

## Fränkisches Landrecht – Alles „Bio“?

Nicht nur Kenner des Lebensmittelrechts gingen bislang von relativ einfachen Wahrheiten aus: Die EU-Öko-Verordnung ist für Lebensmittel und Getränke mit Zutaten aus ökologischer Landwirtschaft das Maß aller Dinge, wenn es um die Auslobungen „Bio“ oder „Öko“ geht. Für dort erfasste Produkte gibt es klare gesetzliche Spielregeln – die je nach Selbstverständnis dann auf einer anderen Ebene noch durch private Anbauverbände mit einem „Premium“-Leistungsversprechen mit Blick auf besondere Anbaubedingungen verbunden werden können. Für dort nicht erfasste Lebensmittel sind die Begriffe dagegen gesperrt. Das gilt in besonderer Weise für Trinkwasser und für Mineralwasser. Letztere Kategorie ist zudem auf EU-Ebene einem eigenständigen Rechtsregime unterworfen – und dieses wiederum regelt abschließend, wann ein „natürliches Mineralwasser“ vorliegt.

Anders gewendet: Es gibt sehr wohl Bio-Fruchtsäfte und Bio-Erfrischungsgetränke (z. B. mit Blick auf Zutaten wie Fruchtbestandteile oder Zucker) – es gibt aber kein Bio-Mineralwasser. Das LG Nürnberg-Fürth hatte dies jüngst in einem sehr sorgfältig ausgearbeiteten Urteil noch einmal klargestellt und sowohl aus dem Wettbewerbsrecht (Werbung mit Selbstverständlichkeiten) als auch dem Lebensmittelrecht (insbesondere zur Täuschung nach § 11 LFGB geeignete Aufmachung, unzutreffende Verkehrsbezeichnung mit Blick auf die Mineral- und Tafelwasserverordnung, Verstoß gegen das Öko-Kennzeichnungsgesetz) akkurat begründet.

Umso überraschender ist nun, dass das OLG Nürnberg-Fürth in der zweiten Instanz – die schriftlichen Urteilsgründe liegen zum Zeitpunkt der Drucklegung noch nicht vor – zu einer ganz anderen Einschätzung gekommen ist. Aber auch dieses Urteil ist schon allein deshalb kein Freibrief, weil es noch nicht rechtskräftig ist. Selbst wenn manche diesen Streit als Sturm im Wasserglas empfinden: Die Frage ist es wert, möglichst klar und höchstrichterlich geklärt zu werden – aus Gründen des Verbraucherschutzes und der Wettbewerbsfairness. Aus Sicht der wafg wäre es jedenfalls ein Irrweg, wenn private Vereinigungen quasi freihändig und gerichtlich sanktioniert EU-rechtliche Regelungskonzepte konterkarieren können.

In Zeiten von „Klarheit und Wahrheit“ ist es zudem sehr erstaunlich, dass zwar die jahrzehntelang geübte Abbildung einer Zitrone bei klarer Limonade öffentlich angeprangert wird, sich um das hier behandelte Thema soweit ersichtlich derzeit wohl weder die amtliche Lebensmittelüberwachung noch die organisierten Verbraucherschützer zu kümmern scheinen. Auch insofern darf man also auf die weitere Entwicklung gespannt sein.



Dr. Detlef Groß  
Hauptgeschäftsführer  
der Wirtschaftsvereinigung  
Alkoholfreie Getränke e.V. (wafg)

### „[www.lebensmittelwarnung.de](http://www.lebensmittelwarnung.de)“ ist online

Ende Oktober ist das Internetportal [www.lebensmittelwarnung.de](http://www.lebensmittelwarnung.de) online gegangen. Über diese Homepage, die vom Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL) im Auftrag der für die Lebensmittelüberwachung zuständigen Bundesländer betrieben wird, sollen sich Verbraucher gebündelt über Lebensmittelwarnungen in Deutschland informieren können. Hierzu veröffentlichen die Bundesländer im Portal Warnungen der Lebensmittelunternehmen und der zuständigen Behörden vor Lebensmitteln, die gesundheitsgefährdend oder geeignet sind, den Verbraucher zu täuschen, und die sich bereits im Handel und damit unter Umständen auch schon beim Verbraucher befinden (z. B. Informationen aufgrund von § 40 LFGB).

Darüber hinaus kann das BVL im Rahmen seiner Zuständigkeiten im Portal vor Produkten warnen, etwa wenn das Produkt aus dem Ausland vertrieben wird (z. B. via Internet) und kein Hersteller oder Vertreiber in Deutschland existiert. Produkte sollen dort zumindest während der Laufzeit des Mindesthaltbarkeitsdatums eingestellt bleiben. Verbraucher erfahren dort somit zwischenzeitlich zum Beispiel auch nähere Details zu den gesundheitlichen Risiken von Produkten wie dem „scharfen Würzmittel“ unter der Markenbezeichnung „Schwiegermuttertod“ – wobei zu hoffen bleibt, dass im speziellen Fall diese Informationen nicht zu falschen Schlussfolgerungen führen.

### „[Lebensmittelbank](#)“: Vermittler gegenüber sozialen Organisationen

Aktuell hat der Film „taste the waste“ in reißerischer und fragwürdiger Form das Thema Lebensmittelverschwendung in die Medien getragen. Auch wenn diese Thematik sicher für andere (verderblichere) Produktgruppen, insbesondere im Handel, eine ganz andere Relevanz als für Alkoholfreie Getränke gewinnt, möchten wir Sie vor diesem Hintergrund darauf hinweisen, dass die (gemeinnützige) „Lebensmittelbank“ hier als Ansprechpartner für Unternehmen der Lebensmittelwirtschaft dient und diesen eine zuverlässige Lösung anbietet, um unverkäufliche Lebensmittel, die in großen Mengen anfallen, an humanitäre Organisationen weiter zu verteilen.

Die Lebensmittelbank wurde 2006 gegründet und arbeitet nach dem Prinzip der bereits vor rund 40 Jahren in den USA gegründeten ersten „Foodbank“. Seitdem hat die Lebensmittelbank mehrere Tausend Tonnen Lebensmittel vor der Vernichtung gerettet (z. B. durch Warenspenden an Caritasverband, Bundesverband der Tafeln oder Diakonisches Werk sowie 60 weitere humanitäre Institutionen). Es können entsprechende Spendenquittungen ausgestellt werden.

Weiterführende Informationen erhalten Sie über [www.lebensmittelbank.de](http://www.lebensmittelbank.de).

### Nährwertbezogene Claims

Der Ständige Ausschuss hat sich auf Ergänzungen der Claims-Verordnung verständigt. Nicht beschlossen wurden jedoch die vorgeschlagenen Änderungen zur Angabe „OHNE ZUCKERZUSATZ“. Somit bleiben für die Auslobung „ohne Zuckerzusatz“ weiterhin die bisherigen Vorgaben des Anhangs der Claims-Verordnung unverändert gültig. Angenommen wurden die Claims „NO ADDED SODIUM/SALT“ und „NOW CONTAINS X % LESS [ENERGY, FAT, SATURATED FAT, SODIUM/SALT AND/OR SUGARS]“. Dieser Regelungsentwurf geht nun an das EU-Parlament und den Rat. Sofern es von dort aus keine Einsprüche gibt, dürfte die Verordnung voraussichtlich Anfang 2012 verabschiedet werden.

Die wafg wünscht allen Leserinnen und Lesern der GETRÄNKEINDUSTRIE frohe Festtage und einen erfrischenden Start in ein gesundes, glückliches und erfolgreiches neues Jahr 2012



#### Kontakt:

Wirtschaftsvereinigung  
Alkoholfreie Getränke e. V.  
Telefon: +49 (0) 30 25 92 58-0  
E-Mail: [mail@wafg.de](mailto:mail@wafg.de)  
Internet: [www.wafg.de](http://www.wafg.de)

### Gemeinsamer Messeauftritt von wafg und dvi auf der Brau Beviale

Die wafg hat in diesem Jahr mit großem Zuspruch durch das Fachpublikum gemeinsam mit dem Deutschen Verpackungsinstitut e.V. (dvi) zum zweiten Mal in Folge auf der Brau Beviale den Dialog mit der Branche geführt. Ausgestellt wurden dabei am Messestand die von der Jury prämierten Konzepte und Verpackungen aus dem Getränkebereich, die teilweise auch vor Ort mit dem Deutschen Verpackungspreis ausgezeichnet wurden. Leider konnte von den eingereichten Bewerbungen um den von dvi und wafg ausgeschriebenen Nachwuchs-Sonderpreis für AfG-Getränkeverpackungen keine nominiert bzw. ausgezeichnet werden.

Die Brau Beviale entwickelt sich immer stärker zu einem Treffpunkt für die gesamte Getränke-Industrie. Dies wurde auch auf der Pressekonferenz der NürnbergMesse deutlich, in der wafg-Hauptgeschäftsführer Dr. Detlef Groß für die AfG-Vereinigung in Abstimmung mit dem Verband Deutscher Mineralbrunnen e.V. (VDM) sowie dem Verband der deutschen Fruchtsaftindustrie e.V. (VdF) einen Überblick zu den aktuellen Absatz- und Umsatz-Entwicklungen der AfG-Branche präsentierte.

Die wafg dankt folgenden Unternehmen bzw. Marken für das sehr gut von den Besuchern am Stand angenommene Sponsoring von Getränken:



Gelungene Kooperation: Messestand von dvi und wafg mit nominierten Verpackungskonzepten für Getränke



Gute Stimmung auf der Pressekonferenz: (v. l.) Rolf Keller, Mitglied der Geschäftsführung NürnbergMesse, Gerhard Ilgenfritz, Präsident Private Brauereien Bayern, Volker Kronseder, Vorsitzender VDMA-Fachverband Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen, und Dr. Detlef Groß, Vereinigung Alkoholfreie Getränke-Industrie.