



## Seminarprogramm

Dienstag, 3.9.2019 · 9.00 Uhr bis 17.00 Uhr

### 09.00 Check-in mit Begrüßungskaffee

#### 09.15 Michael Weidner

##### **Sichere Gestaltung der Produktschauseite: Zutatenabbildungen, Herkunftsanspielungen, Produktnamen wie Detox, Weidemilch & Co. – Was geht?**

- Vanilleblüten, Erdbeeren und Kräuterabbildungen: Wenn Aromen den Geschmack bestimmen
- Herkunftsanspielungen: Was ist zu beachten, wenn Bayrische Flagge, Alpenpanorama oder Länderfarben die Verpackung beherrschen?
- Weidemilch, Detox und Co.: Aktuelle Trends rechtssicher verwenden
- Haferdrink, Sojajoghurt oder Cashewsahne: Welche Produktnamen von Milchersatzprodukten sind noch zulässig?

#### 10.00 Tim Christiansen

##### **Me-too-Produkte: Der schmale Grat der Nachahmung**

- Wo endet erlaubte Anlehnung? Wo beginnt unzulässige Nachahmung? Das müssen Sie beachten!
- Me-too-Urteile: Praxisbeispiele wie und warum die Gerichte entschieden haben
- Leistungsschutzrecht als Mittel gegen unerlaubte Nachahmung durch Wettbewerber

### 10.45 Kaffee- und Kommunikationspause

#### 11.15 Tim Christiansen

##### **Im Visier von Wettbewerb, Behörde und Verbraucher: Gehen Sie strategisch vor!**

- Verhalten bei Abmahnungen
- Gegenmaßnahmen wie Schutzschrift oder Gegenabmahnung
- Erweiterte Pflichten beim Rückruf. Neue Urteile des BGH
- Unterlassungserklärung oder einstweilige Verfügung: Wo liegt welches Risiko?
- Exkurs Topf Secret: Stand, Reaktionen und Zukunftsaussichten zu Portalen wie Frag-den-Staat?

### 12.00 Gemeinsames Mittagessen

#### 13.00 Michael Weidner

##### **Clean labelling: Korrekte Kennzeichnung mit „ohne“**

- „Ohne-Werbung“: Ist sie sinnvoll?
- Aussagen zu Zusatzstoffen und Aromen: So sind Sie mit „frei von“-Werbung auf der sicheren Seite
- Werbung mit Selbstverständlichkeiten
- Angriffe von Wettbewerbern und Verbraucherschützern: Wie können Sie sich schützen?
- Health und Nutrition Claims in der Werbung: Darauf müssen Sie beim Wording achten!

#### 13.45 Tim Christiansen

##### **StiWa/Ökotest – Werbung mit Testergebnissen**

- Testurteile von StiWa, Ökotest und Co. richtig einsetzen
- Werben Sie korrekt mit Siegeln von Bio, TÜV und LGA
- Werbung mit eigenen Testergebnissen: Wie sollten die Tests aufgebaut sein und auf welche weiteren Hürden müssen Sie achten, um sie werblich einzusetzen

### 14.30 Kaffee- und Kommunikationspause

#### 15.00 Tim Christiansen

##### **Digitale und analoge Stolpersteine in der Werbung**

- Social Media als Möglichkeit der Werbung – alles easy?
- Haftungsrisiken bei der Vermarktung über Online Plattformen
- Die korrekte Werbung mit Nachhaltigkeit, damit Sie keinen Shitstorm heraufbeschwören
- Influencer-Marketing – Welche Tücken gibt es und wer trägt für Verfehlungen die Verantwortung?

#### 15.45 Michael Weidner

##### **Verbesserung der Produktqualität: Wie Sie mit Frische, Natürlichkeit und Regionalität sicher werben**

- Frische, Natürlichkeit und Reinheit: Beispiele zulässiger und unzulässiger Werbung mit besonderen Eigenschaften
- Welche Angaben zu Bio sind unter welchen Voraussetzungen erlaubt? Diese Einschränkungen gibt es!
- Werbung zu Herkunft und primären Zutaten auf dem Prüfstand: Aktuelle Urteile aus der Rechtspraxis

### 16.30 Diskussion und Ausblick

### 17.00 Ende der Veranstaltung

## Ihre Referenten



**Tim Christiansen** Syndikusanwalt beim EDEKA Verband kaufmännischer Genossenschaften e.V. Er berät die EDEKA Zentrale in Hamburg und die EDEKA Regionalgesellschaften unter anderem in Fragen des gewerblichen Rechtsschutzes. Dazu gehören insbesondere Fragestellungen im Zusammenhang mit der Gestaltung der Produktverpackung und der Werbung.



**Michael Weidner** Rechtsanwalt und Partner der Kanzlei Kozianka & Weidner. Unterstützung bei der Produktentwicklung, insbesondere in Abgrenzungsfragen der Lebensmittel (Nahrungsergänzungsmittel, Lebensmittel für besondere medizinische Zwecke) von Arzneimitteln. Beratung und Prozessvertretung in Wettbewerbs-, insbesondere werberechtlichen Angelegenheiten. Mitglied im Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde (BLL) und der Deutschen Vereinigung Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht (GRUR) sowie im Rechtsausschuss des Bundesverbandes der Pharmazeutischen Industrie (BPI).

## Die Teilnehmer:

Alle, die sich mit der Aufmachung von LM-Produkten befassen, sind bei diesem Seminar genau richtig. Angesprochen sind Mitarbeiter der Lebensmittelindustrie aus den Bereichen Recht, Marketing, QM/QS und Produktentwicklung.