

Vermarktung von Lebensmitteln im Onlinehandel

Inhalt

1	EINLEITUNG UND ZIELSETZUNG.....	1
2	ZUSAMMENFASSUNG	1
2.1	ONLINEHANDEL UND INTERNETAUFTRITT.....	1
2.1.1	Vertragsschluss online	1
2.1.2	AGB.....	2
2.1.3	Impressum.....	2
2.1.4	Datenschutz	2
2.2	VERBRAUCHERSCHUTZ	3
2.2.1	Widerrufsrecht.....	3
2.2.2	Informationspflichten	3
2.3	VERSAND	4
2.3.1	Verpackungsrechtliche Anforderungen.....	4
2.3.2	Lebensmittelrechtliche Anforderungen	6
3	ONLINEHANDEL UND INTERNETAUFTRITT	8
3.1	VERTRAGSSCHLUSS BEI DER BESTELLUNG AUF EINER WEBSITE	8
3.1.1	Antrag	9
3.1.2	Annahme	9
3.2	ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN (AGB).....	9
3.2.1	Rechtsfolgen bei Nichteinbeziehung und Unwirksamkeit.....	10
3.2.2	Wirksamkeitsvoraussetzungen von AGB	10
3.3	IMPRESSUM	12
3.3.1	Persönlicher Anwendungsbereich.....	13
3.3.2	Verpflichtender Inhalt.....	13

3.3.3	Verortung	16
3.3.4	Fehlerfolgen	16
3.4	DATENSCHUTZ	17
3.4.1	Rechtmäßigkeit der Datenverarbeitung.....	17
3.4.2	Elektronische Einwilligung	18
3.4.3	Datenschutzerklärung	18
3.4.4	Fehlerfolgen	20
4	VERBRAUCHERSCHUTZ.....	21
4.1	WIDERRUFSRECHT	21
4.1.1	Allgemeines.....	21
4.1.2	Spezifisches	27
4.2	INFORMATIONSPFLICHTEN.....	29
4.2.1	Allgemeine Informationspflichten	29
4.2.2	Spezielle Informationspflichten im E-Commerce.....	34
4.2.3	Preisangabepflichten nach der Preisangabenverordnung (PAngV)	41
4.2.4	Lebensmittelrechtliche Informationspflichten (VO (EU) Nr. 1169/2011, LMIV) 50	
5	VERSAND VON LEBENSMITTELN INNERHALB DEUTSCHLANDS.....	65
5.1	VERPACKUNGSRECHTLICHE ANFORDERUNGEN	65
5.1.1	Allgemeine Anforderungen an Verpackungen	68
5.1.2	Beschränkungen des Inverkehrbringens.....	70
5.1.3	Kennzeichnung zu Identifizierung des Verpackungsmaterials.....	70
5.1.4	Inverkehrbringen von systembeteiligungspflichtigen Verpackungen.....	71
5.1.5	Pflichten der Hersteller und Vertreiber zur Rücknahme und Verwertung..	75

5.1.6	Compliance Kontrollpflicht für Online-Marktplätze	76
5.1.7	Rechtsfolge	76
5.2	LEBENSMITTELRECHTLICHE ANFORDERUNGEN.....	76
5.2.1	Anwendungsbereich.....	77
5.2.2	Allgemeinen Anforderungen	77
5.2.3	Einzelmaßnahmen.....	79
5.2.4	Kennzeichnung	79
5.2.5	Rückverfolgbarkeit.....	81
5.3	RECHTSFOLGE.....	82
6	VERSAND VON LEBENSMITTELN INNERHALB DER EU	83
6.1	VERPACKUNGSRECHTLICHE ANFORDERUNGEN IM ZIELLAND.....	83
6.2	LEBENSMITTELRECHTLICHE ANFORDERUNGEN IM ZIELLAND.....	83
7	WERBUNG.....	83
8	QUELLENVERZEICHNIS	84
8.1	LITERATUR	84
8.2	INTERNETQUELLEN	85

1 EINLEITUNG UND ZIELSETZUNG

Die Nachfrage von Verbrauchern nach hochwertigen, regionalen Produkten wächst und Landwirte nutzen zunehmend die Direktvermarktung, um zusätzliche Einnahmen zu erzielen. Unter Direktvermarktung versteht man die direkte Abgabe landwirtschaftlicher Produkte durch den Erzeuger an den Verbraucher.

Besonders die Online-Direktvermarktung bietet neue Chancen: Sie erweitert den Kundenkreis, stärkt die Kundenbindung und steigert den Absatz, was zu einer effizienteren Wertschöpfung führt. Für den Erfolg müssen jedoch persönliche, betriebliche und rechtliche Voraussetzungen, etwa zum Verbraucherschutz und Versand, erfüllt werden.

Im Folgenden soll ein genereller Überblick über die zu beachtenden Regularien für die Online-Direktvermarktung gewährt werden, was die Kenntnis von den allgemein einzuhaltenden Gewerberegularien in der Direktvermarktung voraussetzt. Das Gutachten soll einen Leitfaden für das in der Online-Direktvermarktung zu Beachtende darstellen. Eine professionelle steuer-, finanz- und rechtliche Begleitung ist dennoch dringend ratsam.

2 ZUSAMMENFASSUNG

2.1 ONLINEHANDEL UND INTERNETAUFTRITT

2.1.1 Vertragsschluss online

Der Abschluss eines Kaufvertrags (§ 433 BGB) kommt wie im stationären Handel durch Antrag und Annahme (§§ 145 ff. BGB) zustande, wobei in der Online-Direktvermarktung der Antrag in der verbindlichen Bestellung des Kunden zu sehen ist und die Annahme entweder durch Erfüllung der Vertragspflichten (§ 151 S. 1 BGB) oder durch Bestellungsbestätigung (§ 147 Abs. 2 BGB) durch den Verkäufer erfolgt.

2.1.2 AGB

Vertragsbedingungen im Online-Handel sind in der Regel für eine Vielzahl von Verträgen vorformuliert und können nicht vom Verbraucher individuell ausgehandelt werden, weshalb es sich hierbei typischerweise um AGB handelt. Beim Entwurf von AGB ist primär auf eine ordnungsgemäße Einbeziehung in den Vertrag, d.h. auf eine mögliche zumindest flüchtige Erkennbarkeit und Abrufbarkeit in speicher- und druckfähiger Form, zu achten. Ferner sollten die AGB stringent gestaltet sein, um überraschende Klauseln zu vermeiden, und unmissverständlich geschrieben sein. Der Unwirksamkeit von Klauseln aufgrund eines unzulässigen Inhalts lässt sich regelmäßig vorbeugen, indem die Kataloge der §§ 308, 309 BGB auf Übereinstimmung mit einer der AGB-Klauseln geprüft werden. Erfüllen die AGB alle Hürden, so werden sie Vertragsbestandteil und modifizieren die gesetzliche Regelung hierzu. Sie gelten nun zwischen den Vertragsparteien.

2.1.3 Impressum

Aus Verbraucherschutzgründen müssen alle Websitebetreiber mit geschäftlichem Zweck ein Impressum auf ihrer Website bereitstellen, dass leicht erkennbar, von jeder Seite unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein muss. Insbesondere ist auf den individuellen gesetzlich verpflichtenden Umfang des Impressums zu achten. Verstöße und Unvollständigkeiten sind aufgrund der möglicherweise kostspieligen Folgen tunlichst zu vermeiden.

2.1.4 Datenschutz

Im Ausgangspunkt ist Datenverarbeitung verboten, solange keine Erlaubnistatbestände greifen. Der üblichste Weg, zur Rechtmäßigkeit der Datenverarbeitung von Informationen, die über lediglich die zur Vertragserfüllung notwendigen Kundenangaben (z.B. nicht nötig für Lieferangaben) hinausgehen, zu gelangen, ist die Einwilligung in die Datenverarbeitung, die unter anderem eine umfassende Datenschutzerklärung verlangt. Auf Vollständigkeit und Richtigkeit der Datenschutzerklärung, gemessen am

gesetzlich vorgeschriebenen Inhalt, ist angesichts der gegebenenfalls schwerwiegenden Fehlerfolgen zu achten.

2.2 VERBRAUCHERSCHUTZ

2.2.1 Widerrufsrecht

Das **Widerrufsrecht** erlaubt Verbrauchern, Verträge rückgängig zu machen. Bei Fernabsatzverträgen, wie im Onlinehandel, besteht grundsätzlich ein Widerrufsrecht. Für schnell verderbliche Waren wie Milchprodukte, Fleisch, Fisch, Obst und Gemüse kann es jedoch ausgeschlossen sein.

Die **Widerrufserklärung** muss klar und deutlich durch den Verbraucher erfolgen. Für die Widerrufserklärung kann der Unternehmer dem Verbraucher ein Musterwiderrufsfeld zur Verfügung stellen.

Die **Widerrufsfrist** beträgt 14 Tage, beginnend ab Erhalt der (letzten) Ware. Die Frist beginnt jedoch erst zu laufen, wenn der Unternehmer den Verbraucher ordnungsgemäß belehrt hat.

2.2.2 Informationspflichten

Über den Widerruf hinaus bestehen für den Unternehmer weitere Informationspflichten.

Unter die **allgemeinen Informationspflichten** fallen die Informationspflicht über die wesentlichen Eigenschaften der Ware, den Gesamtpreis und zusätzliche Kosten, ggf. zusätzlich anfallende Kosten der Fernkommunikation, die Einzelheiten der Vertragserfüllung sowie das gesetzliche Mängelhaftungsrecht. Der Unternehmer hat die Informationen in klarer und verständlicher Weise zu erteilen und auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung zu stellen.

Im **E-Commerce** muss der Unternehmer technische Mittel zur Berichtigung von Eingabefeldern zur Verfügung stellen. Er hat zudem eine Mitteilungspflicht über die

einzelnen Vertragsschritte, die Speicherung des Vertragstextes, die zur Verfügung stehenden Sprachen sowie die Verhaltenskodizes, denen er sich unterwirft. Der Unternehmer muss dem Verbraucher eine Bestellbestätigung zukommen lassen sowie den Abruf und die Speicherung der Vertragsbestimmungen ermöglichen. Über Lieferbeschränkungen sowie die akzeptierten Zahlungsmittel muss der Unternehmer rechtzeitig informieren. Außerdem muss die Bestellschaltfläche eindeutig mit „zahlungspflichtig bestellen“ gekennzeichnet sein. Fehlende oder unzureichende Informationen können zur Nichtigkeit des Vertrages oder zu weiteren rechtlichen Konsequenzen führen.

Die **Preisangabepflichten** im Onlinehandel unterscheiden sich grundsätzlich nicht von denen in der analogen Direktvermarktung. Im Onlinehandel ist zusätzlich über die Umsatzsteuer und sonstige Preisbestandteile zu informieren. Außerdem muss der Unternehmer angeben, ob zusätzliche Fracht-, Liefer- oder Versandkosten oder sonstige Kosten anfallen. Bei Preisermäßigungen kann die Pflicht zur Neuauszeichnung des Preises bei schnell verderblichen Waren oder Waren mit kurzer Haltbarkeit ausgeschlossen sein. Das betrifft Produktgruppen wie Lebensmittel, deren Mindesthaltbarkeitsdatum in Kürze abläuft, frische Milchprodukte, frischer Fisch sowie frisches Fleisch, Obst und Gemüse. Die Preisangaben müssen leicht erkennbar und deutlich lesbar oder sonst gut wahrnehmbar sein.

Auch die **lebensmittelrechtlichen Informationspflichten** unterscheiden sich grundsätzlich nicht von denen in der Direktvermarktung. Im Onlinehandel müssen die verpflichtenden Informationen vor dem Abschluss des Kaufvertrags und zum Zeitpunkt der Lieferung für den Verbraucher verfügbar sein.

2.3 VERSAND

2.3.1 Verpackungsrechtliche Anforderungen

Wenn man Produkte online verkauft, muss sichergestellt werden, dass die verwendeten

Verpackungen den gesetzlichen Anforderungen entsprechen (*auch wenn das Verpackungsrecht ein sehr komplexes Thema ist*), ansonsten drohen hohe Bußgelder. Bevor

die genauen Anforderungen näher beleuchtet werden, sollte man sich bewusst machen, dass der **Hintergedanke des Verpackungsgesetzes** die Vermeidung bzw. Verringerung der Auswirkungen von Verpackungsabfällen auf die Umwelt ist.

Der **Anwendungsbereich** des Verpackungsgesetzes ist bei Versand mit herkömmlichen Verpackungsmaterialien eröffnet.

Zusätzlich muss man die **allgemeinen Anforderungen** an die Verpackung wahren. Dafür sind 4 Punkte zu beachten.

a) das Verpackungsvolumen und -masse muss auf das Mindestmaß begrenzt werden, das zur Gewährleistung der erforderlichen Sicherheit und Hygiene der zu verpackenden Ware und zu deren Akzeptanz durch den Verbraucher angemessen ist.

b) die Wiederverwendung oder Verwertung der beschriebenen Verpackungen, einschließlich des Recyclings, im Einklang mit der Abfallhierarchie muss möglich sein und die Umweltauswirkungen bei der Wiederverwendung, der Vorbereitung zur Wiederverwendung, dem Recycling, der sonstigen Verwertung oder der Beseitigung der Verpackungsabfälle auf ein Mindestmaß beschränkt bleiben.

c) bei der Beseitigung der Verpackungen müssen auftretende schädliche und gefährliche Stoffe und Materialien in Emissionen, Asche oder Sickerwasser auf ein Mindestmaß beschränkt bleiben.

d) die Wiederverwendbarkeit von Verpackungen und der Anteil von sekundären Rohstoffen an der Verpackungsmasse muss für den Ressourcenschutz auf ein möglichst hohes Maß gesteigert werden.

Weiterhin ist es verboten Verpackungen oder Verpackungsbestandteile in den Verkehr zu bringen, bei denen die Konzentration von Blei, Cadmium, Quecksilber und Chrom VI zusammen den Wert von 100 Milligramm je Kilogramm überschreitet. Diese Beschränkungen gelten insbesondere nicht für Glas und Mehrwegverpackungen.

Daraufhin kann man sich überlegen, ob man **eine Kennzeichnung zur Identifizierung des Verpackungsmaterials** vornimmt. Wichtig ist, dass es sich um eine Kannvorschrift handelt, also keine Pflicht ist. Verpflichtet ist man, insofern man sich für eine

Kennzeichnung entscheidet, die in Anlage 5 des Verpackungsgesetzes beschriebenen Begriffe für bestimmte Materialien zu verwenden, ansonsten sind diese unzulässig.

Zusätzlich ist zu beachten, dass es sich bei Versandverpackungen um **systembeteiligungspflichtige Verpackungen** handelt. Das bedeutet, dass eine Beteiligung an einem Recyclingsystem wie etwa dem Grünen Punkt bereits vor Versand erforderlich ist. Zusätzlich ist bei der Zentralen Stelle Verpackungsregister unter dem Verpackungsregister LUCID eine Registrierung erforderlich. Dort müssen alle Daten der im Rahmen einer Systembeteiligung getätigten Angaben zu den Verpackungen mitgeteilt werden. (*Wichtig: Seit dem 1. Juli 2022 besteht FÜR ALLE eine generelle Pflicht zur Registrierung im Verpackungsregister LUCID für Erstinverkehrbringer von mit Ware befüllten Verpackungen, sodass sie das auch tun müssen, wenn sie keine Systembeteiligungspflichtige Verpackung in den Verkehr bringen*).

2.3.2 Lebensmittelrechtliche Anforderungen

Für den Onlinehandel gibt es grundsätzlich keine besonderen lebensmittelrechtlichen Anforderungen. Allerdings bestehen durch die Notwendigkeit des Versands doch Besonderheiten, die so im stationären Handel nicht auftreten, da der Versandkarton, Füllchips, etc. in direktem Kontakt mit Lebensmitteln (Gemüse, Obst, etc.) stehen können. Für Materialien und Gegenstände, die dazu bestimmt sind, mit Lebensmittel in Berührung zu kommen, gibt es eine eigene Verordnung (Verordnung (EG) Nr. 1935 /2004).

Der **Anwendungsbereich** dieser Verordnung ist durch das direkte Berühren der Lebensmittel mit den Versandmaterial eröffnet.

Wichtig ist, dass der deutsche Gesetzgeber mit sog. **Einzelmaßnahmen** weitere über diese Verordnung hinausgehende Anforderungen für bestimmte Materialien formulieren kann. Deshalb sollte man sich vor Verwendung eines bestimmten Materials darüber informieren, ob es in Deutschland weitere Anforderungen gibt. (*Beispiel: für Kunststoff gilt die Verordnung 10/2011*).

Wichtig ist außerdem, dass die **Rückverfolgbarkeit** von den Materialien und Gegenständen vom Kauf der Versandverpackung bis zum verschickten Paket an den Verbraucher möglich sein muss. Hierfür braucht man bestimmte Systeme und Verfahren, mit denen ermittelt werden kann, von welchem Unternehmen und an welches Unternehmen die Materialien, die mit Lebensmittel in direkten Kontakt kommen, geliefert wurden. Welches konkrete System und welches Verfahren angewendet werden, muss unter Berücksichtigung der technologischen Machbarkeit für den Onlineshop-Betreiber entschieden werden. Diese Angaben über die Rückverfolgbarkeit müssen auf Anfrage zur Verfügung gestellt werden, die Daten müssen dann bereits vorliegen und es kann nicht erst zum Zeitpunkt der Anfrage angefangen werden Daten zu erheben. Auch muss die Rückverfolgbarkeit der einzelnen Versandverpackungen und nicht nur der Materialien anhand eines Systems gewährleistet sein. Hierfür muss nach der Regelung keine chargenbezogene Rückverfolgbarkeit gewährleistet werden, sondern es können Angaben in Lieferpapieren o. ä. genügen. Für die Aufbewahrungsdauer der Informationen ist eine einzelfallbezogene Entscheidung des betroffenen Unternehmers mit Blick auf die Verwendung und typische Lebensdauer des Lebensmittelkontaktmaterials notwendig.

Als **allgemeine Anforderung** gilt außerdem, dass Kennzeichnung, Werbung und Aufmachung der Materialien und Gegenständen den Käufer nicht in die Irre führen dürfen. Die Regeln aus der LMIV finden hierbei entsprechende Anwendung.

Die Versandverpackung muss, insofern diese mit unverpackten Lebensmitteln (Obst, Gemüse, etc.) in Berührung kommt, in einer bestimmten Weise **gekennzeichnet** werden.

3 ONLINEHANDEL UND INTERNETAUFTRITT

Beim Online-Produktvertrieb ergeben sich zahlreiche Besonderheiten, die sich vom Vertrieb im Laden unterscheiden. Dazu gehören der Vertragsschluss, die Erstellung sowie Einbeziehung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB), die die Geschäftsbeziehung zwischen Anbieter und Kunde regeln, sowie die Impressumspflicht, die transparente Anbieterinformationen sicherstellt. Ebenso wichtig ist der Datenschutz, der den Schutz persönlicher Daten der Kunden gewährleistet. Diese Vorgaben schaffen Vertrauen und rechtliche Sicherheit im E-Commerce.

3.1 VERTRAGSSCHLUSS BEI DER BESTELLUNG AUF EINER WEBSITE

Bei Bestellungen eines Verbrauchers von Waren über einen Online-Shop entsteht ein Kaufvertrag (§ 433 BGB) oder gegebenenfalls bei noch herzustellenden Produkten ein Werklieferungsvertrag, für welchen aber ohnehin die Vorschriften über den Kauf gelten (§ 650 Abs. 1 S. 1 BGB). Beim Kaufvertrag werden die beiden Vertragsparteien dergestalt verpflichtet, dass der Verkäufer einer Sache diese übergeben und übereignen (§ 433 Abs. 1 S. 1 BGB) und der Käufer den Kaufpreis zahlen (§ 433 Abs. 2 BGB) muss. Neben diesen Hauptpflichten entstehen auch Nebenpflichten wie der sorgfältige Umgang mit den Rechtsgütern des Vertragspartners oder die Abnahme der Kaufsache durch den Käufer, welche in diesem Rahmen unbeleuchtet bleiben können.

Insbesondere relevant für die Pflichtenstellung der Parteien ist der Vertragsschluss. Ein Vertrag entsteht durch zwei inhaltlich deckungsgleiche Willenserklärungen, nämlich Antrag und Annahme (§§ 145 ff. BGB). Erst dann entstehen die vertraglichen Hauptleistungspflichten (§ 433 BGB). Dies wird u.a. bei den Folgen der Nichterfüllung dieser Pflichten von Bedeutung. Beispielsweise schuldet der Verkäufer möglicherweise Verzugszinsen (§§ 280 Abs. 1, 2, 286 Abs. 1 S. 1, 288 Abs. 1 S. 1 BGB) oder bei Unmöglichkeit der Leistung (z.B. keine Produkte mehr im Lager, wenn Leistung „solange der Vorrat reicht“ vereinbart) Schadensersatz (§§ 275 Abs. 1, 280 Abs. 1, 3, 283 S. 1 BGB).

Zu ermitteln gilt folglich, wann ein Vertrag bei der Online-Bestellung entsteht, sodass der Verkäufer in Kenntnis seiner Pflichten adäquat handeln kann.

3.1.1 Antrag

Der Klick des Kunden auf „Jetzt kaufen“ stellt einen Antrag dar, der im absoluten Regelfall durch Speicherung der Bestellung im elektronischen Bestellsystem des Verkäufers verbindlich wird (§ 130 Abs. 1 S. 1 BGB). Arbeitet der Verkäufer statt mit elektronischem Bestellsystem mit individuellen E-Mails, liegt der Antrag in der E-Mail des Verkäufers, mit der er sich erkennbar rechtlich binden will (z.B. mit Titel „Angebot“). Der Käufer kann sodann die Erklärung regelmäßig nicht mehr einseitig zurücknehmen (§ 130 Abs. 1 S. 2 BGB).

3.1.2 Annahme

Die Annahme, durch die erst der Vertrag und die damit einhergehenden Verpflichtungen entstehen, ist entweder durch ausdrückliche Erklärung (§ 147 Abs. 2 BGB; d.h. Bestellungsbestätigung) oder durch Erbringung der dem Besteller versprochenen Leistung (§ 151 S. 1 BGB) zu einer Zeit möglich, mit der üblicherweise mit der Annahme gerechnet werden kann (§ 147 Abs. 2 BGB; d.h. gewisse Bedenkzeit möglich). Sodann ist ein Kaufvertrag i. S. d. § 433 BGB entstanden.

3.2 ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN (AGB)

AGB dienen der Vereinfachung und Standardisierung von Verträgen und ermöglichen Warenanbietern, umfassende Vertragsregelungen in jeden Vertrag, der mit ihnen auf einer Plattform geschlossen wird, mit nur einmaligem Zeitaufwand aufzunehmen. Diese umfassenden Regelwerke, die vereinfacht gesagt das vertraglich Gewollte des Verkäufers konkretisieren und vom Käufer zur Einbeziehung gebilligt werden müssen, können jedoch schnell den Vertragspartner durch ihren Umfang, Struktur,

Formulierung oder Inhalt überfordern. Aus diesem Grund existieren einige gesetzliche Schutzmechanismen.

3.2.1 Rechtsfolgen bei Nichteinbeziehung und Unwirksamkeit

Ist eine einzelne Regelung aus einem der gesetzlichen Gründe nicht Vertragsbestandteil geworden oder unwirksam, wird regelmäßig nicht der gesamte Vertrag unwirksam, sondern lediglich die einzelne Klausel (§ 306 Abs. 1 BGB). Anstelle der unwirksamen Regelung treten die gesetzlichen Vorschriften (§ 306 Abs. 2 BGB). Nur in Härtefällen wird dagegen der gesamte Vertrag unwirksam (§ 306 Abs. 3 BGB).

3.2.2 Wirksamkeitsvoraussetzungen von AGB

Damit AGB Vertragsbestandteil werden, müssen zunächst AGB vorliegen, welche wirksam in den Vertrag einbezogen wurden sowie der Inhaltskontrolle standhalten.

AGB sind alle für eine Vielzahl von Verträgen vorformulierten Vertragsbedingungen, die eine Vertragspartei (= Verwender) der anderen Vertragspartei bei Abschluss eines Vertrags stellt und nicht im Einzelnen ausgehandelt sind (§ 305 Abs. 1 BGB). Diese Voraussetzungen werden von § 310 Abs. 3 Nrn. 1, 2 BGB für Verträge zwischen Verbrauchern (§ 13 BGB) und Unternehmern (§ 14 BGB) erleichtert, sodass im Falle eines Online-Vertriebs von Lebensmitteln durch Landwirte im Zweifel stets AGB vorliegen.

Diese werden dann wirksam in den Vertrag einbezogen, wenn der Verwender die andere Vertragspartei ausdrücklich oder ausnahmsweise durch deutlich sichtbaren Aushang am Ort des Vertragsschlusses auf sie hinweist, der anderen Vertragspartei eine zumutbare Möglichkeit zur Kenntnisnahme gewährt und die andere Vertragspartei mit ihrer Geltung einverstanden ist (§ 305 Abs. 2 BGB). Im Internet wird dies häufig durch Checkboxen gewährleistet, in welchen der Kunde durch Setzen eines Hakens die Kenntnisnahme der AGB bestätigen muss, bevor die Bestellung entgegengenommen wird, wobei die AGB im Zusammenhang mit dem verbindlichen Bestellvorgang verlinkt

sind.¹ Dabei hat die Bereitstellung der AGB in einem speicherfähigen und druckfähigen elektronischen Format zu erfolgen², was der nachträglichen Einsicht durch den Verbraucher dient. Die Übermittlungspflicht der AGB in einem speicherfähigen Format ergibt sich außerdem auch aus § 312i Abs. 1 Nr. 4 BGB, hier aber im Zusammenhang des Widerrufs (s. u.). Dabei sollen die AGB in der Sprache des Internetauftritts verfasst sein³. Für die Einbeziehung der AGB ist es ausreichend, wenn die AGB vor der Bestellung flüchtig erkannt und abgerufen werden konnten⁴. Die aktive Bestätigung ist also keine Pflicht.

Eine Klausel wird ferner nicht einbezogen, wenn der Vertragspartner nach den Umständen (z.B. Erscheinungsbild, Struktur, Einteilung nach Themen, Inhalt) mit dieser vernünftigerweise nicht zu rechnen braucht (§ 305c Abs. 1 BGB). Dies kann beispielsweise bei einer ungewöhnlichen Verortung der Klausel in den AGB der Fall sein. Bei der Erstellung von AGB ist demnach auf eine schlüssige Anordnung und gewissermaßen auf einen „roten Faden“ zu achten.

Wenn sie wirksam in den Vertrag mit einbezogen sind, müssen die AGB schließlich der Inhaltskontrolle standhalten, die den Vertragspartner des Verwenders vor einer unangemessenen Benachteiligung durch die Klauseln schützen. Für die Inhaltskontrolle wird diejenige Auslegung der Klausel gewählt, die den Verwender am meisten bevorzugen, die also den „schlimmsten Fall“ aus Sicht des Vertragspartners darstellt. Dies geschieht vor dem Hintergrund, dass man zunächst auslotet, welche Befugnisse des Verwenders schlimmstenfalls dem Vertragspartner des Verwenders zu Lasten gelegt werden. Später in der Anwendung wird dann die für den Vertragspartner günstigste Auslegung gewählt (§ 305c Abs. 2 BGB).

Im Rahmen der Inhaltskontrolle werden bei Verbraucherverträgen auch die vertragsbegleitenden Umstände berücksichtigt (§ 310 Abs. 3 Nr. 3 BGB), um insbesondere

¹ Vgl. Taeger/Kremer, Kap. 3, Rn. 12

² Roloff, in: Erman, BGB, 2023, § 305 Rn. 37

³ Köhler/Fetzer, Recht des Internet, 2016, Rn. 253

⁴ LG Essen MMR 2004, 49, 50

Monopol- und Überrumpelungseffekte durch den Unternehmer berücksichtigen zu können.

Kontrolliert werden ferner gem. § 307 Abs. 3 BGB nur Klauseln, die von der gesetzlichen Regelung abweichen, also insbesondere nicht mit Gesetzen inhaltsgleiche Regelungen sowie Vereinbarungen, die mangels Gesetzesvorgaben völlig der Disposition der Parteien unterliegen. Das Paradebeispiel hierfür sind die Hauptvereinbarungen (sog. „essentialia negotii“), nämlich Kaufsache, Kaufpreis und Vertragsparteien.

Sodann schließt sich das Prüfungsprogramm der §§ 307 ff. BGB an. Unwirksam sind Klauseln, wenn sie nach § 309 BGB pauschal verboten oder nach § 308 BGB „unverhältnismäßig“ sind oder eine umfassende (auch den restlichen Vertrag berücksichtigende) Abwägung nach § 307 BGB ergibt, dass sie der Interessen- und Risikoverteilung nicht entsprechen. Bei einem Entwurf von AGB ist daher ratsam, im Vorhinein die Übereinstimmung der AGB mit den Klauselverboten in §§ 308 und 309 BGB zu prüfen. Gesondert aufzugreifen ist zudem das Transparenzgebot (§ 307 Abs. 1 S. 2 BGB), wonach die Klauseln klar und verständlich formuliert sein müssen, was unzureichend kognitiv erfassbare Klauseln verbietet.

Wenn die Klauseln nun der Inhaltskontrolle standgehalten haben, werden sie wirksamer Vertragsbestandteil.

3.3 IMPRESSUM

Das Impressum soll die gesetzlich vorgeschriebenen Angaben über die Identität des Diensteanbieters beinhalten, dient dem Verbraucher also der Überprüfung der Seriosität des Anbieters. Bei Komplikationen im Vertragsverhältnis soll dem Verbraucher auch eine Kontaktperson als Anspruchsgegner zur Verfügung gestellt werden, gegen die er nötigenfalls gerichtlich vorgehen kann.

3.3.1 Persönlicher Anwendungsbereich

Die Impressumspflicht gilt für Diensteanbieter, d.h. für Anbieter digitaler Dienste (§ 1 Abs. 4 Nr. 5 DDG), welche wiederum jede in der Regel gegen Entgelt elektronisch im Fernabsatz und auf individuellen Abruf eines Empfängers erbrachte Dienstleistung ist (Art. 1 Abs. 1 lit. b RL (EU) 2015/1535). Kurz gesagt erfasst die Impressumspflicht alle Anbieter einer Internetseite, wenn die Anbietenden einen geschäftlichen Zweck verfolgen⁵. Hierunter fallen insbesondere Verkaufsplattformen (Online-Shops) im Internet.

3.3.2 Verpflichtender Inhalt

Die Mindestanforderungen für den Inhalt eines Impressums werden in § 5 DDG aufgelistet:

1. Name (bei natürlichen Personen: Vor- und Nachname; bei Unternehmen, also juristischen Personen: Unternehmensname sowie der vollständige Name des/der Vertretungsberechtigten)
2. Rechtsform bei juristischen Personen (z. B. GmbH)
3. Anschrift der Niederlassung (Straße und Hausnummer, PLZ und Ort)
4. Kontaktangaben zur elektronischen sowie nicht elektronischen Kontaktaufnahme (d.h. E-Mail-Adresse und Telefonnummer)
5. bei behördlicher Zulassungspflicht die zuständige Aufsichtsbehörde
 - Lebensmittelverkäufer von Produkten **tierischen Ursprungs** (z.B. Schlachter) zulassungspflichtig gem. Art. 1 Abs. 1, Art. 1 Abs. 3, Art. 4 Abs. 2 VO (EG) Nr. 853/2004 vom 29. April 2004 im Rahmen der dort genannten Ausnahmen, Art. 6 Abs. 2 lit. b VO (EG) Nr. 852/2004 vom 29. April 2004 über Lebensmittelhygiene im Rahmen der in Art. 1 Abs. 2 der VO genannten Ausnahmen
→ *Ausnahmen bei Direktvermarktung über Online-Shop i. d. R. nicht einschlägig*

⁵ <https://www.bmu.de/themen/verbraucherschutz/digitaler-verbraucherschutz/impressumspflicht> (zuletzt abgerufen am 01.09.2024)

- zuständige Aufsichtsbehörde (gem. Art. 2 Abs. 1 lit. d VO (EG) Nr. 853/2004 vom 29. April 2004): die Zentralbehörde eines Mitgliedstaats, die für die Einhaltung der Bestimmungen dieser Verordnung zuständig ist
→ *in DE*: die gem. Art. 3 Abs. 1 Nr. 1 BayVwVfG örtlich zuständigen Landratsämter oder kreisfreien Städte (Art. 9 Abs. 1 S. 1 GO)⁶
6. soweit Berufsaufnahme oder -ausübung nach deutschen Rechts- oder Verwaltungsvorschriften an Ausbildungs- oder Befähigungsnachweis (z. B. Diplom) gebunden *oder* Ausübung durch Mitglied eines staatlich anerkannten Verbands oder einer solchen Organisation, dessen bzw. deren Ziel insbesondere die Förderung und Wahrung eines hohen Niveaus in dem betreffenden Beruf ist, die Mitgliedern einen Ausbildungsnachweis ausstellt, sicherstellt, dass seine bzw. ihre Mitglieder die von ihm bzw. ihr festgelegten Regeln für das berufliche Verhalten beachten, und ihnen das Recht verleiht, eine Berufsbezeichnung zu führen bzw. bestimmte Kennbuchstaben zu verwenden oder einen diesem Ausbildungsnachweis entsprechenden Status in Anspruch zu nehmen (z. B. Kammern)
 - die Kammer, der die Diensteanbieter angehören
 - die gesetzliche Berufsbezeichnung und den Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen worden ist
 - die Bezeichnung der berufsrechtlichen Regelungen und die Angabe, wie diese Regelungen zugänglich sind
 7. soweit vorhanden die Umsatzsteuer- oder Wirtschaftssteuer-Identifikationsnummer
 8. soweit vorhanden das Handelsregister oder ähnliche Register mit Registernummer

Zudem ist eine Verortung des Hinweises auf die Online-Streitbeilegungswebsite⁷ im Impressum üblich. Gemäß Artikel 14 Verordnung (EU) Nr. 524/2013 gilt diese

⁶ https://www.stmuv.bayern.de/themen/lebensmittel/allg_lebensmittel/betriebe/index.htm (zuletzt abgerufen am 01.09.2024)

⁷ <http://ec.europa.eu/consumers/odr/> (zuletzt abgerufen am 01.09.2024)

Hinweispflicht für Online-Anbieter, die ihre Ware Verbrauchern anbieten. Dies muss leicht zugänglich, klar und verständlich (§ 36 Abs. 1 Nr. 1 VSBG) und in Form eines „aktiv“ klickbaren Links geschehen⁸.

Gem. § 36 VSBG muss auch darauf hingewiesen werden, ob der Anbieter bereit oder verpflichtet ist, an einem Verbraucherschlichtungsverfahren teilzunehmen. Grundsätzlich sind Online-Händler hierzu nicht verpflichtet⁹ und die Hinweispflicht kann mit dem Hinweis auf die fehlende Verpflichtung und Bereitschaft zur Durchführung eines solchen Verfahrens erfüllt werden, nämlich etwa so:

„Wir sind nicht bereit oder verpflichtet, an Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle teilzunehmen.“¹⁰

Trotzdem muss die Online-Streitbeilegungswebsite verlinkt werden. Bei freiwilliger Verpflichtung (z.B. in Schlichtungsvereinbarungen oder Tarifverträgen) oder Bereitschaft zur Durchführung eines solchen Verfahrens ist auf die zuständige Verbraucherschlichtungsstelle unter Angabe ihrer Kontaktdaten (Anschrift und Website) hinzuweisen.

Die Hinweispflicht auf die Verpflichtung oder Bereitschaft zur Durchführung eines Verbraucherschlichtungsverfahrens entfällt für Unternehmer, die am 31. Dezember des vorangegangenen Jahres zehn oder weniger Personen beschäftigt haben – unbeschadet dessen gilt immer noch die Pflicht zur Angabe des Links zur Online-Streitbeilegungsseite. Die Information zur Bereitschaft oder Verpflichtung zur Durchführung der Online-Streitbeilegung ist auf der Website des Anbieters und bei vorhandenen AGB auch innerhalb dieser zu gewährleisten (§ 36 Abs. 2 VSBG).

Nach Entstehen einer Streitigkeit, die Verbraucher und Unternehmer nicht beilegen können, entstehen weitere Informationspflichten des Unternehmers (vgl. § 37 VSBG):

⁸ OLG München VuR 2017, 155

⁹ <https://www.ihk.de/freiburg/recht/wirtschaftsrecht/vertragsrecht2/informationspflicht-streitbeilegungsplattform-3616514> (zuletzt abgerufen am 01.09.2024)

¹⁰ <https://www.e-recht24.de/e-commerce/10324-streitschlichtung-informationspflichten-online-streitbeilegung.html#:~:text=Verpflichtung%20zur%20Teilnahme%20am%20Schlichtungsverfahren&text=Haben%20Sie%20in%20einer%20Mediations,müssen%20Sie%20dem%20ebenfalls%20nachkommen.> (zuletzt abgerufen am 01.09.2024)

Der Online-Händler muss den Verbraucher auf die zuständige Verbraucherschlichtungsstelle unter Angabe von deren Anschrift und Website hinweisen (§ 37 Abs. 1 S. 1 VSBG) und angeben, ob er zur Teilnahme an einem Streitbeilegungsverfahren bei dieser oder anderen Verbraucherschlichtungsstellen bereit oder verpflichtet ist (§ 37 Abs. 1 S. 2, S. 3 VSBG). Wenn dies zutrifft, müssen alle in Betracht kommenden Schlichtungsstellen angegeben werden. Die eben genannten Hinweise aus § 37 Abs. 1 VSBG muss der Unternehmer gem. § 37 Abs. 2 VSBG stets in Textform (§ 126b BGB) erteilen. Die oben erwähnte Ausnahme für Kleinunternehmer gilt gem. § 37 Abs. VSBG im Streitfall nicht.

3.3.3 Verortung

Gem. § 5 Abs. 1 DDG müssen die o. g. Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten sein. Mit der Verlinkung des Impressums durch einen Link, der gut sichtbar und von jeder Seite abrufbar ist, ist dieser Anforderung genüge getan. Aus der Verlinkung oder ihrem unmittelbaren Umfeld muss demnach auch hervorgehen, dass es sich hierbei um den Link zum Impressum handelt.¹¹

3.3.4 Fehlerfolgen

Wenn ein Anbieter kein gesetzlich vorgeschriebenes Impressum¹² bereitstellt oder gegen die Informationspflichten gem. §§ 36, 37 UWG verstößt, können Verbraucher ggf. Ansprüche wegen der Verletzung vorvertraglicher oder vertraglicher Pflichten geltend machen. Zudem liegt ein Wettbewerbsverstoß gem. § 3a UWG vor, aus dem Unterlassungsansprüche resultieren können, die häufig durch kostenpflichtige Abmahnungen geltend gemacht werden.

¹¹ <https://www.bmuv.de/themen/verbraucherschutz/digitaler-verbraucherschutz/impressumpflicht> (zuletzt abgerufen am 01.09.2024)

¹² <https://www.e-recht24.de/impressum/13073-impressum-und-abmahnungen.html> (zuletzt abgerufen am 01.09.2024)

3.4 DATENSCHUTZ

Der Datenschutz dient dem Schutz der Grundrechte und Grundfreiheiten natürlicher Personen, insbesondere deren Recht auf Schutz personenbezogener Daten, welche bei der Verarbeitung personenbezogener Daten betroffen sind (Art. 1 DSGVO). Unter den Anwendungsbereich der DSGVO, die die Datenverarbeitung und ihrer Rechtmäßigkeit regelt, fallen insbesondere alle Unternehmen, die zu Verkaufszwecken über Online-Verkaufsplattformen personenbezogene Kundendaten – also solche, die sich auf eine identifizierte oder identifizierbare natürliche Person beziehen (Art. 4 Nr. 1 DSGVO) – verarbeiten. Personenbezogene Daten sind nicht nur Angaben wie Name, Anschrift, Geburtsdatum oder E-Mail-Adresse, sondern grundsätzlich auch die IP-Adresse des Nutzers der Website¹³. Weiter sind die Vorgaben anderer Spezialgesetze zu beachten (z.B. BDSG, e-privacy-Richtlinie, TTDSG).

3.4.1 Rechtmäßigkeit der Datenverarbeitung

Im Ausgangspunkt ist jegliche Verarbeitung personenbezogener Daten verboten, es sei denn, es findet sich eine Erlaubnis. Eine solche ergibt sich entweder aus der Einwilligung des von der Verarbeitung Betroffenen (Art. 6 Abs. 1 lit. a DSGVO) oder aus der DSGVO selbst (Art. 6 Abs. 1 lit. b bis f, Abs. 4 DSGVO).

Für das Internet und den E-Commerce besonders relevante Erlaubnistatbestände der DSGVO sind die Einwilligung der betroffenen Person in die Verarbeitung (Art. 6 Abs. 1 lit. a DSGVO i. V. m. Art. 4 Nr. 11, Art. 7, Art. 8 DSGVO), die Verarbeitung zur Erfüllung eines Vertrags oder zur Durchführung vorvertraglicher Maßnahmen (Art. 6 Abs. 1 lit. b DSGVO), die Verarbeitung zur Erfüllung einer rechtlichen Pflicht (Art. 6 Abs. 1 lit. c DSGVO) und schließlich die Verarbeitung aufgrund berechtigter Interessen des Verantwortlichen nach einer sog. Interessenabwägung (Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO).

¹³ EuGH BeckRS 2016, 82520

3.4.2 Elektronische Einwilligung

Die Einwilligung in die Datenverarbeitung stellt der häufigste Erlaubnistatbestand für die Datenverarbeitung dar. Diese ist nicht erforderlich, wenn die Datenverarbeitung zur Erfüllung eines Vertrags (Art. 6 Abs. 1 lit. b DSGVO; z.B. Adresse bei Versand) stattfindet. Über diese Zwecke hinaus ist die Verarbeitung personenbezogener Daten ohne Einwilligung zunächst nicht erlaubt.

Voraussetzungen einer wirksamen Einwilligung in die Datenverarbeitung im E-Commerce sind demnach (Art. 4 Nr. 11, Art. 6 Abs. 1 S. 1 lit. a, Art. 7, Art. 8 DSGVO)

1. die freiwillige, ausdrückliche und unmissverständliche Erteilung (z.B. durch Anklicken einer Check-Box),
2. der Nachweis der Einwilligung vom Diensteanbieter,
3. die „in informierter Weise“ und von anderen Sachverhalten klar abgegrenzt abgegebene Einwilligung des Nutzers, d.h. nach Bereitstellung der Datenschutzinformationen (= Datenschutzerklärung) gem. Art. 13, 14 DSGVO, und
4. die Möglichkeit des jederzeit möglichen Widerrufs der Einwilligung für die Zukunft und der Hinweis hierauf sowie auf die Rechtsfolgen des Widerrufs

3.4.3 Datenschutzerklärung

Die ordnungsgemäße Datenschutzerklärung ist eine der Wirksamkeitsvoraussetzungen einer Einwilligung und somit einer rechtmäßigen Datenverarbeitung (Art. 13, 14 DSGVO). Die Bereitstellung der Informationen über die Verarbeitung müssen in „präziser, transparenter, verständlicher und leicht zugänglicher Form in einer klaren und einfachen Sprache“ übermittelt werden. Sie müssen also als einzelner Punkt überall auf der Website mit nur einem Klick aufrufbar sein¹⁴. Außerdem sind sie bei einem Angebot für deutschsprachige Nutzer zumindest auf Deutsch und für den durchschnittlichen Nutzer verständlich beschrieben sein. Wenn die Website in mehreren Sprachen

¹⁴ OLG Hamburg GRUR-RR 2013, 482

verfasst ist, müssen die Datenschutzinformationen auch in diesen Sprachen zu Verfügung stehen.¹⁵

Die inhaltlichen Anforderungen an die Datenschutzerklärung ergeben sich aus Art. 13 und 14 DSGVO, die sich danach unterscheiden, ob die personenbezogenen Daten direkt von der betroffenen Person (Art. 13 DSGVO) oder anderweitig erhoben werden (Art. 14 DSGVO). Insbesondere ist zu informieren über

1. Namen und Kontaktdaten des Verantwortlichen,
2. soweit vorhanden Kontaktdaten des Datenschutzbeauftragten,
3. Zwecke und Rechtsgrundlage der Verarbeitung,
4. die Empfänger oder Kategorien von Empfängern der Daten,
5. die Speicherdauer der Daten oder die Kriterien für deren Ermittlung,
6. die betroffenen Personen gem. Art. 15 ff. DSGVO zustehenden Rechte (z.B. Auskunft, Löschung),
7. bei Einwilligungen der Hinweis auf deren Widerruflichkeit und
8. das Bestehen eines Beschwerderechts bei der zuständigen Aufsichtsbehörde im Datenschutz
9. sowie zusätzlich bei anderweitig erhobenen Daten (Art. 14 DSGVO) die Quelle der personenbezogenen Daten und gegebenenfalls, ob sie aus öffentlich zugänglichen Quellen stammen.

Bei der Nutzung von Cookies muss die Datenschutzerklärung ferner Angaben zur Speicherdauer der Cookies und zu Zugriffsmöglichkeiten Dritter auf Cookies und andere gespeicherte Informationen neben dem Dienstanbieter machen (Art. 5 Abs. 3 e-Privacy-Richtlinie¹⁶), in die in der Regel eingewilligt werden muss (Ausnahme: wenn Cookie essentiell, d.h. Speicherung oder Auslesung des Cookies ist für die gewünschte Zur-Verfügung-Stellung des Dienstes unbedingt erforderlich). Diese Einwilligung kann auch durch gesonderte „Cookie-Einwilligungs-Abfragen“ erreicht werden, beispielsweise gleich beim Betreten einer Website.

¹⁵ Vgl. Taeger/Kremer, Kap. 9, Rn. 35

¹⁶ dazu EuGH BeckRS 2019, 22831

3.4.4 Fehlerfolgen

Bei fehlender oder mangelhafter Datenschutzerklärung droht eine Geldbuße gem. Art. 83 Abs. 1, Abs. 2, Abs. 5 DSGVO bis zu 20 Mio. € oder bis zu 4% des weltweiten Vorjahresumsatzes sowie insbesondere das Verbot der weiteren Verarbeitung durch die Aufsichtsbehörden im Datenschutz gem. Art. 58 Abs. 2 lit. f DSGVO. Auch kommen Beseitigungs-, Unterlassungs-, Auskunft-, Kostenerstattungs- und gegebenenfalls Schadensersatzansprüche von Mitbewerbern i. S. v. § 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG oder Verbraucherschutzverbänden gem. §§ 3a, 5a Abs. 2, Abs. 4 UWG in Betracht.¹⁷

¹⁷ Bayer, AnwZert ITR 5/2018, Anm. 2, und Kap. 7, Rn. 44 ff.

4 VERBRAUCHERSCHUTZ

4.1 WIDERRUFSRECHT

4.1.1 Allgemeines

Das Widerrufsrecht dient dazu, dem Verbraucher die Rückabwicklung eines bereits geschlossenen Vertrages zu ermöglichen (§ 355 I 1 BGB). Auf diese Weise soll der Verbraucher vor einer Überrumpelung geschützt werden.

I. Widerrufsrecht

Ein Widerrufsrecht könnte sich aus § 312g i. V. m. § 355 BGB ergeben. Damit das Widerrufsrecht für die Vermarktung von Lebensmitteln im Onlinehandel anwendbar ist, müsste der Vertrag zwischen dem jeweiligen Landwirt und dem Käufer ein Verbrauchervertrag sein. Nach § 310 III BGB ist ein Verbrauchervertrag ein Vertrag, der zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher geschlossen wird. Ein Verbraucher ist eine natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu Zwecken abschließt, die überwiegend weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbstständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden können (vgl. § 13 BGB). Ein Unternehmer ist eine natürliche oder juristische Person, die in Ausübung ihrer gewerblichen oder selbstständigen beruflichen Tätigkeit handelt (vgl. § 14 I BGB). Die Landwirte handeln beim Verkauf ihrer Produkte im Onlinehandel als Unternehmer und schließen mit Verbrauchern Verträge, sodass ein Verbrauchervertrag vorliegt.

Für das Bestehen des Widerrufsrechts muss es sich bei dem Vertragstyp entweder um einen außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag (§ 312b BGB) oder einen Fernabsatzvertrag (§ 312c BGB) handeln. In Bezug auf den Onlinehandel kommt lediglich ein Fernabsatzvertrag in Betracht. Ein solcher liegt vor, wenn Verbraucher und Unternehmer für Vertragshandlungen und den Vertragsschluss ausschließlich Fernkommunikationsmittel verwenden (vgl. § 312c I BGB). In § 312c II BGB ist aufgeführt, dass unter den Begriff Fernkommunikationsmittel unter anderem Telemedien fallen. Unter Telemedien versteht man beispielsweise

Onlineshops.¹⁸ Bei einem Vertragsschluss im Onlinehandel werden Fernkommunikationsmittel wie E-Mails und Onlineshops eingesetzt. Der Versand bzw. die Vermarktung von Lebensmitteln über den Onlinehandel stellt somit einen Fernabsatzvertrag dar. Für die Verbraucher ergibt sich ein Widerrufsrecht aus § 312g i. V. m. § 355 BGB.

Grundsätzlich gibt der Verbraucher den Umfang des Widerrufs vor. Er kann den Widerruf auch auf Teile der von ihm bestellten Lieferung beschränken. Das ist beispielsweise möglich bei einer Sammelbestellung mehrerer, getrennt lieferbarer Waren im Fernabsatz.¹⁹ Je nach Produkten, die der Unternehmer zum Kauf anbietet, kann das Widerrufsrecht ausgeschlossen sein. Genaueres zu den spezifischen Regelungen für die einzelnen Produktgruppen ist unten unter 4.1.2 aufgeführt.

II. Widerrufserklärung

Um das Widerrufsrecht auszuüben, muss der Verbraucher den Widerruf erklären (vgl. § 355 I 2, 3 BGB). Hierzu muss der Verbraucher eine eindeutige Erklärung des Widerrufs gegenüber dem Unternehmer abgeben, das heißt, es muss erkennbar sein, dass der Verbraucher sich von der vertraglichen Bindung lösen möchte. Dem Unternehmer muss es anhand der Widerrufserklärung möglich sein, den Vertrag und die Person, die von ihrem Widerrufsrecht Gebrauch macht, zu identifizieren. Der Unternehmer muss die Widerrufserklärung zuordnen können.²⁰

Der Widerruf wird mit Zugang beim Unternehmer wirksam (vgl. § 130 I 1 BGB). Tatsächliche oder mehrdeutige Handlungen wie z.B. die Zurückweisung der Ware bei deren Lieferung oder eine Zahlungsverweigerung reichen nicht aus, um den Widerruf wirksam zu erklären. Nach der Verbraucherrechte-Richtlinie (2011/83/EU) reicht eine bloße Rücksendung ebenfalls nicht aus.²¹

¹⁸ <https://www.juraforum.de/lexikon/telemediengesetz#was-sind-telemedien-isd-telemediengesetzes>
(Stand: 03.08.2024)

¹⁹ MüKoBGB/Fritsche, BGB § 355 Rn. 33.

²⁰ vgl. Taeger/Kremer, Kap. 6, Rn. 21.

²¹ MüKoBGB/Fritsche, BGB § 355 Rn. 46.

Nach seinem Wirksamwerden (§ 130 I 2 BGB) ist der Widerruf selbst unwiderruflich. Für die Widerrufserklärung ist keine Begründung notwendig (vgl. § 355 I 4 BGB) und es bestehen keine Formerfordernisse. Der Widerruf kann somit sogar mündlich erklärt werden.

Der Unternehmer kann dem Verbraucher die Möglichkeit einräumen, ein Muster-Widerrufsformular auszufüllen und zu übermitteln (vgl. § 356 I 1 BGB). Wenn der Verbraucher diese Variante wählt, muss der Unternehmer – aus Beweisgründen – den Zugang des Widerrufs unverzüglich auf einem dauerhaften Datenträger (z.B. E-Mails, USB-Sticks, Festplatten)²² bestätigen (vgl. § 356 I 2 BGB). Die Eingangsbestätigung kann beispielsweise per E-Mail erfolgen.²³ Schickt der Verbraucher das Widerrufsformular auf Papier an den Unternehmer, ist dieses trotz vorgesehener Unterschriftenzeile nicht zu unterschreiben, da der Verbraucher sonst benachteiligt würde.²⁴ Ein Musterwiderrufsformular findet sich in der Anlage 2 zu Art. 246a § 1 II 1 Nr. 1 EGBGB oder im Ratgeber der Verbraucherzentrale.²⁵ Der Unternehmer muss das Muster nicht zur Verfügung stellen (vgl. § 356 I 1 BGB: „kann“), er muss allerdings darauf hinweisen. Genaueres zu dieser Hinweis- bzw. Informationspflicht finden Sie unten unter „Widerrufsfrist“.

III. Widerrufsfrist

Um möglichst schnell Klarheit über den rechtlichen Bestand der Verpflichtungen von Unternehmer und Verbraucher zu schaffen, ist die Ausübung des Widerrufsrechts durch den Verbraucher zeitlich begrenzt.²⁶

1. Dauer

Die Widerrufsfrist beträgt 14 Tage (vgl. § 355 II 1 BGB).

2. Beginn

²² § 126b S. 2 BGB

²³ Verbraucherrechte-RL 2011/83/EU, Erwägungsgrund 45.

²⁴ vgl. *Taeger/Kremer*, Kap. 6, Rn. 60.

²⁵ <https://www.ratgeber-verbraucherzentrale.de/widerrufsformular-46007763> Stand: 04.08.2024

²⁶ MüKoBGB/Fritsche, BGB § 355 Rn. 54.

Für Verbrauchsgüterkäufe i. S. d. § 474 I 1 BGB gelten in Bezug auf die Widerrufsfrist die speziellen Regelungen des § 356 II Nr. 1 BGB.

Spezifische Regelungen zum Beginn der Widerrufsfrist ergeben sich aus § 356 II Nr. 1 lit. a-c BGB. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Widerrufsfrist dann beginnt, wenn der Verbraucher seine gesamte bestellte Ware erhalten hat. Das heißt: Wenn mehrere Produkte bestellt wurden, aber getrennt geliefert werden, beginnt die Widerrufsfrist erst mit dem Erhalt der letzten Ware zu laufen.

Bei Verbrauchsgüterkäufen, die auf eine regelmäßige Lieferung von Waren über einen festgelegten Zeitraum (z.B. Abonnements) gerichtet sind, richtet sich der Fristbeginn nach § 356 II Nr. 1 lit. d BGB. Entscheidend hierbei ist, ob der Verbraucher von der ersten Lieferung auf die Beschaffenheit und Eignung der noch ausstehenden Lieferungen schließen kann. Ist dies der Fall, beginnt die Widerrufsfrist mit Lieferung der ersten Ware zu laufen. Bei einer regelmäßigen Lieferung von Lebensmitteln kann der Verbraucher jedoch anhand der ersten Teillieferung nicht auf die Beschaffenheit und Eignung der folgenden Lieferungen schließen, sodass die Widerrufsfrist erst beim Erhalt der letzten Ware zu laufen beginnt.²⁷

Wichtig ist, dass der Verbraucher die Ware so erhalten haben muss, dass er sie auf eventuelle Mängel untersuchen kann. Ein bloßes Einwerfen der Ware in den Briefkasten reicht somit nicht aus.²⁸

Informationspflichten des Unternehmers

Die Widerrufsfrist beginnt erst zu laufen, wenn der Unternehmer den Verbraucher ordnungsgemäß belehrt hat, d.h. seine Informationspflichten zum Widerrufsrecht erfüllt hat, vgl. § 356 III 1 BGB.

²⁷ MüKoBGB/Fritsche, BGB § 355 Rn. 15 ff.

Vgl. auch beispielsweise folgende AGB: <https://etepetete-bio.de/AGB> (Stand: 16.08.2024)

²⁸ MüKoBGB/Fritsche, BGB § 356 Rn. 11.

Die Anforderungen an eine ordnungsgemäße Belehrung über das Widerrufsrecht durch den Unternehmer ergeben sich aus Art. 246a § 1 II 1 Nr. 1 EGBGB. Der Unternehmer hat demnach Informationspflichten über

- Bedingungen²⁹, Fristen³⁰ und Verfahren³¹ für die Ausübung des Widerrufsrechts und
- das Musterwiderrufsformular.

Die Belehrung ist dann nicht ordnungsgemäß, wenn der Fehler (z.B. eine missverständliche Fassung) objektiv geeignet war, den Verbraucher von der Ausübung seines Widerrufsrechts abzuhalten.³²

Um ordnungsgemäß zu belehren, sind folgende Voraussetzungen zu erfüllen:

Der Verbraucher muss vor Abgabe seiner Vertragserklärung belehrt werden (vgl. § 312d I 1 BGB, Art. 246a § 4 I EGBGB). Zudem muss die Belehrung eindeutig und unmissverständlich erteilt werden (Art. 246a § 4 I EGBGB: „in klarer und verständlicher Weise“). Die Belehrung ist auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung zu stellen (vgl. Art. 246a § 4 III 1, 2 EGBGB). Es reicht nicht aus, sie auf der Internetseite zur Verfügung zu stellen.

Für die Belehrung über das Musterwiderrufsformular reicht die Übermittlung des Musters in Textform (vgl. Art. 246a § 1 II 2 EGBGB) – es ist beispielsweise ein Bereitstellen auf der Internetseite oder per E-Mail möglich.

Neben den oben genannten Informationspflichten gibt es noch weitere. Diese haben jedoch keine Auswirkung auf den Beginn der Widerrufsfrist.

Gegebenenfalls ist darüber zu informieren, dass der Verbraucher im Widerrufsfall die Kosten für die Rücksendung zu tragen hat und möglicherweise zusätzlich die Kosten für eine Rücksendung von Waren, die nicht auf dem normalen Postweg zurückgesendet werden können (vgl. Art. 246a § 1 II 1 Nr. 2 EGBGB).

²⁹ Widerrufsrecht, kein Ausschluss

³⁰ Verbraucher muss wissen, wann die Frist anläuft

³¹ Widerrufserklärung und Form

³² MüKoBGB/Fritsche, BGB § 356 Rn. 31.

Fehlt diese Belehrung, schuldet der Verbraucher keine Rücksendekosten (vgl. § 312e BGB).

Außerdem hat der Unternehmer eine Belehrungspflicht, wenn dem Verbraucher kein Widerrufsrecht zusteht (vgl. Art. 246a § 1 II 3 Nr. 1 EGBGB). In welchen Fällen das Widerrufsrecht ausgeschlossen ist und den Unternehmer eine solche Belehrungspflicht trifft, ist unten unter 4.1.2 aufgeführt.

Eine Verletzung der Belehrungspflicht kann zu Schadensersatzansprüchen für den Verbraucher führen.

3. Fristwahrung durch den Verbraucher

Entscheidend für die Fristwahrung durch den Verbraucher ist, wann der Verbraucher die Widerrufserklärung absendet (vgl. § 355 I 5 BGB).

IV. Erlöschen des Widerrufsrechts

Das Widerrufsrecht erlischt spätestens zwölf Monate und 14 Tage nach dem Erhalt der letzten Ware (vgl. § 356 III 2 Alt. 1 BGB i. V. m. § 356 II Nr. 1 BGB).

V. Rechtsfolgen

Die Rechtsfolgen des Widerrufs richten sich nach § 355 III 1 BGB. Wird der Widerruf wirksam erklärt, muss der Unternehmer die getätigte Zahlung erstatten. Dies umfasst auch etwaige Zahlungen des Verbrauchers für die Lieferung, es sei denn der Verbraucher hat sich für eine andere als die vom Unternehmer angebotene günstigste Standardlieferung entschieden, (vgl. § 357 II BGB). Der Verbraucher muss die erhaltene Ware zurückgeben.

Für die Erfüllung dieser Pflichten gilt für Unternehmer und Verbraucher jeweils eine Höchstfrist von 14 Tagen (vgl. § 357 I BGB). Diese beginnt für den Unternehmer

ab Zugang der Widerrufserklärung zu laufen, für den Verbraucher ab Abgabe der Widerrufserklärung. Der Verbraucher wahrt diese Frist durch die rechtzeitige Absendung der Waren (vgl. § 355 III 3 BGB).

Der Unternehmer muss für die Rückzahlung dasselbe Zahlungsmittel verwenden, das der Verbraucher bei der Zahlung verwendet hat (vgl. § 357 III 1 BGB). Nach § 357 IV 1 BGB steht dem Unternehmer ein Zurückbehaltungsrecht zu, d. h. er kann die Rückzahlung verweigern, bis er die Ware zurückerhalten hat oder der Verbraucher einen entsprechenden Nachweis erbracht hat, dass er die Waren abgesandt hat (vgl. § 357 IV 1 BGB).

Erfolgte die Belehrung durch den Unternehmer ordnungsgemäß, trägt der Verbraucher die Rücksendekosten (vgl. § 357 V 1 BGB). Die Rücksendung der Waren erfolgt jedoch auf Gefahr des Unternehmers (vgl. § 355 III 4 BGB). Das bedeutet, wenn die Waren auf dem Weg zum Unternehmer untergehen (z.B. verloren gehen) oder sich verschlechtern, besteht für den Verbraucher keine Rückgewährpflicht mehr.

4.1.2 Spezifisches

Grundsätzlich steht dem Verbraucher ein Widerrufsrecht aus § 312g i. V. m. § 355 BGB zu (s.o.). Bei schnell verderblichen Waren oder Waren, deren Verfallsdatum schnell überschritten würde, ist das Widerrufsrecht jedoch ausgeschlossen (vgl. § 312g II Nr. 2 BGB).

Schnell verderbliche Waren sind Produkte, „die entweder bereits im Laufe der Widerrufsfrist verderben würden oder – im Falle des Widerrufs – bei einem erneuten Verkauf, wenn überhaupt, nur noch kurzfristig haltbar wären“³³. Die Definition von Waren, deren Verfallsdatum schnell überschritten würde, deckt sich grundsätzlich mit der schnell verderblicher Waren. Zu beachten ist hier jedoch, dass das Mindesthaltbarkeitsdatum

³³ https://www.it-recht-kanzlei.de/Ausschluss-Verbraucher-Widerrufsrecht-schnell-verderbliche-Waren.html#abschnitt_9 (Stand: 07.08.2024)

oder Verfallsdatum nicht bewusst kurzgehalten werden darf, um das Verbraucher-Widerrufsrecht zu umgehen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass bei Produkten, deren Haltbarkeit innerhalb von 14 Tagen verfällt, das Widerrufsrecht ausgeschlossen ist. Steht dem Verbraucher kein Widerrufsrecht zu, hat der Unternehmer hierüber eine Belehrungspflicht (vgl. Art. 246a § 1 II 3 Nr. 1 EGBGB).

Somit steht dem Verbraucher bei folgenden Produktarten kein Widerrufsrecht zu:

- Milchprodukte wie Frischmilch, Joghurts etc.
- Frisches oder gegartes Fleisch³⁴
- Frischer oder gegarter Fisch³⁵
- Frisches Obst und Gemüse³⁶ (stark von der Haltbarkeit des jeweiligen Produkts abhängig)

Dem Verbraucher steht das Widerrufsrecht bei folgenden Produktgruppen eingeschränkt zu:

- Milch und Milcherzeugnisse
- Fleisch und Fleischerzeugnisse
- Fische und Fischereierzeugnisse
- Obst und Gemüse

Bei folgenden Produktgruppen steht dem Verbraucher das Widerrufsrecht uneingeschränkt zu:

- Eier
- Honig

³⁴ <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/auswaehlen-zubereiten-aufbewahren/fleisch-das-muessen-sie-bei-haltbarkeit-und-lagerung-beachten-58928> (Stand: 03.08.2024)

³⁵ <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/auswaehlen-zubereiten-aufbewahren/fisch-alles-zu-haltbarkeit-und-lagerung-58927> (Stand: 03.08.2024)

³⁶ <https://haltbarkeit.info/haltbarkeit-lagerung/obst/> (Stand: 03.08.2024)

- Getreide und Getreideerzeugnisse
- Kartoffeln
- Alkohol

4.2 INFORMATIONSPFLICHTEN

4.2.1 Allgemeine Informationspflichten

Wie oben bereits angesprochen, gibt es für den Unternehmer im Widerrufsrecht zahlreiche Informationspflichten. Jedoch auch über den Widerruf hinaus muss der Unternehmer Informationspflichten erfüllen. Die Informationspflichten bei Fernabsatzverträgen ergeben sich aus § 312d I 1 BGB i. V. m. Art. 246a EGBGB.

4.2.1.1 Wesentliche Eigenschaften der Ware

Der Unternehmer muss dem Verbraucher Informationen über die wesentlichen Eigenschaften der Waren zur Verfügung stellen (vgl. Art. 246a § 1 I 1 Nr. 1 EGBGB).

Der Gesetzgeber hat hierbei bewusst offengelassen, was unter den Begriff fällt, da die Wesentlichkeit einer Eigenschaft vom konkreten Produkt abhängig ist. Wesentliche Eigenschaften der Waren sind im Allgemeinen die Eigenschaften einer Ware, „ohne deren Kenntnis ein durchschnittlicher und vernünftig denkender Käufer, der sich einen gewissen Überblick über den Markt verschafft hat, die Ware nicht erwerben würde“.³⁷

Zu den wesentlichen Eigenschaften kann somit Folgendes gehören: Lieferumfang, Farbe, Größe/Maße, Gewicht/Füllmenge, Einsatzzweck/Eignung, Verwendungsbeschränkungen, Kompatibilität und Zusammensetzung. Zudem gehören zu den wesentlichen Produkteigenschaften die gesetzlich vorgeschriebenen Kennzeichnungselemente wie z.B. Lebensmittelinformation und biologische / ökologische Produktion (Genauerer dazu s.u.).³⁸

³⁷ <https://www.it-recht-kanzlei.de/wesentliche-eigenschaften-online-shop.html> (Stand: 20.08.2024)

³⁸ <https://www.it-recht-kanzlei.de/wesentliche-eigenschaften-online-shop.html> (Stand: 20.08.2024)

Die wesentlichen Eigenschaften der Ware müssen im Onlineshop an zwei Stellen angegeben werden. Einerseits muss der Unternehmer in Produktbeschreibungen auf Produktdetailseiten darüber informieren (vgl. § 312d I BGB i. V. m. Art. 246a § 4 I EGBGB). Produktdetailseiten sind Seiten im Onlineshop, auf denen das Produkt präsentiert wird und von denen aus es vom Verbraucher in den Warenkorb gelegt werden kann. Andererseits muss der Unternehmer die wesentlichen Produkteigenschaften auf der Bestellabschlussseite nochmals anführen (vgl. § 312j II BGB; Genaueres dazu s.u.).³⁹

4.2.1.2 *Gesamtpreis sowie Fracht-, Liefer- und Versandkosten*

Der Unternehmer hat außerdem eine Informationspflicht über den tatsächlich zu zahlenden Bruttopreis der Waren einschließlich aller Steuern, Abgaben und sonstiger Preisbestandteile (vgl. Art. 246a § 1 I 1 Nr. 5 EGBGB). Der hierbei anzugebende Preis ist der Gesamtpreis i. S. d. § 3 I PAngV. Der Gesamtpreis ist der Preis, der einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile für eine Ware zu zahlen ist (§ 2 Nr. 3 PAngV). Sonstige Preisbestandteile sind alle Kosten, die in die Berechnung des Gesamtpreises einbezogen werden, wie zum Beispiel Entgelte für Leistungen Dritter, die zwingend in Anspruch genommen werden müssen (Bsp.: Transportkosten).⁴⁰

Es ist zu empfehlen, den Bruttopreis unmittelbar beim Warenangebot anzugeben.

Gegebenenfalls muss der Unternehmer über zusätzliche Fracht-, Liefer- und Versandkosten sowie sonstige Kosten informieren, wenn diese nicht bereits im Bruttopreis enthalten sind (vgl. Art. 246a § 1 I 1 Nr. 7 EGBGB). Die Liefer- und Versandkosten müssen für jede wählbare Versandart gesondert angegeben werden. Der Unternehmer kann alle Liefer- und Versandpreise listenartig festlegen wie z.B. in einem Verzeichnis der Versandarten mit den jeweils anfallenden Kosten. Wichtig ist bei dieser

³⁹ <https://www.it-recht-kanzlei.de/wesentliche-eigenschaften-online-shop.html> (Stand: 21.08.2024)

⁴⁰ Taeger/Kremer, Kap. 5, Rn. 118.

<https://www.haendlerbund.de/de/ratgeber/recht/3823-preisangabenverordnung> (Stand: 18.08.2024)
<https://www.ihk.de/schwaben/produktmarken/meine-branche/handel/einzelhandel/preisangaben-im-handel-und-bei-dienstleistungen-3627952> (Stand: 21.08.2024)

Informationspflicht, dass der Verbraucher klar erkennen kann, welche Nebenkosten er zu tragen hat.⁴¹

4.2.1.3 *Kosten der Fernkommunikation*

Der Unternehmer muss über alle anfallenden Kosten informieren, die über die Kosten der bloßen Nutzung eines Fernkommunikationsmittels (z.B. E-Mails, Post; vgl. § 312c II BGB) hinausgehen (vgl. Art. 246a § 1 I 1 Nr. 9 EGBGB). Über die üblichen Grundtarife der Fernkommunikation wie z.B. Post- und Mobilfunkgebühren muss somit nicht informiert werden.⁴²

4.2.1.4 *Einzelheiten der Vertragserfüllung*

Den Unternehmer trifft eine Informationspflicht über die Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen, den Termin, bis zu dem der Unternehmer die Waren liefern muss, und gegebenenfalls das Verfahren des Unternehmers zum Umgang mit Beschwerden (vgl. Art. 246a § 1 I 1 Nr. 10 EGBGB).

Unter „Zahlungsbedingungen“ versteht man insbesondere die Art und Weise der möglichen Zahlungsalternativen (z.B. Rechnung, SEPA-Lastschrift, PayPal, Apple Pay etc.), die Währungseinheit sowie den Zeitpunkt der Fälligkeit.⁴³

Zu den Liefer- und Leistungsbedingungen zählen die Angaben über den Liefertermin, Erfüllungsort, Gefahrübergang, Eigentumsübergang und dergleichen, die im Rahmen der Vertragsabwicklung von Interesse sind.⁴⁴ Der Erfüllungsort ist der Ort, an dem die Leistungshandlung (Lieferung der Lebensmittel) vorzunehmen ist. Dieser ist als Leistungsort i. S. d. § 269 BGB zu verstehen.⁴⁵ Versendet ein Unternehmer Lebensmittel, hat die Leistung (Lieferung der Lebensmittel) am Wohnsitz des Verbrauchers zu

⁴¹ Taeger/Kremer, Kap. 5, Rn. 119.

⁴² Taeger/Kremer, Kap. 5, Rn. 123.

⁴³ Taeger/Kremer, Kap. 5, Rn. 125.

⁴⁴ Taeger/Kremer, Kap. 5, Rn. 125.

⁴⁵ BeckOGK/Tröger, BGB § 447 Rn. 26 f.

erfolgen bzw. an der angegebenen Lieferadresse (vgl. § 269 I BGB). Der Gefahrübergang meint den Zeitpunkt, zu dem die Verantwortung für die Ware (Verschlechterung, Untergang etc.) vom Unternehmer auf den Verbraucher übergeht⁴⁶. Dieser ist in § 447 BGB genauer geregelt.

Möchte sich der Unternehmer das Recht vorbehalten, statt der versprochenen Leistung eine in Preis und Qualität gleichwertige Leistung zu erbringen, muss er den Verbraucher darüber informieren.⁴⁷

Wenn sich der Unternehmer das Recht vorbehalten möchte, die vereinbarte Leistung (Lieferung bestimmter Lebensmittel) – wenn diese nicht verfügbar ist – nicht zu erbringen, muss er darüber informieren. Ein solcher Vorbehalt ist nur möglich, wenn der Unternehmer sich verpflichtet, den Verbraucher unverzüglich (§ 121 I 1 BGB) über Nichtverfügbarkeit der Ware zu informieren und vom Verbraucher bereits getätigte Zahlungen unverzüglich zurückzuerstatten.⁴⁸

4.2.1.5 Gesetzliches Mängelhaftungsrecht

Der Unternehmer muss über das Bestehen eines Mängelhaftungsrechts für die Waren informieren (vgl. Art. 246a § 1 I 1 Nr. 11 EGBGB). Bei Kaufverträgen ergibt sich ein solches Mängelhaftungsrecht aus § 433 I 2 BGB. Zur Erfüllung der Informationspflicht genügt der Hinweis auf das Bestehen des Mängelhaftungsrechts, der Inhalt der gesetzlichen Vorschrift muss nicht näher ausgeführt werden.⁴⁹

4.2.1.6 Zeitpunkt der Erteilung der Information

Die oben genannten Informationen müssen vor Abgabe der Vertragserklärung des Verbrauchers erteilt werden (vgl. Art. 246a § 4 I EGBGB).

⁴⁶ <https://vertragwelt.de/gefahrubergang-kaufvertrag/> (Stand: 20.08.2024)

⁴⁷ Taeger/Kremer, Kap. 5, Rn. 126.

⁴⁸ Taeger/Kremer, Kap. 5, Rn. 127.

⁴⁹ LMuR 2014, 136.

4.2.1.7 Form

Wie auch beim Widerrufsrecht (s.o.) gilt das Transparenzgebot: Die Informationen müssen in klarer und verständlicher Weise erteilt werden (vgl. Art. 246a § 4 I, III EGBGB).

4.2.1.8 Dokumentationspflichten nach dem Vertragsabschluss

Bei einem Fernabsatzvertrag kann der Unternehmer die erteilten Informationen beispielsweise auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung stellen (vgl. Art. 246a § 4 III 1, 2 EGBGB). Die Idee dahinter ist, dem Verbraucher die wichtigsten vertraglichen Regelungen nochmals darzustellen und ihm so die Entscheidung über die Geltendmachung seiner Widerrufs- und Gewährleistungsrechte zu erleichtern.⁵⁰

Außerdem hat der Unternehmer dem Verbraucher eine Bestätigung des Vertrags auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung zu stellen (vgl. § 312f II 1 BGB). In der Vertragsbestätigung ist der Vertragsinhalt wiederzugeben. Diese Pflicht muss der Unternehmer innerhalb einer angemessenen Frist nach Vertragsschluss erfüllen – spätestens jedoch bei Lieferung der Ware.⁵¹

Außerdem müssen in der Bestätigung sämtliche in Art. 246a EGBGB genannten Angaben (s.o.) enthalten sein, es sei denn, der Unternehmer hat dem Verbraucher diese Angaben bereits vor dem Vertragsschluss auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung gestellt (vgl. § 312f II 2 BGB).

Die Bestätigung nach § 312f II BGB muss dem Verbraucher zugehen. Ein Verweis auf die allgemeine Website des Unternehmers reicht nicht aus.⁵²

Erfüllt der Unternehmer die Dokumentationspflichten nicht oder schlecht, werden Sanktionen ausgelöst. Dem Verbraucher kann beispielsweise ein Anspruch auf Schadensersatz oder ein Rücktrittsgrund entstehen. Dem Verbraucher darf kein Nachteil

⁵⁰ Taeger/Kremer, Kap. 5, Rn. 180.

⁵¹ Taeger/Kremer, Kap. 5, Rn. 181.

⁵² Taeger/Kremer, Kap. 5, Rn. 183.

entstehen, wenn der Inhalt der Vertragsbestätigung von dem geschlossenen Vertrag abweicht.⁵³

4.2.2 Spezielle Informationspflichten im E-Commerce

4.2.2.1 Allgemeine Pflichten (§ 312i BGB)

Kommen bei einem Vertragsschluss über die Lieferung von Waren Telemedien zum Einsatz, treffen den Unternehmer bestimmte Informationspflichten (vgl. § 312i I 1 BGB).

Um § 312i BGB in unserem Fall heranziehen zu können, muss zunächst der Anwendungsbereich des § 312c I 1 BGB eröffnet sein. Dieser beschränkt sich auf den Einsatz von Telemedien und ist somit enger gefasst als der des § 312c BGB.⁵⁴

I. Persönlicher Anwendungsbereich

Der persönliche Anwendungsbereich ist eröffnet, wenn an dem Vertragsschluss ein Anbieter und ein Kunde beteiligt sind. Anbieter sind Unternehmer i. S. d. § 14 I BGB. Kunden können sowohl Verbraucher (§ 13 BGB) als auch Unternehmer (§ 14 I BGB) sein. Im Ergebnis ist § 312i I 1 BGB sowohl auf den B2B- als auch den B2C-Bereich anwendbar.⁵⁵ Bei der Vermarktung von Lebensmitteln über den Onlinehandel schließt ein Unternehmer mit einem Verbraucher einen Vertrag, sodass der persönliche Anwendungsbereich eröffnet ist.

II. Sachlicher Anwendungsbereich

Der sachliche Anwendungsbereich ist eröffnet, wenn sich der Unternehmer zum Zwecke des Vertragsabschlusses der Telemedien bedient – also ein Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr vorliegt.

1. Telemedien

⁵³ *Taeger/Kremer*, Kap. 5, Rn. 186.

⁵⁴ *MüKoBGB/Wendehorst*, BGB § 312i Rn. 8.

⁵⁵ *Taeger/Kremer*, Kap. 5, Rn. 153.

Nach § 1 I TMG sind Telemedien alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste. Problematisch hieran ist jedoch, dass das TMG im Mai 2024 außer Kraft getreten ist. Eine neue Definition des Begriffs „Telemedien“ gibt es nicht, weshalb die Definition nach § 1 I TMG hier zur Orientierung herangezogen wird. Bei der Vermarktung von Lebensmitteln im Onlinehandel stellt die Website bzw. der Onlineshop das eingesetzte Telemedium dar.

2. Einsatz zum Zweck des Vertragsschlusses

Der Unternehmer muss sich eines Telemediums bedienen. Hierfür genügt die Verwendung eines Telemediums.⁵⁶ Der Einsatz der Telemedien muss zu dem Zweck erfolgen, einen Vertrag mit dem betreffenden Kunden zu schließen. Das liegt vor, wenn der Unternehmer beispielsweise Produkte im Onlineshop anbietet (*invitatio ad offerendum*) und der Kunde daraufhin eine Bestellung in elektronischer Form abgibt.⁵⁷

3. Vertragsgegenstand

Bei dem Vertrag muss es sich um einen Vertrag über die Lieferung von Waren handeln (§ 312i I 1 BGB). Bei der Vermarktung von Lebensmitteln über den Onlinehandel ist dies der Fall.

4. Ergebnis

In unserem Fall ist der geschlossene Vertrag ein Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr.

III. Fazit

Sowohl der persönliche als auch der sachliche Anwendungsbereich sind eröffnet. § 312i BGB kann bei der Vermarktung von Lebensmitteln über den Onlinehandel als Rechtsquelle für die Pflichten des Unternehmers herangezogen werden.

⁵⁶ MüKoBGB/Wendehorst, BGB § 312i Rn. 29 f.

⁵⁷ MüKoBGB/Wendehorst, BGB § 312i Rn. 32.

Somit ergeben sich für den Unternehmer folgende Informationspflichten:

I. Hilfe zur Berichtigung von Eingabefehlern

Der Unternehmer muss technische Mittel zur Verfügung stellen, mit deren Hilfe der Kunde Eingabefehler vor der Abgabe seiner Bestellung erkennen und berichtigen kann (vgl. § 312i I 1 Nr. 1 BGB).

1. Zur-Verfügung-Stellen technischer Mittel

Dem Kunden müssen bereits während der Eingabe ausreichende Möglichkeiten eröffnet werden, Eingabefehler zu erkennen.

Beispielsweise müssen Buttons klar und deutlich beschriftet sein und ein Doppelklick mit der linken Maustaste darf nicht automatisch bzw. ohne Rückfrage zu einer Doppelbestellung führen. Außerdem muss der Kunde Eingabefenster, Formulare u. Ä. in ausreichendem Umfang lesen können und ein Blättern zwischen dem Eingabefenster und der Leistungsbeschreibung bzw. den Vertragsbestimmungen muss möglich sein.

Unzulässig wäre zum Beispiel die Gestaltung des Anmeldeformulars in der Gestalt, dass bei jedem Verlassen der Seite mit dem Ausfüllen von vorne begonnen werden muss.⁵⁸

2. Vor Abgabe einer Bestellung

Dem Kunden muss es möglich sein, vor Abgabe seiner Bestellung Eingabefehler zu erkennen und zu berichtigen. Unter „Bestellung“ versteht man die Datenübermittlung vom Kunden zum Unternehmer, woraufhin der Kunde mit einer Reaktion des Unternehmers rechnen kann.⁵⁹ Die Erkenntnis- und Korrekturmöglichkeit muss vor jeder Datenübermittlung an den Unternehmer, die den Vertragsgegenstand betrifft, gegeben sein.⁶⁰

Der Unternehmer kann diese Pflicht beispielsweise dadurch ordnungsgemäß erfüllen, dass er dem Kunden eine Bestellübersicht zur Verfügung stellt – also

⁵⁸ MüKoBGB/Wendehorst, BGB § 312i Rn. 65.

⁵⁹ MüKoBGB/Wendehorst, BGB § 312i Rn. 68.

⁶⁰ MüKoBGB/Wendehorst, BGB § 312i Rn. 69.

vor der endgültigen Bestellung alle Angaben des Kunden zusammengefasst darstellt und ihm die Möglichkeit gibt, Änderungen vorzunehmen oder die Bestellung abzubrechen.⁶¹

Zusätzlich ist der Kunde darüber zu informieren, wie er mit den zur Verfügung gestellten technischen Mitteln Eingabefehler erkennen und berichtigen kann (vgl. Art. 246c Nr. 3 EGBGB). Denkbar ist hier z.B. ein kurzer Hinweis, dass der Kunde zu einem späteren Zeitpunkt – aber noch vor Abgabe der Bestellung – nochmals die Gelegenheit hat, die eingegebenen Daten zu überprüfen und gegebenenfalls zu korrigieren.⁶²

II. Mitteilungspflicht über die Informationen des Art. 246c EGBGB

Der Unternehmer muss die Informationen des Art. 246c EGBGB rechtzeitig vor Abgabe der Bestellung klar und verständlich mitteilen (vgl. § 312i I 1 Nr. 2 BGB).

Aus Art. 246c EGBGB ergeben sich folgende Informationspflichten:

1. Technische Schritte, die zum Vertragsschluss führen

Der Unternehmer muss über die einzelnen technischen Schritte, die zu einem Vertragsschluss führen, informieren (vgl. Art. 246c Nr. 1 EGBGB). Das bedeutet, dem Kunden muss klar gemacht werden, welche Handlungen bzw. Erklärungen von seiner Seite oder der des Unternehmers welche rechtliche Wirkung hervorbringen. Es sind Fragen zu klären wie: Wann gibt der Kunde einen rechtsverbindlichen Antrag ab? Woran erkennt der Kunde, dass der Unternehmer den Antrag annimmt? Hierbei sind eine laiengerechte Sprache und eine Beschränkung aufs Wesentliche wichtig. Hilfreich ist es auch zu überlegen, wo der Laie Zweifel haben könnte. In der Praxis üblich sind Formulierungen wie „ein online übermitteltes Leistungsangebot ist noch kein verbindliches Angebot“ oder „die Empfangsbestätigung ist keine rechtsverbindliche Annahme bzw. stellt keinen Vertragsschluss dar“.⁶³

⁶¹ Taeger/Kremer, Kap. 5, Rn. 195.

⁶² MüKoBGB/Wendehorst, BGB § 312i Rn. 76.

⁶³ MüKoBGB/Wendehorst, BGB § 312i Rn. 71 f.

2. Speicherung des Vertragstextes

Der Unternehmer muss darüber informieren, ob der Vertragstext nach Vertragsschluss vom Unternehmer gespeichert wird und ob er dem Kunden zugänglich ist (vgl. Art. 246c Nr. 2 EGBGB). Der Gedanke dahinter ist, dem Kunden zu signalisieren, ob er den Vertragstext archivieren muss oder ob er ihn löschen kann, weil er ihn später jederzeit beispielsweise beim Unternehmer auf der Website nochmal aufrufen kann.⁶⁴

3. Zur Verfügung stehende Sprachen

Der Unternehmer muss über die Sprachen informieren, die für den Vertragsschluss zur Verfügung stehen (vgl. Art. 246c Nr. 4 EGBGB). Es ist ausreichend, wenn der Unternehmer in seinem Onlineshop Links „bereitstellt“ (z.B. durch Landesflagge gekennzeichnet), die dem Kunden eine sichere Navigation zu der ihm geläufigsten Sprache ermöglichen. Ihn trifft eine Hinweispflicht, wenn Beschreibungen in einer bestimmten Sprache nur verkürzt wiedergegeben werden. Außerdem ist es empfehlenswert, einen Hinweis zu geben, wenn nur eine Sprache zur Verfügung steht.⁶⁵

4. Verhaltenskodizes

Der Unternehmer muss über sämtliche einschlägige Verhaltenskodizes, denen er sich unterwirft und die Möglichkeit eines elektronischen Zugangs zu diesen Regelwerken informieren (vgl. Art. 246c Nr. 5 EGBGB). Dazu zählen nur die Bestimmungen, denen sich der Unternehmer freiwillig (nicht eng zu verstehen) unterstellt wie beispielsweise Regelwerke des Berufs- und Standesrechts. Es geht nur um Regelwerke, die in Bezug zum angestrebten Vertrag stehen – an deren Einhaltung der Kunde ein Interesse hat. Es ist im Interesse des Unternehmers, möglichst viele Regelwerke zu nennen, weil er so im Wettbewerb eine besondere Unternehmens- bzw. Produktqualität

⁶⁴ MüKoBGB/Wendehorst, BGB § 312i Rn. 74.

⁶⁵ MüKoBGB/Wendehorst, BGB § 312i Rn. 77 ff.

nachweisen kann.⁶⁶ Um den elektronischen Zugang zu gewährleisten, reichen entsprechende Links zu den Regelwerken.⁶⁷

III. Bestätigungspflicht des Zugangs der Bestellung

Der Unternehmer muss den Zugang der Bestellung unverzüglich auf elektronischem Wege bestätigen (vgl. § 312i I 1 Nr. 3 BGB).

Zugang ist beispielsweise der Eingang im E-Mail-Postfach des Unternehmers (oder eine vergleichbare Empfangsvorrichtung).⁶⁸ Die Bestellung und Empfangsbestätigung gelten als zugegangen, wenn der Kunde sie unter gewöhnlichen Umständen abrufen kann (vgl. § 312i I 2 BGB). Hierbei genügt die rein technische Möglichkeit des Abrufs und die Absendung einer Bestätigung (z.B. mittels Autoresponders).⁶⁹

Bei der Bestätigung ist zu beachten, dass diese nicht bedeutet, dass der Unternehmer den Vertrag schließen möchte. Deshalb ist hier eine ausdrückliche Klarstellung erforderlich. Denkbar wäre z.B.: „Diese E-Mail bestätigt lediglich den Eingang Ihrer Bestellung und stellt noch keine Annahme Ihres Antrags dar.“⁷⁰

Die Bestätigung kann per E-Mail erfolgen. Wichtig ist, dass für den Kunden klar erkennbar ist, dass seine Bestellung beim Unternehmer eingegangen ist.

Die Bestätigung durch den Unternehmer muss unverzüglich erfolgen. Diese Voraussetzung ist beispielsweise beim Einsatz eines Autoresponders erfüllt, bei dessen Einsatz die Empfangsbestätigung binnen Sekunden beim Kunden eintrifft. Bei einer manuellen Bearbeitung der Bestellung – dies muss dem Kunden im Rahmen der Informationen nach Art. 246c EGBGB klargestellt werden – ist die Voraussetzung erfüllt, wenn die Bestätigung innerhalb von maximal vier bis fünf Bürostunden erteilt wird.⁷¹

⁶⁶ MüKoBGB/Wendehorst, BGB § 312i Rn. 81 ff.

⁶⁷ MüKoBGB/Wendehorst, BGB § 312i Rn. 84.

⁶⁸ MüKoBGB/Wendehorst, BGB § 312i Rn. 93.

⁶⁹ MüKoBGB/Wendehorst, BGB § 312i Rn. 94.

⁷⁰ MüKoBGB/Wendehorst, BGB § 312i Rn. 97.

⁷¹ MüKoBGB/Wendehorst, BGB § 312i Rn. 99.

IV. Abruf- und Speichermöglichkeit der Vertragsbestimmungen

Der Unternehmer muss dem Kunden die Möglichkeit einräumen, die Vertragsbestimmungen einschließlich der AGB bei Vertragsschluss abzurufen und in wiedergabefähiger Form zu speichern (vgl. § 312i I 1 Nr. 4 BGB). Eine Beschränkung auf die ausdrücklich getroffenen Vereinbarungen reicht aus. Der Unternehmer muss nicht die gesetzlichen Vorschriften wiedergeben, die für die Vereinbarung zwischen ihm und dem Kunden gelten.⁷²

Nur solche Vertragsbestimmungen, die in den Vertrag einbezogen und auch sonst wirksam sind, müssen dem Kunden zugänglich gemacht werden. Verwendet der Unternehmer unwirksame Vertragsbestimmungen, läuft er Gefahr, dem Kunden Schaden zuzufügen, indem er ihn in einen Irrtum über die wirkliche Rechtslage versetzt.⁷³

Nach § 312i III BGB bleiben weitergehende Informationspflichten auf Grund anderer Vorschriften (wie z.B. § 312d BGB) unberührt. Das heißt die oben genannten Informationspflichten gelten – sofern sie weitergehen als die des § 312i BGB – unverändert.

4.2.2.2 Besondere Pflichten gegenüber Verbrauchern (§ 312j BGB)

Auf Webseiten für den elektronischen Geschäftsverkehr mit Verbrauchern hat der Unternehmer spätestens bei Beginn des Bestellvorgangs klar und deutlich anzugeben, ob Lieferbeschränkungen bestehen und welche Zahlungsmittel akzeptiert werden (vgl. § 312j I BGB). Eine Verletzung dieser Pflicht führt zur Nichtigkeit des Vertrags.

Bei einem Verbrauchervertrag im elektronischen Geschäftsverkehr (s.o.), der den Verbraucher zur Zahlung verpflichtet, muss der Unternehmer dem Verbraucher die Informationen nach Art. 246a § 1 I 1 Nr. 1, 5 und 7 EGBGB unmittelbar vor Abgabe der Bestellung klar und verständlich in hervorgehobener Weise zur Verfügung stellen (vgl. § 312j II BGB). In unserem Fall wird der Verbraucher durch den Abschluss eines Vertrags mit dem jeweiligen Landwirt zur Zahlung verpflichtet. Für den Unternehmer ergibt

⁷² MüKoBGB/Wendehorst, BGB § 312i Rn. 100.

⁷³ MüKoBGB/Wendehorst, BGB § 312i Rn. 103.

sich somit die Pflicht, über die wesentlichen Eigenschaften und den Gesamtpreis sowie Fracht-, Liefer- und Versandkosten zu informieren.

§ 312j II BGB fordert, dass die Informationen klar und verständlich in hervorgehobener Weise zur Verfügung gestellt werden. Das bedeutet, dass sie in Textform niedergeschrieben werden müssen.⁷⁴ Zudem müssen die Informationen vollständig wahrnehmbar sein – ein Link, der zu diesen Informationen führt, genügt nicht. Auch hier führt eine Pflichtverletzung zur Nichtigkeit des Vertrags.⁷⁵

Außerdem muss der Unternehmer seinen Onlineshop so gestalten, dass der Verbraucher mit seiner Bestellung ausdrücklich bestätigt, dass er sich zur Zahlung verpflichtet (vgl. § 312j III 1 BGB). Erfolgt die Bestellung über eine Schaltfläche, muss diese Schaltfläche gut lesbar mit „zahlungspflichtig bestellen“ oder einer entsprechenden eindeutigen Formulierung beschriftet sein (vgl. § 312j III 2 BGB). Auf der Schaltfläche darf nichts anderes stehen.⁷⁶ Eine Verletzung dieser Pflicht führt dazu, dass der Vertrag nicht zustande kommt (vgl. § 312j IV BGB).

4.2.3 Preisangabepflichten nach der Preisangabenverordnung (PAngV)

4.2.3.1 Preisangabepflichten

Die Preisangabenverordnung (PAngV) regelt die Angabe von Preisen für Waren von Unternehmern gegenüber Verbrauchern (§ 1 I PAngV).

Ihr Ziel ist es, dem Verbraucher die Möglichkeit zum Preisvergleich zu bieten, dadurch seine Marktposition zu stärken und damit Markttransparenz und Wettbewerb zu fördern. Es gilt der Grundsatz der Preisklarheit und Preiswahrheit (vgl. § 1 III PAngV), der verhindert, dass der Verbraucher durch nicht vergleichbare Preise eine falsche Vorstellung vom Markt gewinnt.⁷⁷

⁷⁴ <https://www.it-recht-kanzlei.de/wesentliche-eigenschaften-online-shop.html> (Stand: 21.08.2024)

⁷⁵ Taeger/Kremer, Kap. 5, Rn. 203.

⁷⁶ Taeger/Kremer, Kap. 5, Rn. 204.

⁷⁷ Taeger/Kremer, Kap. 5, Rn. 284.

Die PAngV ist neben den übrigen verbraucherschützenden Vorschriften in vollem Umfang anwendbar.

Die Vermarktung von Lebensmitteln über den Onlinehandel fällt in den Anwendungsbereich der PAngV (vgl. § 1 II PAngV), sodass die in der PAngV festgelegten Pflichten grundsätzlich für die Betreiber eines solchen Onlineshops gelten.

Wer dazu verpflichtet ist, Angaben nach der PAngV zu machen, muss diese dem Angebot oder der Werbung eindeutig zuordnen sowie leicht erkennbar und deutlich lesbar oder sonst gut wahrnehmbar machen (vgl. § 1 III PAngV).

Zunächst ist zu klären, ob für die Unternehmer, die ihre Lebensmittel im Onlinehandel vermarkten, eine Pflicht nach der PAngV besteht.

I. Pflicht zur Angabe des Gesamtpreises

Diese Pflicht betrifft jeden Unternehmer, der Verbrauchern eine Ware anbietet (vgl. § 3 I PAngV).

Ein Unternehmer ist jede natürliche oder juristische Person, die geschäftliche Handlungen im Rahmen ihrer gewerblichen, handwerklichen oder beruflichen Tätigkeit vornimmt (§ 2 Nr. 8 PAngV i. V. m. § 2 I Nr. 8 UWG). Ein Verbraucher ist jede natürliche Person i. S. d. § 13 BGB (§ 2 Nr. 9 PAngV).

Die Landwirte handeln, wenn sie ihre Lebensmittel zum Verkauf anbieten, als Unternehmer (siehe unter 4.1.1).

Landwirte, die Verbrauchern ihre Waren über einen Onlineshop anbieten, sind somit dazu verpflichtet, den Gesamtpreis anzugeben.

Der Gesamtpreis ist der Preis, der einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile für eine Ware zu zahlen ist (§ 2 Nr. 3 PAngV). Sonstige Preisbestandteile sind alle Kosten, die in die Berechnung des Gesamtpreises einbezogen werden, wie zum Beispiel Entgelte für Leistungen Dritter, die zwingend in Anspruch genommen werden müssen (Bsp.: Transportkosten).⁷⁸

⁷⁸ <https://www.haendlerbund.de/de/ratgeber/recht/3823-preisangabenverordnung> (Stand: 18.08.2024)

Soweit es allgemein üblich ist, müssen die Verkaufseinheit sowie die Gütebezeichnung angegeben werden (vgl. § 3 II PAngV). Die Verkaufseinheit ist eine bestimmte Warenmenge, die nach Gewicht, Länge, Größe, Fläche, Volumen oder Stückzahl bemessen wird.⁷⁹Einer anderen Quelle zufolge ist die Verkaufseinheit die kleinste Menge, in der ein Produkt in den Verkauf gelangt – z.B. einzelnes Obst und Gemüse. Aus Transportgründen können verschiedene Artikel zu einer verkaufsfähigen Einheit zusammengeschlossen werden. Ein Beispiel ist Mineralwasser, welches in einzelnen Flaschen von 0,33l bis 2l oder in Sechserpacks zusammengefasst verkauft wird.⁸⁰ Unter einer Gütebezeichnung versteht man Wort- und/oder Bildzeichen, die die Güte und Qualität eines Produkts kennzeichnen.⁸¹ Beispiele hierfür sind RAL-Gütezeichen, der „Blaue Engel“, das EU-Biosiegel sowie das V-Label oder Fairtrade-Siegel.⁸²

Bei einer Aufgliederung des Preises muss der Gesamtpreis hervorgehoben werden (vgl. § 3 III PAngV).

II. Pflicht zur Angabe des Grundpreises

Diese Pflicht betrifft Unternehmer, die ihre Waren in Fertigpackungen, offenen Packungen oder als lose Ware verkaufen (vgl. § 4 I 1, II PAngV).

Unternehmer, die ihre Produkte in Fertigpackungen oder offenen Packungen verkaufen, müssen neben dem Gesamtpreis auch den Grundpreis unmissverständlich, klar erkennbar und gut lesbar angeben (vgl. § 4 I 1 PAngV).

Fertigpackungen sind Verpackungen beliebiger Art, die in Abwesenheit des Käufers mit Erzeugnissen bepackt und verschlossen werden, wobei die Menge des darin enthaltenen Erzeugnisses ohne Öffnen oder merkliche Änderung der Verpackung nicht verändert werden kann (§ 2 Nr. 2 PAngV i. V. m. § 42 I Messeg).

<https://www.ihk.de/schwaben/produktmarken/meine-branche/handel/einzelhandel/preisangaben-im-handel-und-bei-dienstleistungen-3627952> (Stand: 21.08.2024)

⁷⁹ Ohly/Sosnitza, PAngV § 3 Rn. 30.

⁸⁰ https://www.samedaylogistics.de/lexikon/verkaufseinheit/index_ger.html (Stand: 18.08.2024)

⁸¹ <https://www.ral.de/glossar/definition-guetezeichen/> (Stand: 18.08.2024)

⁸² <https://ethikguide.org/blog/lebensmittel-guetesiegel/> (Stand: 18.08.2024)

Hierunter fallen sämtliche Milch und Milcherzeugnisse, Fleisch und Fleischereierzeugnisse, Fisch und Fischereierzeugnisse, Getreide und Getreideerzeugnisse, Honig, Alkohol sowie ggf. Eier, sofern diese in einem Eierkarton verkauft werden.

Offene Packungen sind Verpackungseinheiten, die ebenfalls in Abwesenheit des Käufers abgefüllt werden (vgl. § 2 Nr. 6 PAngV i. V. m. § 42 II Nr. 1 MessEG). Im Gegensatz zu Fertigpackungen können aus offenen Packungen einzelne Verkaufseinheiten entnommen und die Packungen anschließend wieder spurlos verschlossen werden.⁸³ Hierunter fallen sämtliche Obst- und Gemüsesorten, die beispielsweise in Plastikboxen verkauft werden.

Für Unternehmer, die ihre Produkte in Fertigpackungen oder offenen Packungen verkaufen, gilt somit zusätzlich die Pflicht, neben dem Gesamtpreis auch den Grundpreis anzugeben. Der Grundpreis ist der Preis je Mengeneinheit einer Ware einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile (§ 2 Nr. 4 PAngV). Wenn der Grundpreis mit dem Gesamtpreis identisch ist, muss er nicht angegeben werden (vgl. § 4 I 2 PAngV).

Verkauft ein Unternehmer lose Ware, muss dieser nur den Grundpreis angeben (vgl. § 4 II PAngV). Lose Ware ist unverpackte Ware, die durch den Unternehmer u.a. auf Veranlassung des Verbrauchers hin abgemessen wird (vgl. § 2 Nr. 5 PAngV). Beim Verkauf von Lebensmitteln über einen Onlineshop fallen darunter Produkte wie Obst, Gemüse, Kartoffeln sowie ggf. Eier, Getreide und Getreideerzeugnisse, sofern der Verbraucher die Menge, die er kauft, selbst festlegen kann.

Die Mengeneinheit für den Grundpreis ist jeweils 1 kg bzw. 1 l (vgl. § 5 I 1 Var. 1 und 2 PAngV). Bei loser Ware, die nach Gewicht oder Volumen angeboten

⁸³https://www.bing.com/ck/a?!&&p=9986972f9c35aed3JmltdHM9MTcyMzkzOTI-wMCZpZ3VpZD0zOWQ3NmE3Mi1kNjRILTYwYmUt-MDY3MS03ZTBiZDc5YzYxY2EmaW5zaWQ9NTI0MA&ptn=3&ver=2&hsh=3&fclid=39d76a72-d64e-60be-0671-7e0bd79c61ca&psq=definition+of-fene+packungen&u=a1aHR0cHM6Ly93d3cuaXQtcmlvjaHQta2FuemxlaS5kZS9hY3Rpb24vZG93bmxyYWRFQm9vay5waHA_X3JpZD00Mg&ntb=1 (S. 10; Stand: 18.08.2024)

wird, ist als Mengeneinheit entweder 1 kg bzw. 100 g oder 1 l bzw. 100 ml zu verwenden (vgl. § 5 II PAngV). Welche Mengeneinheit herangezogen wird, richtet sich nach der allgemeinen Verkehrsauffassung – also dem, was (im Handel) üblich ist.

Wenn bei einer Ware ein Abtropfgewicht anzugeben ist, muss der Grundpreis auf das jeweilige Abtropfgewicht bezogen werden (vgl. § 5 IV PAngV). Nun stellt sich die Frage, wann bei Lebensmitteln ein Abtropfgewicht anzugeben ist. Das ist dann der Fall, wenn sich ein festes Lebensmittel in einer Aufgussflüssigkeit befindet, wie beispielsweise bei Obst oder Gemüse in Konservendosen.⁸⁴

III. Preisangabepflichten bei Fernabsatzverträgen

Für Unternehmer, die Verbrauchern Waren zum Abschluss eines Fernabsatzvertrages anbieten – wie es bei der Vermarktung von Lebensmitteln im Onlinehandel der Fall ist –, gilt zusätzlich zu den oben genannten Pflichten Folgendes:

Die Unternehmer müssen einerseits angeben, dass die für die Waren geforderten Preise die Umsatzsteuer und sonstige Preisbestandteile enthalten (vgl. § 1 Nr. 1 Alt. 1 PAngV). Andererseits müssen die Unternehmer angeben, ob zusätzlich Fracht-, Liefer- oder Versandkosten oder sonstige Kosten anfallen (vgl. § 6 I Nr. 2 PAngV). Bei zusätzlich anfallenden Kosten ist deren Höhe anzugeben (vgl. § 6 II PAngV).

IV. Preisangabepflichten bei rückerstattbarer Sicherheit

Diese Pflicht betrifft Unternehmer, die Waren mit einer rückerstattbaren Sicherheit (z.B. Pfandbetrag) zum Verkauf anbieten. Rückerstattbare Sicherheiten dürfen nicht in Gesamtpreis mit einbezogen werden, sondern müssen gesondert neben dem Gesamtpreis angegeben werden (vgl. § 7 S. 1 PAngV).

V. Zusätzliche Preisangabepflicht bei Preisermäßigungen für Waren

⁸⁴ <https://www.it-recht-kanzlei.de/grundpreise-abtropfgewicht-lebensmittel.html> (Stand: 18.08.2024)

Werden vom Unternehmer Preisermäßigungen vorgenommen, gilt für ihn je nach Art der Preisermäßigung eine zusätzliche Preisangabepflicht (vgl. § 11 PAngV).

Zweck der Norm ist es, zu verhindern, dass Verkäufer die Preise für Waren kurz vor einer Preisermäßigung anheben, um eine höhere Preisermäßigung angeben zu können. § 11 I, II PAngV betrifft Fälle, in denen auf einen alten Preis Bezug genommen oder mit einer Preisherabsetzung geworben wird.⁸⁵

1. Grundfall (§ 11 I PAngV)

Ist ein Unternehmer zur Angabe eines Gesamtpreises verpflichtet, muss er gegenüber dem Verbraucher bei jeder Bekanntgabe einer Preisermäßigung den niedrigsten Gesamtpreis der letzten 30 Tage angeben (vgl. § 11 I PAngV). Eine Preisermäßigung ist eine allgemeine, messbare Preisherabsetzung für den gesamten Kundenkreis zu verstehen, die sich auf vorherige eigene Preise bezieht. Darunter fallen zum einen Preisgegenüberstellungen (z.B. „Äpfel für 2 € statt für 3 €“) und zum anderen prozentuale Preisherabsetzungen.⁸⁶

Die Pflicht zur Angabe eines Gesamtpreises ergibt sich aus § 3 I PAngV (s.o.).

Zu beachten ist jedoch, dass § 11 I PAngV eher als Berechnungsgrundlage dient, d.h. der Unternehmer muss den niedrigsten Gesamtpreis der letzten 30 Tage für seine Berechnung ansetzen.⁸⁷

Folgendes Beispiel soll den praktischen Anwendungsbereich des § 11 I PAngV besser verständlich machen: Die Milch kostet 1,50 € und dann für zwei Wochen 2 €. Anschließend folgt eine Preisherabsetzung auf 1 €. Der

⁸⁵ <https://haerting.de/wissen/schluss-mit-den-rabatt-tricks-der-neue-%c2%a7-11-pangv-schnell-erklart/> (Stand: 17.08.2024)

⁸⁶ <https://www.it-recht-kanzlei.de/faq-werbung-preisermassigungen-gesamtpreis-preisangabeverordnung.html> (Stand: 18.08.2024)

⁸⁷ <https://www.it-recht-kanzlei.de/faq-werbung-preisermassigungen-gesamtpreis-preisangabeverordnung.html> (Stand: 18.08.2024)

Verkäufer darf nun nicht mit einem Rabatt von 2 € auf 1 € werben, sondern muss 1,50 € als niedrigsten Gesamtpreis der letzten 30 Tage heranziehen.⁸⁸

2. Schrittweise Preisabsenkung (§ 11 II PAngV)

§ 11 II PAngV betrifft Fälle, in denen der Unternehmer eine schrittweise, ohne Unterbrechung ansteigende Preisermäßigung des Gesamtpreises einer Ware vornimmt. In solchen Fällen kann der Unternehmer während der Dauer der Preisermäßigung den niedrigsten Gesamtpreis nach § 11 I PAngV angeben, der vor Beginn der schrittweisen Ermäßigung gegenüber Verbraucher für diese Ware verwendet wurde (vgl. § 11 II PAngV).

Die Idee dahinter ist es, Verkäufern die Chance zum Lagerverkauf zu bieten.⁸⁹

Folgendes Beispiel soll den praktischen Anwendungsbereich des § 11 II PAngV besser verständlich machen: Die Preise für Milch sinken nach der Ermäßigung von 1,50 € auf 1 € wöchentlich um jeweils 10 Ct (Preis: 0,90 €, 0,80 €, ...). Als Grundpreis kann hier wieder der nach § 11 I PAngV bestimmte Preis i. H. v. 1,50€ angegeben werden.⁹⁰

Die Pflichten nach § 11 I, II PAngV gelten auch für Unternehmer, die lose Ware anbieten und somit nach § 4 II PAngV lediglich zur Angabe des Grundpreises verpflichtet sind (vgl. § 11 III PAngV).

Nach § 11 IV Nr. 2 PAngV entfallen die Pflichten nach § 11 I, II PAngV, wenn der Unternehmer schnell verderbliche Waren oder Waren mit kurzer Haltbarkeit preislich reduziert, weil die Ware zu verderben droht bzw. die Haltbarkeit abzu- laufen droht. Dies muss jedoch für den Verbraucher in geeigneter Weise kenntlich gemacht werden.

⁸⁸ Bsp. abgeleitet aus: <https://haerting.de/wissen/schluss-mit-den-rabatt-tricks-der-neue-%c2%a7-11-pangv-schnell-erklart/> (Stand: 17.08.2024)

⁸⁹ <https://haerting.de/wissen/schluss-mit-den-rabatt-tricks-der-neue-%c2%a7-11-pangv-schnell-erklart/> (Stand: 17.08.2024)

⁹⁰ Bsp. abgeleitet aus: <https://haerting.de/wissen/schluss-mit-den-rabatt-tricks-der-neue-%c2%a7-11-pangv-schnell-erklart/> (Stand: 17.08.2024)

Schnell verderbliche Waren sind beispielsweise Obst, Gemüse und frische Backwaren. Unter Waren mit kurzer Haltbarkeit werden sowohl schnell verderbliche Lebensmittel gefasst als auch Lebensmittel, deren Mindesthaltbarkeitsdatum in Kürze abläuft (auch wenn das Lebensmittel an sich nicht schnell verderblich ist).⁹¹

VI. Ausschluss der Pflicht zur Angabe

§ 9 PAngV regelt, in welchen Fällen einer Preisermäßigung auf eine Neuzeichnung des Gesamtpreises (siehe I.) bzw. Grundpreises (siehe II.) verzichtet werden kann.⁹²

Dadurch muss der Unternehmer nicht die einzelnen betroffenen Produkte mit dem neuen herabgesetzten Preis auszeichnen.⁹³

Die Pflicht zur Angabe eines neuen Gesamt- bzw. Grundpreises gilt nicht bei

- nach Kalendertagen zeitlich begrenzten und durch Werbung oder in sonstiger Weise bekannt gemachten generellen Preisermäßigungen (§ 9 I Nr. 2 PAngV)
- schnell verderblichen Waren oder Waren mit kurzer Haltbarkeit (vgl. § 9 I Nr. 3 PAngV).

Generelle Preisermäßigungen sind Preisnachlässe, die für alle Kunden gelten. Im Fall des § 9 I Nr. 2 PAngV darf es sich nur um eine vorübergehende Aktion handeln, die den Verbrauchern durch Werbung oder in sonstiger Weise (z.B. durch Aufkleber auf dem Produkt) bekannt gemacht worden ist. Eine genaue Dauer ist nicht festgelegt, jedoch ist eine solche Aktion nur zulässig, solange die Verbraucher noch mit einem Preisnachlass auf einen zuvor zeitlich geforderten Preis rechnen können.⁹⁴

⁹¹ Ohly/Sosnitza, PAngV § 9 Rn. 5.

⁹² Ohly/Sosnitza, PAngV § 9 Rn. 1.

⁹³ Ohly/Sosnitza, PAngV § 9 Rn. 3.

⁹⁴ Ohly/Sosnitza, PAngV § 9 Rn. 3.

Wenn der Unternehmer schnell verderbliche Waren oder Waren mit kurzer Haltbarkeit (Definition s.o.) preislich reduziert, weil die Ware zu verderben droht bzw. die Haltbarkeit abzulaufen droht, und er dies dem Verbraucher in geeigneter Weise kenntlich gemacht hat, muss er ebenfalls keinen neuen Gesamt- bzw. Grundpreis angeben. Dies betrifft Produktgruppen wie

- Lebensmittel, deren Mindesthaltbarkeitsdatum in Kürze abläuft
- Milchprodukte wie Frischmilch, Joghurts etc.
- Frisches oder gegartes Fleisch
- Frischer oder gegarter Fisch
- Frisches Obst und Gemüse.

Zu beachten ist, dass die Nichtanwendbarkeit der PAngV nach § 9 I PAngV nicht dazu führt, dass eine Preisangabe nach Art. 246a § 1 I 1 Nr. 5 EGBGB (siehe unter 4.2.1.2) entbehrlich ist, da die Preisangabe dem Verbraucher eine wichtige Grundlage für seine Kaufentscheidung bietet.⁹⁵

4.2.3.2 Form der Preisangabe

Um den Grundsatz von Preiswahrheit und Preisklarheit zu wahren, müssen Preisangaben eindeutig sein und übersichtlich angegeben werden (vgl. § 1 III PAngV).

Besteht eine der oben aufgeführten Pflichten für den Unternehmer, hat er die Preisangabe eindeutig zum Angebot oder der Werbung zuzuordnen (vgl. § 1 III Nr. 1 PAngV). Um eine eindeutige Zuordnung zu ermöglichen, müssen Preisangaben in unmittelbarer Nähe zum Produkt gemacht werden.⁹⁶

Außerdem muss der Unternehmer die Angabe leicht erkennbar und deutlich lesbar oder sonst gut wahrnehmbar machen (vgl. § 1 III Nr. 2 PAngV).

⁹⁵ Taeger/Kremer, Kap. 5, Rn. 118.

⁹⁶ Ohly/Sosnitza, PAngV § 1 Rn. 19.

„Leichte Erkennbarkeit“ bedeutet, dass der Verbraucher den Preis ohne Weiteres feststellen können muss.⁹⁷ Bei Angeboten im Internet reicht es aus, wenn der Verbraucher in klarer und unmissverständlicher Weise auf einen Link hingewiesen wird, der ihn von einer zunächst unvollständigen Preisangabe zur Gesamtpreisangabe führt.⁹⁸ Die leichte Erkennbarkeit fehlt, wenn die Preise nur dann im Onlineshop zu sehen sind, wenn der Verbraucher den Cursor über das beworbene Produkt bewegt und dann der Preis in einem sich öffnenden Fenster angezeigt wird (sog. Mouseover-Effekt).⁹⁹ In Bezug auf die Höhe der anfallenden Liefer- und Versandkosten ist es ausreichend, unmittelbar bei der Werbung für das jeweilige Produkt den Hinweis „zzgl. Versandkosten“ anzubringen. Dies reicht jedoch nur aus, wenn ein Klick auf den Hinweis zu einer Übersicht über die tatsächliche Höhe der anfallenden Kosten führt.¹⁰⁰

„Deutliche Lesbarkeit“ heißt, dass die Preisangabe dergestalt erfolgen muss, dass sie von einem „Verbraucher mit normaler Sehkraft ohne Hilfsmittel aus angemessener Entfernung ohne Mühe wahrgenommen werden kann“.¹⁰¹

4.2.4 Lebensmittelrechtliche Informationspflichten (VO (EU) Nr. 1169/2011, LMIV)

Verbraucher haben unterschiedliche Erwartungen und Informationsbedürfnisse, wenn es um den Kauf von Lebensmitteln geht. Deshalb ist ein hohes Verbraucherschutzniveau in Bezug auf Lebensmittelinformationen erforderlich (vgl. Art. 1 I LMIV).

Die Lebensmittelinformationsverordnung (VO (EU) Nr. 1169/2011; im Folgenden: LMIV) bildet die Grundlage dafür, indem sie Grundsätze, Anforderungen und Zuständigkeiten für die Information über Lebensmittel und die Kennzeichnung von Lebensmitteln festlegt (vgl. Art. 1 II LMIV), Endverbraucher sollen eine Grundlage für eine fundierte Wahl und sichere Verwendung von Lebensmitteln unter besonderer Berücksichtigung gesundheitlicher, wirtschaftlicher, umweltbezogener, sozialer und ethischer Aspekte erhalten (vgl. Art. 3 I LMIV).

⁹⁷ *Ohly/Sosnitza*, PAngV § 1 Rn. 20.

⁹⁸ *Ohly/Sosnitza*, PAngV § 1 Rn. 21.

⁹⁹ *Taeger/Kremer*, Kap. 5, Rn. 285.

¹⁰⁰ *Ohly/Sosnitza*, PAngV § 1 Rn. 21.

¹⁰¹ *Ohly/Sosnitza*, PAngV § 1 Rn. 22.

Die Lebensmittelbasisverordnung (VO (EG) Nr. 178/2002; im Folgenden: LBV) dient der Festlegung der allgemeinen Grundsätze und Anforderungen des Lebensmittelrechts. Der deutsche Gesetzgeber hat die Vorgaben der LMIV in der Lebensmittelinformations-Durchführungsverordnung (im Folgenden: LMIDV) verankert und teilweise ergänzt.

Die LMIV, LBV und die LMIDV gelten sowohl in der analogen Direktvermarktung als auch im Onlinehandel.

4.2.4.1 Anwendbarkeit

Diese Verordnung gilt für Lebensmittelunternehmer auf allen Stufen der Lebensmittelkette, sofern deren Tätigkeiten die Bereitstellung von Information über Lebensmittel an die Verbraucher betreffen (Art. 1 III 1 LMIV). Sie gilt für alle Lebensmittel, die für den Endverbraucher bestimmt sind (Art. 1 III 2 Hs. 1 LMIV).

I. Lebensmittelunternehmer

Ein Lebensmittelunternehmer ist eine natürliche oder juristische Person, die dafür verantwortlich ist, dass die Anforderungen des Lebensmittelrechts in dem ihrer Kontrolle unterstehenden Lebensmittelunternehmen erfüllt werden (vgl. Art. 2 I lit. a Var. 4 LMIV i. V. m. Art. 3 Nr. 3 LBV).

Lebensmittelunternehmen sind alle Unternehmen, die eine mit der Produktion, der Verarbeitung und dem Vertrieb von Lebensmitteln zusammenhängende Tätigkeit ausführen (vgl. Art. 3 Nr. 2 LBV). Lebensmittel sind alle Stoffe oder Erzeugnisse, die dazu bestimmt sind oder von denen nach vernünftigem Ermessen erwartet werden kann, dass sie in verarbeitetem, teilweise verarbeitetem oder unverarbeitetem Zustand von Menschen aufgenommen werden (vgl. Art. 2 I lit. a Var. 1 LMIV i. V. m. Art. 2 LBV).

Landwirte können sowohl natürliche als auch juristische Personen sein. Im Ergebnis macht diese Einordnung keinen Unterschied. Die Landwirte produzieren und verarbeiten Lebensmittel und bieten sie daraufhin zum Verkauf an. Sie

führen somit ein Lebensmittelunternehmen und tragen die Verantwortung über die Erfüllung der Anforderungen.

II. Tätigkeit betrifft Bereitstellung von Informationen über Lebensmittel an die Verbraucher

Die Tätigkeit der Lebensmittelunternehmer muss die Bereitstellung von Informationen über Lebensmittel an die Verbraucher betreffen. Eine Information über ein Lebensmittel ist jede Information, die ein Lebensmittel betrifft und dem Endverbraucher durch ein Etikett, sonstiges Begleitmaterial oder in anderer Form, einschließlich über moderne technologische Mittel oder mündlich, zur Verfügung gestellt wird (vgl. Art. 2 II lit. a LMIV).

Zur Information, die ein Lebensmittel betrifft, zählt beispielsweise dessen Bezeichnung oder die Nährwertkennzeichnung. Im Onlineshop werden die Informationen über das jeweilige Lebensmittel direkt beim Produkt selbst mitgeteilt. Der Verbraucher erhält seine Informationen über den Onlineshop. Somit betrifft die Tätigkeit der Landwirte die Bereitstellung von Lebensmittelinformationen an die Verbraucher.

III. Lebensmittel, die für den Endverbraucher bestimmt sind

Außerdem muss es sich bei den vermarkteten Lebensmitteln um Lebensmittel handeln, die für Endverbraucher bestimmt sind (vgl. Art. 1 III 2 Hs. 1 LMIV). Endverbraucher ist „der Konsument, der ein Lebensmittel selbst verzehrt oder im privaten Bereich für den Verzehr durch andere Konsumenten zubereitet“¹⁰². In unserem Fall werden die Lebensmittel an Endverbraucher verkauft.

Als Ergebnis lässt sich festhalten, dass die LMIV in unserem Fall anwendbar ist.

4.2.4.2 Grundsätze

Grundsätzlich gilt, dass jedem Lebensmittel, das für die Lieferung an Endverbraucher bestimmt ist, Informationen nach Maßgabe dieser Verordnung beizufügen sind (vgl.

¹⁰² *Voit/Grube*, LMIV Art. 1 Rn. 34.

Art. 6 LMIV). Welche Informationen diese Informationspflicht umfasst, finden Sie unten ab „I.“.

Außerdem dürfen Informationen grundsätzlich nicht irreführend sein (vgl. Art. 7 I LMIV). Das gilt insbesondere in Bezug auf Eigenschaften des Lebensmittels. Hierunter fallen Art, Identität, Eigenschaften, Zusammensetzung, Menge, Haltbarkeit, Ursprungsland oder Herkunftsort und Methode der Herstellung oder Erzeugung (Art. 7 I lit. a LMIV). Lebensmitteln dürfen keine Wirkungen oder Eigenschaften zugeschrieben werden, die sie nicht besitzen (Art. 7 I lit. b LMIV). Lebensmitteln dürfen keine besonderen Merkmale zugeschrieben werden, wenn alle vergleichbaren Lebensmittel dieselben Merkmale aufweisen (z.B. durch Hervorheben des (Nicht-)Vorhandenseins bestimmter Zutaten und/oder Nährstoffe) (Art. 7 I lit. c LMIV). Durch Aussehen, Bezeichnung oder bildliche Darstellungen darf nicht das Vorhandensein eines bestimmten Lebensmittels oder einer Zutat suggeriert werden, wenn tatsächlich in dem Lebensmittel ein von Natur aus vorhandener Bestandteil oder eine normalerweise in diesem Lebensmittel verwendete Zutat durch einen anderen Bestandteil oder eine andere Zutat ersetzt wurde (Art. 7 I lit. d LMIV).

Die Informationen müssen zutreffend, klar und leicht verständlich sein (vgl. Art. 7 II LMIV).

Den Lebensmitteln dürfen keine Eigenschaften der Vorbeugung, Behandlung oder Heilung einer menschlichen Krankheit zugeschrieben werden – auch ein Eindruck dieser Eigenschaften darf aufgrund der erteilten Informationen nicht entstehen (vgl. Art. 7 III LMIV). Hierbei geht es darum, zu verhindern, dass der Verbraucher eine unsachgemäße Selbstmedikation vornimmt.¹⁰³

Der Lebensmittelunternehmer, unter dessen Namen oder Firma das Lebensmittel vermarktet wird, ist für die Erteilung der Information über ein Lebensmittel sowie für deren Richtigkeit und Änderung verantwortlich (Art. 8 I - III LMIV). Er darf keine Änderung an

¹⁰³ *Voit/Grube*, LMIV Art. 7 Rn. 291.

der Info vornehmen, wenn diese den Endverbraucher irreführen oder dessen Möglichkeit, eine fundierte Wahl zu treffen, verringern würde (vgl. Art. 8 IV 1 LMIV).

4.2.4.3 Verpflichtende Angaben

In Art. 9 I LMIV befindet sich ein Verzeichnis der verpflichtenden Angaben.

I. Bezeichnung des Lebensmittels (lit. a)

Unter „Bezeichnung des Lebensmittels“ versteht man den Namen des Lebensmittels oder eine Beschreibung des Lebensmittels, die dessen Charakter erkennen lässt.¹⁰⁴ Detailregelungen finden sich in Art. 17 LMIV i. V. m. Anhang VI.

II. Verzeichnis der Zutaten (lit. b)

Zu Zutaten zählt jeder Stoff und jedes Erzeugnis (einschließlich Aromen und Lebensmittelzusatzstoffen), sowie jeder Bestandteil einer zusammengesetzten Zutat, der bei der Herstellung oder Zubereitung eines Lebensmittels verwendet wird und der – gegebenenfalls in veränderter Form – im Enderzeugnis vorhanden bleibt (Art. 2 II lit. f LMIV). Detailregelungen hierzu finden sich in Art. 18 LMIV i. V. m. Anhang VII.

In folgenden Fällen ist ein Zutatenverzeichnis nicht erforderlich (vgl. Art. 19 I LMIV):

1. Bei frischem Obst und Gemüse (einschließlich Kartoffeln), das nicht geschält, geschnitten oder auf ähnliche Weise behandelt worden ist (lit. a)
2. Bei Käse, Butter, fermentierter Milch und Sahne, denen keine Zutat zugesetzt wurde außer für die Herstellung notwendige Milchinhaltstoffe, Lebensmittelenzyme und Mikroorganismen-Kulturen oder für die Herstellung von Käse - ausgenommen Frisch- oder Schmelzkäse - notwendiges Salz (lit. d)
3. Bei Lebensmitteln, die aus einer einzigen Zutat bestehen (lit. e)

¹⁰⁴ Voit/Grube, LMIV Art. 9 Rn. 18.

Hierunter fallen Lebensmittel wie Weizenmehl, Pfeffer und Hartweizennudeln.¹⁰⁵

Ausnahmen vom Erfordernis der Angabe von Bestandteilen von Lebensmitteln im Zutatenverzeichnis können Sie Art. 20 LMIV entnehmen.

III. Angaben über Stoffe oder Erzeugnisse, die Allergien oder Unverträglichkeiten auslösen (lit. c)

Detailregelungen hierzu finden sich in Art. 21 LMIV i. V. m. Anhang II.

Eine Auflistung der Stoffe oder Erzeugnisse, die Allergien oder Unverträglichkeiten auslösen, finden sich in Anhang II der LMIV.

Die Stoffe oder Erzeugnisse i. S. d. Art. 9 I lit. c LMIV müssen im Zutatenverzeichnis aufgeführt werden (vgl. Art. 21 I lit. a LMIV).

Die in Anlage II aufgeführte Bezeichnung des Stoffes oder Erzeugnisses muss sich durch einen anders gewählten Schriftsatz vom Rest des Zutatenverzeichnisses eindeutig abheben (beispielsweise durch einen anderen Schriftstil) (vgl. Art. 21 I lit. b LMIV).

Wenn kein Zutatenverzeichnis vorgesehen ist, muss die Angabe folgendermaßen gemacht werden: „Enthält [in Anhang II aufgeführte Bezeichnung des Stoffes/Erzeugnisses].“ (vgl. Art. 21 I LMIV).

IV. Menge bestimmter Zutaten oder Klassen von Zutaten (lit. d)

Die Menge einer bei der Herstellung des Lebensmittels verwendeten Zutat oder Zutatenklasse muss angegeben werden, wenn diese in der Lebensmittelbezeichnung genannt ist (vgl. Art. 22 I lit. a LMIV) oder wenn deren Vorhandensein beispielsweise durch bildliche Darstellungen besonders hervorgehoben wird (vgl. Art. 22 I lit. b LMIV).¹⁰⁶

Detailregelungen hierzu finden sich in Art. 22 LMIV i. V. m. Anhang VIII.

¹⁰⁵ *Voit/Grube*, LMIV Art. 19 Rn. 14.

¹⁰⁶ *Voit/Grube*, LMIV Art. 9 Rn. 33.

V. **Nettofüllmenge des Lebensmittels (lit. e)**

Die Nettofüllmenge ist bei flüssigen Erzeugnissen in Volumeneinheiten (z.B. Liter, Milliliter) anzugeben und bei sonstigen Erzeugnissen in Maßeinheiten (z.B. Kilogramm, Gramm) (vgl. Art. 23 I LMIV).

Technische Vorschriften sowie spezielle Fälle, in denen keine Angabe der Nettofüllmenge erforderlich ist, sind in Anhang IX der LMIV aufgelistet (vgl. Art. 23 III LMIV).

VI. **Mindesthaltbarkeitsdatum bzw. Verbrauchsdatum (lit. f)**

Das Mindesthaltbarkeitsdatum eines Lebensmittels ist das Datum, bis zu dem dieses Lebensmittel bei richtiger Aufbewahrung seine spezifischen Eigenschaften behält (Art. 2 II lit. r LMIV).

Bei sehr leicht verderblichen Lebensmitteln, die nach kurzer Zeit eine unmittelbare Gefahr für die menschliche Gesundheit darstellen können, ist statt des Mindesthaltbarkeitsdatums ein Verbrauchsdatum anzugeben (vgl. Art. 24 I 1 LMIV). Das betrifft beispielsweise Lebensmittel wie Hackfleisch, Geflügelfleisch oder Räucherfisch.¹⁰⁷

Wie der Unternehmer das jeweilige Datum anzugeben hat, kann Anhang X der LMIV entnommen werden (vgl. Art. 24 II LMIV).

VII. **Ggf. besondere Aufbewahrungsanweisungen und/oder Verwendungsanweisungen (lit. g)**

Die Angabe von besonderen Aufbewahrungs- oder Verwendungshinweisen ist verpflichtend, „wenn ansonsten eine Fehlhandhabung bzw. ein Fehlgebrauch zu befürchten sind“.¹⁰⁸ Die Notwendigkeit einer solchen Angabe mit im jeweiligen Einzelfall bestimmt werden.¹⁰⁹

Diese Angaben sind sicherheitsbezogen zu verstehen. Ein Hinweis wäre beispielsweise bei vorhandenen Kernen in Oliven angebracht.¹¹⁰

¹⁰⁷https://www.bvl.bund.de/DE/Arbeitsbereiche/01_Lebensmittel/03_Verbraucher/17_FAQ/FAQ_MHD/FAQ_MHD_node.html (Stand: 15.08.2024)

¹⁰⁸ *Voit/Grube*, LMIV Art. 9 Rn. 43.

¹⁰⁹ *Voit/Grube*, LMIV Art. 9 Rn. 45.

¹¹⁰ <https://www.ratgeberrecht.eu/wettbewerbsrecht-aktuell/kennzeichnungspflichten-fuer-lebensmittel.html> (Stand: 15.08.2024)

Detailregelungen hierzu finden sich in Art. 25 LMIV.

- VIII. Name oder Firma und Anschrift des Lebensmittelunternehmens (lit. h)
Hierbei ist der verantwortliche Lebensmittelunternehmer (Definition s.o.) zu benennen.
- IX. Ursprungsland oder Herkunftsort (lit. i)
Das Ursprungsland oder der Herkunftsort sind dann anzugeben, wenn dies nach Art. 26 LMIV vorgesehen ist.
Das ist insbesondere dann notwendig, wenn ohne eine Angabe eine Irreführung des Verbrauchers über das tatsächliche Ursprungsland oder den tatsächlichen Herkunftsort des Lebensmittels möglich wäre. Ein Beispiel ist die Bezeichnung „italienisches Olivenöl“, wenn dieses nicht in Italien produziert wurde.¹¹¹
Unter Ursprungsland versteht man „das Land, in dem eine Ware vollständig gewonnen oder hergestellt wird“¹¹². Der Herkunftsort ist der Ort, aus dem ein Lebensmittel laut Angabe kommt (vgl. Art. 2 II lit. g LMIV).
Das Ursprungsland oder der Herkunftsort muss angegeben werden bei: Fleisch von Schweinen, frisch, gekühlt oder gefroren (KN-Code 0203), Fleisch von Schafen oder Ziegen, frisch, gekühlt oder gefroren (KN-Code 0204) und bei Fleisch von Hausgeflügel der Position 0105, frisch, gekühlt oder gefroren (KN-Code Ex02 07) (vgl. Art. 26 II lit. b LMIV i. V. m. Anhang XI).
- X. Ggf. Gebrauchsanleitung (lit. j)
Der Lebensmittelunternehmer hat eine Gebrauchsanleitung anzugeben, falls es schwierig wäre, das Lebensmittel ohne eine solche angemessen zu verwenden. Hierbei geht es darum, dem Verbraucher dabei zu helfen, das Lebensmittel wie vorgesehen zu verwenden (Bsp.: Hinweis auf Zubereitung in der Pfanne).¹¹³
- XI. Angabe des vorhandenen Alkoholgehalts (lit. k)

¹¹¹ <https://www.ratgeberrecht.eu/wettbewerbsrecht-aktuell/kennzeichnungspflichten-fuer-lebensmittel.html> (Stand: 15.08.2024)

¹¹² <https://www.lebensmittelklarheit.de/fragen-antworten/ursprungsland-und-herkunftsort> (Stand: 23.08.2024)

¹¹³ <https://www.ratgeberrecht.eu/wettbewerbsrecht-aktuell/kennzeichnungspflichten-fuer-lebensmittel.html> (Stand: 15.08.2024)

Bei Getränken mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Vol.-% ist die Angabe des vorhandenen Alkoholgehalts in Volumenprozent anzugeben.

Detailregelungen hierzu finden Sie in Art. 28 LMIV i. V. m. Anhang XII.

XII. Nährwertdeklaration (lit. I)

In der verpflichtenden Nährwertdeklaration müssen Angaben über den Brennwert sowie die Mengen an Fett, gesättigten Fettsäuren, Kohlenhydraten, Zucker, Eiweiß und Salz enthalten sein (vgl. Art. 30 I LMIV). Diese Angaben können durch die Angabe der Mengen eines oder mehrerer der Stoffe aus Art. 30 II LMIV ergänzt werden.

Detailregelungen dazu, wie die Nährwertdeklaration stattzufinden hat, findet sich in Art. 30 bis 35 LMIV sowie im Anhang XV. Einen Katalog der Lebensmittel, die von der verpflichtenden Nährwertdeklaration ausgenommen sind, findet sich in Anhang V der LMIV. Unter anderem sind folgende Lebensmittel ausgenommen:

- Unverarbeitete Erzeugnisse, die nur aus einer Zutat oder Zutatengruppe bestehen (Nr. 1)
- Verarbeitete Erzeugnisse, die lediglich einer Reifungsbehandlung unterzogen wurden und nur aus einer Zutat oder Zutatengruppe bestehen (Nr. 2)
- Lebensmittel in Verpackungen oder Behältnisse, deren Oberfläche weniger als 25 cm² beträgt (Nr. 18)
- Lebensmittel, einschließlich handwerklich hergestellter Lebensmittel, die direkt in kleinen Mengen von Erzeugnissen durch den Hersteller an den Endverbraucher oder an lokale Einzelhandelsgeschäfte abgegeben werden, die die Erzeugnisse unmittelbar an den Endverbraucher abgeben (Nr. 19)

Außerdem ist in bestimmten weiteren Fällen die Pflicht zur Angabe der Nährwertdeklaration ausgeschlossen (siehe 4.2.4.5).

Zur Form der Angaben nach Art. 9 I LMIV lässt sich Folgendes festhalten:

Die oben genannten Angaben sind in Worten und Zahlen zu machen (Art. 9 II 1 LMIV). Zusätzlich können sie durch Piktogramme oder Symbole ausgedrückt werden (Art. 9 II 2 LMIV). Die Piktogramme oder Symbole dienen lediglich der Ergänzung.¹¹⁴

4.2.4.4 Weitere verpflichtende Angaben für bestimmte Arten von Lebensmitteln

Für bestimmte Arten oder Klassen von Lebensmitteln sind weitere Angaben verpflichtend. Diese können der Tabelle in Anhang III der LMIV entnommen werden (vgl. Art. 10 I LMIV).

4.2.4.5 Ausnahmen vom Erfordernis bestimmter verpflichtender Angaben

Bei einigen Produktgruppen entfällt die Pflicht zur Angabe mancher verpflichtenden Angaben nach Art. 9 I LMIV.

I. Zur Wiederverwendung bestimmte Glasflaschen, die eine nicht entfernbar Aufschrift tragen

Bei Glasflaschen i. S. d. Art. 16 I LMIV sind nur die Angaben nach Art. 9 I lit. a, c, e, f und I LMIV verpflichtend (vgl. Art. 16 I LMIV).

II. Verpackungen oder Behältnisse, deren Oberfläche weniger als 10 cm² beträgt

Hier sind nur die Angaben nach Art. 9 I lit. a, c, e und f LMIV verpflichtend (vgl. Art. 16 II 1 LMIV). Die Angaben nach Art. 9 I lit. b LMIV sind auf andere Weise (nicht auf der Packung oder dem Etikett) zu machen oder dem Verbraucher auf Wunsch zur Verfügung zu stellen (vgl. Art. 16 II 2 LMIV).

III. In Anhang V der LMIV aufgeführte Lebensmittel

Die Nährwertdeklaration nach Art. 9 I lit. I LMIV ist nicht verpflichtend (vgl. Art. 16 III LMIV).

IV. Getränke mit Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Vol.-%

¹¹⁴ Voit/Grube, LMIV Art. 9 Rn. 84.

Die Angaben nach Art. 9 I lit. b und I LMIV sind nicht verpflichtend (vgl. Art. 16 IV LMIV).

Eine Ausnahme gilt hier für Bier, das als vorverpacktes Lebensmittel (Definition s.u.) abgegeben wird. Solches Bier muss mit einem Zutatenverzeichnis gemäß Art. 9 I lit. b LMIV gekennzeichnet werden (vgl. § 3 LMIDV).

Für Wein gelten die spezielleren Vorschriften des Weinrechts.

V. Nicht vorverpackte Lebensmittel

Zu nicht vorverpackten Lebensmitteln zählen beispielsweise loses Obst, Gemüse und lose Kartoffeln. Für nicht vorverpackte Lebensmittel sind lediglich die Angaben nach Art. 9 I lit. c LMIV verpflichtend (vgl. Art. 12 V i. V. m. Art. 44 I lit. a, b Alt. 1 LMIV). Bei der Angabepflicht gemäß Art. 9 I lit. f LMIV kann es jedoch in Einzelfällen – beispielsweise bei frischem Geflügelfleisch oder im Fischbereich – spezielle Regelungen geben.¹¹⁵ In Deutschland gelten zusätzliche Angabepflichten. Hier dürfen nicht vorverpackte Lebensmittel nur abgegeben werden, wenn sie mit den Angaben nach Art. 9 I lit. a – d, f – k LMIV und Art. 10 I LMIV gekennzeichnet sind (vgl. § 4 I 1 LMIDV). Sonstige Angaben nach Art. 10 LMIV sind nicht verpflichtend (vgl. Art. 12 V i. V. m. Art. 44 I lit. b Alt. 1 LMIV).

VI. Erzeugnisse mit dem KN-Code 2204

Bei Erzeugnissen, die in KN-Code 2204 nach dem EU-weit einheitlichen Warenverzeichnis eingereiht sind, gelten die spezielleren Vorschriften des Weinrechts (vgl. Art. 28 I LMIV).¹¹⁶ Wie der vorhandene Alkoholgehalt anderer Getränke (als mit KN-Code 2204) anzugeben ist, bestimmt sich nach Anhang XII der LMIV (vgl. Art. 28 II LMIV).

4.2.4.6 Umgang mit den verpflichtenden Angaben

Werden verpflichtende Informationen über Lebensmittel vorgeschrieben, gilt dies insbesondere für Informationen, die unter eine der Kategorien des Art. 4 I lit. a – c LMIV

¹¹⁵ Voit/Grube, LMIV Art. 9 Rn. 41.

¹¹⁶ Voit/Grube, LMIV Art. 9 Rn. 76.

fallen. Verpflichtende Informationen sind diejenigen Angaben, die dem Endverbraucher aufgrund von Unionsvorschriften bereitgestellt werden müssen (Art. 2 II lit. c LMIV). Darunter fallen die verpflichtenden Angaben der Art. 9, 10 LMIV (s.o.).

4.2.4.7 Anforderungen an die Darstellung und Bereitstellung der Informationen im Bezug auf das Lebensmittel selbst

I. Bereitstellung und Platzierung der Informationen

1. Grundsatz

Die verpflichtenden Informationen über Lebensmittel müssen bei allen Lebensmitteln verfügbar und leicht zugänglich sein (vgl. Art. 12 I LMIV).

Verfügbar bedeutet, „dass die Information grundsätzlich zum Zeitpunkt des Erwerbs bereitgestellt ist“. ¹¹⁷ Im Fernabsatz gelten Ausnahmen (s.u.).

Für die leichte Zugänglichkeit genügt es, wenn der Lebensmittelunternehmer die Informationen jederzeit zur Verfügung stellen kann. ¹¹⁸

2. Vorverpackte Lebensmittel

Bei vorverpackten Lebensmitteln (Definition s.o.) muss der Unternehmer die verpflichtenden Informationen direkt auf der Verpackung oder auf einem an ihr befestigten Etikett anbringen (vgl. Art. 12 II LMIV). Das betrifft z.B. Lebensmittel in Konservendosen, verschlossenen Schraub- oder Einmachgläsern oder Vakuumverpackungen. ¹¹⁹

3. Nicht vorverpackte Lebensmittel

Im Fall von nicht verpackten Lebensmitteln verweist Art. 12 V LMIV auf Art. 44 II LMIV. Die erforderlichen Angaben müssen bezogen auf das jeweilige Lebensmittel gut sichtbar, deutlich und gut lesbar bereitgestellt werden (vgl.

¹¹⁷ Voit/Grube, LMIV Art. 12 Rn. 9.

¹¹⁸ Voit/Grube, LMIV Art. 12 Rn. 11.

¹¹⁹ https://www.lgl.bayern.de/downloads/lebensmittel/doc/merkblatt_direktvermarktung.pdf (Punkt 1; Stand: 15.08.2024)

§ 4 III 1 LMIDV). Die Angaben können beispielsweise auf einem Schild auf dem Lebensmittel erfolgen (vgl. § 4 III 2 Nr. 1 Alt. 1 LMIDV).

Der Lebensmittelunternehmer hat die Angaben so bereitzustellen, dass der Endverbraucher vor Kaufabschluss und vor Übergabe des Lebensmittels von ihnen Kenntnis nehmen kann (vgl. § 4 III 3 LMIDV). Die erforderlichen Angaben dürfen nicht durch andere Angaben, Bildzeichen oder sonstiges eingefügtes Material verdeckt werden (vgl. § 4 III 6 LMIDV).

II. Darstellungsform

Die Informationen müssen an einer gut sichtbaren Stelle deutlich, gut lesbar und dauerhaft angebracht werden (vgl. Art. 13 I 1 LMIV). Unter Lesbarkeit versteht man das „äußere Erscheinungsbild von Informationen, durch das die Information für die Allgemeinheit visuell zugänglich sind und das von verschiedenen Faktoren bestimmt wird, so u. a. der Schriftgröße [...]“ (Art. 2 II lit. m LMIV). Sie dürfen in keiner Weise verdeckt, undeutlich gemacht oder getrennt werden – der Blick darf nicht von ihnen abgelenkt werden (vgl. Art. 13 I 2 LMIV). Für die verpflichtenden Angaben nach Art. 9 I LMIV richten sich die Vorgaben für die Schriftgröße nach Art. 13 II LMIV i. V. m. Anhang IV.

III. Sprachliche Anforderungen

Die verpflichtenden Informationen müssen in einer für den Verbraucher leicht verständlichen Sprache abgefasst werden (vgl. Art. 15 I LMIV). Der Verbraucher muss die Informationen mühelos zur Kenntnis nehmen können.¹²⁰ Zudem sind die Lebensmittel in deutscher Sprache zu kennzeichnen (vgl. § 2 I LMIDV).

4.2.4.8 Spezifische Pflichten im Fernabsatz

Für Lebensmittel, die im Fernabsatz zum Verkauf angeboten werden, gelten für vorverpackte und nicht vorverpackte Lebensmittel spezielle Regelungen im Hinblick auf deren Darstellung und Bereitstellung (vgl. Art. 14 I, II LMIV).

¹²⁰ Voit/Grube, LMIV Art. 15 Rn. 11.

I. Vorverpackte Lebensmittel

Verpflichtende Informationen über Lebensmittel (mit Ausnahme der Angaben gem. Art. 9 I f) müssen vor dem Abschluss des Kaufvertrags verfügbar sein (vgl. Art. 14 I lit. a Alt. 1 LMIV). Hierbei ist es ausreichend, wenn die Angaben „erst nach dem Anklicken des Buttons ‚in den Warenkorb‘ erscheinen, solange nach der Gewährung der Information die Bestellung ohne Weiteres abgebrochen bzw. auf ihre Fortsetzung verzichtet werden kann“¹²¹.

Außerdem müssen sie auf dem Trägermaterial des Fernabsatzgeschäfts (die Internetseite des Onlineshops¹²²) erscheinen oder durch andere geeignete Mittel, die vom Lebensmittelunternehmer eindeutig anzugeben sind, bereitgestellt werden (vgl. Art. 14 I lit. a Alt. 2 LMIV). Diese Pflicht ist beispielsweise dann erfüllt, wenn der Unternehmer die Informationen auf einer Internetseite zur Verfügung stellt. Hierbei ist zu beachten, dass die Seite eindeutig angegeben wird und dem Verbraucher durch einen Abruf der Informationen keine Kosten entstehen.¹²³

Die verpflichtenden Angaben müssen außerdem zum Zeitpunkt der Lieferung verfügbar sein (vgl. Art. 14 I lit. b LMIV). Diese Voraussetzung wird in aller Regel dadurch erfüllt, dass die Angaben auf dem vorverpackten Lebensmittel selbst gemacht worden sind.¹²⁴

II. Nicht vorverpackte Lebensmittel

Im Falle nicht vorverpackter Lebensmittel verweist Art. 14 II LMIV auf Art. 44 LMIV.

Die verpflichtenden Informationen sind bei nicht vorverpackten Lebensmitteln ebenfalls nach den Maßgaben des Art. 14 I LMIV (s.o.) verfügbar zu machen (vgl. Art. 14 II i. V. m. Art. 44 LMIV).

¹²¹ *Voit/Grube*, LMIV Art. 14 Rn. 20.

¹²² *Sosnitza/Meisterernst*, LMIV Art. 14 Rn. 31.

¹²³ *Voit/Grube*, LMIV Art. 14 Rn. 24.

¹²⁴ *Voit/Grube*, LMIV Art. 14 Rn. 29.

4.2.4.9 *Freiwillige Informationen*

Informationen über Lebensmittel können vom Unternehmer freiwillig bereitgestellt werden. Hier gibt es zwei Fallgruppen. Einerseits können die Pflichtinformationselemente gemäß Art. 9, 10 LMIV freiwillig bereitgestellt werden (vgl. Art. 36 I LMIV). Andererseits ist dies auch bei anderen freiwilligen Informationen möglich (vgl. Art. 36 II LMIV).

Eine freiwillige Bereitstellung von Pflichtinformationen liegt vor, wenn die Informationspflicht ausgeschlossen ist (s.o.), der Unternehmer sie aber dennoch bereitstellt.¹²⁵

Diese Informationen müssen den Anforderungen der Art. 17 bis 35 LMIV entsprechen (vgl. Art. 36 I LMIV). Hier gelten Ausnahmen: Bei Getränken mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Vol.-% (außer Wein) darf sich die Nährwertdeklaration auf die Angabe des Brennwertes beschränken (vgl. Art. 30 IV LMIV); bei nicht vorverpackten Lebensmitteln dürfen die Informationen über die Nährwertdeklaration auf den Brennwert oder den Brennwert zusammen mit den Mengen an Fett, gesättigten Fettsäuren, Zucker und Salz beschränkt werden (vgl. Art. 30 V LMIV).¹²⁶

Unter den anderen freiwilligen Informationen versteht man beispielsweise die Nutri-Score-Kennzeichen, deren Nutzung freiwillig ist (vgl. § 4a I, II LMIDV). Bei deren Bereitstellung ist zu beachten, dass sie weder irreführend i. S. d. Art. 7 LMIV noch zweideutig oder missverständlich sein dürfen und gegebenenfalls auf einschlägigen wissenschaftlichen Daten beruhen müssen (vgl. Art. 36 II lit. a – c LMIV).

Freiwillige Infos müssen im Zweifelsfall zu Gunsten der verpflichtenden Info zurücktreten, wenn sonst der verfügbare Raum für die Pflichtangaben übermäßig geschmälert würde (vgl. Art. 37 LMIV).¹²⁷

¹²⁵ *Voit/Grube*, LMIV Art. 36 Rn. 7.

¹²⁶ *Voit/Grube*, LMIV Art. 36 Rn. 9.

¹²⁷ *Voit/Grube*, LMIV Art. 37 Rn. 1.

5 VERSAND VON LEBENSMITTELN INNERHALB DEUTSCHLANDS

Die Voraussetzungen eines rechtmäßigen Versands von Lebensmitteln innerhalb Deutschlands müssten gewahrt worden sein. Dazu müssten die verpackungs- und lebensmittelrechtlichen Anforderungen für die Gutachtenkonstellation anwendbar und erfüllt sein.

5.1 VERPACKUNGSRECHTLICHE ANFORDERUNGEN

Die verpackungsrechtlichen Anforderungen sind im Verpackungsgesetz geregelt (VerpackG), das dann zu beachten ist, wenn in sachlicher Hinsicht eine Verpackung in Verkehr gebracht wird und in räumlicher Hinsicht der Versand innerhalb Deutschlands stattfindet.

Eine Verpackung ist nach § 3 I VerpackG ein aus beliebigen Materialien hergestelltes Erzeugnis zur Aufnahme, zum Schutz, zur Handhabung, zur Lieferung oder zur Darbietung von Waren, die vom Rohstoff bis zum Verarbeitungserzeugnis reichen können, vom Hersteller¹²⁸ an den Vertreiber¹²⁹ oder Endverbraucher¹³⁰ weitergegeben werden. Unter diese aus Gründen des Umweltschutzes weit gefasste Definition fallen alle herkömmlichen und bekannten Verpackungsmaterialien.

Weiterhin muss die Verpackung vom Hersteller an einen Endverbraucher durch die Lieferung an einen nicht am weiteren Verkauf der verschickten Ware interessierten

¹²⁸ Hersteller ist nach § 3 XIV S.1 VerpackG derjenige Vertreiber, der Verpackungen erstmals gewerbsmäßig in Verkehr bringt. Der Vertreiber bringt die Verpackungen gewerbsmäßig in den Verkehr nach § 3 XII VerpackG und was den Vertreiber eben dann zum Hersteller macht, ist das er das erste Mal tut. Es geht also nicht darum, dass man eine Verpackung herstellt, sondern darum, dass man die Verpackung das erste Mal in den Verkehr bringt. In den Verkehr ist es nach § 3 IX VerpackG dann gebracht, wenn es an Dritte übergeben wurde mit dem Ziel des Vertriebs, des Verbrauchs oder der Verwendung. Also dann, wenn man es dem Paketdienstboten oder der Paketstelle übergibt. Gewerbsmäßigkeit liegt dann vor, wenn er damit Geld verdienen möchte.

¹²⁹ Vertreiber ist nach § 3 XII VerpackG derjenige, der Verpackungen gewerbsmäßig in den Verkehr bringt und es eben in Abgrenzung zum Hersteller nicht zum ersten Mal tut.

¹³⁰ Endverbraucher ist nach § 3 X VerpackG derjenige, der die Ware in der an ihn gelieferten Form nicht mehr gewerbsmäßig in Verkehr bringt. Das ist der Kunde, der am Ende das Produkt erhält und kein Interesse mehr daran hat, mit dem erhaltenen Produkt Geld zu verdienen. Sollte der Kunde Interesse daran haben Geld zu verdienen, dann würde es sich um einen Vertreiber nach § 3 XII VerpackG handeln.

Kunden geschickt werden. Sollte der Kunde trotzdem Interesse am Weiterverkauf haben (beispielsweise bei einem Restaurant oder einem Imbiss), ist das auch kein Problem, dann wäre er Vertreiber und kein Endverbraucher, was im Ergebnis allerdings keinen Unterschied macht, denn beide sind vom Gesetz erfasst. Als Beispiel für Verpackungen, die dieser Definition entsprechen, werden unter Anlage 1 des VerpackG angeführt: *Schachteln für Süßigkeiten, Backförmchen für kleineres Backwerk, die mit dem Backwerk verkauft werden, etc.* Nicht unter die Definition fallen beispielsweise *Teebeutel, Wursthäute, Wachsschichten um Käse, etc.*

Das Gesetz unterteilt weiter zwischen Verkaufsverpackungen, Umverpackungen und Transportverpackungen. Die **Verkaufsverpackung** stellt den Normalfall dar und liegt § 3 I Nr.1 Hs.1 VerpackG dann vor, wenn sie typischerweise dem Endverbraucher als Verkaufseinheit aus Ware und Verpackung angeboten werden. Verkaufseinheit bedeutet, dass Ware und Verpackung zusammen verkauft werden, was bereits aus dem Wortlaut hervorgeht. Um herauszufinden, ob sie typischerweise dem Endverbraucher als Verkaufseinheit angeboten wird, muss bewertet werden, ob sie im Normalfall zusammen verkauft werden.

Weiterhin unterfallen nach § 3 I Hs.2 VerpackG auch die Serviceverpackung und Versandverpackung unter den Begriff der Verkaufsverpackung, wenn sie erst beim Letztvertreiber befüllt werden. Letztvertreiber ist nach § 3 XIII VerpackG derjenige Vertreiber, der Verpackungen an den Endverbraucher abgibt. (*Vertreiber nach § 3 XII VerpackG ist er, wenn diese gewerbsmäßig in den Verkehr bringt.*) Das ist der Shop-Betreiber also dann, wenn er die Verpackung mit der Ware übergibt.

Bei den **Serviceverpackungen** übergibt er die Ware direkt nach § 3 I Nr.1 a) VerpackG. Das ist beispielsweise bei Bäckereien oder Metzgereien der Fall, also für den Onlineversand nicht von Bedeutung.

Bei den **Versandverpackungen**¹³¹ nach § 3 I Nr.1 b) VerpackG wird das fertige Paket dem Paketdienst übergeben. Erfasst ist alles, was dem Versand von Waren an Endverbrauchern dient. Beispiele hierfür sind *Füllmaterial wie Styroporchips,*

¹³¹ Übersicht zu möglichen Versandverpackungen: <https://lmy.de/JpMhC> ; Stand 26.08.2024.

*Polsterpappe, Luftpolsterfolien, Schaumfolien, Paketband, Luftkissen, Seidenpapier, Stretchfolien, Lieferscheintaschen, Umreifungsbänder oder Wellpappe, Versandtaschen mit oder ohne Luftpolster, sonstige Briefumschläge und Versandkartons.*¹³²

Weiterhin könnte eine **Umverpackung** nach § 3 I Nr.2 VerpackG vorliegen. Diese liegt dann vor, wenn eine bestimmte Anzahl von Verkaufseinheiten vorliegt und typischerweise zusammen mit den Verkaufseinheiten angeboten werden. Es müssen also mindestens zwei Verpackungen sein. Diese Verpackungen können von der Ware entfernt werden, ohne dass dies deren Eigenschaften beeinflusst. (Beispiele sind *Pappumhüllungen bei Fischdosen oder von Kosmetikartikeln, wie Cremetuben, Rasierwasserfläschchen, Zahnpastatuben*). Auch die Klarsichtumhüllung um an sich verpackte Ware ist hier einzuordnen.¹³³ Dies kommt beim Onlineversand allerdings eher selten vor. Das sind jedoch keine Versandverpackungen, sondern sind lediglich zum Verständnis dargestellt.

Schlussendlich könnte auch eine **Transportverpackung** nach § 3 I Nr.3 VerpackG vorliegen. Das sind solche Verpackungen, die die Handhabung und den Transport von Waren in einer Weise erleichtern, dass deren direkte Berührung sowie Transportschäden vermieden werden. Sie sind typischerweise nicht zur Weitergabe an den Endverbraucher bestimmt. Worin auch der Unterschied zur Versandverpackung liegt. Diese finden vor allem bei den Paketdiensten Anwendung. Beispiele für die Transportverpackung sind *Transportkisten aus Kunststoff oder Holz, Holzpaletten (Einweg), Große Pappkartons, Fässer & Kanister aus Holz, Kunststoff oder Metall, Säcke & geschäumte Schalen, Antikondensationsbeutel zum Schutz vor Kondenswasser, Verpackung zum Schutz vor elektrostatischen Entladungen, Wickel- & Schutzfolien, Schäumlinge, **Füllmaterialien** (Luftpolsterfolie, Schaumstoffolie oder Verpackungschips)*¹³⁴ Von besonderer Bedeutung sind hier die Füllmaterialien für den Versand. Allerdings handelt es sich bei dem Versand im vorliegenden Fall für die Weitergabe an den Käufer, weshalb eine Transportverpackung hier nicht in Betracht kommt.

¹³² Beispiele entnommen aus <https://lmy.de/ghvEk> ; Stand: 23.08.2024.

¹³³ Erbs/Kohlhaas/Häberle, VerpackG, § 3 Rn. 18.

¹³⁴ Beispiele entnommen aus: <https://lmy.de/ghvEk> ; Stand 23.08.2024.

Aus der Gesetzesbegründung folgt, dass weiterhin ein **Inverkehrbringen** der Verpackung vorliegen muss.¹³⁵ Ein Inverkehrbringen ist nach § 3 IX S.1 VerpackG jede entgeltliche oder unentgeltliche Abgabe an Dritte im Geltungsbereich dieses Gesetzes mit dem Ziel des Vertriebs, des Verbrauchs oder der Verwendung. Eine Abgabe an Dritte (*Übergabe an den Paketdienst*) liegt mit dem Versand der Verpackung an den Kunden, in welchem sich das Produkt des Erzeugenden (*Nudeln, Fleisch, etc.*) befindet, vor. Außerdem ist das Ziel des Vertriebs durch den angestrebten Verkauf des Erzeugnisses gewahrt. Darüber hinaus erfolgt die Abgabe durch die Gegenleistung in Form des Kaufs des Produktes entgeltlich.

Aus dem deutschen Geltungsbereich des VerpackG folgt, dass weiterhin der räumliche Anwendungsbereich eröffnet sein müsste. Hierbei kommt es darauf an, dass die Verpackung im deutschen Bundesgebiet in den Verkehr gebracht wird, entscheidend ist also das Einbringen in den hiesigen Wirtschaftsverkehr.¹³⁶ Dies ist durch den Versand zwischen deutschen Standorten gegeben. Für den Versand innerhalb Europas aber außerhalb Deutschlands wird auf die Ausführungen zu **II. Versand von Lebensmitteln innerhalb von der EU** verwiesen.

5.1.1 Allgemeine Anforderungen an Verpackungen

Nachdem die Anwendbarkeit des VerpackG festgestellt ist, müssen die allgemeinen Anforderungen an Verpackungen nach § 4 VerpackG gewahrt werden. Hierbei geht es wieder um jegliche Arten von Verpackungen, also um die Verkaufs-, Um- und Transportverpackung. Die Versandverpackung fällt als ein Sonderfall der Verkaufsverpackung auch darunter.

Die Anforderungen der § 4 Nr.1 VerpackG müssen gewahrt werden. Hierfür muss das Verpackungsvolumen und -masse auf das Mindestmaß begrenzt werden, das zur Gewährleistung der erforderlichen Sicherheit und Hygiene der zu verpackenden Ware und zu deren Akzeptanz durch den Verbraucher angemessen ist. In Bezug auf das

¹³⁵ BT-Drs. 18/11274, S. 80.

¹³⁶ *Landmann/Rohmer UmweltR/Konzak/Körner VerpackG*, § 2 Rn. 8-10.

Volumen bedeutet das, dass kein „hautenger“ Verpackungsüberzug notwendig ist, sondern es reicht, wenn man von mehreren Verpackungsgrößen, die kleinste auswählt, die die erforderliche Sicherheit und Hygiene wahrt. Für die **Masse** bedeutet das, dass die Verpackung so leicht wie möglich sein soll, ohne die Sicherheit und Hygiene zu gefährden. Beurteilt werden diese Anforderungen aus der **Sicht des Verbrauchers**, was also in dem vorliegenden Fall für den Käufer angemessen ist. Hierbei ist es nicht möglich eine generelle Aussage zu treffen, sondern es kommt immer auf eine Einzelfallbetrachtung an. Man muss sich hier also in die Person des Käufers versetzen und sich fragen, ob man selbst als Käufer, wenn man diese Verpackung erhalten würde, zufrieden wäre.

Weiterhin müssen die Anforderungen des § 4 Nr.2 VerpackG gewahrt werden. Dafür muss die **Wiederverwendung oder Verwertung der beschriebenen Verpackungen**, einschließlich des Recyclings, im Einklang mit der Abfallhierarchie möglich sein und die Umweltauswirkungen bei der Wiederverwendung, der Vorbereitung zur Wiederverwendung, dem Recycling, der sonstigen Verwertung oder der Beseitigung der Verpackungsabfälle auf ein Mindestmaß beschränkt bleiben. Die Abfallhierarchie nach § 6 I KrWG besagt, dass es grundsätzlich 5 Stufen gibt, die verschiedene Rangfolgen haben. Man sollte damit beginnen, dass man vermeidet Abfall zu produzieren. Gelingt das nicht, sollte man den Abfall zur Wiederverwertung vorbereiten. Ist dies auch nicht möglich, sollte man den Abfall recyceln. Wenn das nicht erreicht wird, ist an eine sonstige Verwertung, insbesondere energetische Verwertung¹³⁷ zu denken. Erst zuletzt sollte man Abfall beseitigen. Außerdem ist darauf zu achten, dass bei jeder Stufe der Abfallhierarchie die Auswirkungen auf die Umwelt auf das reduziert werden, was notwendig ist.

Die Anforderungen an § 4 Nr.3 VerpackG müssen gewahrt bleiben. Das ist dann der Fall, wenn die bei der Beseitigung auftretenden **schädlichen und gefährlichen Stoffe** und Materialien in Emissionen Asche oder Sickerwasser auf ein Mindestmaß

¹³⁷ Energetische Verwertung = Abfälle werden energetisch verwertet, wenn sie einen Energiebeitrag zu einem Verbrennungsprozess liefern und somit Primärenergieträger wie Steinkohle, Heizöl etc. ersetzen (<https://lmy.de/Citdg> ; Stand 19.08.2024).

beschränkt bleiben. Beseitigung bedeutet, dass kein vorheriger Schritt der Abfallhierarchie möglich ist, also dass die Versandverpackung in die Verbrennungsanlage kommt. Es geht hierbei darum, dass man keine Umwelteinschränkungen fördert, sondern sie nur auf das absolut nötigste reduziert. Regelmäßig wird dieser bei Versandverpackung nicht der Fall sein, wonach dieser Schritt von untergeordneter Bedeutung ist, sollte aber vor dem Inverkehrbringen durchaus durchdacht werden.

Die Anforderungen von § 4 Nr.4 VerpackG sind erfüllt, wenn die **Wiederverwendbarkeit von Verpackungen und der Anteil von sekundären Rohstoffen** an der Verpackungsmasse auf ein möglichst hohes Maß gesteigert wird. Hierbei ist maßgeblich, dass sich der Gesetzgeber wünscht, dass ein stärkerer Ressourcenschutz und eine verbesserten Ressourceneffizienz stattfindet¹³⁸. Hier sollte jeder so viel beitragen, wie es ihm selbst möglich ist. Es gibt also keine besonderen numerischen Vorgaben, sondern jeder sollte dieses Ziel fördern, im Rahmen seiner Möglichkeiten. Achten muss man besonders darauf, dass wie schon bei Nr.1 die erforderliche Sicherheit und Hygiene der zu verpackenden Ware und die Akzeptanz für den Verbraucher technisch möglich und wirtschaftlich zumutbar ist.

5.1.2 Beschränkungen des Inverkehrbringens

Nach § 5 I VerpackG gibt es besondere Vorgaben für schädliche Stoffe (*Blei, Cadmium, Quecksilber und Chrom VI*), deren Überschreitung des Wertes 100 Milligramm Kilogramm in einer Verpackung zusammen verboten ist, außer es handelt sich neben anderen Ausnahmen um Glas oder Mehrwegverpackungen.

5.1.3 Kennzeichnung zu Identifizierung des Verpackungsmaterials

Außerdem kann das Verpackungsmaterial zur Identifizierung gekennzeichnet werden nach § 6 1 VerpackG. Wichtig hierbei ist, dass es keine Pflicht, sondern lediglich eine Möglichkeit zur erleichterten Identifizierung ist. Welche Begriffe man dafür verwenden

¹³⁸ BT-Drs. 18/11274, S. 86.

kann, ist in der Anlage 5 des VerpackG dargestellt. Insofern man für die in der Anlage 5 beschriebenen Materialien andere Begriffe verwendet, sind diese unzulässig nach § 6 2 VerpackG.

5.1.4 Inverkehrbringen von systembeteiligungspflichtigen Verpackungen

Weiterhin müssen die besonderen Anforderungen an systembeteiligungspflichtigen Verpackungen nach § 7 VerpackG gewahrt werden. Systembeteiligungspflichtige Verpackungen sind nach § 3 VIII VerpackG mit Ware befüllte Verkaufs- und Umverpackungen, die nach Gebrauch typischerweise beim privaten Endverbraucher als Abfall anfallen. Die Begriffe Verkaufs- und Umverpackung wurden bereits beim sachlichen Anwendungsbereich definiert. Das wichtige hinzukommende Kriterium hierbei ist, dass die eben benannten Verpackungen mit Ware befüllt sein müssen, unbefüllte (also leere) Verpackungen sind hier nicht erfasst.

Weiterhin müssten diese Verkaufs- und Umverpackungen typischerweise beim privaten Endverbraucher als Abfall anfallen. Private Endverbraucher sind nach § 3 XI VerpackG grundsätzlich private Haushalte. Beim Begriff des privaten Haushalts ist davon auszugehen, dass der Begriff deckungsgleich mit der Definition in § 2 Nr. 2 Gewerbeabfallverordnung ist.¹³⁹ Entscheidend ist also, dass eine private Lebensführung stattfindet. Voraussetzung hierfür ist, dass die Möglichkeit einer eigenständigen Haushaltsführung besteht, die eine selbstbestimmte Lebensgestaltung ermöglicht¹⁴⁰ und die nicht vorübergehend, sondern längerfristig angedacht ist¹⁴¹. Das ist insbesondere in Wohnungen und zugehörigen Grundstücks- oder Gebäudeteilen sowie in anderen vergleichbaren Orten, wie Wohnheimen oder Einrichtungen des betreuten Wohnens der Fall.

¹³⁹ Landmann/Rohmer UmweltR/Konzak/Körner VerpackG § 3 Rn. 126-128.

¹⁴⁰ Landmann/Rohmer UmweltR/Konzak/Körner VerpackG § 3 Rn. 126-128.

¹⁴¹ BVerwG, Urteil vom 27.04.2006 - 7 C 10.05 – Rn. 18.

Ob die Verpackung wirklich als Abfall anfällt, wird aus einer ex-ante Perspektive betrachtet.¹⁴² Sprich, es geht darum, wie die Situation im Moment des Auspackens eingeschätzt wird. Auch muss die Verpackung als Abfall anfallen, hier kommt es darauf an, bei wem die Verpackung später voraussichtlich entsorgt wird,¹⁴³ wer also derjenige ist, der sie in den Müll gibt. Hier in unserem Fall muss es der private Endverbraucher (*also der Käufer*) sein, ansonsten gelten die Vorschriften für 4. nicht. Wichtig zu beachten hierbei ist außerdem, dass eine zwischenzeitliche, auch längerfristige eigene Weiterverwendung durch den Käufer, zum Beispiel von *Marmeladengläsern, Keksdosen, usw.*, nicht von der Systembeteiligungspflicht befreit.¹⁴⁴

Schlussendlich sollte auch beachtet werden, dass der Katalog der zentralen Stelle Verpackungsregister systembeteiligungspflichtiger Verpackungen¹⁴⁵ weder für die Vollzugsbehörden der Länder noch für die Hersteller und Vertrieber von Verpackungen rechtlich bindend ist, da er im VerpackG nicht normiert ist¹⁴⁶ und deshalb nur Indizwirkung entfaltet.

Weiterhin könnten Ausnahmen nach § 12 VerpackG vorliegen, für die die Vorschriften soeben beschriebenen Vorgaben nicht gelten. Dies greift etwa bei Verpackungen, die nachweislich nicht im Geltungsbereich dieses Gesetzes an Endverbraucher abgegeben werden. Also, wenn man die Ware mit der Verpackung nicht an Käufer, sondern an andere Unternehmen liefern würde. Das wird aber bei dem Onlineshop-Betreiber nicht der Fall sein.

Eine weitere Ausnahme beschreibt § 12 II VerpackG für Mehrwegverpackungen, Einweggetränkerverpackungen, die der Pfandpflicht unterliegen, und für Verkaufsverpackungen schadstoffhaltiger Füllgüter.

So unterliegen Landwirte bei der Onlinevermarktung ihrer Produkte grundsätzlich der Systembeteiligungspflicht. Hersteller ist dabei, wer die Verpackung in Verkehr bringt,

¹⁴² BT-Drs. 18/11274, S. 83.

¹⁴³ BT-Drs. 18/11274, S. 84.

¹⁴⁴ BT-Drs. 18/11274, S. 84.

¹⁴⁵ <https://lmy.de/wykwj> ; Stand 25.09.2024.

¹⁴⁶ *Hemmerking/Rennebarth* DStR 2019948 (949).

ein Herstellungsprozess muss dem nicht zugrunde liegen. Der Hersteller muss sich bereits VOR dem Inverkehrbringen **am System beteiligen**. Ein System ist nach § 3 XVI 1 VerpackG eine privatrechtlich organisierte juristische Person oder rechtsfähige Personengesellschaft, die mit Genehmigung nach § 18 VerpackG restentleerte Verpackungen flächendeckend erfasst und einer Verwertung zuführt. Beispiele für solche anerkannte Systeme, die eine Genehmigung nach § 18 VerpackG haben, sind *Bel-landVision GmbH, Der Grüne Punkt – Duales System Deutschland GmbH, EKO-PUNKT GmbH & Co. KG, Interzero Recycling Alliance GmbH, Landbell AG, NOVENTIZ Dual GmbH, PreZero Dual GmbH, Reclay Systems GmbH, Recycling Dual GmbH und Zentek GmbH & Co. KG.*¹⁴⁷

Der Hersteller (*also der Onlineshop-Betreiber*) beteiligt sich dadurch, dass er der Hersteller mit dem betreffenden (*nach § 18 VerpackG genehmigten*) System zunächst einen zivilrechtlichen Beteiligungsvertrag für seine Verkaufsverpackungsmengen schließt,¹⁴⁸ bei dem sie nach § 7 I S.2 VerpackG die Materialart, Masse und Registrierungsnummer nach § 9 III 2 angeben. Wenn sie sich nicht an einem System beteiligen, dann dürfen sie systembeteiligungspflichtige Verpackungen nicht in den Verkehr bringen nach § 7 VII 1 VerpackG.

Wichtig zu beachten ist, dass nach § 7 II VerpackG die Systembeteiligungspflicht nach § 7 I VerpackG für die, die mit Ware befüllte Serviceverpackungen erstmalig in den Verkehr bringen, die Beteiligungspflicht auf die Vorvertreiber verlagern können. (*Bei den Begünstigten handelt es sich i. d. R. um kleine oder mittlere Betriebe wie Lebensmittelgeschäfte (Bäckerei, Metzgerei), Marktstände oder Imbisse, die ihre Waren in Serviceverpackungen abgeben.*)¹⁴⁹ Dies ist für den Onlineversand allerdings dadurch, dass die Ware nicht vor Ort befüllt und dem Verbraucher übergeben wird, aufgrund des Nichtvorliegens einer Serviceverpackung nicht von Bedeutung.

Weiterhin muss die Registrierungspflicht nach § 9 VerpackG erfüllt sein. Dafür muss systembeteiligungspflichtige Verpackung bei einer zentralen Stelle registriert werden

¹⁴⁷ Beispiele entnommen aus: <https://lmy.de/vMbyE>; Stand 21.08.2024.

¹⁴⁸ Landmann/Rohmer UmweltR/Konzak/Körner VerpackG, § 7 Rn. 19-22.

¹⁴⁹ Erbs/Kohlhaas/Häberle, VerpackG, § 7 Rn. 5.

nach § 9 I 1 VerpackG. In Deutschland ist das die **Zentrale Stelle Verpackungsregister**, bei dem die Registrierung unter dem Verpackungsregister LUCID erfolgen muss.¹⁵⁰ Welche Angaben erforderlich sind, wird in § 9 II VerpackG beschrieben. **Besonders wichtig** ist hierbei, dass es durch die Novelle des Verpackungsgesetzes seit dem 1. Juli 2022 eine erweiterte Pflicht zur Registrierung gibt, wenn man mit Waren befüllte Verpackungen in den Verkehr bringt, also nicht nur, wenn sie einer Systembeteiligungspflicht unterliegen nach § 9 VerpackG-E. Insofern keine Registrierung erfolgt ist, darf nach § 9 V 1 VerpackG die Verpackung nicht in den Verkehr gebracht werden. Die Meldung der im Rahmen einer Systembeteiligung getätigten Angaben zu den Verpackungen durch den Hersteller nach § 7 I 1 VerpackG nach § 10 I VerpackG müssen auch schnellstmöglich bei der Zentralen Stelle erfolgen.¹⁵¹

Zusätzlich muss eine **Vollständigkeitserklärung** nach § 11 I 1 VerpackG erfolgen. Das bedeutet, dass der, der das erste Mal systembeteiligungspflichtige Verpackungen in den Verkehr bringt, eine Erklärung über sämtliche von ihnen im vorangegangenen Kalenderjahr erstmals in Verkehr gebrachten Verkaufs- und Umverpackungen. Das Ganze muss jährlich einmal bis zum 15. Mai erfolgen. (*Wäre der 15. Mai ein Samstag, Sonntag oder ein anerkannter Feiertag sein, dann würde nach § 193 BGB der nächste Werktag zählen – für die Feiertage ist Osnabrück – als Adresse im Impressum – durch das Vorliegen einer empfangsbedürftigen Willenserklärung maßgeblich*¹⁵².) Was die Vollständigkeitserklärung enthalten muss, ist in § 11 II VerpackG geregelt. Darüber hinaus muss diese Vollständigkeitserklärung nach § 11 I 2 VerpackG durch einen registrierten Sachverständigen oder durch einen gemäß § 27 II VerpackG registrierten Wirtschaftsprüfer, Steuerberater oder vereidigten Buchprüfer¹⁵³ geprüft und bestätigt und nach § 11 III VerpackG zusammen mit den zugehörigen Prüfberichten elektronisch in LUCID hinterlegt werden. Die Bestätigung muss nach § 11 III 2 VerpackG mit einer qualifizierten elektronischen Signatur (QES) von den zuvor benannten prüfenden

¹⁵⁰ Zum Login: <https://lmy.de/rdpmu> ; Stand 26.08.2024.

¹⁵¹ Anleitung für die Datenanmeldung: <https://lmy.de/LBanb> ; Stand 26.08.2024.

¹⁵² BeckOGK/Fervers, BGB, § 193 Rn. 44.

¹⁵³ Registrierte Prüfer können Sie im Prüferregister der Zentrale Stelle Verpackungsregister über LUCID finden.

Stellen versehen werden, was eine handschriftliche Unterschrift in der digitalen Welt darstellt.¹⁵⁴

Nach § 11 IV 1 VerpackG muss eine Vollständigkeitserklärung erst abgegeben werden, wenn bestimmte Stückzahlen der systembeteiligungspflichtigen Verpackungen erreicht worden sind. Bei Glas sind das 80.000 Kilogramm oder mehr, bei Papier, Pappe und Karton 50.000 Kilogramm oder mehr und bei den Materialarten, die in § 16 II VerpackG genannt werden, sind es 30.000 Kilogramm oder mehr. Die Zentrale Stelle oder zuständige Landesbehörden können jedoch auch nach § 11 IV 2 VerpackG auf den Betreiber des Onlineshops zugehen und trotz Unterschreiten der Stückzahlen eine Vollständigkeitserklärung verlangen. Auf solche Mengen werden Landwirte im Normalfall nicht kommen.

5.1.5 Pflichten der Hersteller und Vertreiber zur Rücknahme und Verwertung

Weiterhin müssen die Pflichten der Hersteller zur Rücknahme und Verwertung nach § 15 I VerpackG gewahrt werden. Das betrifft den Betreiber des Online-Shops als Indenverkehrbringer und ggf. der Paketdienst als Vertreiber nach § 3 XII VerpackG, insofern die Auslieferung durch diesen erfolgt. *(Der Paketdienst muss nach § 15 I 2 VerpackG allerdings nur solche Verpackungen zurücknehmen, die er selber im Sortiment führt, sodass zumeist den Betreiber des Onlineshops diese Pflichten treffen werden.)*

Der Anwendungsbereich müsste eröffnet sein. Die Pflichten gelten für alle Verpackungen, die nicht unter eine systembeteiligungspflichtige Verpackung fallen. Das sind nach § 15 I 1 VerpackG Transportverpackungen; Verkaufs- und Umverpackungen, die nach Gebrauch typischerweise nicht bei privaten Endverbrauchern als Abfall anfallen; Verkaufs- und Umverpackungen, für die wegen Systemunverträglichkeit nach § 7 V VerpackG eine Systembeteiligung nicht möglich ist; Verkaufsverpackungen schadstoffhaltiger Füllgüter oder Mehrwegverpackungen. Beim Versand wird es sich jedoch um

¹⁵⁴ Für genauere Informationen: <https://lmy.de/PyFvN> ; Stand 26.08.2024.

Versandverpackungen als Verkaufsverpackungen handeln, die einer Systembeteiligungspflicht unterliegen.

5.1.6 Compliance Kontrollpflicht für Online-Marktplätze

Schlussendlich gilt nach der neuen Novelle des VerpackG seit dem 1. Juli.2022 für Online-Marktplätze, dass das Anbieten systembeteiligungspflichtiger Verpackungen zum Verkauf nur dann möglich sein soll, wenn die verpflichteten Versand- und Onlinehändler ihre Verpackungen systembeteiligt haben und im Verpackungsregister LUCID registriert sind.¹⁵⁵ Das sind Marktplätze, wo mehrere Unternehmer ihre Ware zum Verkauf anbieten, als Beispiel lässt sich hier Amazon, Etsy, aber auch wochenmarkt24 anführen. Das wird aber, insofern man einen Einzel-Shop selbstständig betreibt, keine Relevanz haben.

5.1.7 Rechtsfolge

Insofern man eine der benannten Anforderungen nicht erfüllt, sind nach § 36 VerpackG Bußgelder möglich.

5.2 LEBENSMITTELRECHTLICHE ANFORDERUNGEN

Die Vorschriften, die für den stationären Handel gelten (*LFGB, Verordnung (EG) Nr.852/2004, Verordnung (EG) 178/2004, etc.*), gelten auch für den Onlinehandel.¹⁵⁶

Außerdem müssen die Anforderungen für Materialien, die in Kontakt mit Lebensmittel kommen nach der Verordnung (EG) Nr.1935/2004 (*im Folgenden als: VO1*), gewahrt werden, welche aufgrund gesonderter Anwendungsfälle in denen Versandverpackung mit Lebensmittel aufeinandertreffen, enorme Bedeutung haben.

¹⁵⁵ <https://shorturl.at/jZVBH> ; Stand 29.08.2024.

¹⁵⁶ <https://shorturl.at/GJKU0> ; Stand 28.08.2024.

5.2.1 Anwendungsbereich

Der Anwendungsbereich nach Art. 1 II VO1 ist dann eröffnet, wenn Materialien und Gegenstände vorliegen, die als Fertigerzeugnis dazu bestimmt sind, mit Lebensmittel in Berührung zu kommen (Art. 1 II a) VO1) oder bereits mit Lebensmitteln in Berührung sind und dazu bestimmt sind (Art. 1 II b) VO1), oder vernünftigerweise vorhersehen lassen, dass sie bei normaler oder vorhersehbarer Verwendung mit Lebensmitteln in Berührung kommen oder ihre Bestandteile an Lebensmittel abgeben (Art. 1 II c) VO1). Berührung bedeutet unmittelbaren tatsächlichen Kontakt des Materials oder Gegenstandes mit einem Lebensmittel.¹⁵⁷

Versandverpackungen sind grundsätzlich nicht dazu bestimmt mit Lebensmitteln in Kontakt zu kommen und sind auch nicht bereits mit ihnen in Berührung. Allerdings lässt sich vorhersehen, dass bei normaler Verwendung die Lebensmittel (*Definition s.o.*), wenn zum Beispiel Gemüse oder Obst in der Versandverpackung lose verschickt werden, mit der Versandverpackung in direkte Berührung kommen nach Art. 1 II c) Alt.1 VO1.¹⁵⁸ Daraus lässt sich schließen, dass keine Berührung vorliegt, wenn beispielsweise bereits verpackte Nudeln oder Fleischerzeugnisse verschickt werden. Erweitert wird der Anwendungsbereich auf aktive und intelligente Materialien¹⁵⁹, die in Art. 2 II a) und b) VO1 definiert sind und die besondere Anforderungen nach Art. 4 VO1 haben, aber hier aufgrund fehlender Anwendungsperspektive außer Betracht bleiben.

5.2.2 Allgemeinen Anforderungen

Die Anforderungen nach Art. 3 I VO1 müssen dadurch, dass Art. 3 I VO1 nur für das Herstellen gilt, wozu alle, auch die arbeitsteiligen, Herstellungsschritte bis zum Fertigprodukt, aber nicht mehr Vertrieb und Verwendung der

¹⁵⁷ *Sosnitz/Meisterernst/Teufer*, VO (EG) 1935/2004, Art. 1 Rn. 13.

¹⁵⁸ BfR-Empfehlungen für Materialien im Lebensmittelkontakt: <https://lmy.de/qOIGV> ; Stand 27.08.2024.

¹⁵⁹ Übersicht zu aktiven und intelligenten Materialien: <https://shorturl.at/mQMr4> ; Stand 28.08.2024.

Lebensmittelkontaktmaterialien gehören¹⁶⁰ und der Versand deshalb hier nicht mehr erfasst wird, nicht gewahrt werden.

Die Anforderungen nach Art.3 II VO1 finden hingegen Anwendung, wonach die Kennzeichnung, Werbung und Aufmachung der Materialien und Gegenständen den Verbraucher nicht in die Irre führen. Die Regeln aus der LMIV finden hierbei entsprechende Anwendung.¹⁶¹

Der deutsche Gesetzgeber hat allerdings in §§ 30, 31 LFGB eine Erweiterung auf den Versand für Lebensmittelkontaktmaterialien normiert, die nicht den Anforderungen in Art. 3 VO1 entsprechen.¹⁶² Der Bezug zu Art. 3 I VO1 fällt hierbei mangels Anwendung außer Betracht, nicht jedoch zu Art.3 II VO1.

Die Anforderungen aus § 30 LFGB, welche gewahrt werden müssen, gelten **nur für Bedarfsgegenstände**. Bedarfsgegenstände sind in § 2 VI LFGB definiert. Die relevanten Bedarfsgegenstände, die mit Lebensmitteln in Kontakt kommen, sind nach § 2 VI Nr.1 LFGB: *Teller, Tassen, Besteck, Verpackungsmaterial (Dosen, Flaschen, Plastikbecher, **Folien**, Weinfässer), Geräte zur Lebensmittel-Herstellung (Fleischwolf, Kutter) und Zubereitung (Töpfe, Toaster, Wasserkocher)*.¹⁶³ Für den Versand sind hier vor allem die Folien von Bedeutung.

Hierbei ist ausschließlich **§ 30 Nr. 2 LFGB** zu beachten, welcher Gegenstände oder Mittel, die bei bestimmungsgemäßigem oder vor auszusehendem Gebrauch geeignet sind, die Gesundheit durch ihre stoffliche Zusammensetzung, insbesondere durch toxiologisch wirksame Stoffe oder durch Verunreinigungen, zu schädigen, als Bedarfsgegenstände verbietet in den Verkehr zu bringen. Wobei das Inverkehrbringen nach Art.3 Nr.8 LFGB, welche über §3 III LFGB Anwendung findet, hier der Verkauf oder jede andere Form der Weitergabe ist. Der Versand ist hier also auch umfasst. **§ 30 Nr.**

¹⁶⁰ *Sosnitza/Meisterernst/Teufer*, VO (EG) 1935/2004, Art. 3 Rn. 9.

¹⁶¹ *Streinz/Meisterernst/Meisterernst*, Basis-VO, Art. 16 Rn. 12-14.

¹⁶² *Sosnitza/Meisterernst/Teufer*, VO (EG) 1935/2004, Art. 3 Rn. 9.

¹⁶³ Beispiele entnommen aus: <https://lmy.de/WcSC> ; Stand: 05.09.2024.

1 und **Nr. 3 LFGB** erfassen nur das Herstellen und Behandeln von Lebensmitteln und bleiben für den Versand außer Betracht.

Mögliche Verbote nach § 31 LFGB gelten hier allerdings nur für Art. 3 I VO1, welcher mangels Anwendung außer Betracht bleibt.

5.2.3 Einzelmaßnahmen

Auch ist es nach Art. 5 VO1 möglich, dass zusätzliche nationale Verordnungen weitere Anforderungen für bestimmte Materialien vorschreiben. So ist das beispielsweise für Kunststoff mit der Verordnung 10/2011 der Fall. Hierbei gilt sich vor Verwendung eines bestimmten Materials darüber zu informieren, ob es in Deutschland weitere Anforderungen gibt.

5.2.4 Kennzeichnung

Weiterhin müssen Materialien und Gegenstände, die noch nicht mit Lebensmitteln in Berührung gekommen sind, wenn sie in den Verkehr gebracht werden, auf eine bestimmte Weise gekennzeichnet werden.

Maßgeblicher Zeitpunkt ist also das Inverkehrbringen nach Art. 2 I b) VO1, was dann vorliegt, wenn das Paket an den Paketdienst übergeben wird. Der Versandkarton ist vor dem Verpacken auch noch nicht mit den Lebensmitteln in Kontakt gekommen.

Der Versandkarton muss insofern er mit unverpackten Lebensmitteln (*Obst, Gemüse, etc.*) in Berührung kommt, in folgender Weise gekennzeichnet werden.

- **1. Art. 15 I a) VO1**: Angabe von Lebensmittelkontakt oder mit einem besonderen Hinweis auf ihren Verwendungszweck. Dieser besondere Hinweis kann durch folgendes Symbol erfolgen. 
- **2. Art. 15 I b) VO1**: Erforderlichenfalls mit besonderen Hinweisen für eine sichere und sachgemäße Verwendung. Hier ist wichtig zu beachten, dass der Onlineshop Betreiber als Lebensmittelunternehmer **selbst** entscheiden muss, ob es besondere Hinweise braucht. Als Maßstab kann herangezogen werden:

Je ungewöhnlicher oder technisch aufwendiger ein Lebensmittelkontaktmaterial ist, desto eher wird es erforderlich sein, spezifische Verwendungshinweise vorzusehen.¹⁶⁴

- **3. Art. 15 I c) VO1:** Angabe des Namens oder der Firma und der Anschrift oder dem Sitz des Onlineshop Betreibers.
- **4. Art. 15 I d) VO1:** Angemessene Kennzeichnung oder Identifikation, die eine Rückverfolgbarkeit des Materials oder Gegenstands gestattet nach Art. 17 VO1. Hierfür können eine Artikelnummer oder eine GTIN ausreichend sein, wenn sie im Einzelfall eine sichere Rückverfolgbarkeit gewährleisten.¹⁶⁵ (weiter s.u. d) zu Art. 17)
- **5. Art. 15 I e) VO1:** Gilt nur für aktive Materialien, die außer Betracht bleiben.
- **6. Art. 15 III VO1:** Die Angaben müssen gut sichtbar, deutlich lesbar und unverwischbar sein.

Gut sichtbar sind dabei regelmäßig alle Stellen an der Außenseite, die ohne Probleme zu erkennen sind, das kann z. B. *jede Seite einer Verpackung einschließlich der Unterseite sein*, während nicht gut sichtbar Angaben z.B. *in einem Falz oder an innenliegenden bzw. verdeckten Stellen* sind.¹⁶⁶

Kennzeichnungselemente sind dann **deutlich lesbar**, wenn sie klar erkennbar sind und von einer normalsichtigen Person problemlos gelesen werden können.¹⁶⁷ Es sollte sich an einer Mindestschriftgröße von 1.2 mm orientiert werden.¹⁶⁸

Unverwischbar ist eine Angabe, die auch nach der Einwirkung von normalem mechanischem Druck und vorhersehbaren Fremdkörpern wie Wasser deutlich lesbar bleibt.¹⁶⁹

¹⁶⁴ Sosnitza/Meisterernst/Teufer, VO (EG) 1935/2004 Art. 15 Rn. 7.

¹⁶⁵ Sosnitza/Meisterernst/Teufer, VO (EG) 1935/2004 Art. 15 Rn. 11.

¹⁶⁶ Sosnitza/Meisterernst/Teufer, VO (EG) 1935/2004, Art. 15 Rn. 14.

¹⁶⁷ Hagenmeyer, LMIV-Kommentar, Art. 13 Rn. 4.

¹⁶⁸ Sosnitza/Meisterernst/Teufer, VO (EG) 1935/2004 Art. 15 Rn. 14.

¹⁶⁹ Sosnitza/Meisterernst/Teufer, VO (EG) 1935/2004 Art. 15 Rn. 14.

- **7. Art. 15 IV VO1:** Für **1., 2., 5.** gilt, dass es für den Käufer in einer leicht verständlichen Sprache erfolgen muss, ansonsten darf das Paket nicht verschickt werden. Das ist in Deutschland die deutsche Sprache.
- **8. Art. 15 VII VO1:** Bei der Abgabe an den Käufer müssen die Angaben (1.-5.) entweder auf dem Versandkarton selbst oder auf Etiketten, die sich auf dem Versandkarton befinden
- **9. Art. 15 VIII VO1:** Für Nummer 1., 2., 5. gilt, dass ein Übereinstimmen mit den Kriterien des Artikels 3 VO1 (*und Art.4 VO1, der hier keine Anwendung findet*) und ggf. mit spezielleren Anforderungen (*Einzelmaßnahmen oder andere zutreffende nationale Vorschriften*) vorliegen muss.

5.2.5 Rückverfolgbarkeit

Außerdem muss nach Art. 17 I VO1 die **Rückverfolgbarkeit der Materialien und Gegenstände auf sämtlichen Stufen gewährleistet sein**. Sinn des Ganzen ist es, Kontrollen, Rückruf fehlerhafter Produkte, die Unterrichtung der Verbraucher und die Feststellung der Haftung zu erleichtern. Diese Rückverfolgbarkeit muss vom Kauf des Versandkartons bis zum verschickten Paket an den Verbraucher möglich sein. Auch gilt das mit einem Umkehrschluss zu Art. 17 II VO1 auch für die Stoffe oder Erzeugnisse die für die Herstellung verwendet werden. Jedoch wird die Versandverpackung normalerweise hinzugekauft, sodass es von untergeordneter Bedeutung ist.

Mit Art. 17 II 1 VO1 werden noch konkretere Anforderungen beschrieben an die Unternehmer beschrieben. Sie müssen über Systeme und Verfahren verfügen, mit denen ermittelt werden kann, **von welchem Unternehmen und an welches Unternehmen** die Materialien, die mit Lebensmittel in direkten Kontakt kommen, sowie gegebenenfalls die für deren Herstellung verwendeten Stoffe oder Erzeugnisse bezogen beziehungsweise geliefert wurden. Das bedeutet, dass man als Onlineshop-Betreiber, welcher die Versandverpackungen von einem Unternehmen käuflich erwirbt und diese dann an den Käufer aus dem Onlineshop mit Inhalt verschickt, sich kenntlich machen muss von welchem Unternehmen man die Versandverpackung gekauft hat. Dafür muss man bestimmte Systeme und Verfahren haben. Welches konkrete System und

welches Verfahren angewendet wird, muss unter Berücksichtigung der technologischen Machbarkeit entschieden werden.

Art. 17 II 2 VO1 beschreibt, dass diese **Angaben über die Rückverfolgbarkeit auf Anfrage zur Verfügung** gestellt werden müssen. Damit diese zur Verfügung gestellt werden können, müssen sie zu dem Zeitpunkt der Anfrage auch vorhanden sein. Es kann also nicht erst, wenn die Anfrage kommt, angefangen werden Daten zusammen zu suchen, sondern man muss dies von Anfang an tun.

Mit Art. 17 III VO1 wird die **Rückverfolgbarkeit auf die einzelne Versandverpackung erweitert**. Wonach diese anhand eines geeigneten Systems zu identifizieren sind, so dass die Rückverfolgbarkeit anhand der Kennzeichnung oder einschlägiger Unterlagen und Information ermöglicht wird. Hierfür muss nach der Regelung keine chargenbezogene Rückverfolgbarkeit gewährleistet werden, sondern es können Angaben in Lieferpapieren o. ä. genügen.¹⁷⁰

Für die **Aufbewahrungsdauer der Informationen** ist eine einzelfallbezogene Entscheidung des betroffenen Unternehmers mit Blick auf die Verwendung und typische Lebensdauer des Lebensmittelkontaktmaterials notwendig.¹⁷¹

5.3 RECHTSFOLGE

Die Gerichte können bei festgestellten Verstößen gegen lebensmittelrechtliche Vorschriften Freiheitsstrafen bis zu drei Jahren oder Geldstrafen in Höhe bis zu 100.000 Euro und in besonders schweren Fällen Freiheitsstrafen bis zu fünf Jahren verhängen. *(Daneben kommen auch Verurteilungen nach allgemeinem Strafrecht in Betracht, z. B. wegen Körperverletzung oder Betrug)*¹⁷²

¹⁷⁰ Sosnitza/Meisterernst/Teufer, VO (EG) 1935/2004, Art. 17 Rn. 9.

¹⁷¹ Sosnitza/Meisterernst/Teufer, VO (EG) 1935/2004, Art. 17 Rn. 11.

¹⁷² <https://shorturl.at/YRsTj>; Stand: 29.08.2024.

6 VERSAND VON LEBENSMITTELN INNERHALB DER EU

6.1 VERPACKUNGSRECHTLICHE ANFORDERUNGEN IM ZIELLAND

Die verpackungsrechtlichen Anforderungen im Zielland unterscheiden sich im Regelfall von den Vorschriften in Deutschland und sind deshalb vor dem Versand unbedingt zu beachten.

6.2 LEBENSMITTELRECHTLICHE ANFORDERUNGEN IM ZIELLAND

Der Versand von Lebensmitteln innerhalb der EU ist mit Einhaltung der europaweit geltenden Verordnungen grundsätzlich möglich. Allerdings sollte man die nationalen Einfuhrbeschränkungen berücksichtigen. So dürfen beispielsweise keine Milchprodukte in die Niederlande versandt werden, außer man legt ein tierärztliches Gutachten des Ursprungslandes bei. Für Frankreich, Großbritannien, Italien, Spanien, Österreich, Polen, Schweden, Finnland und Norwegen gibt es solche Bestimmung nicht. Jedoch ist zu beachten, dass nur begrenzte bzw. gar keine Mengen von Tabak und Alkohol in Skandinavien und in die Niederlande eingeführt werden dürfen.¹⁷³

7 WERBUNG

Für die Werbung gelten nach Art. 7 IV a) LMIV die Regelungen nach Art. 7 I, II, III LMIV und damit die obigen Ausführungen dazu. Der Begriff Werbung entspricht hier der Definition des Art. 2 Buchst. a) RL 2006/114/EG über irreführende oder vergleichende Werbung.¹⁷⁴ Werbung ist demnach jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, zu fördern. Diese Definition ist sehr weit und jegliche Form von Äußerungen werden umfasst.

¹⁷³ <https://lmy.de/SWJPA> ; Stand 26.08.2024.

¹⁷⁴ *Streinz/Meistererns/Meisterernstt*, Basis-VO, Art. 16 Rn. 12.

8 QUELLENVERZEICHNIS

8.1 LITERATUR

Busche, Jan (Verf.): Münchener Kommentar zum Bürgerlichen Gesetzbuch, Band 1 (§§ 1 - 240), 9. Aufl., München 2021.

Erman, Walter (Begr.): Handkommentar zum Bürgerliches Gesetzbuch, 17. Aufl., Köln 2023.

Köhler, Markus / Fetzer, Thomas: Recht des Internet, 8. Aufl., Heidelberg, 2016.

Säcker, Franz Jürgen / Rixecker, Roland / Oetker, Hartmut / Limperg, Bettina (Hrsg.): Münchener Kommentar zum BGB, Band 3, 9. Aufl., München 2022.

Taeger, Jürgen / Kremer, Sascha: Recht im E-Commerce und Internet, 2. Aufl., Frankfurt a. M. 2021.

Gsell, Beate / Krüger, Wolfgang / Lorenz, Stephan / Reymann, Christoph: BeckOGK BGB, München 2024.

Hofmann, Henning: Auswirkungen aktueller Gesetzesänderungen auf den Vertrieb von Lebensmitteln – Die Gewährleistung eines adäquaten Verbraucherschutzniveaus im digitalen Supermarkt. LMuR 2014, 136.

Ohly, Ansgar / Sosnitza, Olaf: UWG Kommentar, 8. Aufl., München 2023.

Voit, Wolfgang / Grube, Markus: LMIV Kommentar, 2. Aufl., München 2016.

Sosnitza, Olaf / Meisterernst, Andreas: Lebensmittelrecht, Band 1, 188. Ergänzungslieferung, München 2023.

Erbs, Georg / Kohlhaas, Max / Häberle, Peter: VerpackG, 251 EL, München 2024.

Von Landmann, Robert / Rohmer, Gustav: UmweltR / Konzak, Olaf / Körner, Michael: VerpackG, 104 EL, München 2024.

Helmerking, Uwe / Rennebarth, Enrico: DStR 2019948.

Sosnitza, Olaf / Meisterernst, Andreas / Teufer, Tobias: VO (EG) 1935/2004, 84. EL
München 2022.

Streinz, Rudolf / Meisterernst, Andreas: Basis-VO, München 2021.

Hagenmeyer, Moritz: LMIV-Kommentar, 2. Aufl., München 2015.

8.2 INTERNETQUELLEN

- https://www.stmuv.bayern.de/themen/lebensmittel/allg_lebensmittel/betriebe/index.htm (Stand: 01.09.2024)
- <https://www.bmuv.de/themen/verbraucherschutz/digitaler-verbraucherschutz/impressumpflicht> (Stand: 01.09.2024)
- <https://www.e-recht24.de/ecommerce/10324-streitschlichtung-informationspflichten-online-streitbeilegung.html#:~:text=Verpflichtung%20zur%20Teilnahme%20am%20Schlichtungsverfahren&text=Haben%20Sie%20in%20einer%20Mediations,müssen%20Sie%20dem%20ebenfalls%20nachkommen> (Stand: 01.09.2024)
- <https://www.ihk.de/freiburg/recht/wirtschaftsrecht/vertragsrecht2/informationspflicht-streitbeilegungsplattform-3616514> (Stand: 01.09.2024)
- Juris: AnwaltZertifikat Online (AnwZert ITR) 5, Saarbrücken 2018.
- <https://www.juraforum.de/lexikon/telemediengesetz#was-sind-telemedien-isd-telemediengesetzes> (Stand: 03.08.2024)
- <https://etepetete-bio.de/AGB> (Stand: 16.08.2024)
- https://www.it-recht-kanzlei.de/Ausschluss-Verbraucher-Widerrufsrecht-schnell-verderbliche-Waren.html#abschnitt_9 (Stand: 07.08.2024)
- <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/auswaehlen-zu-bereiten-aufbewahren/fleisch-das-muessen-sie-bei-haltbarkeit-und-lagerung-beachten-58928> (Stand: 03.08.2024)
- <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/auswaehlen-zu-bereiten-aufbewahren/fisch-alles-zu-haltbarkeit-und-lagerung-58927> (Stand: 03.08.2024)

- <https://haltbarkeit.info/haltbarkeit-lagerung/obst/> (Stand: 03.08.2024)
- <https://www.it-recht-kanzlei.de/wesentliche-eigenschaften-online-shop.html>
(Stand: 21.08.2024)
- <https://www.haendlerbund.de/de/ratgeber/recht/3823-preisangabenverordnung>
(Stand: 18.08.2024)
- <https://www.ihk.de/schwaben/produktmarken/meine-branche/handel/einzelhandel/preisangaben-im-handel-und-bei-dienstleistungen-3627952> (Stand: 21.08.2024)
- <https://vertragwelt.de/gefahrubergang-kaufvertrag/> (Stand: 20.08.2024)
- https://www.samedaylogistics.de/lexikon/verkaufseinheit/index_ger.html
(Stand: 18.08.2024)
- <https://www.ral.de/glossar/definition-guetezeichen/> (Stand: 18.08.2024)
- <https://ethikguide.org/blog/lebensmittel-guetesiegel/> (Stand: 18.08.2024)
- https://www.bing.com/ck/a?!&&p=9986972f9c35aed3JmItdHM9MTcyMzkzOTI-wMCZpZ3VpZD0zOWQ3NmE3Mi1kNjRILTYwYmUt-MDY3MS03ZTBiZDc5YzYxY2EmaW5zaWQ9NTI0MA&ptn=3&ver=2&hsh=3&fclid=39d76a72-d64e-60be-0671-7e0bd79c61ca&psq=definition+of-fene+packungen&u=a1aHR0cHM6Ly93d3cuaXQtcmljaHQta2FuemxlaS5kZS9hY3Rpb24vZG93bmVxYWRFQm9vay5waHA_X3JpZD00Mg&ntb=1 (S. 10; Stand: 18.08.2024)
- <https://www.it-recht-kanzlei.de/grundpreise-abtropfgewicht-lebensmittel.html>
(Stand: 18.08.2024)
- <https://haerting.de/wissen/schluss-mit-den-rabatt-tricks-der-neue-%c2%a7-11-pangv-schnell-erklaert/> (Stand: 17.08.2024)
- <https://www.it-recht-kanzlei.de/faq-werbung-preisermaessigungen-gesamtpreis-preisangabenverordnung.html> (Stand: 18.08.2024)
- https://www.bvl.bund.de/DE/Arbeitsbereiche/01_Lebensmittel/03_Verbraucher/17_FAQ/FAQ_MHD/FAQ_MHD_node.html (Stand: 15.08.2024)
- <https://www.ratgeberrecht.eu/wettbewerbsrecht-aktuell/kennzeichnungspflichten-fuer-lebensmittel.html> (Stand: 15.08.2024)

- <https://www.lebensmittelklarheit.de/fragen-antworten/ursprungsland-und-herkunftsort> (Stand: 23.08.2024)
- https://www.lgl.bayern.de/downloads/lebensmittel/doc/merkblatt_direktvermarktung.pdf (Punkt 1; Stand: 15.08.2024)
- <https://www.haendlerbund.de/de/ratgeber/recht/4218-transportverpackung-verpackungsg> (Stand: 23.08.2024)
- https://www.lfu.bayern.de/abfall/sonstige_verwertung/index.htm#:~:text=Abfälle%20werden%20energetisch%20verwertet%2C%20wenn,ersetzen (Stand: 19.08.2024)
- <https://www.muelltrennung-wirkt.de/de/ueber-uns/ueber-die-dualen-systeme/> (Stand: 21.08.2024)
- <https://www.verpackungsregister.org/information-orientierung/themenpakete/uebersicht-aenderungen-verpackg> (Stand: 29.08.2024)
- https://www.bvl.bund.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/01_lebensmittel/2021/2021_02_19_PI_Gleiche_Regeln_beim_Onlinekauf_Lebensmitteln.html (Stand: 28.08.2024)
- https://www.bvl.bund.de/DE/Arbeitsbereiche/03_Verbraucherprodukte/02_Verbraucher/01_LMKontaktmaterialien/bgs_bgsNachLFGB_basepage.html (Stand: 05.09.2024)
- <https://lebensmittel-info.eu/verstoss.htm#:~:text=Die%20Gerichte%20können%20bei%20festgestellten,bis%20zu%20fünf%20Jahren%20verhängen.> (Stand: 29.08.2024)
- <https://www.posttip.de/pakete/artikel/lebensmittelversand/lebensmittelversand-ins-ausland/> (Stand: 26.08.2024)
- <https://lmy.de/wykwj>; (Stand: 25.09.2024)
- <https://dserver.bundestag.de/btd/18/112/1811274.pdf> (Stand: 26.08.2024)

Das vorliegende Gutachten wurde von Tim Ferdinand, Leonie von Heymann und Magnus Wetzel im Rahmen einer Kooperation zwischen der Startup Law Clinic der Juristischen Fakultät an der Universität Passau und der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft im Oktober 2024 erstellt.