

NRW beschließt Kontrollbarometer

Düsseldorf. Lebensmittelbetriebe in Nordrhein-Westfalen sollen künftig über die Ergebnisse der amtlichen Kontrolluntersuchungen informieren. Das Landeskabinett hat einen entsprechenden Gesetzesentwurf von Verbraucherminister Johannes Remmel gebilligt. Nach einer Übergangsfrist von 36 Monaten sollen Kunden von Cafés, Bäckereien, Restaurants und Lebensmittelmärkten anhand des neuen Transparenz-Systems in Ampelfarben sehen können, wie die letzten amtlichen Betriebskontrollen ausgefallen sind. *lz 36-16*

Kein Interesse am Kleingedruckten

Berlin. Nur jeder fünfte Verbraucher schaut beim Kauf penibel darauf, welche Inhaltsstoffe die Lebensmittel enthalten. Und nur jeder Dritte will genau wissen, welche Zutaten enthalten sind. Auch künstlichen Zusätzen, mit E-Nummern deklariert, stehen die Deutschen (52 Prozent) weniger kritisch gegenüber als der Durchschnittseuropäer (60 Prozent). Dies belegt eine aktuelle Nielsen-Studie. Die Erhebung bei 30 000 Konsumenten in 61 Ländern zeige, „dass das Vertrauen in die Lebensmittelindustrie hoch ist – besonders in Deutschland“, so Nielsen-Deutschlandchef Ingo Schier. *lz 36-16*

Grüne setzen auf regionale Erzeugung

Berlin. In der Debatte um die Neuausrichtung der Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP) werben die Bündnis/Grüne Fachpolitiker Robert Habeck, Agrarminister in Schleswig-Holstein und Martin Häusling, agrarpolitischer Sprecher der Grünen im Europaparlament, für eine nachhaltige und tiergerechte Landwirtschaft mit dem Fokus auf lokaler Verarbeitung. GAP-Gelder dürften nur noch für Leistungen bei Umwelt-, Klima-, Gewässer- oder Tierschutz und in der ländlichen Wertschöpfung bezahlt werden. *pk/lz 36-16*

DFB diktierte de Maizière Gefälligkeitschreiben

Bundesinnenminister schaltete sich trotz interner Bedenken in Markenstreit zwischen Fußballverband und Real ein

München. Der Deutsche Fußball-Bund (DFB) kämpft um möglichst weitreichende Nutzungsrechte für sein Adler-Logo. Im Markenrechtsstreit mit der SB-Warenhauskette Real bat der Verband sogar den Innenminister um Beistand – zunächst mit Erfolg.

Vordergründig geht es am 29. September vor dem Oberlandesgericht München abermals um die Frage, ob Real Auto-Fußmatten und T-Shirts mit einem Adler-Logo vertreiben durfte oder ob der Adler Markenrechte des DFB verletzt. Die Adler-Frage beschäftigte bereits das Landgericht München, vor dem Real in erster Instanz teilweise Recht erhielt (*lz 44-15*). Und sie beschäftigt das Bundespatentgericht und das Europäische Amt für geistiges Eigentum (EUIPO), denen Anträge auf Löschung der DFB-Marke vorliegen.

Damit aber nicht genug: Was im WM-Jahr 2014 als Rechtsstreit um eine Werbekampagne der SB-Warenhauskette (siehe Foto) begann, hat sich zu einer Auseinandersetzung entwickelt, die das Zeug zur Staatsaffäre besitzt.

Wie aus Akten des Bundesinnenministeriums (BMI) hervorgeht, die der Redaktion vorliegen, sprang Innenminister Thomas de Maizière (CDU) dem Fußballverband in dem Markenstreit bei, obwohl seine Beamten dringlich vor einer Parteinahme warnten: „Die Abgabe einer solchen Erklärung kommt nicht in Betracht. Sie ist angesichts des Markenrechtsverfahrens

weder opportun, noch wäre das BMI die zuständige Behörde“, schreibt das Referat für „Angelegenheiten des Staats- und Verfassungsrechts“ in einer internen E-Mail. Ob der DFB den Adler als Marke nutzen dürfe, müsse das zuständige Markenamt entscheiden.

Zuvor hatte der DFB um eine Bestätigung gebeten, dass das Ministerium keine Einwände gegen die Nutzung des Adlersymbols durch den Verband hegt. „Die Erklärung könnte als einseitige Positionierung und Beeinflussungsversuch eines behördlichen Verfahrens durch BMI verstanden wer-



den“, warnten jedoch die Beamten.

In einem Telefonat wies de Maizière das erneut vorgetragene Ansinnen des inzwischen zurückgetretenen DFB-Präsidenten Wolfgang Niersbach denn auch zurück, wie aus den Akten hervorgeht. Erst nach einem offiziellen Bittschreiben des Verbandschefs an den „Lieben Thomas“ (siehe Bild) bestätigte der Innenminister im November 2014 schließlich doch schriftlich, dass es sich nach Auffassung des Ministeriums beim DFB-Adler nicht um eine Nachahmung des Bundesadlers handele (*lz 25-16*).

Wie es zu dem Sinneswandel kam, geht aus den Akten, die beim EUIPO einsehbar sind, nicht hervor. „Zu Einzelheiten der internen Meinungsbildung nimmt das BMI grundsätzlich nicht Stellung“, teilt ein Sprecher des Ministeriums auf LZ-Anfrage mit. Da den DFB-Anwälten das Schreiben des Ministers „aus markenrechtlicher Sicht unzureichend“ erschien, stimmte das Innenministerium im Nachgang sogar neue „Textvorschläge“ mit der DFB-Kanzlei ab, bis im Dezember 2014 schließlich eine Formu-

lierung gefunden war. Die Beamten wollten eine explizite Einverständniserklärung zur Nutzung des Adlersymbols nicht erteilen, wie in einer internen E-Mail festgehalten wurde.

Welche weitreichenden Konsequenzen es hätte, wenn der Fußballverband das erst 2013 eingetragene Adlersymbol als Markenzeichen nutzen dürfte, erläutert Paul Lange von der Kanzlei Siebecke Lange Wilbert, die Real in dem Rechtsstreit vertritt: „Der DFB dürfte, was keinem anderen Sportverband und keiner privaten Vereinigung gestattet ist, ein hoheitliches Symbol für sein Merchandising monopolisieren“, so der Markenrechtsexperte. „Da die Schutzrechte vom Verband für alle erdenklichen Nizzaklassen eingetragen wurden, könnte der DFB von Bleichmittel über Möbel bis hin zur Zahnpastatabe Produkte mit Adlersymbol bedrucken und verkaufen.“ Weil der Bundesadler aber ein nationales Identifikationssymbol für alle Deutschen sei, könne dies nicht zulässig sein, meint Lange. „Hoheitszeichen sind nicht als Marke eintragungsfähig. Sie sollen nicht kommerziell genutzt werden“, erläutert der Rechtsanwalt.

Über den Löschungsantrag von Real in Bezug auf die Gemeinschaftsmarke wird das europäische Markenamt EUIPO vermutlich noch in diesem

Jahr entscheiden. Eine Entscheidung des Deutschen Patentgerichts über die deutsche Marke ist noch nicht absehbar. Das Deutsche Markenamt hatte das DFB-Adlersymbol im November 2015 unter Hinweis auf das Schreiben des Innenministers bestätigt.

Der Rechtsprofessor Bodo Pieroth kommt in einem Gutachten für die Real-Anwälte jedoch zu dem Ergebnis, dass der Brief des Bundesinnenministers keine Zustimmung zum Gebrauch des Bundesadlers beinhalten kann. Es sei allenfalls als Gefälligkeitsverwaltungsakt zu werten und daher nichtig, so der renommierte Staatsrechtler.

„Wir wollten uns nicht mit dem DFB streiten“, sagt Christian Weber im Gespräch mit der LZ. „Uns ging es damals lediglich darum, unsere Werbekampagne zur WM zu schützen“, erinnert sich der Leiter der Real-Rechtsabteilung. Auch er staunt, welche Kreise der Streit inzwischen zieht. „Wir wollten dem DFB nie seine Marken streitig machen“, betont Weber.

Mit seiner exzessiven Vermarktungsstrategie bringt der Fußballverband mittlerweile auch die Bundesligavereine gegen sich auf. Im Fall des Adler-Symbols hat er nun vielleicht ein Eigentor geschossen. Wird die Marke gelöscht, bleibt dem DFB nur noch ein Marketingobjekt: Die Mannschaft. *be/lz 36-16*

Unsportliche Amtshilfe:

Auf Bitten des ehemaligen DFB-Präsidenten Wolfgang Niersbach bezog Innenminister de Maizière Stellung im Rechtsstreit zwischen DFB und Real.

„Der DFB dürfte, was keinem anderen Sportverband gestattet ist – ein hoheitliches Symbol für sein Merchandising monopolisieren.“

Prof. Dr. Paul Lange, Kanzlei Siebecke Lange Wilbert

Lebensmittel Zeitung

HIER SIND SIE RICHTIG.
IN DEN FACH- UND
SONDERTHEMEN 2016

THEMEN	NR	ET	AS
Stüßwaren II	38	23.09.	13.09.
Molkereiprodukte II	39	30.09.	20.09.
Spirituosen	40	07.10.	26.09.
Kaffee und Tee	41	14.10.	04.10.
Fleisch- und Wurstwaren II/Geflügel	42	21.10.	11.10.
Sonderthema Supertrends	43	28.10.	26.09.
Wein, Sekt und Champagner	45	11.11.	01.11.
Vegan und Vegetarisch II	46	18.11.	08.11.
Convenience und Chilled Food	47	25.11.	15.11.
Kosmetik und Körperpflege II	48	02.12.	22.11.
Babyprodukte II	49	09.12.	29.11.

JETZT
BUCHEN!

Verlagskontakt:
Ute Keller, Sales Manager
Telefon: 069 7595-1764, E-Mail: keller.u@lebensmittelzeitung.net

dfv Mediengruppe