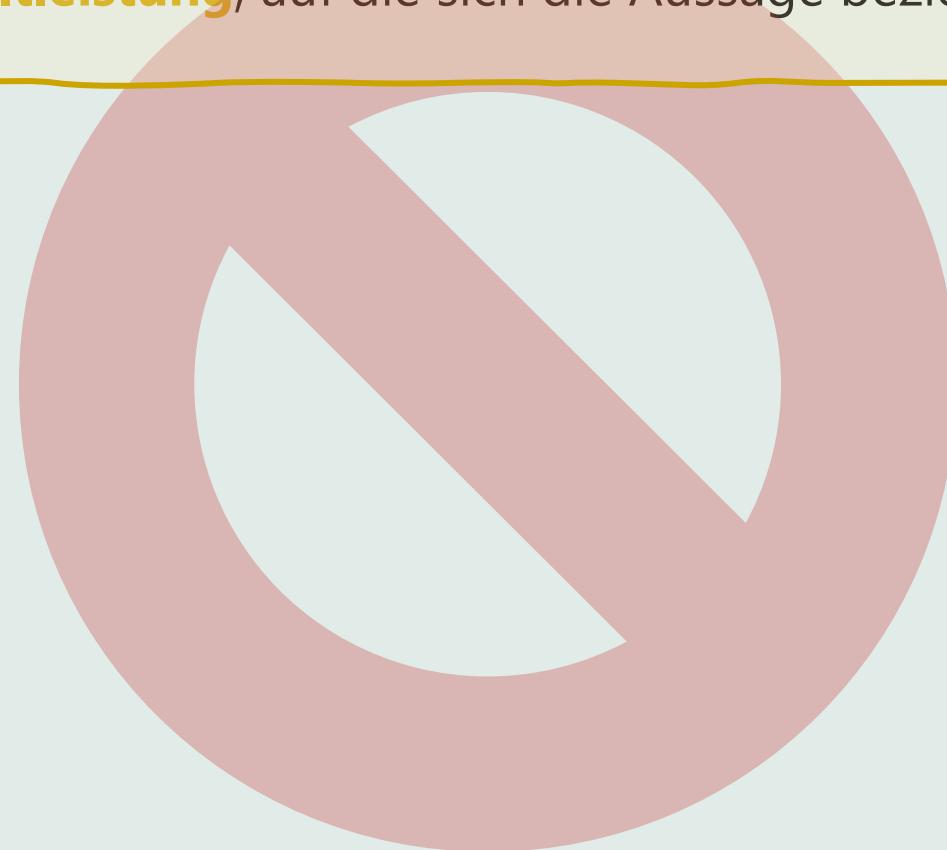
** tw. Zertifizierungen (Bio etc.) als Begründung

Lebensmittel und Nachhaltigkeit

Kritische Beispiele unter der EmpCo

Liste neuer per se-Verbote im Anhang I der neuen UGP-RL

- 4a. Treffen einer **allgemeinen Umweltaussage**, wobei der Gewerbetreibende die **anerkannte hervorragende Umweltleistung**, auf die sich die Aussage bezieht, nicht nachweisen kann;



Beispiele aus der Praxis

Allgemeine Umweltaussagen



! Allgemeine Umweltaussagen

→ Hervorragende Umweltleistung?

Beispiele aus der Praxis

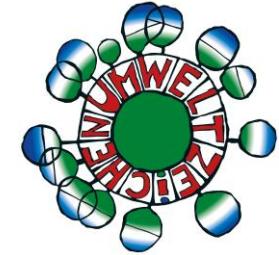
Allgemeine Umweltaussagen



! Allgemeine Umweltaussagen

→ Hervorragende Umweltleistung?

→ EU-Umweltzeichen, nationale Umweltkennzeichen EN ISO 14024 Typ I (**Ö. Umweltzeichen**)



→ ABER: „Bewusst“, „nachhaltig“
→ auch soziale Merkmale →
hervorr. Umweltleistung NICHT
ausreichend (EmpCo EG 10)

Beispiele aus der Praxis

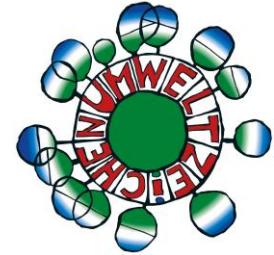
Allgemeine Umweltaussagen



Artschutz, Ressourcenschonung
→ Bio



→ EU-Umweltzeichen, nationale Umweltkennzeichen EN ISO 14024 Typ I (**Ö. Umweltzeichen**)



→ ABER: „Bewusst“, „nachhaltig“
→ auch soziale Merkmale →
hervorr. Umweltleistung NICHT
ausreichend (EmpCo EG 10)

Beispiele aus der Praxis

Allgemeine Umweltaussagen

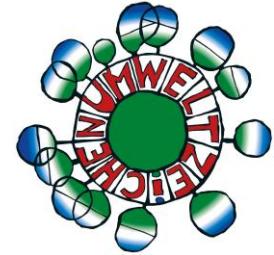


Artenschutz, Ressourcenschonung
→ Bio



Enkeltaugliche Zukunft?
Besonders nachhaltig?

→ EU-Umweltzeichen, nationale Umweltkennzeichen EN ISO 14024 Typ I (Ö. Umweltzeichen)



→ ABER: „Bewusst“, „nachhaltig“
→ auch soziale Merkmale →
hervorr. Umweltleistung NICHT
ausreichend (EmpCo EG 10)

Lebensmittel und Nachhaltigkeit

Zusammenfassung

Liste neuer per se-Verbote im Anhang I der neuen UGP-RL

- 4a. Treffen einer **allgemeinen Umweltaussage**, wobei der Gewerbetreibende die **anerkannte hervorragende Umweltleistung**, auf die sich die Aussage bezieht, nicht nachweisen kann;
- 4b. Treffen einer Umweltaussage zum **gesamten Produkt** oder der gesamten Geschäftstätigkeit (...), wenn sie sich **nur auf einen bestimmten Aspekt des Produkts** oder eine bestimmte Aktivität der Geschäftstätigkeit des Gewerbetreibenden bezieht;
- 10a. Präsentation von Anforderungen, die **kraft Gesetzes** für alle Produkte in der betreffenden Produktkategorie auf dem Unionsmarkt gelten, als Besonderheit des Angebots des Gewerbetreibenden.

Beispiele aus der Praxis

Aussagen über ganze Produkte, wenn diese nur Teile betreffen

Aussage zum gesamten Produkt:

„Verpackung 100% aus Recyclingmaterial“



→ **Nicht zulässig**, wenn nur auf **bestimmte Teile der Verpackung** zutreffend! (Anhang I, 4b UGP-RL)

→ Spezifizierung, auf welchen Teil des Produkts es sich bezieht

„100 % aus recyceltem PET, ohne Etikett und Drehverschluss“



Achtung: Werbung mit Selbstverständlichkeiten (10a)

Insb. neue EU-Verpackungsverordnung (VO (EU) 2025/40, PPWR), gültig ab 12. August 2026

- **Art. 6(1): Alle** in Verkehr gebrachten Verpackungen **recyclingfähig**
- **Art.7: Mindestrezyklatanteile** in Kunststoff (z.B. lit. c) 30% bei Einweggetränkeflaschen ab 2030)
- **Art. 14 Umweltaussagen:**
 - a) nur wenn über Mindestanforderungen hinausgehen
 - b) Angabe Teil der Verpackung, auf den Aussage sich bezieht
 - Nachweis der Einhaltung in techn. Dokumentation (Anh. VII)

Lebensmittel und Nachhaltigkeit

Zusammenfassung

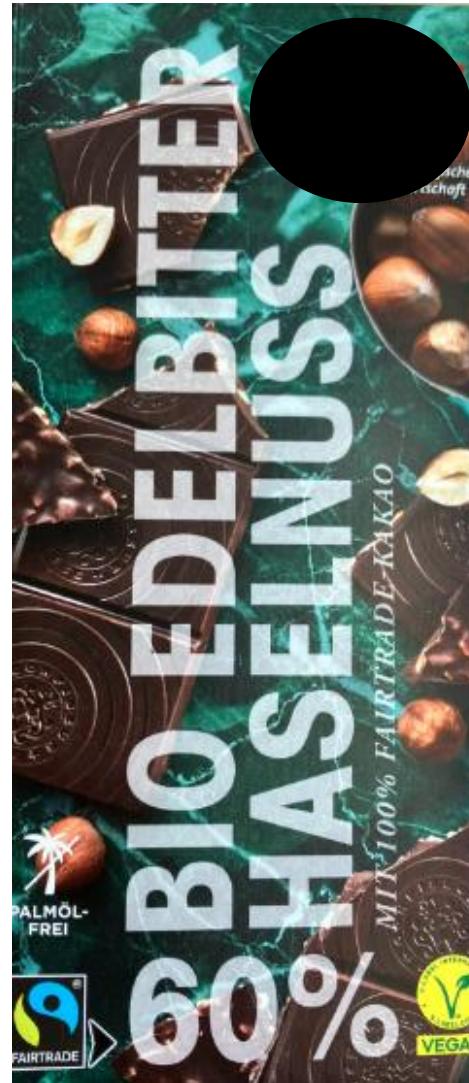
Liste neuer per se-Verbote im Anhang I der neuen UGP-RL

- **4a.** Treffen einer **allgemeinen Umweltaussage**, wobei der Gewerbetreibende die **anerkannte hervorragende Umweltleistung**, auf die sich die Aussage bezieht, nicht nachweisen kann;
 - **4b.** Treffen einer Umweltaussage zum **gesamten Produkt** oder der gesamten Geschäftstätigkeit (...), wenn sie sich **nur auf einen bestimmten Aspekt des Produkts** oder eine bestimmte Aktivität der Geschäftstätigkeit des Gewerbetreibenden bezieht;
 - **10a.** Präsentation von Anforderungen, die **kraft Gesetzes** für alle Produkte in der betreffenden Produktkategorie auf dem Unionsmarkt gelten, als Besonderheit des Angebots des Gewerbetreibenden.
- **4c.** Treffen einer Aussage, die sich auf der **Kompensation von Treibhausgasemissionen** begründet und wonach ein Produkt hinsichtlich der Treibhausgasemissionen **neutrale**, **verringerte** oder **positive** Auswirkungen auf die Umwelt hat.

Beispiele aus der Praxis

Beispiele mit Klimabezug

Aussagen zur CO₂-Neutralität, die rein auf Kompensation beruhen



Beispiele aus der Praxis

Beispiele mit Klimabezug

Aussagen zur CO₂-Neutralität, die rein auf Kompensation beruhen

Claim: Entstandene Emissionen durch Pflanzen von Bäumen neutralisiert

- Spannend: Angabe „innerhalb der Wertschöpfungskette“ – Umgehen von „Kompensation“
- Aber: Kann das Pflanzen von Bäumen auch die CO₂-Emissionen von Transport etc. kompensieren?
- Auch auf Webseite keine weiteren Infos zu den Berechnungen, die den Carbon Neutral Product-Claim belegen



Lebensmittel und Nachhaltigkeit

Zusammenfassung

Liste neuer per se-Verbote im Anhang I der neuen UGP-RL

- **4a.** Treffen einer **allgemeinen Umweltaussage**, wobei der Gewerbetreibende die **anerkannte hervorragende Umweltleistung**, auf die sich die Aussage bezieht, nicht nachweisen kann;
 - **4b.** Treffen einer Umweltaussage zum **gesamten Produkt** oder der gesamten Geschäftstätigkeit (...), wenn sie sich **nur auf einen bestimmten Aspekt des Produkts** oder eine bestimmte Aktivität der Geschäftstätigkeit des Gewerbetreibenden bezieht;
 - **4c.** Treffen einer Aussage, die sich auf der **Kompensation von Treibhausgasemissionen** begründet und wonach ein Produkt hinsichtlich der Treibhausgasemissionen **neutrale**, **verringerte** oder **positive** Auswirkungen auf die Umwelt hat.
 - **10a.** Präsentation von Anforderungen, die **kraft Gesetzes** für alle Produkte in der betreffenden Produktkategorie auf dem Unionsmarkt gelten, als Besonderheit des Angebots des Gewerbetreibenden.
- **2a.** Anbringen eines **Nachhaltigkeitssiegels**, das nicht auf einem **Zertifizierungssystem** beruht oder nicht von staatlichen Stellen festgesetzt wurde;

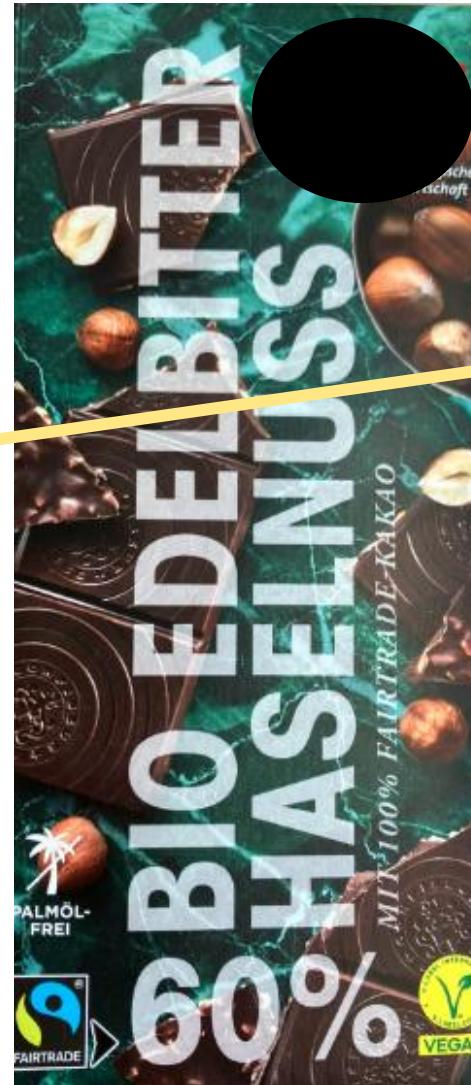
Beispiele aus der Praxis

Beispiele mit Klimabezug

Aussagen zur CO₂-Neutralität, die rein auf Kompensation beruhen

„Siegel oder ähnliches“

- keine Informationen auf Webseite oder zu Siegel zu finden
- Unklar, ob Anforderungen laut EmpCo entsprechend (Zertifizierungssystem,...)
- Siegel ggf. nicht zulässig?



Fazit

Was bedeutet das in der Praxis?

- Neue europäische Vorschriften im Bereich des **Wettbewerbsrecht** durch **EmpCo**
- **Nationale Umsetzung** der EmpCo folgt
- **Irreführungsverbot** auch zentraler Bestandteil (neben Gesundheitsschutz) im **Lebensmittelrecht**
- **Praktische Auswirkungen** auch für die Lebensmittelbranche und die **amtliche Begutachtungspraxis**
- Derzeit **Bewerbung** der **Nachhaltigkeit** im Lebensmittel sektor **stark verbreitet**
- Zeitpunkt zur **Auseinandersetzung** mit Neuerungen **jetzt!**

