

U 15972-1 (L+LTK)

Abschrift

- 7 JUNI 2022

Landgericht Berlin

Azi.: 52 O 273/21

Verbraucherzentrale

Bundesverband

07. Juni 2022

EINGEGANGEN



Im Namen des Volkes

Urteil

In dem Rechtsstreit

Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände- Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., vertreten durch d. Vorstand , Rudi-Dutschke-Straße
17, 10969 Berlin
- Kläger -

Prozessbevollmächtigte:

gegen

Pierre Chavin Société à responsabilité limitée, vertreten durch die Geschäftsführerin
, 2 Boulevard Jean Bouin, F - 34500 Béziers, Frankreich
- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte:

hat das Landgericht Berlin - Zivilkammer 52 - durch die Richterin am Landgericht als Einzelrichterin aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 19.05.2022 für Recht erkannt:

1. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung zu verhängenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 Euro, ersatzweise Ordnungshaft, oder einer Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu vollziehen am Geschäftsführer der Beklagten zu unterlassen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen in der Bundesrepublik Deutschland das Produkt

„Zera Chardonnay, Alcohol Free“

in den Verkehr zu bringen und/oder bringen zu lassen, sofern dies geschieht, wie in **Anlage**

K 1 wiedergegeben,.

Handwritten text: *Filleul de M. A. S. 1*



Handwritten text: *Mul. de Bl. 3*

711197 K1
S.

Zéera

CHARDONNAY

SANS ALCOOL - ALCOHOL FREE

INGREDIENTS: MIEUX DE RAISIN CHARDONNAY BIOLOGIQUE - NON FERMENTÉE
 MIEUX DE RAISIN CHARDONNAY BIOLOGIQUE 37% EXTRAIT DE LEVURE (BIOLOGIQUE) 37%
 MIEUX DE RAISIN CHARDONNAY BIOLOGIQUE 22% ACIDE CITRIQUE, AROMES NATURELS, ACIDE
 CARBONIQUE. PRODUIT PASTEURISÉ. À CONSOMMER DE PRÉFÉRENCE AVANT FIN.
 INGREDIENTS: ORGANIC CHARDONNAY GRAPE JUICE - NON-FERMENTED
 ORGANIC FUSION OF GRAPE SEED (ORGANIC) 37% YEAST EXTRACT (ORGANIC) 37% GRAPE JUICE
 ORGANIC CHARDONNAY 22% CITRIC ACID, NATURAL AROMAS, ASCORBIC ACID, CARBONIC GAZ
 PASTEURIZED PRODUCT. BEST BEFORE SEE BOTTLE.
 INGREDIENTS: GETRANK AUS TRAUBENKERNEXTRAKT, HEFEEXTRAKT UND CHARDONNAY
 SAFT
 TRAUBENKERNEXTRAKT (WASSER, BIO-TRAUBENKERNE) 37% HEFE-EXTRAKT (WASSER, HEFE) 37%
 TRAUBENSCHNITZ SAFT CHARDONNAY-TRAUBEN 22% SAUERUNGSMITTEL CITRONENSÄURE, NATURLICHES
 AROMA MITTLE ASCORBINSÄURE, KOHLENDIOXID. PASTEURISIERTES PRODUKT.
 HALTBAR BIS ENDE SIEHE FLASCHENHALS.
 INGREDIENTS: BIOLOGISCH CHARDONNAYVIN - QUÄST
 BIOLOGISCH VINDRAUKERNEXTRAKT (EKOLOGISCH) 37% EK-EXTRAKT (EKOLOGISCH) 37% DRUWENSAFT
 CHARDONNAY 22% CITRONSÄURE, NATURLIGE SMAK, ASKORBINSÄURE, KOLDIOXID.
 PASTEURISERT. BÄST FÖRE SE FLASKAN.
 INGREDIENTS: PYPÄLEESTÄ, VALMISTETTU ALKOHOLITON ORGAANINEN - EI KÄYMETTYÄ
 KASTETTÄ
 PYPÄLEESTÄ (ORGAANINEN) 37% HIVALUTE (ORGAANINEN) 37% PYPÄLEENEN
 CHARDONNAY 22% SITRUKUNAHAPPO, LUONNOLINEN AROMEJA, ASKORBINIHAPPO,
 KARBONIDIOKSIDI TUOTE. PARASTA ENNEN KATSO PULLO.
 INGREDIENTS: MEUSE VAN DRUIVENPITTEN (BIOLOGISCH) 37% GISTEXTRACT (BIOLOGISCH) 37%
 CHARDONNAY (BIOLOGISCH) 22% CITROENZUUR, NATUURLIJKE AROMAS, ASCORBINEZUUR,
 KARBONDIOXID. PASTEURISERD PRODUCT. TEN MINSTE HOUDBAAR TOT ZIE FLES.

DÉCLASSIFICATION
N° 1

Typical values per
Durchschnittswerte
Value expressed per
Ausdrück der Werte
Liquor / Liqueur
port (AS) / Port
Feldstein / Feldstein
reiner / reiner
Glucose / Glucose
Korn / Korn
dort / dort
Hera / Hera
Protein / Protein
Protein / Protein
Sais / Sais

PRODUCE OF FRANCE
FRANCE



0% VOL.

750 ML



HALB-CERTIFIED

DRINK RESPONSIBLY
BIBER RESPONSIBLEMENT

BIODIVERSITY CERTIFIED
PAR ÉCOLE FRANÇAISE DES PRODUITS
AGRICULTURE UE

PRODUCTS CONTAINING 0% ALCOHOL - LESS THAN THE LIMIT OF QUANTIFICATION (0.5% VOL) - WINDIGER ALO OUI QUANTIFICATION (0.5% VOL) - PRODUCTI FOLK REKANTIFIKATIEVE RAAN (0.5% VOL) - WINDIGER ALO OUI QUANTIFICATION (0.5% VOL)

YUK BOTTLE

BEVERAGE BASED ON ORGANIC CHARDONNAY GRAPE JUICE - NON-FERMENTED

INGREDIENTS: INFUSION OF GRAPE SEED (ORGANIC) 39%, YEAST EXTRACT (ORGANIC) 37%, GRAPE JUICE (ORGANIC CHARDONNAY) 22%, CITRIC ACID, NATURAL AROMAS, ASCORBIC ACID, CARBONIC GAS. PASTEURIZED PRODUCT. BEST BEFORE: SEE BOTTLE

ALKOHOLITON GETRANK AUS TRAUBENKERNEXTRAKT, HEFEEXTRAKT UND CHARDONNAY TRAUBENSAFT - UNFERMENTIERT

ZUTATEN: TRAUBENKERNEXTRAKT (WASSER, BIO-TRAUBENKERNE) 39%, HEFE-EXTRAKT (WASSER, HEFE) 37% BIO-TRAUBENSAFT AUS CHARDONNAY-TRAUBEN 22%, SAUERUNGSMITTEL CITRONENSÄURE, NATÜRLICHES AROMA, ANTI-OXIDATIONSMITTEL ASCORBINSÄURE, KOHLENDIOXID, PASTEURISIERTES PRODUKT. MINDESTENS HALTBAR BIS ENDE: SIEHE FLASCHENHALS.

VALMICHOLSET EKOLOGISKT CHARDONNAYVIN-OJAST
INGREDIENSER: VINDRUMSKARNEXTRAKT (EKOLOGISKT) 39%, EK EXTRAKT (EKOLOGISKT) 37% DRUFSÄFT (EKOLOGISKT CHARDONNAY) 22%, CITRONSÄYRA, NATURLIGA SMAKER, ASKORBINSYRA, KOLDIOXID. PASTORISERAD PRODUKT. BAST FÖRE SE FLASKAN.

CHARDONNAY RYPÄLEESTÄ VALMISTETTU ALKOHOLITON ORGANNEN - E KÄMMEISE

YÄMMEISE RYPÄLESEMENIITE (ORGANNEN) - I MÄLLE KOKKANINEN 37% RYPÄLEMEHU

THUYE K1 5.3

2. Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 200,00 Euro netto nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 22.1.22 zu zahlen.
3. Die Beklagte hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.
4. Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung vorläufig vollstreckbar und zwar hinsichtlich des Tenors zu 1) in Höhe von 15.000,-- € und im Übrigen in Höhe des jeweils zu vollstreckenden Betrages zuzüglich 10 %.

Tatbestand

Der Kläger ist ein Dachverband aller 16 Verbraucherzentralen und 26 weiterer verbraucher- und sozialorientierter Organisationen in Deutschland. Er ist in der vom Bundesamt für Justiz in Bonn geführten Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 UKlaG eingetragen. Er macht einen Unterlassungsanspruch aus § 2 UKlaG geltend.

Die Beklagte ist ein Lebensmittelunternehmen mit Sitz in Frankreich. Sie betreibt ein Weingut unter der Bezeichnung „Pierre Chavin“ und produziert Weine und sonstige Getränke. Ihr Produkt „Zera Chardonnay“ wird auch in Deutschland vertrieben und wurde im März 2020 von einem Verbraucher online unter www.mein-weinhandel.de zu einem Preis von 6,90 € vom Betreiber dieser Webseite, Herrn _____, erworben. Es handelt sich um ein Produkt u.a. aus Traubenkernextrakt, Hefeextrakt und Traubensaft, abgefüllt in einer Burgunderflasche. Auf dem Etikett auf der Flaschenvorderseite befindet sich die Bezeichnung „Zera Chardonnay“ und u.a. der Hinweis „Alcohol free, sans alcool“. Auf der Flaschenrückseite befindet sich ein Etikett, auf dem es u.a. heißt: „Alkoholfreies Getränk aus Traubenkernextrakt, Hefeextrakt und Chardonnay Traubensaft – unfermentiert“.

Mit Schreiben vom 10.12.2020 (K 4) forderte der Kläger die Beklagte zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auf.

Der Kläger meint, die Produktaufmachung sei irreführend, der Verbraucher gehe davon aus, dass es sich um einen alkoholfreien Wein handle. Die Produktaufmachung verstoße gegen Art. 7, 17 LMIV sowie §§ 25, 26 WeinG und §§ 3, 5 UWG.

Der Kläger beantragt,

wie erkannt.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte bestreitet das Vorliegen einer Irreführungsgefahr. Verbraucher könnten weder aufgrund der Flaschenform noch aufgrund der Angabe der Rebsorte Chardonnay oder dem Zusatz „alcohol free“ darauf schließen, worum es sich bei dem Produkt handele, sondern müssten auf dem Rückenetikett die beschreibende Bezeichnung lesen, aus der sich ergebe, dass es sich nicht um einen alkoholfreien Wein handele.

Entscheidungsgründe

Die Klage ist zulässig und begründet.

Das Landgericht Berlin gem. Art. 7 Nr. 2 EuGVVO , § 14 Abs. 2 UWG international und örtlich zuständig.

Der Kläger ist eine anspruchsberechtigte Stelle i.S.d. § 3 Abs. 1 Nr. 1 UKlaG, weil er in die unter www.bundesjustizamt.de einsehbare Liste qualifizierter Einrichtungen gem. § 4 UKlaG eingetragen ist.

Dem Kläger steht der geltend gemachte Unterlassungsanspruch gem. § 2 UKlaG zu, da die Beklagte Vorschriften zuwiderhandelt, die dem Schutz der Verbraucher dienen (Verbraucherschutzgesetz). Die Beklagte verstößt gegen Art. 7 LMIV. Gem. Art. 7 Abs. 1 LMIV dürfen Informationen über Lebensmittel nicht irreführend sein. Eine Information über Lebensmittel ist irreführend, wenn sie zur Täuschung geeignet ist. Zur Täuschung geeignet ist eine Information dann, wenn sie den tatsächlichen Gegebenheiten nicht entspricht und daher geeignet ist, bei den angesprochenen Verkehrskreisen zumindest auch unrichtige Vorstellungen über das Produkt zu erwecken (Voit/Grube, LMIV, 2. Aufl. , Rn. 46 zu Art. 7, OLG Karlsruhe, LMuR 2012, 104). Dies kann auch dann der Fall sein, wenn eine Lebensmittelinformation mehrere Deutungsmöglichkeiten zulässt und nur eine dieser Deutungsmöglichkeiten nicht mit den tatsächlichen Gegebenheiten übereinstimmt. Die Gesamtaufmachung des Lebensmittels ist entscheidend für die Beurteilung der Frage, ob eine Irreführungseignung gegeben ist (Voit/Grube a.a.O., Rn. 47, EuGH LMuR 2015, 125; BGH, GRUR 2003, 631). Hierzu gehören neben dem Wortlaut werblicher Aussagen auch Bilder bzw. Grafiken. Potenziell irreführende Angaben oder Abbildungen können durch erläu-

ternde Zusatzangaben relativiert werden (BGH, GRUR 2003, 631). Auch die Informationen des Zutatenverzeichnisses sind heranzuziehen, wenn die Zusammensetzung des Lebensmittels für die Kaufentscheidung des Verbrauchers relevant ist (vgl. EuGH, Rs. C-51/94, Slg. I 1995, 3599 = ZLR 1995, 667). Allerdings ist nicht jede klarstellende Angabe geeignet, eine Irreführungsgefahr zu beseitigen (vgl. z.B. OLG Köln, LMRR 2004, 90 = GRUR-RR 2005, 94).

Ausgehend von diesen Grundsätzen ist die streitgegenständliche Produktgestaltung irreführend.

Bei der Ermittlung der mutmaßlichen Verkehrserwartung ist im Kontext der LMIV die Auffassung der Verbraucher, und zwar der Gesamtheit der angesprochenen Verbraucher, heranzuziehen. Wenn die Erwartung eines relevanten Anteils dieser Verbraucherschaft nicht erfüllt wird, liegt eine Irreführung vor (vgl. OLG Köln, MD 2007, 1215).

Das Gericht, das zu den angesprochenen Verbrauchern gehört, kann die Verkehrserwartung selbst beurteilen und geht davon aus, dass ein relevanter Teil der Verbraucherschaft aufgrund der aus dem Tenor ersichtlichen Produktgestaltung meint, dass es sich bei dem streitgegenständlichen Produkt um einen alkoholfreien Wein handelt. Diese Erwartung wird nicht erfüllt, da es sich bei dem angebotenen Getränk tatsächlich um ein Produkt aus Traubensaft (und weiteren Zutaten) handelt.

Die verwendete Burgunderflasche ist den Verbrauchern als Weinflasche bekannt. Sie wird – wie sich aus der Anlage K 2 ergibt und dem Gericht auch aus eigener Anschauung bekannt ist – für Rotwein und Weißwein (meist Chardonnay) verwendet. Nicht erforderlich ist, dass diese Flaschenform ausschließlich für Wein, sondern – wie die Beklagte einwendet – auch für andere Produkte gebräuchlich ist. Hinzu kommt, dass die Flasche mit einem Etikett versehen ist und auch im Bereich des Flaschenhalses so gestaltet ist, wie es der Verbraucher von Weinflaschen kennt. Weiter spricht für die Einordnung des Produkts als Wein, dass sich auf dem Etikett die Bezeichnung Chardonnay und damit einer sehr bekannten und populären Weißwein- bzw. Rebsorte befindet. Auch wenn – wie die Beklagte zu Recht einwendet – der Rebsortenname nicht dem Wein vorbehalten ist, lässt sich aus seiner konkreten Verwendung auf dem Etikett einer Burgunderflasche und ohne Hinweis auf ein anderes Produkt auf einen Wein schließen, da die Bezeichnung desm Verbraucher vor allem als Wein geläufig ist. Aus dem Hinweis „alcohol free“ entnimmt der Verbraucher, der das Getränk aus den genannten Gründen für einen Wein hält, dass es keinen Alkohol enthält. Die Bezeichnung Zera, die Assoziationen zu dem englischen Wort zero bzw. dem französischen Wort zéro (ausgeschriebenes Wort für die Zahl 0) weckt, stellt die Alkoholfreiheit des Produkts nochmals in den Fokus. Der Umstand, dass das Produkt alkoholfrei ist, muss bei dem Verbraucher keinen Zweifel daran aufkommen lassen, dass es sich um Wein handelt, da

es auch alkoholfreien Wein gibt und ein Hinweis auf ein anderes Produkt auf dem Vorderetikett nicht vorhanden ist. Der Umstand, dass – wie die Beklagte vorträgt – auch andere Winzer Traubensäfte in ähnlichen Flaschen anbieten, lässt die Irreführungsgefahr nicht entfallen. Dass Traubensäfte in der Regel in derart gestalteten Flaschen angeboten werden, lässt sich nicht feststellen und wird von der Beklagten auch nicht behauptet. Im Übrigen ist auf den von der Beklagten in Bezug genommenen Flaschen auch teilweise ausdrücklich die Bezeichnung Traubensaft auf dem Vorderetikett der Flasche vorhanden (siehe z.B. S. 9 des Schriftsatzes der Beklagten vom 02.03.2022, Bl. 52 d.A.), so dass dort – anders als im vorliegenden Fall - schon deswegen kein Irrtum entstehen kann.

Irreführende Angaben können zwar grundsätzlich durch erläuternde Zusatzangaben relativiert werden. Vorliegend sind die Angaben auf dem Rückenetikett der Flasche aber nicht geeignet, die Irreführungsgefahr auszuräumen. Nachdem im Hinblick auf die gewählte Flaschenform und die herausgestellten Angaben auf dem Vorderetikett die Vorstellung vermittelt wird, es handele sich um alkoholfreien Wein, hätte der veranlasste Irrtum nur durch einen klaren und unmissverständlichen Hinweis ausgeschlossen werden können, der ebenfalls an prominenter Stelle steht. Die Angabe auf der Rückseite der Flasche, es handele sich um Traubensaft, die im Hinblick auf die aufgeführten weiteren Zutaten in mehreren Sprachen auch nicht direkt ins Auge fällt, reicht nicht aus. Im Übrigen dürften sich wegen der gewählten Gestaltung der Flasche inklusive des Vorderetiketts für nicht unrelevante Teile der Verbraucherschaft keine offenen Fragen ergeben, so dass sie auch keinen Anlass haben, die weiteren Informationen auf der Rückseite der Flasche vor dem Kauf des Produkts näher zu inspizieren.

Art. 7 LMIV ist Verbraucherschutzgesetz iSv § 2 UKlaG. Die Aufzählung der Verbraucherschutzgesetze in § 2 Abs. 2 UKlaG ist nicht abschließend (BGH GRUR 2012, 415; BGH WRP 2016, 467). Zu den sonstigen Verbraucherschutzgesetzen gehören alle sonstigen Vorschriften, die Verhaltenspflichten des Unternehmers gegenüber dem Verbraucher begründen (BGH WRP 2020, 726) und deren Verletzung Kollektivinteressen der Verbraucher beeinträchtigen (BGH WRP 2020, 726). Hierzu gehört auch die Regelung des Art. 7 LMIV (Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 40. Auflage 2022, § 2 UKlaG Rn. 30b).

Ob daneben auch ein Verstoß gegen §§ 25, 26 WeinG vorliegt, kann offenbleiben.

Die Wiederholungsgefahr ist aufgrund des erfolgten Verstoßes indiziert und hätte nur durch Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung ausgeräumt werden können.

Der aus dem Tenor zu 2. ersichtliche Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten i.H.v. 200,00 € steht dem Kläger gem. § 13 Abs.3 UWG i.V.m. § 5 UKlaG zu, da die Abmahnung begründet und berechtigt war. Der Kläger kann als Verband die Erstattung einer Kostenpauschale verlangen.

Die prozessualen Nebenentscheidungen beruhen auf §§ 91, 709 ZPO.

Richterin am Landgericht