

von Mag. iur Christoph Engel

Stilblüte oder Etikettenschwindel? Abbildungen auf Getränke-Etiketten gelten mitunter als Inhaltsangabe

Dass nicht mit Inhaltsstoffen geworben werden sollte, die überhaupt nicht in einem Lebensmittel enthalten sind, ist nichts Neues. Wichtig zu wissen ist aber auch, dass die Abbildung von z.B. Früchten auf einer Getränkeflasche wie eine Inhaltsangabe wirkt - mit dem Effekt, dass tatsächlich Bestandteile der abgebildeten Frucht im Getränk enthalten sein müssen. So befand auch das Oberlandesgericht Karlsruhe in einem aktuellen Fall, in dem es um die Abbildung einer Orangenblüte auf einem "near water"-Getränk ging (vgl. OLG Karlsruhe, Urt. v. 14.3.2012, Az. 6 U 12/11).

Niedergelegt sind diese Grundsätze im sog. "Lebensmittelbuch", das auf Grundlage der §§ 15 und 16 LFGB Leitsätze über Herstellung, Beschaffenheit und Merkmale von Lebensmitteln festlegt. Dazu zählt auch der Leitsatz, dass naturgetreue Abbildungen von Obst nur dann auf Getränkeverpackungen abgebildet sein dürfen, wenn das darin enthaltene Getränk auch tatsächlich Bestandteile oder Extrakte der jeweiligen Frucht enthält. Es reicht also nicht aus, wenn nur entsprechende Aromastoffe beigefügt wurden.

Zu juristischen Ehren kommt das Lebensmittelbuch in einem aktuellen Urteil des OLG Karlsruhe, in dem über ein "near water"-Getränk zu entscheiden war. Dieses Produkt der Geschmacksrichtung "Mango-Orangenblüte" zeigte auf dem Etikett - na, was wohl? - eine Mango und eine Orangenblüte. Im Getränk enthalten waren jedoch (neben Wasser) nur Mangosaft und Aromastoffe, jedoch keine Extrakte oder ähnlichen Bestandteile aus Orangenblüten. Ein bekannter Verbraucherschutzverband zog deshalb vor Gericht und klagte die Blüte weg.

Das sehr schöne Urteil zeigt den entsprechenden Leitsatz aus dem Lebensmittelbuch auf und beschäftigt sich anschaulich mit der Problematik solcher Abbildungen, weshalb hier ein längerer Auszug wiedergegeben werden soll (vgl. OLG Karlsruhe, Urt. v. 14.3.2012, Az. 6 U 12/11):

"Nach dem unter den 'allgemeinen Beurteilungsmerkmalen' verzeichneten Leitsatz für 'Bezeichnung und Aufmachung' I. C. 4 dürfen 'naturgetreue Abbildungen von Früchten oder Pflanzenteilen [...], ausgenommen bei klaren Limonaden, nur dann verwendet [werden], wenn Fruchtsaft und/oder Fruchtmarm enthalten sind.'

Diese Anforderungen an die Aufmachung erfüllt das Etikett des angegriffenen Erfrischungsgetränks [...] nicht. Auf dem Etikett findet sich nicht nur der ausdrückliche Hinweis auf 'Mango-Orangenblüte', sondern es sind auch eine Mango als Frucht und eine Orangenblüte als Pflanzenteil abgebildet. Das Getränk enthält zwar 2,5 % Mangosaft, aber Orangenblüten oder Bestandteile hiervon, auch in Form von Essenzen, enthält das Produkt nicht. [...]

Die konkrete Aufmachung des Etiketts wirkt der durch die Abbildung der Orangenblüte verursachten Irreführung nicht entgegen.

Unmittelbar unter der Bezeichnung des Getränks [...] befindet sich der Hinweis 'Mango-Orangenblüte'. Die Bezeichnung wirkt dem durch die Abbildung der Pflanzenbestandteile verursachten Eindruck schon deshalb nicht entgegen, da sie nicht ausdrücklich auf den Geschmack von Orangenblüte Bezug nimmt.

Der Verbraucher kann dem Hinweis 'mit dem Hauch von Frucht und Blüte' nicht entnehmen, dass hinsichtlich der Orangenblüte lediglich Aromen, nicht aber Bestandteile von Orangenblüte enthalten sind. Auch der in diesem Zusammenhang angegebene Fruchtgehalt (2,5 %) gibt keinen Hinweis darauf, dass dieser sich ausschließlich auf Mangosaft bezieht.

Lediglich der Hinweis, dass es sich um ein 'kalorienarmes Erfrischungsgetränk mit Mango- und Orangenblütengeschmack' handelt, deutet darauf hin, dass die Bezeichnung und die Abbildung lediglich die Geschmacksrichtung beschreiben sollen. Dieser lediglich im Fließtext unter der Überschrift 'Schönheit aus der Calciumquelle' als 5. Satz enthaltene Hinweis ist jedoch auch für einen situationsadäquat aufmerksamen Verbraucher nicht so deutlich angebracht, dass er den durch die Abbildung und die Bezeichnung hervorgerufenen Eindruck eines Fruchtgehalts ausräumen könnte."

Wer also naturgetreue Abbildungen von Obst auf seinen Getränkeflaschen darstellt, ohne dass das Obst auch wirklich im Getränk - von Aromen einmal abgesehen - enthalten ist, macht sich des Etikettenschwindels schuldig; dass hierin auch ein reiches Betätigungsfeld für Abmahnsportler vorliegt, dürfte jedem Händler klar sein. Bei dem dargestellten Urteil wurde übrigens keine Revision zugelassen, es ist daher rechtskräftig.

Autor:

Mag. iur Christoph Engel

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)