



Dr. Carsten Oelrichs



Dr. Stefanie Hartwig



Sonja Schulz, LL.M.



Prof. Matthias Horst



Imke Memmler



Dr. Timo Rosenkranz

EuGH-Urteil zu Fruchtabbildungen Zutatenverzeichnis genügt u.U. nicht zur Aufklärung

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat heute ein lang erwartetes Urteil zur Irreführungsgefahr durch Fruchtabbildungen auf Lebensmittel-Verpackungen gefällt.

Teekanne hatte einen Früchtetee unter der Bezeichnung „*Felix Himbeer-Vanille Abenteuer*“ vertrieben. Die Verpackung wies auf der Schauseite u. a. Abbildungen von Himbeeren und Vanilleblüten sowie die Angaben „*Früchtetee mit natürlichen Aromen*“, „*Früchteteeemischung mit natürlichen Aromen – Himbeer-Vanille-Geschmack*“ und „*nur natürliche Zutaten*“ auf. Tatsächlich enthielt der Früchtetee weder Himbeeren noch Vanille und auch keine aus Vanille oder Himbeere gewonnene Aromen.

Nachdem das Landgericht Düsseldorf Teekanne auf Betreiben des Bundesverbandes der Verbraucherzentralen zur Unterlassung verurteilt hatte, sah das Oberlandesgericht Düsseldorf keine Irreführungsgefahr. Die richtige und vollständige Information durch die Zutatenliste genüge, um eine Irreführung auszuschließen, auch wenn die Angaben auf der Schauseite der Verpackung nicht eindeutig seien.

Der Bundesverband der Verbraucherzentralen ging gegen das Urteil des Oberlandesgerichts Düsseldorf in Revision zum Bundesgerichtshof, der dann dem Europäischen Gerichtshof die Frage vorlegte, ob trotz Aufklärung im Zutatenverzeichnis dennoch eine Irreführungsgefahr bestehen könne.

Auf diese Vorlagefrage hat der EuGH nun heute entschieden, dass 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 sonstigen Aufmachung ergibt. **Erwecke die Etikettierung eines Lebensmittels den Eindruck des Vorhandenseins einer Zutat, die tatsächlich nicht vorhanden ist, sei eine solche Etikettierung daher geeignet, den Käufer über die Eigenschaften des Lebensmittels irrezuführen.**

Leider liegt das Urteil auf einer Linie mit der Tendenz der Rechtsprechung, wieder strengere Maßstäbe an die Gestaltung anzulegen und damit tendenziell zum „unmündigen Verbraucher“ zurückzukehren. Die tatsächlichen Auswirkungen des Urteils lassen sich aber vor dem Hintergrund der für den Einzelfall und suggestiv gestellten Frage des Bundesgerichtshofs derzeit noch nicht genau abschätzen.

IMPRESSUM

ZENK Rechtsanwälte Partnerschaft mbB | www.zenk.com
Copyright © ZENK Rechtsanwälte. Weiterverbreitung der Inhalte nur unter Angabe der Quelle.
Alle Rechte vorbehalten.
Verantwortlich: Dr. Timo Rosenkranz (rosenkranz@zenk.com)
Anregungen an Bettina Lange (lange@zenk.com)

ZENK | HAMBURG
Hartwicusstrasse 5
22087 Hamburg
Tel +49 40 22664-0
Fax +49 40 2201805
hamburg@zenk.com

ZENK | BERLIN
Reinhardtstrasse 29
10117 Berlin
Tel +49 30 247574-0
Fax +49 30 2424555
berlin@zenk.com