

ZfMR

Zeitschrift für das gesamte Lebensmittelrecht

13. Oktober 2016

43. Jahrgang

Seiten 569–746

Inhalt

Editorial

- Watkins, Dominic*
Food law in a post-Brexit world 569

Abhandlungen

- Streinz, Rudolf*
Lebensmittelrecht als interdisziplinäre und Intra-
disziplinäre Wissenschaft 572

- Schroeder, Werner*
CETA, TTIP und Lebensmittelstandards 582

- Holle, Martin*
Rechtliche Rahmenbedingungen für den Einsatz des
Nudging als staatliches Steuerungsinstrument 596

- Bachmayer, Peter*
Die Rolle des Europäischen Amtes für Betrugsverfol-
gung (OLAF) im Kampf gegen Lebensmittelbetrug 624

Rechtsprechung

- Gerichtshof der Europäischen Union, Urteil vom
4.5.2016 – C-547/14 – „Philip Morris Brands u.a.“ –
Art. 7, Art. 18, Art. 8 Abs. 3, Art. 9 Abs. 3, Art. 10
Abs. 1 Buchst. a, c und g, Art. 13, Art. 14 und Art. 24
Abs. 2 und 3 Richtlinie 2014/40/EU; Art. 114 AEUV;
Art. 11 Charta der Grundrechte der Europäischen
Union – Die Mitgliedstaaten können Anforderungen
für Verpackungen von Tabakerzeugnissen beibehal-
ten oder einführen, soweit keine Harmonisierung er-
folgt ist – Durch Art. 13 Abs. 1 Richtlinie 2014/40
verbotene Kennzeichnungsangaben sind auch dann
verboten, wenn diese inhaltlich zutreffend sind – Die
Gültigkeit von Art. 7, Art. 18 und Art. 24 Abs. 2 und
3 sowie der Bestimmungen von Titel II Kapitel II der
Richtlinie 2014/40 steht nicht in Zweifel 643

- Dalby, Jakob*
Achtung – Regulierung kann ihren Binnenmarkt
schädigen: Die Rechtsprechung des EuGH zur Ta-
bakprodukttrichtlinie auf dem Prüfstand 690

- Bundesgerichtshof, Urteil vom 31.3.2016 – I ZR 86/
13 – „Himalaya Salz“ – § 126, § 127 Abs. 1 MarkenG;
Erwägungsgrund 8 und Art. 2 Abs. 1 Buchst. b Ver-
ordnung (EG) Nr. 510/2006 – Die in § 126 ff. Mar-
kenG enthaltenen Regelungen entfalten einen kenn-
zeichenrechtlich begründeten Schutz – § 127 Abs. 1
MarkenG ist so auszulegen, dass bei der Beurteilung
der Irreführung über die geografische Herkunft ei-
nes Produkte besondere Qualitätsvorstellungen un-
berücksichtigt bleiben – Online-Händler kann als
Täter verantwortlich sein, auch wenn er Produkt-
präsentation eines Dritten verwendet 699

- Kiontke, Andreas*
Rechtsnatur und unionsrechtskonforme Auslegung
der Vorschriften zum Schutz geographischer Her-
kunftsangaben nach §§ 126 ff. MarkenG 710

- Hanseatisches Oberlandesgericht Hamburg, Urteil
vom 25.2.2016 – 3 U 214/14 – „Walnusstraum“ – § 3
Abs. 1, § 4 Nr. 11, § 8 Abs. 1 UWG 2008; § 11 Abs. 1
S. 1 LFGB a. F. – Verbrauchererwartung bei der Be-
zeichnung „Walnusstraum“ für einen Käse – Abbil-
dungen von Walnüssen lediglich Hinweis auf Ge-
schmacksrichtung – Verbraucher erkennt anhand
sichtbaren Anschnitts eines Käses das Fehlen von
Walnüssen trotz der Bezeichnung „Walnusstraum“
und der Abbildung von Walnüssen auf dem Etikett .. 715

- Hagenmeyer, Moritz*
Es ist nicht alles Gold, was glänzt 724

Stellungnahmen und Berichte

- Meisterernst, Andreas*
Anmerkungen zu Behringer, Mändli, Martell, Wal-
lau: Food Compliance – Lebensmittelunternehmen
rechtskonform gestalten und führen – Ein Leitfaden 727

- Morstadt, Till/Frank-Fahle, Constantin*
Rahmenbedingungen für Investitionen in der thai-
ländischen Agrar-, Nahrungsmittel- und Verpa-
ckungsindustrie 729

- Die Autoren 745