

Geschwärzte Oliven dürfen nicht als schwarze Oliven beworben werden

Duisburg (mm) Das Landgericht Duisburg hat entschieden, dass bei einem großen deutschen Lebensmittelhändler vertriebene geschwärzte grüne Oliven nicht als schwarze Oliven bewerben darf. Das Gericht schloss sich damit der Auffassung einer bekannten Verbraucherschutzorganisation an, die die Werbung als irreführend kritisiert hatte. (Az: 2 O 84/14)

Der verklagte Lebensmittelhändler hat über seine Filialen Gläser mit „spanischen schwarzen Oliven, entsteint“ vertrieben. Diese Angabe stand groß auf dem Etikett der Schauseite. Doch die Gläser enthielten grüne Oliven, die mit Eisen-II-Gluconat schwarz eingefärbt waren. Bei einem Teil der Gläser war das nicht einmal auf der Zutatenliste auf der Rückseite zu erkennen. „Stabilisator: Eisen-II-Gluconat“ war darin der einzige Hinweis auf die Färbung, den wohl nur Experten verstehen.

Die Produktbezeichnung als schwarze Oliven suggeriere, dass es sich um natürlich gereifte schwarze Oliven handle, monierte das Duisburger Landgericht. Dies gilt im vorliegenden Fall umso mehr, als die Bezeichnung als „schwarze Oliven“ aus Sicht des Verbrauchers keine bloße Farbangabe darstellt, sondern die Art des Produktes beschreibt und aus Sicht des Verbrauchers auf den Reifegrad, den Geschmack und die Konsistenz der Olive schließen lässt.

Durch die Angabe des Zusatzstoffes „Eisen-II-Gluconat“ in der Zutatenliste kann der interessierte Durchschnittsverbraucher schließlich auch nicht darauf zurückschließen, dass die Oliven eingefärbt wurden. Es kann nicht erwartet werden, dass sich der Verbraucher der chemischen Wirkung des Zusatzstoffes bewusst ist. Auch kann der Verbraucher aufgrund der regelmäßigen Vielzahl der zugesetzten Stoffe nicht darauf zurückschließen, dass gerade dieser Stoff zum Einfärben verwendet wird.

Das Gericht untersagte zudem auch eine Version des Etiketts, bei der das Produkt in der Zutatenliste korrekt als „geschwärzte Oliven“ bezeichnet wurde. Angesichts der eindeutigen Kennzeichnung als schwarze Oliven auf der Schauseite der Verpackung hätten Kunden gar keine Veranlassung, die kleingedruckte Zutatenliste auf der Rückseite zu lesen.

Im Ergebnis heißt es im Urteil, dass die Beklagte gegen § 11 Abs. 1 Nr. 1 LFGB i.V.m. Art. 7 Abs. 1 lit. d) Lebensmittelinformations-Verordnung (LMIV) verstoßen hat. Hiernach dürfen Lebensmittel nicht irreführend sein, insbesondere indem durch das Aussehen, die Bezeichnung oder bildliche Darstellungen das Vorhandensein eines bestimmten Lebensmittels oder einer Zutat suggeriert wird, obwohl tatsächlich in dem Lebensmittel ein von Natur aus vorhandener Bestandteil oder eine normalerweise in diesem Lebensmittel verwendete Zutat durch einen anderen Bestandteil oder eine andere Zutat ersetzt wurde.

Die Beklagte wurde verurteilt, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monate, diese zu vollstrecken am Geschäftsführer, zu unterlassen, das Produkt mit der streitgegenständlichen Etikettierung zu werben bzw. werben zu lassen.

Die Entscheidung vom 06.03.2015 ist rechtskräftig.