

Pflichtangaben bei Tütensuppen, die im Fernabsatz vertrieben werden

Mannheim (fs) **Werden Lebensmittel per Fernabsatz angeboten und vertrieben, so muss der Unternehmer den Verbraucher vor Vertragsschluss gem. Art. 14 Abs. 1 lit. a) i.V.m. Art. 9 Abs. 1 lit. g) LMIV über die Art der Aufbewahrung und den Verzehrzeitraum informieren. Außerdem gab das Landgericht Mannheim eine Leitlinie dafür vor, auf welche Art und Weise die Eigenschaft des Imports auf einer Internetseite kenntlich gemacht werden sollte.** (Urt. v. 01.06.2017, Az.: 23 O 73/16)

Der Beklagte betreibt einen Onlineshop für amerikanische Lebensmittel und Getränke, die er selbst aus den USA importiert und unter anderem in Deutschland vertreibt. Streitgegenstand des Verfahrens war eine Tomatensuppe aus Konzentrat (ca. 296 ml), welches erst durch Hinzugabe von Wasser oder Milch zu einem verzehrfertigen Produkt wird (ca. 600 ml). Des Weiteren wurden zwei weitere Lebensmittel durch den Kläger bemängelt, weil hier die Angaben zu Aufbewahrung und Verzehrzeitraum fehlten. Im Rahmen eines Unterlassungsklageverfahrens nach §§ 8, 3a UWG wurde er dazu verurteilt, die Käufer über Aufbewahrungsbedingungen und Verzehrzeitraum zu informieren. Dies muss der Beklagte explizit und vor Abgabe von Willenserklärungen seitens des Käufers tun oder andernfalls das Produkt gänzlich aus dem Verkauf nehmen, um ein Ordnungsgeld bzw. Ordnungshaft zu vermeiden.

Außerdem wurde vor Gericht bemängelt, dass aus der Website des Beklagten nicht deutlich genug hervorgehe, wer denn der Importeur der Lebensmittel sei. Die Website, die dem Beklagten zum Verkauf dient, war so aufgebaut, dass man erst unter der Rubrik „Über uns“ erfährt, dass alle angebotenen Waren vom Beklagten selbst in die Europäische Union importiert werden.

Die Angabe, dass dies nicht hinreichend sei, hielt der gerichtlichen Überprüfung nicht stand. Das Gericht stellte zwar fest, dass Art. 14 Abs. 1 lit. a) i.V.m. Art. 9 Abs. 1 lit. h), Art. 8 Abs. 1 LMIV keine genauen Angaben zur Information des Verbrauchers über den Importeur mache. Aus dem Wortlaut gehe jedoch hervor, dass es sich um ein geeignetes Mittel handeln muss.

Im vorliegenden Fall sei es geeignet und noch ausreichend im Sinne des Art. 14 Abs. 1 lit. a) i.V.m. Art. 8 Abs. 1 LMIV, wenn der potenzielle Kunde erst auf dem Umweg über die Schaltfläche „Über uns“ Informationen über die Importeureigenschaft des Beklagten bekomme. Begründet wurde dies damit, dass im seltenen Fall der Produkthaftung – welcher in der Regel hohe Haftungssummen mit sich bringt – dem Kläger durchaus zugemutet werden kann, sich selbstständig und mit einem überschaubaren Suchaufwand über den richtigen Klagegegner zu informieren. Letzteres liegt außerdem in seinem eigenen Interesse, da es bei Klageerhebung ansonsten zur Abweisung der Klage mangels des richtigen Beklagten kommen kann.

Das Urteil ist rechtskräftig.