

Stolperfallen im E-Commerce

Von Whisky-Versendern lernen und spezielle Kennzeichnungspflichten beachten / Von Torsten Hülksen

München. Dass der Online-Handel lukrativ sein kann, ist längst kein Geheimtipp mehr. Dies haben auch etliche Schwergewichte des stationären Handels erkannt und sich jüngst mit Online-Shops breiter aufgestellt. Nicht immer jedoch verläuft diese Erschließung virtueller Märkte reibungslos, wie Erfahrungen der Wettbewerbszentrale im Bereich der Getränkewirtschaft zeigen.

Glaubt man den einschlägigen Prognosen, so wird der Umsatz im Online-Warenhandel im laufenden Jahr um 17 Prozent zulegen und erstmals die 20-Mrd.-Euro-Umsatzgrenze durchbrechen. Nachdem im Oktober die Elektronikette Media-Saturn und das Warenhaus Galeria Kaufhof Webshops eröffnet haben, wird nun laut „Wirtschaftswoche“ auch die Metro-Tochter Cash & Carry mit dem Verkauf von Wein, Sekt und Champagner im Internet starten.

Nicht immer aber gelingt es Unternehmen auf Anhieb, die für die neuen Medien geltenden Regeln umzusetzen. Wer hier Fehler macht, riskiert schnell eine kostenpflichtige Abmahnung.

So wurde die Wettbewerbszentrale Ende letzten Jahres aus Kreisen der Spirituosenbranche

darauf aufmerksam gemacht, dass bei den über das Internet verkauften Single Malt Whiskys, z. B. der schottischen Destillieren Glenmorangie, Ta-



LENS JENSEN PIXELIO

Goldgelb: Die Farbe der meisten Whiskys entsteht nicht beim Destillieren oder Lagern, sondern ist Zuckerkulör zu verdanken – und der muss als Farbstoff deklariert werden.

Farbstoff“ kenntlich gemacht werden (Paragraph 9 Abs. 1 Nr. 1 ZZuLV).

Wird der Whisky in einem Onlineshop im Internet angeboten, reicht es dabei nicht aus, wenn „mit Farbstoff“ nur auf dem Etikett der Flaschen abgedruckt ist. Nach Paragraph 9 Abs. 6 Nr. 4 ZZuLV muss eine Kennzeichnung bereits bei der jeweiligen Beschreibung des angebotenen Whiskys erfolgen. Weil der Verbraucher dazu neigt, einen vermeintlich zusatzfreien Whisky als „gesünder“ oder auch „natürlicher“ vorzuziehen, muss er im Versandhandel noch vor Aufgabe seiner Bestellung aufgeklärt werden, um eine informierte Entscheidung treffen zu können (vgl. auch Oberverwaltungsgericht des Landes Nordrhein-Westfalen, Az.: 13 A 2903/05, und Sächsisches Oberverwaltungsgericht, Az.: 3 BS 333/06).

Die Beschwerden betrafen auf den Whiskyhandel spezialisierte Versandhändler. Die Überprüfung durch die Wettbewerbszentrale bestätigte die annähernd flächendeckend fehlende Kenntlichmachung des zugesetzten Zuckerkulörs. In fast allen Fällen konnte der Wettbewerbsverstoß durch Abgabe einer Unterlassungserklärung abgestellt werden, in der sich die abgemahnten Whiskyhändler strafbewehrt für den Fall der Zuwiderhandlung dazu verpflichteten, in ihren On-

lineshops im Internet Whisky, der Zuckerkulör enthält, künftig mit dem Hinweis „mit Farbstoff“ zu kennzeichnen.

Bei einer zeitlich versetzten nochmaligen Überprüfung konnte die Wettbewerbszentrale jetzt feststellen, dass in den einschlägigen Onlineshops im Internet zuckerkulörhaltiger Whisky mit dem Hinweis „mit Farbstoff“ so gekennzeichnet ist, wie es die gesetzlichen Bestimmungen verlangen. Erfreulich ist, dass dies nicht nur bei den abgemahnten Whiskymarken der Fall ist. Die Händler haben die gesetzlichen Bestimmungen auch bei den anderen Whiskys, die Zuckerkulör enthalten, umgesetzt.

Dies zeigt, dass das nationale System der wettbewerbsrechtlichen Rechtsverfolgung äußerst effizient ist. Im Rahmen der Selbstkontrolle wird der Wirtschaft eine kostengünstige Möglichkeit gegeben, die Einhaltung von gesetzlichen Vorschriften, die alle Konkurrenten am Markt betreffen, durchzusetzen. Auch dem Verbraucherschutz ist gedient, weil relativ schnell durchgesetzt werden konnte, dass der Verbraucher die Informationen erhält, die ihm das Rechtssystem einräumt.

Iz 46-11

„Die Händler haben die gesetzlichen Bestimmungen auch bei anderen Whiskys umgesetzt“

lisker und Dalwhinnie, in aller Regel nicht gekennzeichnet wird, dass dem Whisky Zuckerkulör zugesetzt ist, das ihm seine goldgelbe/goldbraune Farbe verleiht. Zuckerkulör ist ein Farbstoff, der im Sinne von Paragraph 3 der Verordnung über die Zulassung von Zusatzstoffen zu Lebensmitteln zu technologischen Zwecken (Zusatzstoff-Zulassungsverordnung – ZZuLV) dazu dient, den Whisky zu färben. Der Zusatz eines Farbstoffes muss, wenn ein Lebensmittel auch an Verbraucher abgegeben wird, durch den Hinweis „mit



Torsten Hülksen ist Rechtsanwalt im Büro der Wettbewerbszentrale in München und berät Brauereien und Getränkewirtschaft.