

# OLG Köln: Fehlende Hinweise nach VerpackG sind wettbewerbswidrig

Seit dem 1.1.2019 gilt das neue Verpackungsgesetz (VerpackG). Nach § 32 VerpackG müssen bei Getränkeverpackungen bestimmte Hinweise erfolgen. Das OLG Köln (Hinweisbeschl. v. 9.4.2020 – 6 U 292/19) stellte nun fest, dass es sich hierbei um eine Marktverhaltensregelung handelt und Verstöße abgemahnt werden können.

Im entschiedenen Fall ging es zwar um die Kennzeichnung im stationären Handel, eine entsprechende Pflicht gilt nach § 32 Abs. 3 VerpackG jedoch ebenfalls für den Versandhandel. Die Klägerin, ein Wettbewerbsverein, hatte bei einem Testkauf in einem Münchener Supermarkt festgestellt, dass die Beklagte Einweggetränkeverpackungen ohne den Hinweis „EINWEG“ zum Kauf angeboten hatte. Die Klägerin sah hierin einen Verstoß gegen § 32 VerpackG und mahnte die Beklagte ab. Sie gab jedoch weder die geforderte Unterlassungserklärung ab noch zahlte sie die Abmahnkosten. Die Beklagte vertrat die Ansicht, dass es sich bei der Regelung des § 32 VerpackG weder um eine Marktverhaltensregelung handle, noch dass sie hiergegen verstoßen habe.

Das OLG Köln entschied, dass die Klage unbegründet sei, stellte jedoch wie das LG Köln in erster Instanz fest, dass es sich bei der Regelung des § 32 VerpackG um eine Marktverhaltensregelung handle.

## Rechtlicher Hintergrund

Für Letztvertreiber von mit Getränken gefüllten Einweg- und Mehrwegverpackungen sieht § 32 Abs. 1 und 2 VerpackG bestimmte Kennzeichnungspflichten vor:

*(1) Letztvertreiber von mit Getränken befüllten Einweggetränkeverpackungen, die gemäß § 31 Absatz 1 Satz 1 der Pfandpflicht unterliegen, sind verpflichtet, die Endverbraucher in der Verkaufsstelle durch deutlich sicht- und lesbare, in unmittelbarer Nähe zu den Einweggetränkeverpackungen befindliche Informationstafeln oder -schilder mit dem Schriftzeichen „EINWEG“ darauf hinzuweisen, dass diese Verpackungen nach der Rückgabe nicht wiederverwendet werden.*

*(2) Letztvertreiber von mit Getränken befüllten Mehrweggetränkeverpackungen sind verpflichtet, die Endverbraucher in der Verkaufsstelle durch deutlich sicht- und lesbare, in unmittelbarer Nähe zu den Mehrweggetränkeverpackungen befindliche Informationstafeln oder -schilder mit dem Schriftzeichen „MEHRWEG“ auf die Wiederverwendbarkeit dieser Verpackungen hinzuweisen. Satz 1 gilt nicht für Mehrweggetränkeverpackungen, deren Füllvolumen mehr als 3,0 Liter beträgt oder die eines der in § 31 Absatz 4 Nummer 7 aufgeführten Getränke enthalten.*

Nach § 32 Abs. 3 VerpackG gelten diese Pflichten entsprechend im Versandhandel. Diese Hinweise müssen den jeweils verwendeten Darstellungsmedien entsprechend erteilt werden.

## Hinweispflicht dient dem Verbraucherschutz

Das OLG Köln stellte fest, dass es sich bei § 32 VerpackG um ein Verbraucherschutzgesetz handle. Ob eine Vorschrift dem Verbraucherschutz diene, müsse durch Auslegung ermittelt werden.

*Der Verbraucherschutz braucht nicht der alleinige Zweck zu sein, er darf aber hinter anderen Zwecken nicht völlig zurücktreten. Erst recht genügt es nicht, dass die Vorschrift lediglich (auch) verbraucherschützende Wirkung zeitigt (Köhler in: K/B/F, UWG, 38. Aufl. § 2 UKlaG Rn. 2 mwN). Die Vorschrift muss den Zweck haben, Personen in ihrer Eigenschaft als Verbraucher iSd § 2 Abs. 2 UWG iVm § 13 BGB zu schützen. Dazu gehören etwa solche Vorschriften, die im vertraglichen Bereich insbesondere durch Aufstellung von Informationspflichten den Schutz von Verbrauchern bezwecken (s. Köhler, aaO) sowie alle Vorschriften, die Verhaltenspflichten des Unternehmers gegenüber Verbraucher begründen*

und deren Verletzung Kollektivinteressen der Verbraucher beeinträchtigen (s. Köhler, aaO, Rn. 30).

## Ziel der Vorschrift ist Aufklärung der Verbraucher

Die Vorschrift regle ausdrücklich die Kennzeichnungspflicht des Handels gegenüber Verbrauchern, um diese über die Art der angebotenen Verpackung zu informieren. Die Information der Verbraucher sei ein erklärtes Ziel des § 32 VerpackG. Hierdurch sollen sie zum Erwerb von Mehrwegverpackungen bewegt werden.

*Auch wenn letztlich die Information des Verbrauchers bewirken soll, dass dieser vermehrt Mehrweggebilde erwirbt und damit ein Verhalten bezweckt wird, das wiederum der Vermeidung von Verpackungsmüll dient, will die Vorschrift selbst Transparenz für den Verbraucher im Rahmen seiner Kaufentscheidung erreichen. Nach der Gesetzesbegründung zu § 32 VerpackG wird u.a. darauf abgestellt, dass eine Studie der bifa Umweltinstitut GmbH gezeigt habe, dass Verbraucherinnen und Verbrauchern, die sich beim Einkauf bewusst für eine Mehrweggetränkeverpackung entscheiden wollen, die Unterscheidung zwischen Mehrweg- und Einweggetränkeverpackungen durch die Kennzeichnungs- und Gestaltungspraxis von Abfüllern und Handel unnötig erschwert werde. Weiter heißt es: „Die Einführung einer Pflicht zu klaren und eindeutigen Informationen am Verkaufsort wird mithin in jedem Fall als eine geeignete, ggf. komplementäre Maßnahme angesehen, um den oben angesprochenen Irritationen zu begegnen, bessere Transparenz zu schaffen und es den Verbraucherinnen und Verbrauchern zu erleichtern, sich bewusst für eine Getränkeverpackung zu entscheiden, die ihren ökologischen Ansprüchen genügt (BT-Drs. 18/1124, 133). Danach ist die Aufklärung des Verbrauchers nicht nur Reflex oder Wirkung, sondern erklärtes Ziel des § 32 VerpackG.*

## Klage war dennoch unbegründet

In dem betreffenden Supermarkt war das Preisschild einer Sorte von Getränkedosen nicht entsprechend gekennzeichnet. Unmittelbar links und rechts befanden sich weitere Sorten derselben Getränkemarken in denselben Verpackungen, deren Preisschilder alle den Aufdruck „EINWEG“ trugen. Die von § 32 Abs. 1 VerpackG geforderte unmittelbare Nähe sei damit trotzdem erfüllt worden, so das OLG Köln.

*Die entsprechenden Preisschilder für die anderen Sorten weisen alle den Aufdruck „EINWEG“ auf. Diese Preisschilder mit dem Aufdruck sind auch für den Verbraucher, der die nicht gekennzeichnete Sorte erwerben will, deutlich sicht- und lesbar und befinden sich in unmittelbarer Nähe zu der nicht gekennzeichneten Getränkedose. Im vorliegenden Fall, in dem für jedermann erkennbar ist, dass es sich bei allen Sorten um dieselbe Verpackungsart handelt, sind die Anforderungen des § 32 Abs. 1 VerpackG erfüllt, indem bei allen anderen in unmittelbarer Nähe zur streitgegenständlichen Dosenreihe aufgestellten Dosen der Hinweis vorhanden ist. Nach dem Wortlaut des § 32 Abs. 1 VerpackG hätte etwa eine einheitliche Tafel über allen Dosen bereits ausreichend sein dürfen.*

## Fazit

Die Pflicht, Getränkeverpackungen mit den entsprechenden Hinweisen „EINWEG“ und „MEHRWEG“ zu kennzeichnen, gilt auch im Online-Handel. Auch hier müssen entsprechende Hinweise deutlich sicht- und lesbar in unmittelbarer Nähe erfolgen. Hierbei handelt es sich um eine Marktverhaltensregelung, wie das OLG Köln festgestellt hat. Verstöße hiergegen können abgemahnt werden.