

Irreführung durch Produktabbildungen und hervorhebende Bezeichnungen

W. Neumayer

Das in Deutschland vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz geförderte Internet-Portal „Klarheit und Wahrheit bei der Lebensmittelkennzeichnung“¹ und bereits ergangene Gerichtsentscheidungen im Zusammenhang mit Fruchtabbildungen und hervorhebenden Bezeichnungen von Lebensmitteln zeigen, dass zwischen der Erwartung der Verbraucher und der auf Basis der rechtlichen Situation gegebenen Sichtweise der Gerichte enorme Unterschiede bestehen können.

Was der Konsument erwarten kann, welche Faktoren der Lebensmittelunternehmer beachten muss, und ob eine durch die Aufmachung hervorgerufene unrichtige Verbrauchervorstellung durch ein korrektes Zutatenverzeichnis richtig gestellt werden kann, ist im europäischen Lebensmittelrecht ein heftig diskutiertes Thema.

Das Hervorheben einzelner Bestandteile auf der Verpackung kann den Gesamteindruck so prägen, dass bei Irreführungsgefahr eine entsprechend deutliche Aufklärung geboten ist. Ob eine Irreführung des Konsumenten vorliegt, ist in jedem Einzelfall gesondert zu klären. Eine allgemein verbindliche Regelung gibt es nicht. Denn je nachdem, um welches Produkt es sich handelt, wie seine Aufmachung gestaltet ist, ob Abbildungen naturalistisch oder stilisiert erfolgen, können die Verbrauchervorstellungen unterschiedlich sein. Sind ganze Zwetschken auf der Verpackung abgebildet, so wird der Konsument, wenn es sich um Zwetschkenknödel handelt, ganze Früchte im Endprodukt erwarten.

Bei Zwetschkenkuchen, Fruchtstücken und Powidl weiß er, dass die Zwetschken bei der Verarbeitung zerkleinert und verkocht werden.

Auf der Vorderseite einer Kartoffelchipspackung Sorte „Paprika“ sind zwei ganze rote Paprika abgebildet, im Zutatenverzeichnis werden unter anderem Paprikapulver und Paprikaextrakt genannt. Vom lebensmittelrechtlichen Standpunkt wird die Produktaufmachung nicht irreführend sein, denn der Konsument kann aufgrund der Produktkategorie nicht erwarten, dass zwei ganze Paprika im Endprodukt enthalten sind. Auch ist aus der Zutatenliste klar ersichtlich, dass neben Paprikapulver der Farbstoff Paprikaextrakt zugesetzt wurde.

Unterschiedliche Produkte – unterschiedliche Erwartungen

Der Lebensmittelunternehmer wird sich immer die Frage stellen müssen, was mit den Abbildungen zum Ausdruck gebracht werden soll. Er wird sicherstellen haben, dass entweder das blickfangartig hervorgehobene Lebensmittel im Endprodukt enthalten ist, der abgebildete Rohstoff bei der Herstellung des fertigen Lebensmittels verarbeitet wurde oder auf dessen typische Geschmacksrichtung hinweist. Bei einem „Servier“- beziehungsweise „Garnivorschlag“ muss erkennbar sein, welche Rohstoffe im Produkt enthalten sind und welche bei der Zubereitung noch mitverarbeitet oder gemeinsam mit dem Lebensmittel verzehrt werden können. Bilder von Orangen auf einem Getränk werden die Erwartung auslösen, dass der Fruchtsaft aus Orangen gewonnen wurde; welcher Fruchtsaftanteil erwartet wird, hängt von der Verkehrsbezeichnung wie „Fruchtsaft“ (100 %), „Fruchtsaftgetränk“ (60 %), „Fruchtnektar“ (40-50%) oder „Fruchtsaftlimonade“ (10 %) ab.

Bei „stilisierter“ Darstellung von Früchten, wie dies unter anderem in der Limonadenwerbung üblich ist, wird der Verbraucher lediglich mit einem sehr geringen Fruchtanteil oder überhaupt nur mit natürlichen Fruchtaromen rechnen können.

Täuschungsschutz

Dass die Aufmachung und Kennzeichnung von Lebensmitteln nicht täuschend sein dürfen, ist ein zentrales Prinzip des Lebensmittelrechts, verankert im Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetz (§ 5 LMSVG). Es legt die grundsätzlichen Pflichten und Verbote bei der Herstellung und beim Verkauf von Lebensmitteln fest, wobei der Schutz vor Gesundheitsgefahren, der Schutz vor Täuschung und die Information des Verbrauchers im Vordergrund stehen. Der Täuschungsschutz gewährleistet, dass sich Konsumenten beim Einkauf bewusst für oder gegen ein Lebensmittel entscheiden können. Eine Täuschung liegt immer dann vor, wenn Lebensmittel unter irreführenden Bezeichnungen oder falschen Angaben über Eigenschaften, Art, Identität, Beschaffenheit, Zusammensetzung, Menge, Haltbarkeit, Ursprung, Herkunft und Herstellungs- oder Gewinnungsart angeboten werden.

Maßgeblich für die Beurteilung einer Produktaufmachung ist u.a. die Frage, welche Rohstoffe aufgrund der Aufmachung des Produktes wertbestimmend sind, in welcher Menge sie enthalten sind und ob über eine möglicherweise von der Verbrauchererwartung abweichende Zusammensetzung des Lebensmittels ausreichend informiert wird.

Aufklärung durch Zutatenliste

In Entscheidungen des EuGH wurde mehrfach festgestellt, dass eine ausreichende Information der Konsumenten durch das Zutatenverzeichnis gewährleistet ist. Eine Irreführung des Verbrauchers nimmt er nur dann an, wenn er die Irreführungsgefahr für hinreichend, schwerwiegend oder bestimmt erachtet.

In der sogenannten „Sauce Hollandaise-Entscheidung“² wurde festgestellt, dass bei einem Produkt wie Sauce Hollandaise, bei dem der Konsument die Verarbeitung von Butter erwartet, dann keine Irreführung vorliegt, wenn aus der Zutatenliste erkennbar ist, dass es sich um ein Erzeugnis aus Pflanzenfett handelt. Als Maßstab für eine Irreführung wird der durchschnittlich informierte und interessierte, angemessen gut unterrichtete, aufmerksame sowie kritische Konsument herangezogen, unter Berücksichtigung sozialer, kultureller und sprachlicher Faktoren und einer entsprechenden Lebenserfahrung⁶.

Aus der „Sauce Hollandaise-Entscheidung“ kann der Schluss gezogen werden, dass es auch bei Vorliegen von Abbildungen auf dem Etikett für den Konsumenten zumutbar ist, die gesamte Aufmachung des Produktes zu beachten. Eine ausreichende Information ist gegeben, wenn der Konsument aus der Beschreibung und der Zutatenliste erkennen kann, in welchem Ausmaß die abgebildeten Zutaten enthalten sind und ob eventuell auch noch Farb- und Aromastoffe zugesetzt wurden.

Nach Meinung des Verwaltungsgerichtes Zürich³ ist es unbestritten, dass Fruchtdarstellungen und Fruchtabbildungen nicht ohne weiteres bedeuten könnten, die organoleptischen Eigenschaften stammten vorwiegend von entsprechenden Früchten und nicht von Aromen. In diesem Sinne hat das Verwaltungsgericht Zürich zur Frage der Produktabbildung und Aromatisierung eines Fruchtsirups festgestellt, dass nicht ohne weiteres davon ausgegangen werden dürfe, dass Fruchtabbildungen Garant dafür seien, dass der Fruchtgeschmack weitgehend aus Essenzen der abgebildeten Früchte herkommt.

Für den durchschnittlichen Konsumenten ist primär der aufgrund der Fruchtabbildung zu erwartende Geschmack von Relevanz, während er bei weiterem Interesse die genaue Zusammensetzung des Produktes durchlesen wird.

Judikatur deutscher Gerichte

Mit der unterschiedlichen Sichtweise deutscher Gerichte hat sich *Dr. Andreas Wehlau*, Rechtsanwalt aus München, befasst. Er zitiert in seinem „Aufsatz über die lauterkeitsrechtliche Beurteilung der Werbung und Aufmachung von aromatisierten Lebensmitteln“⁴ eine Entscheidung des LG Hamburg⁵, wonach die für den Verbraucher durch Bilder zum Ausdruck gebrachte positive Aussage, das Produkt enthalte in erheblichen Mengen Granatapfelsaft, genügend Information liefert. „Es kann demnach Fälle geben, in denen der Verbraucher aufgrund der Aufmachung des Lebensmittels überhaupt keinen Anlass habe, im Zutatenverzeichnis nachzulesen.“ In einer Entscheidung des LG Frankfurt/Main zum aromatisierten Fruchtee „Melone-Kiwi-Ananas“⁷ heißt es, dass sowohl die Produktbezeichnung als auch die Frucht-darstellung üblicherweise und im konkreten Fall auf die Geschmacksrichtung des teeähnlichen Erzeugnisses hinweisen.

Einem Irrtum darüber, dass sich die benannten und abgebildeten Früchte nicht in Form von Fruchtstücken, sondern als Aroma in dem Erzeugnis finden, wirken die deutlichen Hinweise auf der Vorderseite der Verpackung und das korrekte Zutatenverzeichnis in angemessener Weise entgegen.

Das Gericht ist auch hier berechtigterweise von einem Durchschnittsverbraucher ausgegangen, der angemessen gut unterrichtet ist und dem daher zuzumuten ist, dass er die genaue Zusammensetzung des Produktes studiert.

Der erwähnten Feststellung des LG Hamburg, wonach es Fälle geben kann, bei denen aufgrund der Aufmachung des Lebensmittels überhaupt kein Anlass besteht, im Zutatenverzeichnis nachzulesen, kann nicht gefolgt werden.

Quid-Angabe

Der besseren Verbraucherinformation dient auch die sogenannte „QUID-Regelung“ (§ 4 Z 7a LMKV). Ihr Zweck besteht darin, dass der Verbraucher erkennen soll, wie viele der abgebildeten oder genannten Rohstoffe in dem Produkt enthalten sind. Die Angabe der bei Herstellung verwendeten Menge einer Zutat oder Zutatenklasse hat insbesondere dann zu erfolgen, wenn diese in der Sachbezeichnung genannt sind oder durch Worte, Bilder, grafische Darstellungen hervorgehoben werden oder wenn sie von wesentlicher Bedeutung für die Charakterisierung einer Ware und die Unterscheidung von anderen Erzeugnissen sind. **Allerdings ist die Angabe der Menge einer Zutat dann nicht erforderlich, wenn die betreffende Zutat nur in kleinen Mengen zur Geschmacksgebung verwendet wird.**

Codexregelungen betreffend Fruchtabbildungen

In einer Vielzahl von Teilkapiteln des Österreichischen Lebensmittelbuches (**Codex**), an dessen Zustandekommen Konsumentenvertreter aktiv mitgearbeitet haben, sind Regelungen zur Abbildung und Aromatisierung von Früchten enthalten.

Daraus kann abgeleitet werden, was üblich ist und was daher berechtigterweise von Seiten der Verbraucher erwartet werden kann.

So heißt es z. B. im Codex-Kapitel B16 „Zuckerwaren“, Absatz 4:

Die Geschmacksrichtung kann sowohl durch ihre Bezeichnung (z. B. Kräuter, Zitrone, Himbeere) durch bildliche Hinweise als auch durch die Form der Ware zum Ausdruck gebracht werden.

Erfolgt die Herstellung unter Mitverwendung von natürlichen oder naturidenten Aromen, kann auf die entsprechende Geschmacksrichtung durch die Bezeichnung, die Form der Ware oder die Abbildung der Früchte oder anderer Pflanzenteile hingewiesen werden. **Bei zusätzlicher wertbestimmender Mitverwendung von Früchten** (u.a. in Form von Fruchtpulver, Obstmark, Pulpe, Marmelade, Obstgelee, Obstsäften, Obstkonzentrat) oder sonstiger geschmackgebender Pflanzenteile (z. B. Pfefferminze), sind neben den oben angeführten Arten von Hinweisen (Bezeichnung, Form der Ware und Abbildung) weitere Angaben zulässig, die auf eine Mitverwendung von Früchten oder sonstigen Pflanzenteilen schließen lassen (z. B. „mit Früchten“, „obsthaltig“).

Bei Limonaden mit Fruchtgeschmack ist die bildliche Darstellung ganzer, nicht tropfender Früchte zulässig; beträgt der Fruchtsaftanteil der namensgebenden Frucht 1 %, ist auch ein Bild von aufgeschnittenen oder tropfenden Früchten zulässig. Werden Tee und teeähnlichen Erzeugnissen Pflanzenteile oder Fruchtsäfte und Aromen beigelegt, ist auf beide hinzuweisen (z. B. schwarzer Tee aromatisiert-Banane). Bilder können in Übereinstimmung mit den vorhandenen Früchten oder Pflanzenteilen bzw. der Geschmacksrichtung verwendet werden.

Zusatz von Aromen und Farbstoffen

Um den Geruch und Geschmack sowie das Aussehen von Lebensmitteln zu verbessern, können bei einer Vielzahl von Produkten, z. B. auch Milcherzeugnissen und verarbeiteten Obst- und Gemüseprodukten, entsprechend den Bestimmungen der EG-Verordnungen **1334/2008** und **1333/2008** Aromen und Farbstoffe **„zum Nutzen der Verbraucher“** und um **„Lebensmittel ansprechender zu machen“** eingesetzt werden. Selbstverständlich muss ihre Verwendung im Zuta-

tenverzeichnis gekennzeichnet werden, und es dürfen keine Hinweise vorhanden sein, durch die eine irri- ge Vorstellung von der Herstellungsweise dieser Zusatzstoffe herbeigeführt werden könnte.

Die Verbraucher dürfen jedenfalls nicht über „Art und Frischegrad eines Erzeugnisses, Qualität der verwendeten Zutaten, Naturbelassenheit eines Erzeugnisses bzw. Natürlichkeit des Herstellungsverfahrens oder Nährwert des Erzeugnisses“ in die Irre geführt werden (EG-Verordnung 1332/2008).

„frei von“ - Kennzeichnung und hervorhebende Bezeichnungen

Natürlich ist auch zu fragen, ob eventuell vielfach verwendete Aussagen wie „naturrein“ oder „ohne Zusatz von künstlichen Farbstoffen“, „ohne Zusatz von Geschmacksverstärkern“, „ohne Zusatz von künstlichen Aromen“ den Eindruck erwecken können, dass lediglich die abgebildeten Rohstoffe (Früchte, Gemüse, etc.) enthalten sind.

Es gibt für die Kategorien Farbstoffe, Aromen, Geschmacksverstärker eindeutige Definitionen und Abgrenzungskriterien gegenüber Lebensmitteln, die einen färbenden oder geschmacklich beeinflussenden Effekt haben.

Daher darf auch aus einer „frei von“- Kennzeichnung nicht der Schluss gezogen werden, dass der Geschmack oder die Farbe des Produktes ausschließlich von den abgebildeten Rohstoffen herkommt.

So kann also z. B. aus der Aussage „ohne Zusatz von Geschmacksverstärkern“ oder „ohne Zusatz geschmacksverstärkender Zusatzstoffe“ nicht abgeleitet werden, dass einem Produkt keine sonstigen geschmacksbeeinflussenden Rohstoffe wie Gewürze, Sojasaucen, Hefeextrakte, etc. zugesetzt werden.

Das gleiche gilt für die Aussage „ohne Farbstoffe“. Auch diese Aussage bedeutet nur, dass keine als Farbstoffe zugelassenen Zusatzstoffe enthalten sind. Sie bedeutet jedoch nicht, dass keine die Farbe beeinflussenden Lebensmittel, wie Holundersaft, Karottensaftkonzentrat, etc. zugesetzt werden.

Für diese Interpretation spricht auch der Umstand, dass der EuGH in der Entscheidung C-456/98 „Darbo naturrein“⁸ feststellte, der Hinweis „naturrein“ auf einer Erdbeerkonfitüre besage nicht, dass der Verbraucher ausschließlich aus Erdbeeren gewonnene Rohstoffe erwarten kann, zumal das enthaltene Geliermittel Pektin aus der Zutatenliste ersichtlich ist.

Der OGH hat in der Entscheidung 4OB200/05y „Salatdressing naturrein“¹¹ eine Irreführung nur deswegen angenommen, weil eine chemisch modifizierte Stärke

verarbeitet wurde, nicht jedoch aufgrund des Umstandes, dass auch andere Zusatzstoffe, wie Johannisbrotkernmehl, Guarkernmehl und Pektin enthalten waren. Diese Zusatzstoffe werden „natürlich“ gewonnen, weshalb es sich um „natürliche Zusatzstoffe“ handelt. **Wenn also bei einem Produkt mit der Aussage „naturrein“ auch natürliche Zusatzstoffe erwartet werden müssen, so wird man daraus wohl den Schluss ziehen können, dass z. B. bei der Auslobung „ohne Farbstoffe“ färbende Lebensmittel enthalten sein können, zumal diese ja auch in der Zutatenliste erkennbar sind.**

Dieser Auffassung hat sich das Landesgericht Hamburg¹² vollinhaltlich angeschlossen und zu einer Tomatensuppe ausdrücklich festgestellt, dass die Angaben „ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe“ und „ohne Zusatz von Farbstoffen“ auch dann nicht irreführend sind, wenn Hefeextrakt und färbend wirkende Lebensmittel, wie rote Bete-Pulver, enthalten sind, da der Verbraucher einer Tomatensuppe nicht erwarten wird, dass Würze und Farbe allein aus den beigefügten, in Pulverform enthaltenen Tomaten stammen.

OGH-Entscheidung betr. „Waldbeeren Fruchtschnitte“⁹

Dass die Frage einer möglichen Irreführung des Verbrauchers nur an Hand der Gesamtaufmachung des Produktes zu beurteilen ist, wurde auch im Fall der „Waldbeeren Fruchtschnitte“ mit Entscheidung des OGH (5 Ob 228/10y) bestätigt. Der am Verfahren beteiligte Rechtsanwalt hielt dazu fest¹⁰:

„Der mündige Verbraucher erwartet von einem als ‚Waldbeeren Fruchtschnitte‘ bezeichneten Produkt weder eine unter Verwendung ganzer Früchte, noch – im Verhältnis zu anderen Obstzutaten – überwiegend aus Waldbeeren hergestellte Fruchtschnitte“.

Ganze Früchte muss er schon aufgrund der geringen Breite der Schnitte, deren erkennbar fester Konsistenz und der vorausgesetzten längeren Haltbarkeit eines solchen Lebensmittels ausschließen. Es wurde nicht als irreführend angesehen, dass bei einem als „Waldbeeren Fruchtschnitte“ bezeichneten Produkt andere Obstsorten wie Äpfel, Rosinen, getrocknete Marillenstücke in höheren Mengen enthalten sind und auch Aromen den Geschmack entsprechend abrunden.

Die Verbrauchererwartung ist in erster Linie dadurch gekennzeichnet, dass eine „Waldbeeren Fruchtschnitte“ aus echten Waldbeeren (und nicht bloß aus Aromastoffen) hergestellt ist und nach solchen Früchten schmeckt. In welchem mengenmäßigen Verhältnis bei der Fruchtschnitte Grundmasse und namensgebende Obstsorte stehen, spielt für die Verbraucherentscheidung hingegen nur eine untergeordnete Rolle.

Lebensmittelrecht versus Lauterkeitsrecht

In einer erst vor kurzem ergangenen Entscheidung des Handelsgerichtes Wien wurde darauf hingewiesen, dass das Produkt zwar den Bestimmungen des Österreichischen Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetzes (LMSVG) entspreche, jedoch daraus nicht der Schluss gezogen werden kann, die getroffenen Aussagen könnten nach den lauterkeitsrechtlichen Bestimmungen (UWG) nicht irreführend sein. Dabei übersieht das Handelsgericht allerdings, dass es auch nach dem LMSVG verboten ist, Lebensmittel in Verkehr zu bringen, die „verfälscht“ oder „mit zur Irreführung geeigneten Angaben versehen sind“.

Lebensmittel sind verfälscht, wenn ihnen wertbestimmende Bestandteile, deren Gehalt vorausgesetzt wird, nicht oder nicht ausreichend hinzugefügt oder ganz oder teilweise entzogen wurden, oder sie durch Zusatz und Nichtentzug wertvermindernder Stoffe verschlechtert wurden oder ihnen durch Zusätze oder Manipulation der Anschein einer besseren Beschaffenheit verliehen oder ihre Minderwertigkeit überdeckt wurden, oder wenn sie nach einer unzulässigen Verfahrensart hergestellt wurden.

Wird also das Produkt von der AGES, Untersuchungsanstalten der Länder und sonstigen berechtigten Lebensmittelgutachtern auf Verkehrsfähigkeit überprüft, müssen sowohl die gesamte Aufmachung des Produktes als auch die getroffenen Werbeaussagen berücksichtigt werden.

Unter diesem Gesichtspunkt kann jedenfalls der Rechtsauffassung nicht gefolgt werden, dass es zwei unterschiedliche Irreführungsmaßstäbe gäbe.

Dies ist insofern wichtig, als im österreichischen Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) und der zugrundeliegenden Richtlinie 2005/29 über unlautere Geschäftspraktiken (UGP)⁶ eine irreführende Werbung als „unlautere Geschäftspraktik“ anzusehen ist, **sofern diese Praktik den Erfordernissen der beruflichen Sorgfalt widerspricht.**

Der Oberste Gerichtshof hat mit Beschluss vom 5.7.2011 (4OB27/11S) dem Europäischen Gerichtshof die Frage zur Vorabentscheidung vorgelegt, **ob Artikel 5 der UGP-Richtlinien dahingehend auszulegen ist, dass eine Irreführung nur dann unlauter ist, wenn sie gleichzeitig der beruflichen Sorgfaltspflicht widerspricht.** Sollte der EuGH das bejahen, so bedeutet dies für die Lebensmittelpraxis, dass einer Klage auf Unterlassung nach den Bestimmungen des UWG wegen irreführender Aussagen vom Gericht dann nicht stattgegeben werden kann, wenn ein Lebensmittelunternehmer entsprechend der „beruflichen Sorgfaltspflicht“ ein Verkehrsfähigkeitsgutachten einer Lebensmitteluntersuchungsanstalt oder

eines berechtigten Lebensmittelgutachters vorlegen kann. Das würde freilich unter der Voraussetzung gelten, dass eine allenfalls inkriminierte Werbeaussage und die Aufmachung des Produktes ausdrücklich im Verkehrsfähigkeitsgutachten beurteilt wurden.

Fazit: Der Gesamteindruck zählt

Aus den beispielhaft angeführten Codexbestimmungen der EG-Aromenverordnung, den Ausnahmebestimmungen der LMKV, der Möglichkeit der Kenntlichmachung einer abweichenden Beschaffenheit durch Deklaration und aus der Judikatur des EuGH können folgende Schlussfolgerungen gezogen werden:

Eine Abbildung von Lebensmitteln kann bedeuten:

- Abgebildetes Lebensmittel ist im fertigen Produkt enthalten.
- Rohstoffe, die aus dem abgebildeten Lebensmittel gewonnen wurden, wurden bei der Herstellung mitverarbeitet.
- Abgebildetes Lebensmittel weist auf den im Endprodukt gegebenen, typischen Geschmack hin.
- Abgebildetes Lebensmittel sollte bei der Zubereitung des Endproduktes noch zugesetzt oder mitverwendet werden (Servier-, Garniervorschlag).

Wesentlich wird immer der Gesamteindruck des Produktes sein, wobei insbesondere folgende Faktoren maßgeblich sind:

- Welche Früchte/Gemüse/Rohstoffe werden in welcher Form abgebildet oder hervorgehoben (naturalistische/stilisierte Abbildungen)?
- Welche Verkehrsbezeichnung liegt vor?
- Werden hervorgehobene/namensgebende Rohstoffe quantitativ angegeben?
- Wird auf „Servier-“ oder „Garniervorschlag“ hingewiesen und ist daher eindeutig erkennbar, welche Rohstoffe im Produkt enthalten sind und welche eventuell noch bei der Zubereitung mitverarbeitet oder gemeinsam mit den Lebensmitteln mitverzehrt werden können?
- Werden zugesetzte Aromen, Farbstoffe in der Zutatenliste richtig angegeben?
- Welche Zusatzhinweise („Natur“ und „frei von“ -Aussagen) und welche zusätzliche Abbildungen (z. B. Milchkanne) sind vorhanden?

Es muss für den Konsumenten aus der Produktaufmachung ersichtlich sein, ob und – gegebenenfalls – in welcher Form die abgebildeten Rohstoffe im Endprodukt enthalten sind oder ob damit nur auf die typische Geschmacksrichtung des Produktes hingewiesen wird. Grundsätzlich wird man also bei einem Großteil der Produkte bei Abbildungen von Rohstoff-

fen – sofern sich aus dem Gesamteindruck nichts anderes ergibt – erwarten dürfen, dass diese in einer für die betreffenden Produktkategorie typischen, wertbestimmenden Menge – in welcher Rohstoffform auch immer – enthalten sind. Wenn man allerdings bedenkt, dass Vertreter von Verbraucherverbänden aktiv an der Entstehung der österreichischen Codex-Kapitel, aber auch der zugrundeliegenden EG-Rechtsvorschriften beteiligt waren, wonach

- z. B. bei aromatisierten Limonaden bereits bei einem Fruchtgehalt von 1 % Fruchtabbildungen üblich sind,
- z. B. bei Zuckerwaren die Geschmacksrichtung durch die Abbildung von Früchten zum Ausdruck gebracht werden kann,
- selbst bei Milcherzeugnissen zulässigerweise Aroma und Farbstoffe zugesetzt werden können,
- eine quantitative Angabe der abgebildeten Rohstoffe nicht erforderlich ist, wenn diese lediglich in geringen Mengen zur Geschmacksgebung beigegeben werden,

wird man wohl zu dem Schluss kommen können, dass der „kritische, aufmerksame Durchschnittsverbraucher“ bei Abbildungen von Früchten, Gemüse oder sonstigen Rohstoffen nicht zwingend erwarten kann, dass der Geschmack und die Farbe des Produktes ausschließlich auf die abgebildeten Rohstoffe zurückzuführen sind, zumal er bei ordnungsgemäßer Kennzeichnung aus der Zutatenliste erkennen kann, ob eventuell noch künstliche oder natürliche Aromen, künstliche oder natürliche Farbstoffe, färbend wirkende Lebensmittel, Geschmacksverstärker oder sonstige geschmacksbeeinflussende Rohstoffe zugesetzt wurden.

Dem Lebensmittelunternehmer ist – wie dargestellt – anzuraten, im Zweifel ein Verkehrsfähigkeitsgutachten einer Lebensmitteluntersuchungsanstalt oder eines berechtigten Lebensmittelgutachters einzuholen, sodass er im Falle einer Klage auf Unterlassung nach dem UWG nachweisen kann, dass er seiner beruflichen Sorgfaltspflicht nachgekommen ist. Der diesbezüglichen Entscheidung des EuGH kann daher mit Interesse entgegengesehen werden.

Autor:

*Dr. Walter Neumayer
Unilever Austria GmbH,
Stella-Klein-Löw-Weg 13,
1023 Wien,*

Vorsitzender der Arbeitsgruppe Kennzeichnung im Fachverband der Nahrungs- und Genussmittelindustrie Österreichs