rundy
Titelschutz
JOURNAL
Österreichs Spezial-Medium für Titelschutz
– ZEITUNG – ZEITSCHRIFT – BUCH – HÖRFUNK – TV – FILM – TONTRÄGER – SPIELE – SOFTWARE –
NR. 10 • 18.9.2025

BVerwG zu Herbaria-Getränk: Kein EU-Bio-Siegel für "Blutquick"

(...) Ein Bio-Getränk darf nicht mit dem EU-Bio-Siegel oder dem deutschen Bio-Siegel verkauft werden, wenn ihm Vitamine und Mineralstoffe nicht pflanzlichen Ursprungs zugesetzt wurden. Das Bundesverwaltungsgericht entschied, dass in einem solchen Fall auch Hinweise in der Zutatenliste auf ökologischen Landbau unzulässig sind. Betroffen ist der bayerische Hersteller Herbaria Kräuterparadies GmbH, der das bekannte Produkt "Blutquick" seit Jahren als Bio vermarkten wollte. Der über 13 Jahre andauernde Rechtsstreit endete nun endgültig vor dem BVerwG (BVerwG, Urt. v. 4.9.2025, Az. 3 C 13.24).

Herbaria verliert Rechtsstreit um Bio-Kennzeichnung

Im Zentrum des Streits stand das Nahrungsergänzungsmittel "Blutquick". Herbaria stellt es aus biologisch erzeugten Fruchtsäften und Kräuterauszügen her. Zugesetzt werden aber auch Vitamine und Eisenverbindungen, die nicht pflanzlichen Ursprungs sind. Das Unternehmen nutzte für die Vermarktung das EU-Bio-Siegel und wies auf Zutaten aus ökologischem Landbau hin.

Die Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft untersagte diese Kennzeichnung bereits im Jahr 2012. Sie begründete dies mit der damals geltenden EG-Öko-Verordnung, die den Zusatz von Vitaminen und Mineralstoffen nur dann erlaubte, wenn dies gesetzlich vorgeschrieben war. Da dies auf "Blutquick" nicht zutraf, durfte das Getränk nicht mehr als Bio vermarktet werden.

Herbaria klagte gegen diese Entscheidung. Doch sowohl das Verwaltungsgericht München (Urt. v. 17.2.2016, Az. M 18 K 14.5345) als auch der Verwaltungsgerichtshof München (Urt. v. 29.7.2021, Az. 20 BV 16.1456) stellten sich auf die Seite der Behörde. Schließlich landete der Fall beim BVerwG.

Strenge Regeln für das EU-Bio-Siegel

Das BVerwG stellte nun klar, dass die EU-Öko-Verordnung 2018/848 nur solchen Produkten das EU-Bio-Siegel erlaube, die vollständig den europäischen Vorgaben entsprechen. Vitamine und Mineralstoffe nicht pflanzlichen Ursprungs dürften nur zugesetzt werden, wenn eine gesetzliche Verpflichtung bestehe. Im Fall von "Blutquick" sei das nicht gegeben gewesen.

Auch der Hinweis in der Zutatenliste auf die biologische Produktion einzelner Zutaten sei unzulässig. Verbraucher müssten darauf vertrauen können, dass das EU-Bio-Siegel ein Lebensmittel ausweise, das in allen Punkten den Regeln entspreche. Schon kleine Abweichungen würden das Vertrauen in die Bio-Kennzeichnung gefährden.

Herbaria hatte argumentiert, dass das Unternehmen gegenüber US-Herstellern benachteiligt werde. Dort sei es möglich, vergleichbare Produkte unter der Bezeichnung "organic" zu vertreiben und auch in die EU einzuführen. Doch das BVerwG folgte dieser Argumentation nicht. Es verwies auf eine Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs, wonach auch aus den USA eingeführte Lebensmittel das EU-Bio-Siegel nicht tragen dürften, wenn sie die strengen ... **>>> S. 2**

Die nächste Ausgabe erscheint am 16. Oktober 2025.

Ihr Titelschutz-Journal-Team

Tel.: +49 6021-58 388 18 • **Fax:** +49 6021-58 388 22 • **eMail:** titelschutz@rundy.at • **Internet:** www.titelschutzjournal.at

Alle 5 Titel auf einen Blick

Der nächste Hafen

Der nächste Hafen ist deiner

Essen gegen das Vergessen

Next Port

The Next Port

Unter Hinweis auf § 80 UrhG, § 9 UWG (Österreich) sowie § 5 Abs. 3 MarkenG (Deutschland) nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

The Next Port

Next Port

Der nächste Hafen

Der nächste Hafen ist deiner

für Filmwerke, audiovisuelle Produktionen, YouTube- und Streaming-Formate, TV-Formate, Podcasts, Social-Media-Content sowie Merchandising-Produkte (insbesondere Bekleidung und Accessoires) in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Marsen & Partner GmbH,
Markt 23,
D - 26122 Oldenburg

FORTSETZUNG VON SEITE 1

>>> ... europäischen Vorgaben nicht erfüllten (EuGH, Urt. v. 4.10.2024, Az. C-240/23).
Damit war auch das letzte Argument von Herbaria entkräftet. Schon zuvor hatte der EuGH mit einem Beschluss aus dem Dezember 2022 (Beschl. v. 9.12.2022, Az. 3 C 13.21) auf ein Vorabentscheidungsersuchen des BVerwG hin klargestellt, dass das EU-Bio-Siegel nicht auf Produkten erscheinen dürfe, die Vitamine oder Mineralstoffe enthalten, die nach EU-Recht nicht zulässig sind.

Bio-Logos aus Drittländern bleiben erlaubt

Besonders interessant ist der Hinweis des EuGH, dass zwar Drittland-Logos wie "organic" aus den USA oder vergleichbare Siegel aus anderen Staaten weiterhin verwendet werden dürfen, wenn die Produkte die Standards des jeweiligen Landes erfüllen. Das EU-Bio-Siegel hingegen dürfe nicht verwendet werden, wenn das Produkt nicht vollständig den EU-Vorschriften entspreche. Damit stellt die EU klar, dass ihr eigenes Siegel ein besonders hohes Schutzniveau signalisiert.
Die Richter verwiesen zudem auf die Zielsetzung der EU-Öko-Verordnung. Sie solle nicht nur für Transparenz und fairen Wettbewerb sorgen, sondern vor allem auch Verbraucher schützen. Ein EU-Bio-Logo auf einem Produkt, das die strengen europäischen Regeln nicht erfülle, könne nach Ansicht der Gerichte eine Irreführung darstellen.
Für "Blutquick" bedeutet das, dass es weder mit dem EU-Bio-Siegel noch mit dem deutschen Bio-Siegel verkauft werden darf. Auch Hinweise auf die biologische Erzeugung einzelner Zutaten sind untersagt. Das Getränk kann daher nur noch ohne Bio-Bezug vermarktet werden. (...)
• **www.wbs.legal**

Unter Hinweis auf § 80 UrhG, § 9 UWG (Österreich) sowie § 5 Abs. 3 MarkenG (Deutschland) nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Essen gegen das Vergessen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen sowie für eventuelle Untertitel und Varianten. Der Schutz gilt für die Verwendung als Buchtitel (Print und eBook), begleitende Online-Publikationen und ggf. Veranstaltungen.

Christin Brockmann,
Jakob-Kaiser-Straße 7,
D - 36037 Fulda

Irreführende Werbung: Schufa-BonitätsCheck bei Immobilienscout24

Wer bei der Wohnungssuche auf Immobilienportalen unterwegs ist, muss nicht gleich tief in die Tasche greifen. Das LG Berlin hat ImmobilienScout24 untersagt, für einen kostenpflichtigen SCHUFA-BonitätsCheck mit falschen Versprechen zu werben. Außerdem darf das Unternehmen personenbezogene Daten aus einer digitalen Selbstauskunft nicht ohne Rechtsgrundlage verarbeiten. Damit sollen Wohnungssuchende besser vor überzogenen Anforderungen und unzulässiger Datenerhebung geschützt werden.

Das Landgericht Berlin hat ImmobilienScout24 untersagt, irreführend für den kostenpflichtigen SCHUFA-BonitätsCheck zu werben und personenbezogene Daten aus einer digitalen Selbstauskunft ohne rechtliche Grundlage zu verarbeiten. Nach Auffassung des Gerichts wurden Wohnungssuchende mit unzutreffenden Aussagen zu einem entgeltlichen Zusatzprodukt gedrängt und zugleich ohne wirksame Einwilligung zur Preisgabe sensibler Daten veranlasst. Damit wurde der Klage des Verbraucherzentrale Bundesverbands stattgegeben. Gegen das Urteil wurde Berufung eingelegt. Es ist daher noch nicht rechtskräftig (LG Berlin, Urteil vom 19.6.2025, Az. 52 O 65/23).

SCHUFA-BonitätsCheck bei Immobilienscout24

ImmobilienScout24 hatte auf seiner Plattform den sogenannten SCHUFA-BonitätsCheck für 29,95 Euro im Angebot. Die Werbung vermittelte den Eindruck, Vermieter würden immer häufiger bereits bei der Wohnungsbesichtigung auf die Vorlage einer Bonitätsauskunft bestehen. In den Texten hieß es unter anderem, dass Mietinteressenten ihre Zuverlässigkeit einfach bei ImmobilienScout24 nachweisen könnten. Zusätzlich wurde die Situation mit einem Bewerbungsgespräch verglichen, bei dem Bewerber eine Mappe mit allen wichtigen Unterlagen mitbringen sollten. Die SCHUFA-Auskunft sei ein wesentlicher Bestandteil dieser Mappe.

Für viele Wohnungssuchende entstand dadurch das Bild, dass sie ohne dieses Dokument kaum Chancen auf dem Wohnungsmarkt hätten. Besonders in Städten mit knappem Wohnraum ist der Druck hoch, möglichst alle Unterlagen schon früh vorzulegen. Rechtlich besteht jedoch kein Anspruch des Vermieters, schon bei der ersten Besichtigung eine Bonitätsauskunft zu verlangen. Zulässig ist dies nur, wenn der Mietvertrag unmittelbar vor dem Abschluss steht und die Entscheidung allein von der Zahlungsfähigkeit abhängt. Parallel dazu bot ImmobilienScout24 eine digitale Selbstauskunft an. Nutzer konnten dort persönliche Angaben wie Beschäftigungsart, Nettoeinkommen oder Rauchgewohnheiten eintragen. Diese Daten wurden in den Profilen gespeichert und sollten Vermietern zugänglich gemacht werden. ImmobilienScout24 bewarb die Funktion als sicher und datenschutzkonform. Das LG Berlin bewertete dies jedoch nun anders. Nach Auffassung des LG lag dafür keine wirksame Rechtsgrundlage vor. Insbesondere sei eine freiwillige und eindeutige Einwilligung der Verbraucher nicht erkennbar.

Irreführende Werbung und mangelnder Datenschutz

Das LG stellte klar, dass die Werbeaussagen für den BonitätsCheck irreführend seien. Der entscheidende Punkt dabei sei, dass Vermieter in einem so frühen Stadium wie der Wohnungsbesichtigung keine Bonitätsprüfung verlangen dürften. Erst wenn der Mietvertrag kurz vor dem Abschluss stehe, dürfe eine entsprechende Auskunft gefordert werden. Der auf der Plattform platzierte Hinweis, der die tatsächliche Rechtslage darstelle, sei deutlich weniger auffällig gewesen als die hervorgehobenen Werbetexte. Er sei deshalb nicht geeignet gewesen, den falschen Eindruck zu korrigieren.

Auch die Datenverarbeitung im Rahmen der Selbstauskunft bewertete das LG als unzulässig. Eine wirksame Einwilligung setze voraus, dass Nutzer ihre Entscheidung freiwillig und in Kenntnis der Folgen treffen. Bei der Wohnungssuche bestehe jedoch eine faktische Drucksituation. Viele Verbraucher sähen sich gezwungen, ihre Daten preiszugeben, um ihre Chancen zu verbessern. In einer solchen Situation könne keine Rede von einer freien Entscheidung sein. Zudem sei die Formulierung auf der Webseite missverständlich gewesen, weil sie den Eindruck erweckt habe, die Abgabe dieser Daten sei für die Nutzung zwingend erforderlich.

Folglich untersagte das LG sowohl die irreführende Werbung für den SCHUFA-BonitätsCheck als auch die Nutzung des Formulars zur Selbstauskunft. Das Urteil verdeutlicht, dass Unternehmen bei der Bewerbung von Zusatzprodukten sehr genau auf die Grenzen des Wettbewerbsrechts achten müssen. Gleichzeitig macht es deutlich, dass datenschutzrechtliche Anforderungen nicht vernachlässigt werden dürfen.

Das Verfahren ist jedoch nicht rechtskräftig. ImmobilienScout24 hat Berufung beim Kammergericht Berlin eingelegt (Kammergericht Berlin, Az. 5 U 63/25). (...)

• **www.wbs.legal**

Alles aus einer Hand

Titelschutz,
Wortmarkenrecherche,
Titelrecherche

www.titelschutzjournal.de

Titelschutz JOURNAL

IMPRESSUM | MEDIADATEN NR. 25 – GÜLTIG AB 1.1.2025

Titelschutz-Anzeige:	**Erster Titel** (ca. 85 x 40 mm) jeder **Folge-Titel**	115,-- Euro 25,-- Euro
Wiederholungs-Anzeige*:	Wiederholung der identischen Titelschutz-Anzeige nach ca. 5 Monaten zu **50% Rabatt**.	
Kombi-Anzeige Österreich + Deutschland:	**Erster Titel** (ca. 85 x 40 mm) jeder **Folge-Titel** In Deutschland erscheint das **„rundy Titelschutz-Journal“** seit 2002 mit einer eigenen Ausgabe. Infos unter: www.titelschutzjournal.de	190,-- Euro 40,-- Euro

*Auftragserteilung bei Erstbuchung. Erst- & Wiederholungsbuchungen werden gemeinsam berechnet. Rückerstattung bei nachträglichem Verzicht auf die Wiederholung ist nicht möglich.
In Österreich ist die Schaltung von Titelschutz-Anzeigen gängige Praxis, ihre Wirksamkeit wurde noch nicht höchst richterlich bestätigt.

Rabatt-Pakete*: 5 / 10 / 20 Schaltungen **10% / 20% / 30%**

*Schaltung innerhalb von 12 Monaten. Ermäßigte Anzeigen, Kombi- und Wiederholungsanzeigen zählen nicht zu den jeweiligen Rabatt-Paketen und sind nicht weiter rabattierbar. Alle Rabatte werden unterjährig gewährt. Bei Nicht-Erreichen des Volumens wird die Differenz am Ende des Rabattzeitraums verrechnet. Weitere Details zu den Rabatt-Paketen in den ausführlichen Mediadaten unter www.titelschutzjournal.at.

Werbe-Anzeigen / Beilagen: Preise & Rabatte auf Anfrage

Mehrwertsteuer / Zahlungsbedingung: Alle Preise zzgl. der jeweils gültigen MwSt.
2% Skonto bei Vorauskasse; ohne Abzug in 14 Tagen

Bezieherkreis: Medienanwälte und -Verbände, Zeitungs- und Zeitschriftenverlage, Buchverlage, Tonträger-Produzenten, Hörfunk-/TV-/Filmproduzenten, Softwareproduzenten, Hörfunk- und Fernseh-Sender, PR- und Marketingagenturen

Verlag: rundy media GmbH,
Am Glockenturm 6,
D - 63814 Mainaschaff
Bundesrepublik Deutschland
Telefon: +49 6021-58 388 18
Fax: +49 6021-58 388 22
eMail: titelschutz@rundy.at
Internet: **www.titelschutzjournal.at**

Bank: Deutsche Bank Aschaffenburg,
Kto.-Nr.: 0 24 24 20, BLZ: 795 700 24
IBAN: DE56 7957 0024 0024 2420 00
BIC (SWIFT): DEUTDEDB795

USt.-ID-Nr.: DE 169307829
Handelsregister-Nr: HRB 5818

Anzeigenschluss: Freitag vor Erscheinen; 17.00 Uhr

Anzeigen-/ Werbeleitung: **Svenja Rudorf**
Tel.: +49 6021-58 388 18
Fax: +49 6021-58 388 22
eMail: svenjarudorf@rundy.de

Heftformat: 210 mm breit x 297 mm hoch (DIN A 4)
Satzspiegel: 175 mm breit x 262 mm hoch

Druckunterlagen: Dateien auf Datenträger /
via eMail: titelschutz@rundy.at / FTP

Erscheinung: vierwöchentlich (donnerstags)

Verbreitete Auflage (inkl. E-Paper): 3.900 Exemplare

Print-Abo Österreich: 40,-- Euro pro Jahr

Print-Abo Ausland: 40,-- Euro pro Jahr
E-Paper-Abo: **Kostenlos** an nebenstehenden „Bezieherkreis“

AGB: Es gelten die „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“ der rundy media GmbH