



Verbraucherzentrale Hessen e.V.

Große Friedberger Straße 13-17  
60313 Frankfurt/Main

Upfield Deutschland GmbH  
Postfach 10 25 27  
D- 20017 Hamburg

[www.upfield.com](http://www.upfield.com)

06.05.2019

**Stellungnahme zu unserem Produkt „Botterram“ im Wickler, sowie  
im Becher  
Ihre beiden Schreiben vom 24. April 2019**

Sehr geehrte

in der oben bezeichneten Angelegenheit bedanken wir uns für Ihre Schreiben und nehmen  
gern zu den Kritikpunkten der beiden Verbraucher Stellung:

- Ein Verbraucher sieht sich durch die Aufmachung des Produktes im Wickler über die Zusammensetzung getäuscht, da die Verpackung in Folie die in Deutschland übliche Angebotsform für Butter sei und der Name Botterram auf Butter hindeute. Der Hinweis auf einen frischen Buttergeschmack lasse im Übrigen die Verwendung von Aroma erwarten, da die enthaltenen 10% Butter zu keinem so intensiven Geschmackerlebnis führen könnten.
- Zusätzlich ist der Verbraucherzentrale aufgefallen, dass die auf der Schauseite abgebildete Milchkuh den Eindruck verstärke, dass es sich bei dem Produkt um eine Butter handele.
- Ein anderer Verbraucher sieht sich durch die Aufmachung des Produktes im Becher getäuscht, da auf der Packung die Verwendung von Butter und Rapsöl herausgestellt würden, während laut Zutatenliste Palmöl einen wesentlichen Fettbestandteil des Produktes darstelle.

Geschäftsführer: Lars Biedebick,  
Sebastian Pötzscher, Till Schirmer  
Upfield Deutschland GmbH, Sitz und  
Registergericht Hamburg, Reg.-Nr. HRB 135321



Natürlich sind wir darauf bedacht, die Regeln des fairen Wettbewerbs einzuhalten und wollen unsere Verbraucher nicht täuschen. Wir nehmen Ihre Rückmeldung sehr gerne an und werden diese bei der zukünftigen Produktgestaltung einbeziehen. Dennoch sehen wir aus den folgenden Gründen kurzfristig keinen Anlass, die von Ihnen beanstandete Produktgestaltung zu verändern.

1. Durch die Gestaltung und Kennzeichnung des Produkts wird hinreichend deutlich, dass es sich nicht um (reine) Butter handelt, sondern um ein Mischprodukt. So wird auf der Vorderseite schon durch den von Ihnen angeführten Hinweis klar und deutlich kommuniziert, dass das Produkt Rapsöl, Butter und Buttermilch enthält (wobei auch durch die Nennung von Rapsöl an erster Stelle klar wird, dass Butter nicht der Hauptbestandteil ist). Auch die Formulierung „Mit [...] Butter“ setzt denkllogisch voraus, dass das Produkt selbst keine reine Butter darstellt. Andernfalls wäre der Hinweis bereits überflüssig („Butter mit Butter“). Hinzu kommt die großflächige Abbildung von Raps auf der Verpackung. Und schließlich zeigt auch das Bild der Milchflasche und des Krugs oberhalb des Produktnamens, aus denen zwei Flüssigkeiten zusammengegossen werden, dass es sich um ein Mischprodukt handelt. In dieser Konstellation wird die Abbildung einer Kuh von einem aufmerksamen Verbraucher klar als Zutatenhinweis verstanden. Dass allein die Abbildung einer Kuh – trotz der vielen vorgenannten anderen Komponenten und Hinweise – zur Annahme führt, es handele sich hier um eine reine Butter, halten wir für fernliegend.
2. Auch der Name „Botterram“ ist nicht irreführend. Zunächst handelt es sich um einen Fantasienamen, der bestenfalls phonetisch an „Butter“ angelehnt ist – was angesichts der Tatsache, dass das Produkt Butter enthält und nach Butter schmeckt, auch naheliegt und unbedenklich ist. Selbst wenn man den Begriff mit „Butterrahm“ gleichsetzen wollte, wie Sie es tun, würde dies nicht bedeuten, dass Produkt sei eine Butter. Denn auch „Butterrahm“ ist nicht gleichbedeutend mit „Butter“.

Im Übrigen steht der Name seit jeher für ein Streichfett mit pflanzlichen Bestandteilen und nicht für eine reine Butter. So kann der Name auf eine lange Historie zurückblicken: 1874 gründete der Apotheker Benedikt Klein die erste Margarine-Fabrik Deutschlands. Bis in die 1970iger Jahre – und somit etwa 100 Jahre lang – verkaufte dieses Unternehmen Margarine unter dem Produktnamen „Botterram“. 1980 wurde das Unternehmen schließlich an Unilever verkauft, die sich Ende 2017 entschlossen, erneut ein Milchstreichfett unter dem Produktnamen „Botterram“ auf den Markt zu bringen. Seit Juli 2018 wird das Produkt von der Upfield Deutschland GmbH vertrieben.

Dies zeigt, dass der Verkehr mit dem Fantasiebegriff „Botterram“ seit jeher keine klassische Butter verbindet.



3. Auch die Produktverpackung in Form eines Wicklers ist schon seit langer Zeit kein typisches Merkmal mehr für Butter. Es gibt heute zahlreiche Mischstreichfette, Margarinen und ähnlich Produkte, die in einem Wickler verpackt sind und umgekehrt genauso eine Reihe von Butterprodukten, die in der früher margarinetypischen Becherverpackung in den Verkehr gebracht werden.
4. Die Vermutung, dass das Produkt Aroma enthält, ist korrekt. Dieses ist auch ordnungsgemäß in der Zutatenliste deklariert. Dabei handelt es sich um Butter- und Sahnearoma, das den frischen Buttergeschmack des Produktes abrundet; dieser wird maßgeblich durch den Butteranteil und durch Zugabe von Buttermilch erreicht, die mit immerhin 28% im Produkt enthalten ist. Nach Ihrer Schilderung hat der Beschwerde führende Verbraucher ja offensichtlich ein „intensives Geschmackserlebnis“ gehabt. Natürlich unterliegt es stets einem subjektiven Urteil, wie der Einzelne den Geschmack eines Produktes erlebt. Mit unseren Produktentwicklern sind wir jedenfalls davon überzeugt, dass das Produkt einen „frischen Buttergeschmack“ hat.
5. Selbstverständlich enthalten die genannten Produkte nicht nur die hervorgehobenen Zutaten, sondern auch noch weitere Zutaten, die nicht auf der Schauseite genannt werden. Dem Werbenden steht frei, nur auf einzelne im Produkt enthaltene, besonders charakteristische Zutaten hinzuweisen. Der verständige Durchschnittsverbraucher, auf den abzustellen ist, erwartet nicht, dass das Produkt ausschließlich aus Rapsöl und Butter besteht. Darüber hinaus hat er die Möglichkeit, sich im Zutatenverzeichnis über die Inhaltsstoffe zu informieren. Auch dort wird er sehen, dass Butter und Rapsöl zwar Bestandteile des Produktes „Botterram“ sind, das Produkt jedoch aus weiteren Zutaten wie etwa Palmöl besteht. In der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs ist seit langem anerkannt, dass der verständige Durchschnittsverbraucher, dessen Kaufentscheidung sich nach der Zusammensetzung des Erzeugnisses richtet, zunächst das Verzeichnis der Zutaten liest (vgl. nur Rs. C-51/94, Rn. 34 – *Kommission/Deutschland*; Rs. C-465/98, Rn. 22 – *Darbo*; Rs. C-195/14, Rn. 37 – *Teekanne*).

Wir hoffen, mit diesem Schreiben unseren Standpunkt glaubwürdig dargelegt zu haben. Für Ihre Rückmeldung und Fragen, die wir gerne beantwortet haben, nochmals vielen Dank. Uns liegt am Herzen, die Kraft der Pflanzen zu nutzen, um leckere und pflanzenbasierte Nahrungsmittel herzustellen.

Mit freundlichen Grüßen