

24. August 2016

GETRÄNKE-KENNZEICHNUNG: GROßE BILDER, FAST NICHTS DAHINTER

Gericht rügt irreführende Werbung bei Fruchtsaftgetränk von Netto

- Fruchtsaftgetränk von Netto wirbt mit Himbeeren und Rhabarber, enthält jedoch nur jeweils 0,1 Prozent davon.
- Gericht gibt vzbv Recht, dass Verpackung Verbraucher täuscht.
- vzbv fordert klare und wahre Kennzeichnung auf Lebensmitteln.

Ein Getränk, das auf seiner Verpackung Himbeeren und Rhabarber verspricht, muss davon mehr enthalten als jeweils nur 0,1 Prozent. Das Mehrfrucht-Rhabarbergetränk „Active Fruits“ von Netto erfüllt diese Erwartungen jedoch nicht und täuscht damit Verbraucher. Das hat das Landgericht Amberg im Verfahren des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) gegen die Netto Marken-Discount AG & Co. KG entschieden.

„Das Urteil ist ein weiterer Erfolg im Kampf gegen Verbrauchertäuschung“, sagt Klaus Müller, Vorstand des vzbv. „Mit besonderen Zutaten zu werben, die dann gerade einmal 0,1 Prozent des Produkts ausmachen, ist das Gegenteil von wahrer und klarer Kennzeichnung. Wir fordern die Hersteller auf, solche Kennzeichnungspraktiken endlich abzustellen.“

LANDGERICHT GIBT VZBV RECHT

Netto hatte das Mehrfrucht-Rhabarbergetränk auf der Vorderseite mit der Bezeichnung „Himbeer-Rhabarber“ und auch der Abbildung von Himbeeren und Rhabarberstangen beworben. Darunter befand sich der Zusatz „30 % Saftgehalt aus Frucht- und Gemüsesaftkonzentraten“. Das Getränk enthielt jedoch 28,5 Prozent Apfelsaft aus Apfelsaftkonzentrat sowie weitere Zutaten und lediglich 0,1 Prozent Himbeersaft aus Himbeersaftkonzentrat und 0,1 Prozent Rhabarbersaft aus Rhabarbersaftkonzentrat.

Pressestelle

Verbraucherzentrale
Bundesverband e.V.

Markgrafenstraße 66
10969 Berlin

Tel. (030) 258 00-525

Fax (030) 258 00-522

presse@vzbv.de

www.vzbv.de

Nach Ansicht des vzbv vermittelte die Verpackungsgestaltung den Eindruck, dass das Getränk einen erheblichen Anteil Himbeer- und Rhabarbersaft enthalte.

Das Landgericht schloss sich dieser Auffassung an und befand, dass der Verbraucher sogar davon ausgehen könne, dass das Getränk einen Anteil von 30 Prozent Himbeer- und Rhabarbersaft enthalte.

DER GESAMTEINDRUCK EINES PRODUKTS MUSS STIMMEN

Das Urteil ist das neueste in einer Reihe von Verfahren, die der vzbv wegen irreführender Kennzeichnung mit minimal oder gar nicht vorhandenen Lebensmittelzutaten angestrengt hat.

Vorausgegangen war insbesondere ein Urteil des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) aus dem Jahr 2015, das sogenannte Teekanne-Urteil. Der EuGH hatte grundsätzlich entschieden, dass eine korrekte Zutatenliste nicht ausreicht, wenn die Verpackung ansonsten einen anderen Inhalt suggeriert. Vielmehr komme es auf den Gesamteindruck an.

Die aktuelle Klage geht zurück auf eine Verbraucherbeschwerde beim Online-Portal Lebensmittelklarheit.de. Dass oft nicht das drin ist, was draufsteht, ist das Hauptärgernis von Verbrauchern. Mehr als 40 Prozent der Beschwerden bei Lebensmittelklarheit.de beziehen sich auf irreführende Produktkennzeichnungen dieser Art.

Mit monatlich rund 80.000 Klicks ist das Portal eine wichtige Adresse für Verbraucher, um sich zu informieren oder Produkte zu melden.

Das Urteil vom 29.07.2016 ist noch nicht rechtskräftig.

Urteil des Landgerichts Amberg vom 29.07.2016, Az. 41 HKO 497/16, nicht rechtskräftig

ÜBER LEBENSMITTELKLARHEIT

Das Verbraucherportal www.lebensmittelklarheit.de ging am 20. Juli 2011 online. Es handelt sich um ein Gemeinschaftsprojekt des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) und der Verbraucherzentralen und wird vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft gefördert.



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

www.lebensmittelklarheit.de