

## Albert Heijn reduziert Zucker

*Zaandam.* Während die EU noch über Rezepturänderungen hin zu gesünderen Produkten diskutiert, schafft Albert Heijn Fakten. Der niederländische Supermarkt wird ab Ende 2016 den Zucker in über 100 Eigenmarkenprodukten um bis zu 40 Prozent reduzieren. Zudem wird der Händler für Limonaden eine Kennzeichnung einführen, die von Gelb (ohne Zucker) bis Dunkelorange (mit viel Zucker) reicht und die Art des verwendeten Süßungsmittels angibt. *lz 31-16*

## Paris diskutiert über Herkunftslabel in spe

*Paris.* Frankreichs Testphase für eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung bei Fleisch und Milch in verarbeiteten Produkten soll im Januar 2017 starten. Vorgangene Woche fand ein erstes Treffen zwischen Agrarminister Le Foll, Branchenvertretern und Verbraucherschützern statt. Im Fokus stand die Frage, ab welchem Fleischanteil die Ursprungskennzeichnung verpflichtend werden soll. Während einige Industrievertreter „ab 50 Prozent“ vorschlugen, war die Verbraucherschutzorganisation „UFC Que Choisir“ für eine Kennzeichnung ab einem Fleischanteil von 5 Prozent. *AgE/lz 31-16*

## USA lassen noch mehr Vitamin D zu

*Silver Spring.* Während die Anreicherung mit Vitamin D hierzulande noch mit erheblicher Rechtsunsicherheit verbunden ist (Lz 29-16), hat die US-Lebensmittelbehörde FDA die Anreicherungsmöglichkeiten nun sogar noch ausgedehnt. US-Hersteller dürfen seit Mitte Juli „Getränken auf Pflanzenbasis, die als Milchalternative gedacht sind“ – etwa Soja-, Kokosmuss- oder Mandeldrinks – zukünftig noch mehr Vitamin D zugeben als bislang schon. *gms/lz 31-16*

## Frankfurter Bäcker verkauft Potenzmittel

*Frankfurt.* Weil er in seiner Bäckerei-Filiale unerlaubte Potenzmittel verkaufsfertig gelagert hatte, muss ein Geschäftsmann nun 2.500 Euro an eine gemeinnützige Einrichtung zahlen. Im Gegenzug hat das Amtsgericht Frankfurt am Main das Strafverfahren eingestellt.

Die Überwachung hatte unter der Verkaufstheke und dem Brötchenregal rund 4,5 Kilogramm türkische, hierzulande nicht zugelassene Mittel zur Potenzsteigerung sichergestellt. *lz 31-16*

## Kartoffelnamen im Parlament

*Berlin.* Der Bundestag soll beschließen, dass es ab sofort ein ausgewogenes Verhältnis zwischen männlichen und weiblichen Kartoffelnamen gibt. So lautet eine Petition, die auf der Website des Bundestags nachzulesen ist. Dass von rund 250 Kartoffelnamen mehr als 90 Prozent weiblich seien, stellt aus Sicht des Initiators eine „eindeutige Benachteiligung“ dar. In vielen Bereichen der öffentlichen Wahrnehmung seien ungleiche Verteilungen der Geschlechter bereits angegangen oder konsequent beseitigt, etwa bei den Hoch- und Tiefdruckgebieten. *lz 31-16*

# Zoff um natürliche Zutaten

Vzbv befürchtet Irreführung durch geplante ISO-Norm – Aus BLL-Sicht ist die Norm nur eine Sprachregelung für den B2B-Bereich

*Berlin.* Eine internationale ISO-Norm soll Herstellern und Lieferanten Klarheit bringen, unter welchen Voraussetzungen von einer „natürlichen Zutat“ gesprochen werden kann. Verbraucherschützer warnen, die Norm werde irreführender Werbung Tür und Tor öffnen.

In der Sommerpause ist ein handfester Streit zwischen Lebensmittelindustrie und Verbraucherschützern entbrannt. Es geht um den Norm-Entwurf für „natürliche Zutaten“ (ISO/DIS 19657), den die Internationale Organisation für Normung (ISO) nun für Stellungnahmen bis zum 10. September veröffentlicht hat. Das Regelwerk soll der globalen Lebensmittelindustrie technische Kriterien für „natürliche Zutaten“ an die Hand geben und ausschließlich für die Kommunikation der Hersteller untereinander (Business-to-Business/B2B) gelten.

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (Vzbv) hatte ursprünglich an der Erarbeitung der ISO-Norm mitgearbeitet, seine Mitarbeit aber im Frühjahr eingestellt. Anregungen seien nicht ausreichend berücksichtigt worden. Der Verband begrüßt daher, dass das DIN für Deutschland die jetzige Vorlage in dieser Fassung ablehnt und den Standard nicht als deutsche DIN-Norm umsetzen will.

„Auch wenn der Entwurf ausdrücklich nur die B2B-Kommunikation



**So nicht:** Die Norm soll Details zu „natürlichen Zutaten“ im B2B-Bereich regeln und nicht als Grundlage für Werbung gegenüber dem Verbraucher genutzt werden.

tion regelt, werden die Hersteller die Norm als Grundlage für die Kommunikation mit dem Verbraucher nutzen“, ist Jutta Jaksche vom Vzbv überzeugt. Sprich: Kauft ein Produzent bei seinem Lieferanten eine der ISO-Norm entsprechende „natürliche Zutat“ ein, wolle er sein verarbeitetes Lebensmittel später dann auch mit der Auslobung „mit natürlichen Zutaten“ bewerben.

„Zudem könnten laut dem Entwurf sehr viele Produkte mit Natürlichkeit werben – auch solche mit hochverarbeiteten oder gentechnisch veränderten Zutaten“, so Jaksche weiter. Das entspräche aber nicht der Verbrau-

chererwartung. Es drohe eine Täuschung – selbst dann, wenn die Norm zunächst nicht in eine deutsche DIN-Norm übersetzt werde. Denn ein internationaler ISO-Standard könne auch über Codex-Standards oder durch internationale Handelsabkommen hierzulande Wirkung entfalten.

„Der Vzbv kommuniziert hier absichtlich ein völlig falsches Verständnis von der ISO-Norm“, kritisiert Sieglinde Stähle vom Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde (BLL). Ihr Verband war ebenfalls an der Erarbeitung beteiligt und ist – anders als der Vzbv – immer noch im zuständigen Gremium vertreten.

Es gehe schlicht darum, in internationalen Lieferketten für Transparenz und Einheitlichkeit zu sorgen. Nicht ohne Grund sei der Wunsch für eine „gemeinsame Sprachregelung zu Verarbeitungsprozessen“ aus der Industrie gekommen: Bislang nämlich müsse jeder Hersteller in Eigenregie eine Liste der Anforderungen an „natürliche Zutaten“ erstellen – beispielsweise für die Beschaffung von Apfelsaftkonzentrat. „Läuft der Konzentrationsprozess hier rein physikalisch ab – etwa durch Pressen oder Wasserverdampfen –, wäre das Konzentrat ‚natürlich‘; nicht aber, wenn chemische Oxidationsprozesse zum Einsatz kommen“, so Stähle.

Die Wissenschaftliche Leitung vom BLL betont, dass die Normierung somit gerade nicht darauf abziele, die Kommunikation im Business-to-Consumer-Bereich (B2C) zu erleichtern – hier etwa die Bewerbung eines Apfelsaft als „mit natürlichen Zutaten“. Sie gesteht aber ein, dass dies als mittelbare Folge nicht auszuschließen sei.

Als Entwarnung in Richtung Vzbv ergänzt Stähle: „Ob die gewählte ‚natürlich‘-Deklaration für das verarbeitete Lebensmittel zulässig ist, richtet sich nach den jeweiligen Rahmenbedingungen im Vermarktungsland, sprich: Rechtsprechung, Verbrauchererwartung und LMIV. Hierüber kann der Hersteller sich nicht hinwegsetzen.“ Da helfe ihm auch keine ISO-Norm. *Gerrit-Milena Strätling/lz 31-16*

## Handel hat noch acht Wochen Zeit

Neufassung der AGB – Standardarbeitsverträge betroffen – Erhebliche Konsequenzen bei Verstößen

*Frankfurt.* Ab dem 1. Oktober tritt eine Änderung zum AGB-Recht in Kraft, deren Missachtung weitreichende Folgen haben kann, vor allem im Handel. So könnten Ex-Mitarbeiter Ansprüche aus dem Arbeitsverhältnis mitunter noch drei Jahre nach dessen Beendigung geltend machen.

Die Änderung im Recht der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) kommt unscheinbar daher. AGB dürfen demnach nicht mehr vorschreiben, dass die einem anderen gegenüber abzugebende Erklärung „schriftlich“ zu erfolgen hat; es muss vielmehr heißen „in Textform“.

Ein kleiner, aber wesentlicher Unterschied, der anhand des Beispiels eines online geschlossenen Abonnements deutlich wird: Bislang sehen die AGB hier in der Regel vor, dass

der Kunde das Abo „schriftlich“ – also durch ein unterzeichnetes Schreiben – kündigen muss. Künftig müssen die AGB ihm dies auch „in Textform“ ermöglichen, sprich durch jegliche „dauerhaft verkörperte Erklärung“ – also etwa auch per Email, Telefax oder weiterhin per normalem Schreiben, das dann aber nicht mehr handschriftlich unterzeichnet sein muss.

„Gerade auch der Handel muss seine AGB umstellen“, warnt Klaus Thönißen von der Kanzlei Luther. Betroffen seien die Ausschlussfristen in Arbeitsverträgen mit außertariflich Angestellten. Dort heißt es regelmäßig, dass „Ansprüche aus dem Arbeitsverhältnis ab Fälligkeit innerhalb einer Frist von drei Monaten ‚schriftlich‘ geltend gemacht werden müssen“. „Dieses Schriftformerfordernis ist künftig ungültig – mit der Folge, dass der ehemalige Mitarbeiter seine Ansprüche während der genannten



**Anpassungsbedarf:** Aus dem Wörtchen „schriftlich“ muss „in Textform“ werden.

drei Monate auch mündlich einfordern könnte“, erklärt Thönißen.

Nicht unerwähnt lässt er, dass es eine noch strengere Auslegung gibt: „Manche Juristen vertreten die Auffassung, dass hier nicht nur das Schriftformerfordernis ungültig ist, sondern die gesamte Klausel. Der Ex-Mitarbeiter könnte seine Ansprüche dann sogar noch innerhalb der regulären dreijährigen Verjährungsfrist geltend machen.“ *gms/lz 31-16*

## Auchan schießt ein Eigentor

Händler verliert die Marke „Simply Market“ infolge eigener Klage

*Paris.* Auchan wollte sich mit einer Klage gegen die Marke eines Wettbewerbers wehren – bekam infolge dieses Vorstoßes jedoch den Schutz für seine eigene Vertriebsmarke abgesprochen.

Der französische Handelsriese Auchan hat ein Eigentor geschossen: Die Marken „Simply“ und „Simply Market“, unter denen Auchans Supermärkte firmieren, wurden vom Pariser Bezirksgericht für ungültig erklärt – auf Antrag von Auchan selbst. Mit diesem wollte das Familienunternehmen gegen die Marke „Simply M&S“ vorgehen, die der Londoner Kaufhausbetreiber Marks & Spencer angemeldet hatte. Die Pariser Richter stufen daraufhin die Marken „Simply“



**Vertriebslogo:** Ein Pariser Gericht beschneidet die Bezeichnung als zu unspezifisch.

und „Simply Market“ als zu unspezifisch und nicht unterscheidbar ein.

Auchan hat nun Rechtsmittel eingelegt, wie das französische Fachblatt „Les Linéaires“ berichtet. Sollte das Urteil bestätigt werden, wären die Marken nicht mehr geschützt und könnten damit auch von Dritten verwendet werden. *gms/lz 31-16*

## Clemens Tönnies erleidet Schlappe

Bundesgerichtshof-Entscheidung – Kein doppeltes Stimmrecht

*Karlsruhe.* Clemens Tönnies steht auch aus Sicht des BGH kein doppeltes Stimmrecht in Deutschlands größtem Fleischkonzern zu. Das Ringen von Clemens Tönnies mit seinem Neffen Robert um die Macht bei Tönnies ist jedoch auch damit noch nicht zu Ende.

Seit vergangener Woche Donnerstag steht endgültig fest, was das Oberlandesgericht (OLG) Hamm bereits im März 2015 entschieden hatte: Clemens Tönnies verfügt nicht über ein doppeltes Stimmrecht im Fleischkonzern Tönnies. Der Bundesgerichtshof (BGH) hat die von Clemens Tönnies eingereichte Nichtzulassungsbeschwerde gegen das OLG-Urteil zurückgewiesen.

*Berlin.* Jugendliche müssen nach Ansicht der Bundesregierung für einen verantwortungsvollen Umgang mit Energydrinks sensibilisiert werden. Um das zu erreichen, sei eine Aufklärungskampagne zu Koffein mit Schwerpunkt auf Energydrinks gestartet worden, heißt es in der Antwort der Regierung auf eine Kleine Anfrage der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen. Aus Gründen des vorbeugenden gesundheitlichen Verbraucherschutzes sei eine Höchstmenge für den Gehalt an Koffein in Energydrinks etabliert worden. Ferner seien in einer EU-Verordnung besondere Kennzeichnungsbestimmungen für Koffein festgelegt worden. Danach seien Getränke mit einem Koffeingehalt von mehr als 150 Milligramm pro Liter grundsätzlich auf dem Etikett mit der Angabe „Erhöhter Koffeingehalt. Für Kinder und schwangere oder stillende Frauen nicht empfohlen“ zu versehen. *lz 31-16*

Auch nach dem BGH-Beschluss bleibt Clemens Tönnies gelassen. In einer Stellungnahme betont er, dass es nunmehr bei der Gleichberechtigung der beiden Inhaber in der Gesellschafterversammlung bleibe. Er akzeptiere das ursprüngliche Urteil des OLG Hamm. „Im operativen Geschäft wird sich dadurch nichts verändern“, heißt es. In der Vergangenheit habe das doppelte Stimmrecht in den Unternehmensentscheidungen nie eine Rolle gespielt.

Noch nicht geklärt ist ein Gerichtsverfahren um geschenkte Firmenanteile, das noch am Landgericht Bielefeld anhängig ist. Sollte sich Robert Tönnies dort durchsetzen, würde er Anteile zurückerhalten und damit die Mehrheit bei Tönnies übernehmen. *hof/gms/lz 31-16*