

Recht: News

HIMBEER-VANILLE-TEE: VERPACKUNG DARF NICHT ÜBER INHALT TÄUSCHEN

Die Aufmachung von Lebensmittelprodukten steht wiederholt in der Kritik, Verbraucher in die Irre zu führen. Im Dezember 2015 hat nun der Bundesgerichtshof (BGH) über die Frage entschieden, ob die Gestaltung der Verpackung eines Früchtetees Konsumenten in die Irre führt (Urteil vom 2. Dezember 2015, Az. I ZR 45/13). Teekanne hatte einen Früchtetee unter dem Namen »Felix Himbeer-Vanille-Abenteurer« vertrieben.

Auf der Packung waren Himbeeren und Vanilleblüten abgebildet. Außerdem wurde der Tee mit der Angabe »nur natürliche Zutaten« und als »Früchtetee mit natürlichen Aromen« beworben. Gegen diese Produktgestaltung erhob ein Verbraucherverband Klage. Der Verband vertrat die Auffassung, Teekanne führe mit den Angaben Verbraucher über die Bestandteile des Tees in die Irre. Denn das »Himbeer-Vanille-Abenteurer« enthielt in der Tat weder Teile noch Aromen von Himbeeren oder Vanille. Deshalb verlangte der klagende Verband, dass Teekanne den Früchtetee nicht weiter in dieser Produktgestaltung vertreiben sollen dürfe. Der BGH hat ihm mit seinem Urteil Recht gegeben.

Was drauf ist, muss drin sein

Die Frage, wie Lebensmittel in Deutschland etikettiert und beworben werden dürfen, wird von einer Vielzahl europäischer Normen bestimmt. Dazu gehört auch die Richtlinie zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Etikettierung und Aufmachung von Lebensmitteln sowie die Werbung hierfür (2000/13/EG). Artikel 2 der Richtlinie bestimmt, dass die Etikettierung von Lebensmitteln nicht geeignet sein darf, den Käufer in die Irre zu führen, insbesondere nicht über die Eigenschaft des Lebensmittels wie dessen Zusammensetzung. Die Richtlinie gibt weiter vor, dass die Etikettierung ein Verzeichnis der Zutaten enthalten muss.

Das Lebensmittelrecht in Deutschland ist im Einklang mit den europäischen Vorgaben anzuwenden.

Etikettierung kann in die Irre führen

Deshalb hat der BGH im Fall des Himbeer-Vanille-Tees dem Gerichtshof der Europäischen Union (EuGH) die Frage gestellt, ob die Etikettierung und Aufmachung von Lebensmitteln und die Werbung dafür den Eindruck erwecken dürfen, eine bestimmte Zutat sei in dem Lebens-



Foto: Teekanne

mittel enthalten, obwohl diese nicht enthalten ist und sich das Fehlen der Zutat allein aus dem Zutatenverzeichnis ergibt. Der EuGH hat die Frage verneint.

Der BGH hat nun entschieden, dass Teekanne ihren Früchtetee nicht weiter in der konkreten Aufmachung vermarkten darf. Die Richter haben dabei den Gesamteindruck der Pro-

duktverpackung auf eine etwaige Eignung geprüft, Verbraucher über die Bestandteile des Tees in die Irre zu führen. Maßgeblich war das Zusammenspiel der Angaben »nur natürliche Zutaten« und »Früchtetee mit natürlichen Aromen« sowie der Abbildung von Himbeeren und Vanilleblüten jeweils auf der Vorderseite der Packung.

Die Etikettierung eines Lebensmittels umfasst laut BGH alle Angaben, Kennzeichnungen, Marken sowie Abbildungen, die sich auf das Lebensmittel beziehen und auf dessen Verpackung angebracht sind. Wenn eine Etikettierung und ihre Aufmachung insgesamt den Eindruck entstehen lässt, das Lebensmittel enthalte eine Zutat, die eben gerade nicht enthalten ist, kann der Verbraucher durch die Etikettierung in die Irre geführt werden. Wenn ein Früchtetee unter dem Namen »Himbeer-Vanille-Abenteurer« vermarktet und auf der Verpackung Himbeeren neben Vanilleblüten abgebildet werden, darf der Konsument erwarten, dass der Tee Teile oder Aromen von Himbeere und Vanille enthält.

Das Argument, dass Verbraucher, die ihre Kaufentscheidung an der Zusammensetzung eines Lebensmittels ausrichten, das Zutatenverzeichnis lesen und daher im Fall des Teekanne-Abenteurers aufgefallen sein müsste, dass weder Himbeere noch Vanille in dem Tee enthalten sind, überzeugte den BGH nicht. Jedes Lebensmittel muss ein Zutatenverzeichnis führen. Dass ein Zutatenverzeichnis enthalten ist und sich Umstände, wie das Fehlen einer Zutat aus diesem Verzeichnis ergeben, genügt alleine nicht, um den irrigen Eindruck, die Zutat sei (doch) enthalten, auszuschließen. Zu leicht könnten andernfalls ein klingender Name und eine ansprechende Produktgestaltung davon ablenken, welche Stoffe ein Lebensmittel tatsächlich enthält. Bei der Wahl eines möglichst überzeugenden Produktnamens müssen Unternehmen mithin neben etwaigen markenrechtlichen Kollisionslagen auch den Vorgaben des fairen Wettbewerbs genügen und eine Balance zwischen ansprechender Marke und hinreichender Aufklärung des Verbrauchers finden.

zusammengestellt und recherchiert von



Wir recherchieren und überwachen seit 1949 Marken, Patente, Firmennamen, Domains und andere IP Rechte weltweit.
Mehr Informationen finden Sie unter www.smd-group.info