

Im Blickpunkt

Aktuelle Kurzmitteilungen

für die Mitglieder des Zentralverbandes Deutscher Milchwirtschaftler e.V.

Ausgabe 07/2025

Aus dem Arbeits- und Sozialrecht

Nicht ordnungsgemäße Arbeitsunfähigkeitsbescheinigungen

Die Plattform <https://medschein.com/> bietet eine „AU ohne Arztgespräch“ an. Dabei werden im Anschluss an ein Click-through-Verfahren zur „Anamnese“ Arbeitsunfähigkeitsbescheinigungen ausgestellt. Eine solche Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung entspricht grundsätzlich nicht deutschem Recht, nach dem ein Arzt-Patienten-Kontakt erforderlich ist und kann deshalb auch keinen Entgeltfortzahlungsanspruch eines Arbeitnehmers auslösen.

Auffallend ist, dass diese Bescheinigungen optisch an den früheren „gelben Schein“ erinnern, aber auch bei gesetzlich Versicherten die Angabe „Privatarzt“ enthalten und nicht als eAU ausgestellt werden. Im Übrigen ist auf den Bescheinigungen selbst nicht ersichtlich, dass diese über <https://medschein.com/> erworben wurden.

Grundsätzlich können die Beschäftigten entscheiden, welche Ärztinnen und Ärzte sie für eine Krankschreibung konsultieren. Diese müssen auch nicht an der kassenärztlichen bzw. vertragsärztlichen Versorgung teilnehmen. Ärztliche Bescheinigungen im Sinne des § 5 Abs. 1 EFZG können auch von privatärztlich Tätigen ausgestellt werden. Es muss sich allerdings um approbierte Ärzte handeln.

Arbeitgeber sollten privatärztliche AU-Bescheinigungen von gesetzlich Versicherten besonders sorgfältig auf ihre Rechtmäßigkeit prüfen (auch wenn sie auf einem vertragsarztähnlichen Formular vorgelegt werden).

Bei Zweifeln des Arbeitgebers an der Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung kann sich dieser an die zuständige Krankenkasse des Mitarbeitenden

wenden. Er hat mithin gegenüber den gesetzlichen Krankenkassen einen entsprechenden Anspruch. Eine nähere Begründung der Zweifel des Arbeitgebers ist indes nicht erforderlich, jedoch sicherlich hilfreich. Die gesetzlichen Krankenkassen können zur Beseitigung von Zweifeln an einer Arbeitsunfähigkeit verpflichtet sein, eine gutachtliche Stellungnahme durch den Medizinischen Dienst einzuholen (§ 275 Abs. 1 Nr. 3 SGB V). Der Arbeitgeber selbst kann verlangen, dass die Krankenkasse eine gutachterliche Stellungnahme des Medizinischen Dienstes zur Überprüfung der Arbeitsunfähigkeit einholt (§ 275 Abs. 1a Satz 3 SGB V).

Widerruf der privaten Nutzung eines Dienstwagens

Eine Allgemeine Geschäftsbedingung (AGB), nach der ein Arbeitnehmer ein auch privat nutzbares Dienstfahrzeug im Fall der berechtigten Freistellung während der Kündigungsfrist entschädigungslos an den Arbeitgeber zurückgeben muss, ist wirksam. Die Regelung genügt den formellen Anforderungen von § 308 Nr. 4 BGB. Auch materiell ist die Widerrufs Klausel wirksam, weil sie unter Berücksichtigung der Freistellung die dienstliche und private Nutzung in sachgerechter Weise verknüpft.

In die gebotene Interessenabwägung sind das Interesse des Arbeitgebers an einer unverzüglichen Rückgabe und das Interesse des Arbeitnehmers an einer weiteren privaten Nutzung einzustellen. Da die private Nutzung eines Dienstwagens bei gewählter Pauschalversteuerung gemäß § 6 Abs. 1 Nr. 4 EStG auch dann mit der vollen Monatspauschale zu versteuern ist, wenn der Arbeitnehmer das Fahrzeug nicht im gesamten Kalendermonat nutzen kann, wird im Regelfall nur ein Widerruf zum Monatsende billigem Ermessen entsprechen.

Recht aktuell

Champagner bleibt exklusiv: Produktbezeichnung muss Herkunft respektieren

Champagner ist nicht gleich Champagner – schon gar nicht als Marke. Das EuG hat nun klargestellt, wo die Herkunft endet und die Irreführung beginnt.

Die Bezeichnung „NERO CHAMPAGNE“ darf nicht als Unionsmarke für Weine mit geschützter Ursprungsbezeichnung „Champagne“ eingetragen werden. Das EuG gab damit dem Widerspruch französischer Weinverbände gegen die Marken-anmeldung durch ein italienisches Unternehmen statt. Die Bezeichnung könne das Ansehen der geschützten Ursprungsbezeichnung „Champagne“ in unlauter Weise ausnutzen und Verbraucherinnen und Verbraucher in die Irre führen, etwa mit Blick auf Farbe oder Rebsorte, erklärte das Gericht.

Die italienische Firma Nero Lifestyle hatte im Jahr 2019 die Wortmarke „NERO CHAMPAGNE“ beim EU-Markenamt EUIPO angemeldet, unter anderem für Weine, die laut Anmeldung den Vorgaben der geschützten Ursprungsbezeichnung „Champagne“ entsprechen sollten. Französische Weinverbände legten Widerspruch ein, weil sie die Bezeichnung für irreführend hielten. Sie verwiesen darauf, dass die geschützte Ursprungsbezeichnung „Champagne“ seit 1973 eingetragen sei und im Wesentlichen dem Verbraucherschutz diene. Sie solle garantieren, dass das Produkt bestimmte Eigenschaften aufgrund seiner geografischen Herkunft aufweise.

Das EUIPO folgte dem nur teilweise. Dagegen zogen die Verbände vor das EuG und hatten dort nun Erfolg: Die Richterinnen und Richter monierten, die Beschwerdekammer habe die vorgelegten Beweise nicht ausreichend geprüft und sei fälschlich davon ausgegangen, dass keine Täuschungsgefahr bestehe.

Zwar sei es grundsätzlich zulässig, geschützte Ursprungsbezeichnungen in Marken zu verwenden, vorausgesetzt, es werde keine Irreführung ausgelöst oder der Ruf der Bezeichnung ausge-

beutet, so das Gericht. Die bloße formale Übereinstimmung mit der Produktspezifikation reiche jedoch nicht aus, um dies auszuschließen. Der Begriff „Nero“ könne beim Publikum einen falschen Eindruck erwecken. Der Verbraucher könnte daher denken, dass es sich um einen „schwarzen Champagner“ handelt, obwohl ein Champagner gemäß der Spezifikation der g. U. nur weiß oder rosé sein könne.

EuG, Urteil vom 25.06.2025 - T-239/23

„Botanicals“ brauchen eine Zulassung

In einem Rechtsstreit vor dem EuGH ging es um die Werbung für ein Nahrungsergänzungsmittel, das Safran- und Melonensaftextrakte enthält. Es soll laut Werbeversprechen der Herstellerin eine stimmungsaufhellende Wirkung haben sowie Stressgefühle und Erschöpfung reduzieren. Keiner dieser Claims ist zugelassen.

Ein Wettbewerbsverband verklagte die Herstellerin auf Unterlassung wegen Verstoßes gegen die HCVO und bekam nun durch die Luxemburger Richter Recht. Eine Werbung mit gesundheitsbezogenen Angaben für pflanzliche Stoffe sei derzeit verboten. Dieses grundsätzliche Verbot gelte so lange, bis die Kommission die Prüfung dieser Angaben abgeschlossen und die danach zulässigen Claims in die entsprechenden Listen der zugelassenen gesundheitsbezogenen Angaben aufgenommen habe. Eine Ausnahme gelte nur, sofern die Verwendung der Angaben nach einer Übergangsregelung zulässig sei, was aber vorliegend nicht der Fall sei. Die Prüfung und das Erfordernis einer Zulassung durch die Kommission sollten zum Schutz der Verbraucher und deren Gesundheit sicherstellen, dass gesundheitsbezogene Angaben wissenschaftlich abgesichert seien.

Der Bundesgerichtshof hatte dem Europäischen Gerichtshof die Frage vorgelegt, ob Firmen für Pflanzenstoffe mit gesundheitsbezogenen Angaben werben dürften, solange die Prüfung solcher Claims durch die EU-Kommission noch nicht abgeschlossen sei.

EuGH, Urteil vom 30.04.2025, C-386/23

Im Blickpunkt

Aktuelle Kurzmitteilungen

für die Mitglieder des Zentralverbandes Deutscher Milchwirtschaftler e.V.

Ausgabe 06/2025

Recht aktuell

Schweizer Klage gegen „Emmentaler-Entscheidung“

Im Amtsblatt der Reihe C/2025/2909 ist die Mitteilung veröffentlicht worden, dass die „Emmentaler Schweiz“ gegen die Europäische Union am 4. April 2025 Klage eingereicht hat.

Mit der Klage wird beantragt, den Durchführungsbeschluss (EU) 2025/107 der Kommission vom 23. Januar 2025 zur Verweigerung des Schutzes in der Union für die im internationalen Register der Ursprungsbezeichnungen und geografischen Angaben der Genfer Akte eingetragene Ursprungsbezeichnung Emmentaler wird für nichtig zu erklären.

Begründet wird die Klage mit „einer Verletzung von Art. 5 Abs. 1, Art. 7 der Verordnung (EU) 2019/1753(1) i.V.m. Art. 46 Abs. 1 und Art. 28 der Verordnung (EU) 2024/1143(2).

Die Beklagte habe der internationalen Eintragung der geografischen Ursprungsbezeichnung „Emmentaler“ zu Unrecht den Schutz in der EU verweigert. Es handele sich entgegen der Ansicht der Beklagten nicht um eine Gattungsbezeichnung im Sinne des Art. 28 Abs. 1 der Verordnung (EU) 2024/1143.

Die Beklagte habe für ihre Einschätzung keine belastbaren Feststellungen getroffen.

Im Gegenteil sei der Begriff „Emmentaler“ durch mehrere völkerrechtliche Vereinbarungen als geografische Ursprungsbezeichnung geschützt. Bereits das unmittelbar anwendbare Stresa-Abkommen vom 1. Juni 1951 schütze „Emmentaler“ in Alleinstellung (siehe Anhang B des Abkommens). Damit sei seit den 1950er-Jahren völkerrechtlich anerkannt, dass die Bezeichnung „Emmentaler“ in Alleinstellung für Käse der

Schweiz vorbehalten sei. Das sei von italienischen Gerichten bereits bestätigt worden.

Weiterhin bestünden bilaterale Staatsverträge zwischen der Schweizerischen Eidgenossenschaft einerseits und Deutschland, Frankreich, Spanien, Portugal, Ungarn, der Tschechischen Republik und der Slowakei andererseits. Auch in diesen Verträgen werde „Emmentaler“ in Alleinstellung als geografische Ursprungsbezeichnung geschützt.

Aufgrund des vorstehenden Schutzes von „Emmentaler“ als geografische Ursprungsbezeichnung sei es ausgeschlossen, dass dieser Begriff zu einer Gattungsbezeichnung degeneriert sei.“

Cookie-Banner Optionen zur Zustimmung und Ablehnung

Nach einer Entscheidung des VG Hannover war es datenschutzwidrig, dass bei einem Cookie-Banner dem Nutzer keine echte Wahlmöglichkeit zum Ablehnen von Cookies angeboten wurde.

Die Klägerin hatte sich gegen einen Bescheid des Landesdatenschutzbeauftragten gewendet. Dieser hatte beanstandet, dass das Cookie-Banner auf der Webseite der Klägerin keine wirksamen, insbesondere keine informierten und freiwilligen Einwilligungen eingeholt habe, bevor sie Cookies setzte und personenbezogene Daten verarbeitete. Die Klägerin sah ihr Cookie-Banner hingegen als Rechtskonform und bestritt die Zuständigkeit der Beklagten.

Das Verwaltungsgericht kritisierte i. R. d. Verfahrens die streitgegenständliche Gestaltung des Cookie-Banners in verschiedenen Punkten. So sei das Ablehnen der Cookies deutlich umständlicher als das Akzeptieren gewesen. Auch habe es ständige Banner-Wiederholungen gegeben, um die Nutzer zu einer Einwilligung zu bewegen. Die Überschrift „optimales Nutzungserlebnis“

und die Beschriftung „akzeptieren und schließen“ auf dem Schließen-Button bewertete das Verwaltungsgericht als irreführend, darüber hinaus seien eingebundene Partner und Drittdienste nicht ersichtlich gewesen und die Hinweise auf das Recht zum Widerruf der Einwilligung und eine Datenverarbeitung in Drittstaaten außerhalb der EU seien erst nach Scrollen sichtbar gewesen. Es habe somit insgesamt an einer freiwilligen, informierten und eindeutigen Einwilligung gefehlt.

Urteil v. 19.03.2025, Az. 10 A 5385/22

Werbung mit gesundheitsbezogenen Angaben für Nahrungsergänzungsmittel

Gesundheitsbezogene Angaben zu pflanzlichen Stoffen dürfen nicht bei der Werbung für Nahrungsergänzungsmittel verwendet werden.

Der Entscheidung des EuGH liegt folgender Sachverhalt zu Grunde: Das Unternehmen Novel Nutriology vertreibt Nahrungsergänzungsmittel, die unter anderem Safran- oder Melonensaft-Extrakte enthalten. Das Unternehmen wirbt für das Nahrungsergänzungsmittel damit, dass die enthaltenen Extrakte stimmungsaufhellend wirken und Stressgefühle und Erschöpfung reduzieren. Zum Safran-Extrakt heißt es etwa: „Das Safran-Extrakt Safr'Inside in [dem betreffenden Produkt] wurde an 50 Teilnehmern über einen Zeitraum von 30 Tagen in einer Open Study getestet. Mit einer Dosis von 30 mg Safr'Inside pro Tag erlebten 77 % der Probanden nach nur zwei Wochen Einnahme eine Verbesserung des emotionalen Gleichgewichts, fühlten sich optimistischer und glücklicher. 66 % fühlten sich auch entspannter und dynamischer. Nach 30 Tagen verbesserte sich bei 11 % der Probanden die Schlafqualität.“

Ein Wirtschaftsverband hält diese Praxis für unzulässig und verklagt Novel Nutriology auf Unterlassung. Der letztlich mit dem Fall befasste Bundesgerichtshof setzte das Verfahren aus und legte dem EuGH die Frage der Zulässigkeit der Werbung mit gesundheitsbezogenen Angaben für pflanzliche Nahrungsergänzungsmittel zur Vorabentscheidung vor.

Der Gerichtshof stellte fest, dass gemäß der EU-Health-Claims-Verordnung die Verwendung gesundheitsbezogener Angaben bei der Werbung

für Lebens- und Nahrungsergänzungsmittel grundsätzlich verboten sei. Die Verwendung könne nur zulässig sein, sofern es sich um von der Kommission zugelassene und in die Liste der zugelassenen gesundheitsbezogenen Angaben aufgenommene Angaben handle. Allerdings habe die Kommission ihre Prüfung der gesundheitsbezogenen Angaben über pflanzliche Stoffe ausgesetzt und sie daher noch nicht in die betreffenden Listen aufgenommen. Gesundheitsbezogene Angaben zu pflanzlichen Stoffen dürfen daher derzeit bei der Werbung für Nahrungsergänzungsmittel nicht verwendet werden.

Urteil des EuGH vom 30.04.2025 (C-386/23)

„Biobasiertes“ Produkt mit fossilen Komponenten

Das KG Berlin hat entschieden, dass die Werbung für einen pflanzenbasierten Drink mit „Verpackung und Deckel sind biobasiert“ irreführend war. Die Werbung war auf der Getränkeverpackung angebracht. Die Klägerin bewerte diese als wettbewerbswidrig, da die Verpackung lediglich zu 82% aus nachwachsenden Rohstoffen bestanden habe, im Übrigen aber aus Produkten aus fossilen Rohstoffen. Zwar habe es eine Aufklärung über einen Sternchenhinweis gegeben, dieser habe aber nur in einem Weblink bestanden. Online sei dann über die Zusammensetzung der Verpackung aufgeklärt worden.

Nach der Entscheidung des Kammergerichts konnte der Begriff „biobasiert“ in der konkreten Verwendung so verstanden werden, dass es sich um eine Verpackung aus 100% nachwachsenden Rohstoffen gehandelt habe.

Dieses Verständnis sei auch dadurch gefördert worden, dass die Verpackung auch weitere positive Umweltbotschaften aufgewiesen habe. Der Sternchenhinweis sei diesbezüglich auch nicht zur Aufklärung geeignet gewesen. Zum einen habe der Verbraucher eine Aufklärung direkt auf der Verpackung erwartet, zum anderen sei nicht zu erwarten, dass ein relevanter Teil der Kunden den Link für weitere Informationen nachverfolgen werde.

Urteil v. 21.01.2025, Az., 5 U 103/22

Im Blickpunkt

Aktuelle Kurzmitteilungen

für die Mitglieder des Zentralverbandes Deutscher Milchwirtschaftler e.V.

Ausgabe 05/2025

Aus dem Arbeitsrecht

Zum Glück nicht getanzi: Keine Kündigung wegen Karneval-Appellen während Krankschreibung

Gleich zweimal ging ein Arbeitnehmer aus Köln trotz gelben Scheins zu einer Karnevalsveranstaltung. Drei Kündigungen waren die Folge, eine davon fristlos. Das LAG Köln hat nun alle Kündigungen kassiert. Der Arbeitgeber hätte dem Jecken mehr nachweisen müssen.

Ein Kölner Karnevalist wollte die Kündigungen seines Arbeitgebers nicht hinnehmen. Am Abend des letzten Krankheitstags galt er nicht mehr als arbeitsunfähig, und durfte daher an einem Karnevalsappell teilnehmen. Für den zweiten Karnevalsappell während eines Krankheitstages hätte der Arbeitgeber die Arbeitsunfähigkeit konkreter nachweisen müssen. Es reichte nicht aus, dass er die Angaben seines Mitarbeiters nur anzweifelte, wie das LAG Köln nun entschieden hat.

Ein Logistikmitarbeiter war sowohl im November 2022 als auch im Januar 2023 für je eine Woche krankgeschrieben. Am Freitagabend der ersten Krankheitswoche nahm er am "Mobilmachungsappell" seines Karnevalsvereins teil. Im Januar 2023 tauchte dann ein Video von ihm auf, indem er in voller Karnevalsmontur in einen Hotelsaal einmarschierte: Es zeigte den "Generalkorpsappell" vom Donnerstag der zweiten Krankheitswoche. Sein Arbeitgeber warf ihm daraufhin vor, nur simuliert zu haben, und kündigte ihm im Februar 2023 fristlos und im April und November jeweils ordentlich.

Dagegen wandte sich der Mitarbeiter zunächst vor dem ArbG Köln, das die Kündigungen für unwirksam erklärte. Das LAG Köln hat dem Arbeitnehmer nun ebenfalls recht gegeben. Ihm

konnte nicht nachgewiesen werden, die Krankheit vorgetäuscht zu haben. Das Arbeitsverhältnis bleibt bestehen.

Die 7. Kammer des LAG stellte in ihrem Urteil klar, dass im Krankheitsfall grundsätzlich der Arbeitnehmer die eigene Arbeitsunfähigkeit beweisen müsse. Ein ärztliches Attest habe dafür einen besonders hohen Beweiswert. Sobald ein Arbeitgeber das Attest anzweifeln könne, könne er sich nur auf zweierlei berufen. Entweder darauf, dass der Arbeitnehmer die Krankheit nur simuliert habe, oder darauf, dass der Arzt die Arbeitsunfähigkeit nicht richtig erkannt habe. Das wiederum müsse der Arbeitgeber dann aber näher darlegen und notfalls beweisen.

Daher war genau zwischen den beiden verschiedenen Karnevalsveranstaltungen zu unterscheiden. Der "Mobilmachungsappell" fand am Abend des letzten Tags einer Krankschreibung statt. Zu diesem Zeitpunkt sei die Arbeitsunfähigkeit bereits beendet gewesen, so das LAG. Der Arbeitnehmer sei an diesem Abend auch nicht zur Arbeit verpflichtet gewesen. Eine abendliche Veranstaltung habe das Attest damit von vornherein nicht erschüttern können. So jedenfalls bei einem Atemwegsinfekt.

Der "Generalkorpsappell" in voller Montur fiel allerdings auf einen Donnerstagabend, und damit in den Krankheitszeitraum. Das erschüttere das Attest dann doch, so das LAG. In der Folge hätte es nun wieder am Arbeitnehmer gelegen, die eigene Arbeitsunfähigkeit in dem jeweiligen Zeitraum vorzutragen. Er müsse also immerhin Hinweise zu den Fragen liefern, welche Krankheiten vorgelegt haben und wie diese seine Gesundheit beeinträchtigt hätten. Ferner, welche Verhaltensmaßregeln der Arzt vorgegeben habe und welche Medikamente verordnet worden seien. Gegebenenfalls müsse er dafür den Arzt auch von seiner Schweigepflicht entbinden.

Der Arbeitnehmer hatte dem LAG erklärt, dass es sich bei den Appellen nicht um Karnevalsveranstaltungen im eigentlichen Sinne gehandelt habe, sondern eher um organisatorische Veranstaltungen – ähnlich einer Mitgliederversammlung in einem Verein. Er sei außerdem nur für anderthalb bis zwei Stunden anwesend gewesen, um seine Belastungsfähigkeit zu testen. Nach einer Stunde habe er sich abholen lassen, um eine Neuerkrankung zu vermeiden. Es mache für ihn einen Unterschied, ob man für bis zu zwei Stunden an einer organisatorischen Veranstaltung teilnehme oder für sieben bis acht Stunden konzentriert am Arbeitsplatz sei. Auch seinen Arzt hatte er von der Schweigepflicht entbunden. Dieser hatte dem Gericht mitgeteilt, dass der Atemwegsinfekt schon weitestgehend abgeklungen und durch die Teilnahme nicht verschlimmert worden war.

Diese Auskünfte genügten der Kammer. In der Folge wäre es daher wieder Sache des Arbeitgebers gewesen, eine Simulation darzulegen und zu beweisen. Das gelinge beispielsweise dann, wenn der Arbeitnehmer wegen eines Bandscheibenvorfalles krankgeschrieben sei, dann aber beim Tanz auf der Karnevalsbühne gesichtet werde. Stattdessen habe der Arbeitgeber aber nur die Behauptungen des Arbeitnehmers angezweifelt, ohne noch etwas Eigenes vorzutragen. Das reiche nicht aus, zumal die Grenze der Arbeitsunfähigkeit zur Arbeitsfähigkeit bei einer Erkältung fließend und subjektiv sei.

LAG Köln, Urteil vom 21.01.2025 - 7 SLa 204/24

Recht aktuell

Schweizer Bundesgericht untersagt "Veggie-Poulet"

Ein Urteil des Schweizerischen Bundesgerichts betrifft die Pflanzenfleisch-Branche. Danach sind Bezeichnungen wie "planted.chicken", "wie Poulet" oder "veganes Schwein" für pflanzliche Fleischersatzprodukte nicht mehr zulässig. Das höchste Schweizer Gericht hat am 2. Mai einer Beschwerde des Eidgenössischen Departements des Innern (EDI) stattgegeben und damit den Entscheid des Zürcher Verwaltungsgerichts aufgehoben. Das Urteil begründet das Bundesgericht mit dem Täuschungsschutz im Schweizer Lebensmittelrecht. Mit dem Begriff 'Poulet'

werde ein Geflügel bezeichnet, mithin also ein Tier, heißt es in der Medienmitteilung des Gerichts. Sowohl nach europäischem als auch nach Schweizer Recht sei "Poulet" eindeutig als Geflügel und als Fleisch definiert. Folglich dürfe der Begriff nicht für Produkte verwendet werden, die keinen Fleischanteil enthalten.

Das Bundesgericht stützt sich in seinem Urteil auf das Schweizer Bundesgesetz über Lebensmittel und Gebrauchsgegenstände, wonach sämtliche Angaben über Lebensmittel den Tatsachen entsprechen müssen. Imitationsprodukte müssen so gekennzeichnet werden, dass Konsumentinnen und Konsumenten die tatsächliche Art des Lebensmittels erkennen können, ohne es mit anderen Erzeugnissen zu verwechseln. Die ausführliche schriftliche Urteilsbegründung steht noch aus und wird zu einem späteren Zeitpunkt auf der Website des Bundesgerichts veröffentlicht.

Proteinanteil ist keine besondere Produkteigenschaft

In verschiedenen Verfahren wurde die werbliche Hervorhebung des Proteinanteils als wettbewerbswidrig beanstandet. In einem Verfahren vor dem OLG München (Urteil v. 19.12.2024, Az. 6 U 3363/23, nicht rechtskräftig) war auf dem Deckel eines als „HIGH PROTEIN“ bezeichneten Milchreises die isolierte Angabe „14G PROTEIN*“ erfolgt. Auch auf der Verpackungsseite fand sich die Angabe „14g PROTEIN pro Becher“, der Sternchenhinweis auf dem Deckel wurde allerdings nicht aufgelöst.

Der Argumentation der Klägerin folgend bewertete das Oberlandesgericht die Angabe in diese Form als unzulässig. Die Angabe des Proteingehalts habe nur innerhalb der verpflichtenden Nährwertdeklaration erfolgen dürfen. In diesem Verfahren ist die Revision beim BGH anhängig. Neben dem OLG München haben auch das OLG Stuttgart (Urteil v. 30.01.2025, Az. 2 U 145/23, nicht rechtskräftig) und das OLG Hamburg (Beschluss v. 02.08.2024, Az. 3 U 82/23, nicht rechtskräftig) vergleichbare Darstellungen als unzulässig bewertet.

Zur Werbung mit „HIGH PROTEIN“, vgl. LG München I, Urteil v. 28.07.2023, Az. 37 O 14809/22, nicht rechtskräftig sowie LG Heilbronn, Urteil v. 06.07.2023, Az. 21 O 7/23 KfH, nicht rechtskräftig.