

Werbung für Tee „Himbeer-Vanille-Abenteuer“ ohne Himbeere oder Vanille ist irreführend

Bundesgerichtshof

Pressemitteilung Nr. 197/2015 zum Urteil vom 02.12.2015

Az.: I ZR 45/13

Der unter anderem für das Wettbewerbsrecht zuständige I. Zivilsenat hat abschließend in einem Rechtsstreit über die Irreführung von Verbrauchern durch die Produktaufmachung eines Früchtetees entschieden.

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 Verbraucherverbandes führen diese Angaben auf der Verpackung des Tees der Beklagten den Verbraucher über die Zusammensetzung des Tees in die Irre. 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 des Berufungsgerichts eine Irreführung der angesprochenen Verbraucher nicht stattfindet. Das Berufungsgericht ist davon ausgegangen, die Verbraucher würden

aufgrund der Angabe „natürliches Aroma mit Vanille- und Himbeergeschmack“ im Zutatenverzeichnis erkennen, dass in dem Früchtetee keine Bestandteile von Vanille und Himbeeren enthalten sind.

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 (vgl. Presseerklärung Nr. 37/2014 vom 28. Februar 2014). Der Gerichtshof der Europäischen Union hat diese Frage verneint.

Der Bundesgerichtshof hat die Entscheidung des Berufungsgerichts aufgehoben und das Urteil des Landgerichts wiederhergestellt. Er hat angenommen, dass das Publikum durch die hervorgehobenen Angaben „HIMBEER-VANILLE- ABENTEUER“ und die Abbildungen von Vanilleblüten und Himbeeren zu der Annahme veranlasst wird, in dem Tee seien Bestandteile oder Aromen von Vanille und Himbeeren enthalten. Zwar lesen Verbraucher, die sich in ihrer Kauf-entscheidung nach der Zusammensetzung des Erzeugnisses richten, das Verzeichnis der Zutaten. Der Umstand, dass dieses Verzeichnis auf der Verpackung des Tees angebracht ist, kann jedoch für sich allein nicht ausschließen, dass die Etikettierung des Erzeugnisses und die Art und Weise, in der sie erfolgt, die Käufer irreführen. Die Etikettierung umfasst alle Angaben, Kennzeichnungen, Hersteller und Handelsmarken, Abbildungen oder Zeichen, die sich auf ein Lebensmittel beziehen und auf dessen Verpackung angebracht sind. Wenn die Etikettierung eines Lebensmittels und die Art und Weise, in der sie erfolgt, insgesamt den Eindruck entstehen lassen, dass das Lebensmittel eine Zutat

enthält, die tatsächlich nicht vorhanden ist, ist eine Etikettierung geeignet, den Käufer über die Eigenschaften des Lebensmittels irrezuführen. Danach sind die verschiedenen Bestandteile der Etikettierung des Früchtetees insgesamt darauf zu überprüfen, ob ein normal informierter und vernünftig aufmerksamer und kritischer Verbraucher über das Vorhandensein von Zutaten oder Aromen irregeführt werden kann. Das ist vorliegend aufgrund der in den Vordergrund gestellten Angaben auf der Verpackung der Fall, die auf das Vorhandensein von Vanille- und Himbeerbestandteilen im Tee hinweisen.

Vorinstanzen:

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

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

BGH, Beschluss vom 26. Februar 2014 – I ZR 45/13 – Himbeer-Vanille Abenteuer I, GRUR 2014, 588 = WRP 2014, 694

EuGH, Urteil vom 4. Juni 2015 – C195/14 Verbraucherzentrale Bundesverband/Teekanne)

***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.

****Art. 3 der Richtlinie 2000/13/EG**

(1) Die Etikettierung der Lebensmittel enthält nach Maßgabe der Artikel 4 bis 17 und vorbehaltlich der dort vorgesehenen Ausnahmen nur folgende zwingende Angaben:

1. ...

2. das Verzeichnis der Zutaten,

3. ...

(2) ...