

Titel:

Erfolgreiche Unterlassungsklage gegen die Bezeichnung einer Vollmilch als „frische Weide-Milch“

Normenketten:

UWG § 3a, § 5 Abs. 1 Nr. 1

LMIV Art. 7 Abs. 1a, Art. 8 Abs. 3

Leitsatz:

Art. 7 Abs. 1 LMIV enthält für den Lebensmittelbereich ein umfassendes Irreführungsverbot. Im Hinblick auf die Zielrichtung dieses besonderen Irreführungsverbots ist § 5 UWG in dessen Anwendungsbereich ausschließlich nach dem Maßstab des besonderen Irreführungsverbot auszulegen. (redaktioneller Leitsatz)

Schlagworte:

Irreführung, Weide-Milch, Informationen über Lebensmittel, Verkehrsverständnis, Verpackung, Etikettierung

Vorinstanz:

LG Amberg, Endurteil vom 11.07.2016 – 41 HK O 333/16

Fundstellen:

ZLR 2017, 372

WRP 2017, 614

GRUR-Prax 2017, 155

LMuR 2017, 186

LSK 2017, 102379

LMuR 2017, 103

GRUR-RR 2017, 350

NJW-RR 2017, 937

Tenor

1. Auf die Berufung der Beklagten wird das Urteil des Landgerichts Amberg vom 11.07.2016, Az. 41 HK O 333/16, abgeändert.
2. Die Klage wird abgewiesen.
3. Der Kläger hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.
4. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

Der Kläger kann die gegen ihn gerichtete Vollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des zu vollstreckenden Betrages abwenden, wenn nicht die Beklagte zuvor Sicherheit in gleicher Höhe leistet.

Beschluss

Der Streitwert wird für das Berufungsverfahren auf 150.000.00 € festgesetzt.

Entscheidungsgründe

1

A Die Beklagte, ein bundesweit agierender Discounter, vertreibt im Rahmen ihres Lebensmittelsortiments eine als „frische Weide-Milch“ bezeichnete Vollmilch. Neben dieser Bezeichnung befindet sich auf dem Etikett der Flasche auf der „Schauseite“ die Abbildung grasender Kühe. Das rückseitige Etikett enthält u. a. den Passus „bei diesem Produkt handelt es sich um 100% Weidemilch. Unsere Weidemilch stammt von Kühen, die mindestens 120 Tage im Jahr und davon mindestens 6 Stunden am Tag auf der Weide stehen

„Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf die im Tenor des angefochtenen Urteils abgebildete Ausstattung Bezug genommen.

2

Tatsächlich stammt die Milch ausschließlich von Kühen, die an mindestens 120 Tagen im Jahr und davon mindestens 6 Stunden am Tag auf der Weide stehen.

3

Der Kläger, ein Wettbewerbsverband, hält die Bewerbung als Weide-Milch gemäß §§ 3, 3a, 5, 8 UWG i. V. m. Art. 7 Abs. 1a LMIV für unlauter und nimmt die Beklagte deswegen auf Unterlassung in Anspruch. Die Werbung sei irreführend, weil die Milch von Kühen stamme, die nur 120 Tage, je 6 Stunden, im Jahr auf der Weide stünden, den Rest der Zeit jedoch im Stall. Es handele sich daher um einen Saisonartikel, der aber ganzjährig angeboten werde. Die Zusatzangaben auf der Rückseite der Verpackung könnten die Irreführungsgefahr nicht beseitigen. Der Verbraucher erwarte aufgrund der Bezeichnung und der Abbildung von grasenden Kühen, dass die angebotene Milch von Milchkühen stamme, die vor dem Melken auf der Weide gestanden hätten und dementsprechend frei und ausgiebig hätten grasen können.

4

Wegen der weiteren Einzelheiten des erstinstanzlichen Sach- und Streitstandes sowie der gestellten Anträge wird gemäß § 540 Abs. 1 Nr. 1 ZPO auf die tatsächlichen Feststellungen im angefochtenen Urteil Bezug genommen.

5

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Die geltend gemachten Unterlassungsansprüche seien nach § 8 Abs. 1 S. 1 UWG i. V. m. §§ 3, 3a, 5 UWG, Art. 7 Abs. 1a LMIV begründet. Durch den Vertrieb von Milch unter der Bezeichnung „frische Weide-Milch“, die von Kühen stamme, welche nur an mindestens 120 Tagen im Jahr an mindestens 6 Stunden täglich auf der Weide stünden, wobei aber nicht gewährleistet sei, dass sie tatsächlich am Tag der Melkung oder am Vortag dort gewesen seien, verstoße die Beklagte gegen Art. 7 Abs. 1a LMIV und führe dadurch die Verbraucher irre. Für die Bezeichnung „Weide-Milch“ sei es nach dem Verbraucherverständnis erforderlich, dass die konkret verpackte und angebotene Milch tatsächlich, von Kühen stamme, die sich am Tag der Melkung oder am Vortag mindestens 6 Stunden auf der Weide befunden hätten. Dabei handele es sich um ein konkret produktbezogenes Merkmal i. S. d. § 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG, über das beim Käufer eine Fehlvorstellung hervorgerufen werde. Daran ändere auch der Umstand nichts, dass auf der Rückseite der Verpackung wahrheitsgemäß angegeben werde, dass die streitgegenständliche Milch von Kühen stamme, die lediglich mindestens 120 Tage im Jahr und davon mindestens 6 Stunden am Tag auf der Weide stünden. Die blickfangmäßig hervorgehobene objektive Unrichtigkeit auf der Vorderseite könne beim Verbraucher nicht durch eine Klarstellung in einem bloß kleinen Aufdruck auf der Rückseite beseitigt werden. Die Beklagte könne sich auch nicht auf Art. 8 Abs. 3 LMIV berufen, da sie die Mindestweidezeiten der milchgebenden Kühe gekannt habe. Dem Wortlaut nach habe sich ihr daher aufdrängen müssen, dass eine derartige Milch nicht als „Weide-Milch“ vertrieben werden durfte.

6

Hiergegen wendet sich die Beklagte mit ihrer Berufung, mit der sie unter Bezugnahme auf ihr erstinstanzliches Vorbringen weiterhin die Abweisung der Klage erstrebt. Sie meint, das Landgericht habe seiner Entscheidung ein falsches Verbraucherleitbild zugrunde gelegt. Der Verbraucher gehe nicht davon aus, dass die Weidemilch von Kühen stamme, die jeden Tag im Jahr vor der Melkung auf der Weide gestanden hätten, sondern nehme an, dass hierfür wetterbedingte Mindestweidezeiten eingehalten würden. Bei Bestimmung des Verkehrsverständnisses habe das Landgericht die Stellungnahme des Bundesverbandes der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände übergangen. Die von ihm für die Bezeichnung „Weide-Milch“ aufgestellten Kriterien seien überzogen und in der Realität nicht umsetzbar. In Mitteleuropa gebe es kein Produkt, das diesen Anforderungen gerecht werden könne. Die Auffassung des Landgerichts widerspreche auch der neuesten Rechtslage in Niedersachsen. Dort habe das Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz ein Weidemilch-Label entwickelt, das Weidezeiten vorsehe und das nur für Milch von Kühen verwendet werden dürfe, die an mindestens 120 Tagen im Jahr mindestens 6 Stunden am Tag Weidegang erhielten. Selbst wenn aber der Verbraucher der Bezeichnung die vom Landgericht unterstellte Bedeutung entnehmen wolle, sei die auf der Rückseite der Verpackung deutlich lesbare Aufklärung ausreichend. Bei Lebensmitteln sei die Gesamtetikettierung zu beachten. Dies

gelte insbesondere für die im angefochtenen Urteil untersagte Bewerbung „100% Weidemilch“, die sich auf der Rückseite zusammen mit den klarstellenden Hinweisen befinde. Zu Unrecht habe das Landgericht schließlich eine Verantwortlichkeit der Beklagten nach Art. 8 Abs. 3 LMIV angenommen. Eine Irreführung durch die gewählte Bezeichnung hätte sich ihr nicht aufdrängen müssen.

7

Die Beklagte beantragt,

unter Abänderung des angefochtenen Urteils die Klage abzuweisen.

8

Der Kläger beantragt die Zurückweisung der Berufung.

9

Er verteidigt das angefochtene Urteil unter Wiederholung und Vertiefung seines erstinstanzlichen Vorbringens.

10

Wegen der weiteren Einzelheiten des Berufungsvorbringens wird auf die gewechselten Schriftsätze verwiesen.

11

Eine Beweisaufnahme hat im Berufungsverfahren nicht stattgefunden.

12

B I. Die Berufung ist zulässig und auch begründet.

13

Dem Kläger stehen keine Unterlassungsansprüche aus §§ 8 Abs. 1 Satz 1, 3, 5 Abs. 1 UWG oder § 3a UWG i. V. m. Art. 7 Abs. 1a der Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV) zu und zwar weder wegen der Produktaufmachung und beanstandeten Bezeichnung „frische Weide-Milch“ auf der Vorderseite der Flasche (Urteil Ziffer I. a)) noch wegen der Angabe „Bei diesem Produkt handelt es sich um 100% Weidemilch“ auf der rückseitigen Etikettierung (Urteil Ziffer I. b)).

14

1. Ein Anspruch nach § 3a UWG i. V. m. Art 7 Abs. 1a LMIV scheidet bereits daran, dass die Beklagte als (nur) Händlerin für einen etwaigen Verstoß gegen das in Art. 7 LMIV normierte Irreführungsverbot nicht als Verantwortliche i. S. d. Art. 8 Abs. 3 LMIV anzusehen wäre.

15

Nach Art. 8 Abs. 3 LMIV dürfen Lebensmittelunternehmer, deren Tätigkeiten die Informationen über Lebensmittel nicht beeinflussen, keine Lebensmittel abgeben, von denen sie aufgrund der ihnen im Rahmen ihrer Berufstätigkeit vorliegenden Informationen wissen oder annehmen müssen, dass sie dem anwendbaren Lebensmittelinformationsrecht und den Anforderungen der einschlägigen einzelstaatlichen Rechtsvorschriften nicht entsprechen.

16

Hiervon ist vorliegend nicht auszugehen. Wie die Beklagte zu Recht ausführt, existieren keine rechtlichen Vorgaben, wann eine Milch als „Weide-Milch“ bezeichnet werden darf. Nach dem von ihr als Anlage B 7 und B III vorgelegtem Positionspapier des Milchindustrieverbands zur Bezeichnung „Weide-Milch“ stammt diese von Kühen, die während der Weidesaison täglich Weidegang haben und auf der Weide grasen; die Kühe stehen auf der Weide, sofern es z. B. Witterung oder der Zustand des Bodens zulassen, mindestens jedoch 120 Tage im Jahr und 6 Stunden pro Tag. Dem so definierten Branchenstandard entspricht das streitgegenständliche Produkt. Dasselbe Verständnis liegt auch dem vom niedersächsischen Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz entwickelten Weidemilch-Label zugrunde (Anlage B IX). In diesem Zusammenhang weist die Beklagte weiter auf den branchenüblichen Gebrauch der Bezeichnung Weide-Milch auf in Deutschland erhältlichen Milchprodukten hin. Auch wenn, wie der Kläger zutreffend einwendet, ein etwaiges wettbewerbswidriges Verhalten anderer Händler die Beklagte grundsätzlich nicht entlasten könnte, musste sie angesichts der vorgelegten Verwendungen („Weidemilch von Arla, Hansano, Schwarzwaldmilch, Meierkamp, Anlagen B IV, VI - VIII) nicht annehmen, dass die beanstandete Aufmachung gegen das Irreführungsverbot des Art. 7 LMIV verstieße. Schließlich konnte sie auch aufgrund

der rechtskräftigen Entscheidung des Landgerichts Düsseldorf vom 21.11.2014, Az.: 38 O 18/14 (Anlage K 8) von einer rechtmäßigen Bezeichnung des streitgegenständlichen Produkts als „Weide-Milch“ ausgehen.

17

Nach diesen Gesichtspunkten spricht nichts dafür, dass der Beklagten hinsichtlich der streitgegenständlichen Bezeichnung ein Verstoß gegen das Irreführungsverbot des Art. 7 LMIV bewusst war oder sie hiermit zumindest ernstlich gerechnet hat.

18

2. Auf das Irreführungsverbot gemäß § 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG kann sich der Kläger nicht stützen, da die europarechtlichen Vorgaben der LMIV nicht unterlaufen werden dürfen. § 5 UW.G dient, so- weit Handlungen gegenüber Verbrauchern in Rede stehen, der Umsetzung der Richtlinie 2005/29/EG (unlautere Geschäftspraktiken - RL). Nach Art. 3 Abs. 4 der Richtlinie gehen ab- schließende Rechtsvorschriften der Gemeinschaft der Richtlinie und darauf beruhendem nationalen Recht vor (vgl. BGH Urteil vom 02.02.2012, Az.: IZR 45/13 - Himbeer-Vanille-Abenteuer II, Rn. 23 zu § 5a Abs. 3 Nr. 1 UWG; OLG Düsseldorf Urteil vom 26.01.2016, Az.: I-20 U 25/15, Rn. 24 jeweils juris). Für den Lebensmittelbereich enthält Art. 7 Abs. 1 der LMIV ein umfassendes Irreführungsverbot. Die Regelung ist abschließend und setzt nicht nur einen Mindeststandard, sondern erlaubt auch keine strengere, nationale Regelung (Bornkamm in Köhler/Bornkamm, UWG, 35. Aufl., § 5 UWG Rn. 0.57, 0.59). Das in Art. 7 LMIV normierte Verbot kann zwar neben §§ 5, 5a UWG grundsätzlich anwendbar sein. Im Hinblick auf die Zielrichtung dieses besonderen Irreführungsverbotes ist aber § 5 UWG in dessen Anwendungsbereich ausschließlich nach dem Maßstab des besonderen Irreführungsverbotes auszulegen. Danach richtet sich die Frage, ob die Beklagte als Händlerin gegen Art. 7 Abs. 1a LMIV verstoßen hat und auch für unrichtige Informationen auf von Dritten hergestellten Lebensmitteln verantwortlich ist, allein nach Art. 8 LMIV, dessen Voraussetzungen hier nicht erfüllt sind.

19

3. Da die Beklagte für eine etwaige Verletzungshandlung nicht verantwortlich wäre, kann letztlich offen bleiben[^] ob die Bezeichnung „frische Weide-Milch“, die angegriffene Produktaufmachung und die Angabe „Bei diesem Produkt handelt es steh um 100% Weidemilch“ auf der rückseitigen Etikettierung gegen § 7 Abs. 1a LMIV verstoßen.

20

Hiervon geht der Senat allerdings, anders als das Landgericht, nicht aus.

21

a) Nach Art. 7 Abs. 1a LMIV dürfen Informationen über Lebensmittel nicht irreführend sein, insbesondere im Bezug auf die Eigenschaften des Lebensmittels, u. a. in Bezug auf Art, Identität, Eigenschaften, Zusammensetzung. ...

22

Voraussetzung einer Irreführung im Sinn der Vorschrift ist es, dass die Vorstellungen, die durch die Information über das Lebensmittel bei den angesprochenen Verkehrskreisen, also den Endverbrauchern (Art. 2 Abs. 2a LMIV) ausgelöst werden, mit dem tatsächlichen Zustand, insbesondere den Eigenschaften nicht übereinstimmen (OLG Celle Urteil vom 24.11.2016, Az.: 13 U 130/16, Rn. 24-juris m. w. N.).

23

b) Dies ist nach Auffassung des Senats vorliegend nicht der Fall.

24

aa) Dabei erscheint schon zweifelhaft, ob ein relevanter Teil des angesprochenen Verbraucherkreises tatsächlich unter der Bezeichnung „Weide-Milch“ eine Milch versteht, die nur von Kühen stammt, die sich am Tag der Melkung oder am Vortag mindestens 6 Stunden auf der Weide befanden und angesichts der globalisierten Welt die Erwartung hegen, dass die Milch aus Teilen der Welt kommt, in denen Kühe das ganze Jahr über im Freien weiden können. Der Senat, dessen Mitglieder ebenfalls zu den angesprochenen Verbraucherkreisen gehören, hält es für naheliegender, dass der normal informierte und vernünftig aufmerksame und kritische Verbraucher unter der Bezeichnung „Weide-Milch“ eine Milch versteht, die von Kühen stammt, welche, wenn auch nicht ganzjährig, aber jedenfalls im Rahmen der üblichen Weidesaison und Weidezeiten auf der Wiese grasen. Dieses Verständnis steht auch im Einklang mit den beklagtenseits (Anlagen B 5, B 6, B II) vorgelegten Stellungnahmen der Verbraucherverbände.

25

bb) Die Beurteilung der Verbrauchererwartung kann allerdings ebenfalls offenbleiben. Denn selbst bei Annahme des vom Landgericht zugrunde gelegten Verkehrsverständnisses, läge kein Verstoß gegen das Irreführungsverbot gemäß Art. 7 LMIV vor. Eine etwaige Fehlvorstellung des Verbrauchers wird nämlich jedenfalls durch den aufklärenden Hinweis auf der rückseitigen Etikettierung beseitigt. Das gilt sowohl für die angegriffene Ausstattung mit der Auslobung „frische Weidemilch“ auf der Schauseite als auch für die auf der Rückseite angebrachte Angabe „Bei diesem Produkt handelt es sich um 100% Weidemilch“.

26

(1) Nach der ständigen Rechtsprechung des EuGH (zuletzt Urteil v. 04.06.2015, Az. C-195/14, GRUR 2015, 701, Rn. 34, Verbraucherzentrale Bundesverband/Teekanne), der auch der BGH folgt (Urteil vom 02.02.2012, Az.: ZR 45/13 - Himbeer-Vanille-Abenteuer II a. a. O.) ist davon auszugehen, dass ein normal informierter und vernünftig aufmerksamer und kritischer Verbraucher, der sich in seiner Kaufentscheidung nach der Zusammensetzung des Erzeugnisses richtet, dabei zunächst das auf dessen Verpackung angebrachte Verzeichnis der Zutaten lesen wird. Danach wird der Verbraucher vorliegend die auf der rückseitigen Etikettierung enthaltenen Angaben „Frische Vollmilch pasteurisiert ... hocherhitzt“ und auch den direkt darunter enthaltenen, klarstellenden Hinweis zum Begriff „Weide-Milch“ und den Weidezeiten der milchgebenden Kühe zur Kenntnis nehmen. Dies gilt insbesondere deshalb, als es sich bei dem streitgegenständlichen Produkt um Frischmilch handelt, die nur begrenzt haltbar ist. Der Verbraucher wird sich daher die Verpackung, auch wenn es um einen, wie das Landgericht anführt, niederpreisigen Artikel geht, genauer betrachten, um das Haltbarkeitsdatum zu überprüfen. Der entsprechende Hinweis befindet sich auf der Flaschenrückseite direkt neben den Angaben zur Weidezeit, die ihm dann ebenfalls ins Auge fallen werden. Eine Irreführung ist daher zu verneinen.

27

Zwar schließt nach den zitierten Entscheidungen des EuGH und BGH der Umstand, dass ein Verzeichnis der Zutaten auf der Verpackung angebracht ist, für sich allein nicht aus, dass die Etikettierung eines Erzeugnisses und die Art und Weise, in der sie erfolgt, geeignet sein können, den Verbraucher irrezuführen, denn die Etikettierung umfasst alle Angaben, Kennzeichnungen, Hersteller und Handelsmarken, Abbildungen oder Zeichen, die sich auf ein Lebensmittel beziehen und auf dessen Verpackung angebracht sind. Wenn sich aufgrund dieser insgesamt ein falscher oder missverständlicher Eindruck des Verbrauchers bezüglich der Eigenschaften eines Lebensmittels ergibt, mögen im Einzelfall, eine auch zutreffende Zutatenliste oder ein klarstellender Hinweis nicht ausreichen, um einer Irreführungsgefahr zu begegnen. Um einen solchen Fall handelt es sich aber vorliegend nicht.

28

Seine gegenteilige Auffassung kann der Kläger nicht auf die Entscheidung des BGH „Himbeer-Vanille-Abenteuer II“ (a. a. O.) stützen, die zum Irreführungstatbestand des Art. 7 Abs. 1d LMIV erging. Denn anders als in dem dieser zugrundeliegendem Sachverhalt, führen die hier streitgegenständlichen, im Rahmen der Gesamtbetrachtung zu berücksichtigenden Gestaltungsmerkmale der Etikettierung nicht dazu, dass der Verbraucher die klarstellenden Angaben nicht erkennt. Außer der in den Vordergrund gerückten, in großer Schrift auf der Schauseite der Flasche angebrachten Bezeichnung „Weide-Milch“ und der Abbildung auf grüner Wiese bei Sonne grasender Kühe sowie der Angabe „100% Weidemilch“ auf dem rückseitigen Etikett, befinden sich keine weiteren Hinweise auf dem Produkt, die eine Verbrauchererwartung beeinflussen können. Auch sind die Zutatenliste und der sich anschließende Hinweis für sich gesehen eindeutig. Es liegt daher kein vergleichbarer Ausnahmefall vor, der es rechtfertigen würde, trotz zutreffender Zutatenliste und klarstellendem Hinweis aufgrund der Gesamtaufmachung der Verpackung eine Irreführung des Verbrauchers anzunehmen.

29

(2) Aus den vorgenannten Gründen ist auch kein Unterlassungsanspruch hinsichtlich der Angabe „Bei diesem Produkt handelt es sich um 100% Weidemilch“ auf der Rückseite der Verpackung gegeben.

30

Hier wird unmittelbar im Zusammenhang mit der angegriffenen Angabe im gleichen Textabschnitt und in gleicher Schriftgröße klargestellt, welche Weidezeiten die Kühe haben, von denen die Milch stammt. Eine Irreführungsgefahr ist daher selbst bei Annahme einer auf der Vorderseite hervorgerufenen Fehlvorstellung nicht mehr gegeben.

31

II. Nebenentscheidungen

32

1. Die Kostenentscheidung ergibt sich aus § 91 ZPO.

33

2. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus §§ 708 Nr. 10, 711 ZPO.

34

3. Den Streitwert hat der Senat auf der Grundlage der Angaben des Klägers gemäß § 51 Abs. 1 GKG, § 3 ZPO bestimmt.

35

4. Der Senat sieht keinen Anlass für eine Zulassung der Revision nach Maßgabe des § 543 Abs. 1 Nr. 1 Abs. 2 ZPO. Die Rechtssache hat weder grundsätzliche Bedeutung noch gebietet die Fortbildung des Rechts eine Zulassung der Revision. Es handelt sich um eine Einzelfallentscheidung. Die der tatrichterlichen Würdigung des Senats zugrunde liegenden Rechtsfragen sind höchstrichterlich geklärt.