

Es ist nicht alles Schokolade was glänzt!

Koblenz (mm) Die Angabe „Nussecken mit Kuvertüre und kakaohaltiger Fettglasur“ ist irreführend im Sinne von § 11 Abs. 1 Satz 1 LFGB, wenn die angebotene Ware lediglich eine einheitliche Überzugsmasse aufweisen, die nur teilweise aus Schokoladenkuvertüre zusammengesetzt ist. Ein Lebensmittel das u.a. unter der Angabe „mit Kuvertüre“ in den Verkehr gebracht wird, muss den Anforderungen von Nr. 3 b) 2. Spiegelstrich der Anlage 1 zur Kakaoverordnung für „Schokoladenkuvertüre“ entsprechen. (Az.: 6 A 10690/11.OVG)

Im Verfahren ging es um eine vermeintliche Verbrauchertäuschung mit lose verkauften Nussecken, die mit dem Hinweis „mit Kuvertüre und kakaohaltiger Fettglasur“ angeboten wurden. Eine Großbäckerei hatte diese nicht erlaubten Kennzeichnungselemente bei ihren Backwaren verwendet. Laut einem Untersuchungsbefund bestand die Überzugsmasse aus einer Mischung aus Schokoladenkuvertüre und kakaohaltiger Fettglasur im Verhältnis zwei zu eins. Die amtliche Überwachung beanstandete die Ware mit der Begründung, die schokoladenähnliche Überzugsmasse entspreche nicht den Vorgaben für Schokoladenkuvertüre nach der Kakaoverordnung. Vielmehr handle es sich um kakaohaltige Fettglasur. Die Kennzeichnung sei daher entsprechend zu ändern. Die Herstellerin hielt ihre Kennzeichnung dagegen für richtig und klagte gegen die Verfügung, die auch die Kosten für die Untersuchung enthielt. Das Verwaltungsgericht Trier (2 K 767/10.TR) gab ihr in erster Instanz Recht. Die Kakaoverordnung definiere lediglich den Begriff „Schokoladenkuvertüre“, nicht aber den Begriff „Kuvertüre“. Im Übrigen werde der Verbraucher durch den Hinweis angemessen darüber aufgeklärt, dass es sich bei der Überzugsmasse um eine Mischung handle.

Dieser Auffassung folgte das Oberverwaltungsgericht Rheinland-Pfalz im Berufungsverfahren nicht. Der durchschnittlich informierte, verständige und informierte Verbraucher erwarte bei der Formulierung „mit Kuvertüre und kakaohaltiger Fettglasur“, dass das Produkt selbstständige Anteile sowohl an Kuvertüre als auch an kakaohaltiger Fettglasur enthalte, nicht aber eine einheitliche Masse, wie im streitgegenständlichen Erzeugnis. Der Verbraucher werde getäuscht, da die verwendete Kuvertüre als solche auf dem Produkt nicht mehr vorhanden sei. Grund hierfür ist die Tatsache, dass kakaohaltige Fettglasur nur ein günstigeres „Schokoladenimitat“ ist. Bei Fettglasuren werden zur Herstellung statt Kakaobutter andere pflanzliche Fette verwendet. Die Verwendung von kakaohaltigen Fettglasuren muss für den Verbraucher unmittelbar mit der Preisauszeichnung oder auf der Verpackung gekennzeichnet werden. Die Verwendung des Begriffs Kuvertüre in diesem Zusammenhang ist nicht zulässig.

Unerheblich ist es nach Ansicht des OVG zudem, dass der Begriff „Kuvertüre“ nicht unmittelbar von der Kakaoverordnung erfasst werde. So gehe der Durchschnittsverbraucher nicht davon aus, dass ein als „Kuvertüre“ bezeichnetes Produkt geringeren Qualitätsanforderungen unterliege als ein als „Schokoladenkuvertüre“ bezeichnetes Erzeugnis.

Mit Beschluss vom 20.06.2012 hat das Bundesverwaltungsgericht in Leipzig (3 B 87.11) die Beschwerde gegen die Nichtzulassung der Revision zurückgewiesen. Der streitige Fall wirft keine fallübergreifende Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung auf. Zudem hat die vom Oberverwaltungsgericht getroffene Feststellung zur Verbrauchererwartung nicht gegen allgemeine Erfahrungssätze verstoßen. Die Richter des Bundesverwaltungsgerichtes sahen auch keine „gespaltene Verkehrsauffassung im Irreführungsschutz zwischen verpackten und unverpackten Lebensmitteln“. § 11 Abs. 1 Satz 1 LFGB verbietet generell, Lebensmittel unter einer irreführenden Bezeichnung, Angabe oder Aufmachung in den Verkehr zu bringen oder für Lebensmittel allgemein oder im Einzelfall mit irreführenden Darstellungen oder sonstigen Aussagen zu werben. Hierbei unterscheidet die Norm nicht zwischen verpackten und unverpackten Lebensmitteln. Ob die bei einem Lebensmittel verwendete Bezeichnung, Angabe, Aufmachung, Darstellung oder sonstige Aussage über dessen Eigenschaften zur Täuschung des Verbrauchers geeignet und deshalb im Sinne von § 11 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 LFGB als irreführend anzusehen ist, beurteilt sich stets nach den Umständen des konkreten Einzelfalls und unter Einbeziehung des Kontextes, in dem die Verwendung der Bezeichnung, Angabe etc. steht. Zu diesen Umständen zählt auch, dass die betreffende Produktaussage sich auf ein in nicht vorverpackter Form angebotenes Lebensmittel bezieht oder zur Beschreibung eines in Fertigpackungen abgegebenen Erzeugnisses dient.

Die Entscheidung des OVG Rheinland-Pfalz vom 26.10.2011 ist rechtskräftig.