

## **Dual Quality-Verbot auch in Rumänien anwendbar**

*von Dr. Raluca Opreșiu, LL.M. Eur. Integration, Avocat (Rechtsanwältin RO)*

Ab dem 28.05.2022 müssen Unternehmen sehr vorsichtig sein, wenn sie ähnlich verpackte und gekennzeichnete Produkte in unterschiedlichen EU-Mitgliedstaaten vermarkten. Unabhängig davon, ob sie in Rumänien oder z.B. in Deutschland durch Hersteller oder Händler angeboten werden, müssen solche Produkte dieselbe Qualität aufweisen. Abweichungen sind in klar und leicht verständlich dokumentierten Ausnahmefällen zu rechtfertigen.

Durch die rumänische Umsetzung der Omnibus-Richtlinie<sup>1</sup> per Dringlichkeitsverordnung 58/2022 soll gewährleistet werden, dass rumänische Verbraucher nicht über die Qualität der auf dem rumänischen Markt angebotenen Produkte getäuscht werden.

### **Hintergrund**

Das Verbot geht auf eine längere Diskussion aus dem Lebensmittelbereich zurück, als mittelosteuropäische Verbraucher sog. „double standards“ bei Kaffee, Schokolade, Fischstäbchen u.a. rügten. Die rumänische Verbraucherschutzbehörde bestätigte 2019 ebenfalls, dass einige auf dem lokalen Markt angebotenen Lebensmittel (z.B. Haselnussschokolade, Joghurts u.a.) von den westeuropäischen Pendanten abwichen. Selbst wenn die festgestellten Abweichungen gering waren und solche Tatbestände auch aufgrund der bisherigen Regelungen im Lebensmittelbereich (u.U. wegen Irreführung) sanktioniert werden konnten, wurde entschieden, einen einheitlichen Rahmen auf EU-Ebene für sämtliche Produkte (d.h. nicht beschränkt auf Lebensmittel) zu schaffen.

Im Grundsatz gelten unter derselben Marke und ähnlich gekennzeichnete in mehreren EU-Mitgliedstaaten vertriebene Produkte als „identisch vermarktet“. Sie müssen dieselbe Zusammensetzung und dieselben Merkmale aufweisen.

### **Praktische Auslegung der „identischen Produkte“**

Unklar ist, wann Produkte als nicht identisch eingestuft werden können, wann sie also relevante Abweichungen ggü. den durch einen Durchschnittsverbraucher zu erwartenden Standardmerkmalen aufweisen können.

Grundsätzlich führen bloße Übersetzungen der Verpackungsbeschriftung nicht zu einem unterschiedlichen Produkt; sodass die Qualität einheitlich gehalten werden muss. Wird allerdings das Produkt als „die rumänische Fassung“ angeboten, so kann die Auslegung anders ausfallen. Sofern beispielsweise auf dem rumänischen Markt rumhaltige Schokolade besonders beliebt ist, so kann durchaus vertreten werden, dass eine rumhaltige Milka-Tafel ein lokales Produkt darstellt, welches von dem üblichen Zucker-/ Kakaoanteil anderer Milka-Produkte abweichen darf.

---

<sup>1</sup> Richtlinie (EU) 2019/2161.

## Zugelassene Abweichungen

Der sanktionierte Irreführungstatbestand bezieht sich auf identische Produkte, die sich wesentlich voneinander unterscheiden.

Dieser vage Begriff der wesentlichen Abweichungen bedarf stets einer Prüfung im Einzelfall. Dabei sind legitime und objektive Faktoren zu berücksichtigen, die der rumänische Gesetzgeber aus den Erwägungsgründen der Omnibus-Richtlinie aufgreift und erweitert. Beruhen die Unterschiede auf (i) nationalen Rechtsvorschriften, (ii) der Verfügbarkeit der Ware oder Saisonabhängigkeit von Rohstoffen, (iv) freiwilligen Strategien zur Verbesserung des Zugangs zu gesunden und nährstoffreichen Lebensmitteln, sowie (v) dem Recht des Unternehmens, Produkte derselben Marke in Packungen mit unterschiedlichem Gewicht oder unterschiedlicher Füllmenge auf verschiedenen geografischen Märkten anzubieten, so sind diese nicht obligatorisch als unlauter einzustufen.

## Informationspflicht

Wichtig ist dennoch, dass die Verbraucher über die Unterschiede und die damit verbundenen legitimen und objektiven Faktoren informiert werden. Unklar ist, wie diese Aufklärungspflicht erfüllt wird, ob also eine Darstellung auf dem Etikett ausreicht oder weitere Erklärungen erforderlich sind.

## Sanktionen

Die unterlassene Aufklärung wird in Rumänien mit einer Geldbuße i.H.v. max. 100.000 RON (d.h. ca. 20.000 EUR) sanktioniert. Bei besonders gravierenden EU-weiten Verstößen kann die Sanktion im Einzelfall 4% des Jahresumsatzes des Unternehmens in den betreffenden Mitgliedstaaten, höchstens jedoch 2 Mio. EUR ausmachen. Insofern gilt es, schnellstens die in den Mitgliedstaaten vermarkteten Produkte zu prüfen und ggf. eine Rechtfertigung vorzubereiten.

## Fazit

Die neue Regelung soll einen weiteren Schutz der Verbraucher für sämtliche Produkte im Kontext des „New Deal for Consumers“ darstellen und Rechtssicherheit schaffen. Wegen der bestehenden Unklarheiten zur Auslegung der zentralen Begriffe der „identisch vermarkteten“ Produkte, welche nur in Ausnahmefällen „wesentliche Unterschiede“ aufweisen dürfen, bleibt die Diskussion noch spannend.

Vermutlich wird es die Aufgabe der Gerichte, im Einzelfall aufgrund von dokumentierten Argumenten den Interessenskonflikt zwischen der unternehmerischen Freiheit und dem Verbraucherschutz zu lösen.

## Kontakt und weitere Informationen:



**STALFORT Legal. Tax. Audit.**  
Bukarest – Bistrița – Sibiu

### Büro Sibiu:

T.: +40 – 269 – 244 996

F: +40 – 269 – 244 997

M: [sibiu@stalfort.ro](mailto:sibiu@stalfort.ro)

[www.stalfort.ro](http://www.stalfort.ro)