Himbeer-Vanille-Früchtetee ohne echtes Vanille und Himbeer-Aroma möglich

Bundesgerichtshof

Pressemitteilung Nr. 37/2014 vom 26.02.2014

Az.: I ZR 45/13

Der unter anderem für das Wettbewerbsrecht zuständige I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat dem Gerichtshof der Europäischen Union die Frage vorgelegt, ob die Aufmachung eines Lebensmittels durch bildliche Darstellungen das Vorhandensein einer Zutat suggerieren darf, obwohl tatsächlich eine normalerweise in diesem Lebensmittel verwendete Zutat durch eine andere Zutat ersetzt wurde, solange der verwendete Austauschstoff im Zutatenverzeichnis genannt wird.

Die Beklagte, ein namhaftes deutsches Teehandelsunternehmen, vertreibt unter der Bezeichnung „FELIX HIMBEER-VANILLE ABENTEUER“ einen Früchtetee, auf dessen Verpackung sich Abbildungen von Himbeeren und Vanilleblüten sowie die Hinweise „nur natürliche Zutaten“ und „FRÜCHTETEE MIT NATÜRLICHEN AROMEN“ befinden. Tatsächlich enthält dieser Tee keine Bestandteile oder Aromen von Vanille oder Himbeere.

Nach Ansicht des klagenden Bundesverbandes der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände führen diese Angaben auf der Verpackung des Tees der Beklagten den Verbraucher über den Inhalt in die Irre. Aufgrund des Produktnamens, der Abbildungen von Himbeeren und Vanilleblüten und des Zusatzes „nur natürliche Zutaten“ im goldenen Kreis erwarte der Verbraucher, dass der Tee Bestandteile von Vanille

und Himbeere, jedenfalls aber natürliches Vanillearoma und natürliches Himbeeraroma enthalte. Er hat die Beklagte aus diesem Grund auf Unterlassung und Zahlung von Abmahnkosten in Anspruch genommen.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Die Berufung der Beklagten hat zur Abweisung der Klage geführt, weil nach Ansicht das Berufungsgerichts eine Irreführung der angesprochenen Verbraucher nicht anzunehmen war.

Der Bundesgerichtshof hat das Verfahren ausgesetzt und dem Gerichtshof der Europäischen Union die Frage vorgelegt, ob die Etikettierung und Aufmachung von Lebensmitteln sowie die Werbung hierfür nach Art. 2 Abs. 1 Buchst. a, Abs. 3 der Richtlinie über die Etikettierung von Lebensmitteln durch das Aussehen, die Bezeichnung oder bildliche Darstellung den Eindruck des Vorhandenseins einer bestimmten Zutat erwecken dürfen, obwohl die Zutat tatsächlich nicht vorhanden ist und sich dies allein aus dem Verzeichnis der Zutaten gemäß Art. 3 Abs. 1 Nr. 2 dieser Richtlinie ergibt. Der EuGH hat in der Vergangenheit in Fällen, in denen sich die zutreffende Zusammensetzung eines Lebensmittels aus dem Zutatenverzeichnis ergab, die Gefahr einer Irreführung als gering eingestuft, weil er davon ausgeht, dass der mündige Verbraucher die ihm gebotenen Informationsmöglichkeiten wahrnimmt. Nach Ansicht des BGH können diese Grundsätze aber dann nicht gelten, wenn – wie im Streitfall – der Verbraucher aufgrund der Angaben auf der Verpackung bereits die eindeutige Antwort auf die Frage erhält, ob der Geschmack des Produkts durch aus Himbeerfrüchten und Vanillepflanzen gewonnene Aromen mitbestimmt wird. In einem solchen Fall hat auch der mündige Verbraucher keine Veranlassung mehr, sich anhand des Zutatenverzeichnisses zusätzlich zu informieren.

Beschluss vom 26. Februar 2014 – I ZR 45/13 – Himbeer-Vanille Abenteuer

LG Düsseldorf – Urteil vom 16. März 2012 – 38 O 74/11

StoffR 2012, 167

OLG Düsseldorf – Urteil vom 19. Februar 2013 – 20 U 59/12

GRUR-RR 2013, 300

Karlsruhe, den 28. Februar 2014

Art. 2 der Richtlinie 2000/13/EG

(1)Die Etikettierung und die Art und Weise, in der sie erfolgt, dürfen nicht

a)geeignet sein, den Käufer irrezuführen, und zwar insbesondere nicht

i)über die Eigenschaft des Lebensmittels, namentlich über Art, Identität, Beschaffenheit, Zusammensetzung, Menge, Haltbarkeit, Ursprung oder Herkunft und Herstellungs- oder Gewinnungsart;

ii)durch Angabe von Wirkungen oder Eigenschaften, die das Lebensmittel nicht besitzt;

iii)indem zu verstehen gegeben wird, dass das Lebensmittel besondere Eigenschaften besitzt, obwohl alle vergleichbaren Lebensmittel dieselben Eigenschaften besitzen;

b)…

(2)…

(3)Die Verbote oder Einschränkungen nach den Absätzen 1 und 2 gelten auch

a)für die Aufmachung von Lebensmitteln, insbesondere die Form oder das Aussehen dieser Lebensmittel oder ihrer Verpackung, das verwendete Verpackungsmaterial, die Art und Weise ihrer Anordnung sowie die Umgebung, in der sie feilgehalten werden;

b)für die Werbung.