

## **Verpackung darf Verbraucher nicht in die Irre führen - Himbeer-Tee muss Himbeer-Aroma enthalten**

**Luxemburg/Stadt (mm) Die Etikettierung eines Lebensmittels darf den Verbraucher nicht irreführen, indem sie den Eindruck des Vorhandenseins einer Zutat erweckt, die tatsächlich in dem Erzeugnis nicht vorhanden ist. Das Verzeichnis der Zutaten kann, auch wenn es richtig und vollständig ist, ungeeignet sein, einen sich aus der Etikettierung ergebenden falschen oder missverständlichen Eindruck zu berichtigen. Dies hat der Gerichtshof der Europäischen Union (EuGH) entschieden. Über diesen Rechtsstreit berichteten wir in der Ausgabe 2/2014 dieses Fachjournals. (Az: C-195/14)**

Ein namhaftes deutsches Unternehmen vertreibt einen Früchtetee unter der Bezeichnung "Felix Himbeer-Vanille Abenteuer". Die Verpackung weist u. a. Abbildungen von Himbeeren und Vanilleblüten sowie die Angaben "Früchtetee mit natürlichen Aromen", "Früchtetee Mischung mit natürlichen Aromen - Himbeer-Vanille-Geschmack" und "nur natürliche Zutaten" auf. Tatsächlich enthält der Früchtetee keine natürlichen Zutaten aus Vanille oder Himbeere oder aus Vanille oder Himbeere gewonnene Aromen. Das Verzeichnis der Zutaten auf einer Seite der Verpackung lautet: "Hibiskus, Apfel, süße Brombeerblätter, Orangenschalen, Hagebutten, natürliches Aroma mit Vanillegeschmack, Zitronenschalen, natürliches Aroma mit Himbeergeschmack, Brombeeren, Erdbeeren, Heidelbeeren, Holunderbeeren".

Eine deutsche Verbraucherschutzorganisation wirft dem Unternehmen vor, durch Angaben auf der Verpackung den Verbraucher über die Zusammensetzung des Tees irreführt zu haben. Aufgrund dieser Angaben erwarte der Verbraucher nämlich, dass er Bestandteile von Vanille und Himbeere oder zumindest natürliche Vanille- und Himbeeraromen enthalte. Die Vereinigung forderte den Hersteller daher auf, die Werbung für den Tee zu unterlassen.

Während die Vorinstanz - das Oberlandesgerichtes Düsseldorf (Az.: I-20 U 59/12 entschieden hatte, eine Irreführung des Verbrauchers scheidet aufgrund der ausreichenden Angaben in der Zutatenliste aus, zeigte sich der letztinstanzlich angerufene Bundesgerichtshof (Az.: I ZR 178/12) insoweit deutlich skeptischer und fragte den Europäischen Gerichtshof, ob die Etikettierung eines Lebensmittels den Verbraucher irreführen kann, wenn sie den Eindruck des Vorhandenseins einer Zutat erweckt, die tatsächlich in dem Erzeugnis nicht vorhanden ist und der Verbraucher dies nur feststellen kann, wenn er das Verzeichnis der Zutaten liest.

In seinem Urteil weist der Europäische Gerichtshof darauf hin, dass der Käufer nach dem Unionsrecht über korrekte, neutrale und objektive Informationen verfügen muss, durch die er nicht irreführt wird, und die Etikettierung eines Lebensmittels nicht irreführend sein darf. Auch wenn angenommen werde, dass der Verbraucher das Verzeichnis der Zutaten vor dem Kauf eines Erzeugnisses liest, schließt der Gerichtshof nicht aus, dass die Etikettierung des Erzeugnisses geeignet sein kann, den Käufer irreführen, wenn bestimmte Elemente der Etikettierung unwahr, falsch, mehrdeutig, widersprüchlich oder unverständlich sind.

Der EuGH stellte klar, dass in einem solchen Fall das Verzeichnis der Zutaten, auch wenn es richtig und vollständig ist, ungeeignet sein kann, einen falschen oder missverständlichen Eindruck zu berichtigen, der sich für den Verbraucher aus der Etikettierung des Lebensmittels ergibt. Erweckt die Etikettierung eines Lebensmittels den Eindruck des Vorhandenseins einer Zutat, die tatsächlich nicht vorhanden ist (und ergibt sich dies allein aus dem Verzeichnis der Zutaten), ist eine solche Etikettierung daher geeignet, den Käufer über die Eigenschaften des Lebensmittels irreführen.

Das nationale Gericht (also der Bundesgerichtshof) wird daher laut EuGH bei der Prüfung der verschiedenen Elemente der Etikettierung des Tees festzustellen haben, ob ein normal informierter und vernünftig aufmerksamer und kritischer Durchschnittsverbraucher über das Vorhandensein von Himbeer- und Vanilleblütenzutaten oder aus diesen Zutaten gewonnenen Aromen irreführt werden kann. Dabei werde das nationale Gericht die verwendeten Begriffe und Abbildungen sowie Platzierung, Größe, Farbe, Schriftart, Sprache, Syntax und Zeichensetzung der verschiedenen Elemente auf der Verpackung des Früchtetees zu berücksichtigen haben.

*Die Entscheidung vom 04.06.2015 ist rechtskräftig.*

Ergänzende Informationen (auszugweise aus dem Newsletter der Rechtsanwältin Krell Weyland Grube): Bemerkenswert ist, dass der EuGH - jedenfalls formal - sowohl am geltenden Verbraucherleitbild festhält als auch an der Annahme, dass die Verbraucher, die ihrer Kaufentscheidung die Zusammensetzung eines

Erzeugnisses zugrunde legen, zunächst und stets das Zutatenverzeichnis lesen (vgl. Randnummer 37 der Entscheidung). Es ist anzunehmen, dass die Entscheidung dennoch generell die Funktion des Zutatenverzeichnisses als primäre Informationsquelle über ein Lebensmittel in Frage stellt und damit auch andere Fallkonstellationen betrifft. Zu denken ist insoweit an die Auslobung von QUID-Zutaten oder Zutateninformationen, mit denen bestimmte Abweichungen von Leitsätzen des Deutschen Lebensmittelbuches kenntlich gemacht werden. Für Lebensmittelunternehmer bedeutet das Urteil des EuGH, dass sie ihre Etikettierungskonzepte und Werbestrategien kritisch hinterfragen sollten.