

Hanseatisches Oberlandesgericht

Az.: 5 U 265/11

408 HKO 33/11

LG Hamburg

Verkündet am 08.09.2016



Urteil

IM NAMEN DES VOLKES

In der Sache

Verbraucherzentrale Sachsen e.V.

- Kläger und Berufungskläger -

gegen

Unilever Deutschland GmbH

- Beklagte und Berufungsbeklagte -

erkennt das Hanseatische Oberlandesgericht

auf Grund der mündlichen Verhandlung vom 29.06.2016 für Recht:

1. Die Berufung des Klägers gegen das Urteil des Landgerichts Hamburg vom 4.11.2011, Az. 408 HKO 33/11, wird zurückgewiesen.
2. Der Kläger hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.
3. Das Urteil sowie das angefochtene Urteil des Landgerichts sind vorläufig vollstreckbar.

Der Kläger kann die Vollstreckung der Beklagten durch Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des aufgrund des jeweiligen Urteils vollstreckbaren Betrags abwenden, wenn nicht die Beklagte vor der Vollstreckung jeweils Sicherheit in Höhe von 110 % des zu vollstreckenden Betrags leistet.

4. Die Revision wird nicht zugelassen.

Gründe:

I.

Der Kläger, zu dessen satzungsmäßigen Aufgaben es gehört, für die Interessen der Konsumenten einzutreten, macht einen Unterlassungsanspruch gegen die Beklagte, die das Produkt „Knorr, Feinschmecker Tomatensuppe Toscana“ vertreibt, geltend.

Hinsichtlich des dem Rechtsstreit zugrunde liegenden Sachverhalts wird auf die tatsächlichen Feststellungen des angefochtenen Urteils Bezug genommen.

Die Verpackung der Suppe sieht wie folgt aus:



Knorr
Feinschmecker
Tomatensuppe Toscana

So einfach geht's:



1. Beutelinhalt mit einem Schneebesen in **625 ml** kochendes Wasser einrühren.



2. Bei schwacher Hitze **1 Minute** kochen lassen. Ab und zu umrühren.

Rezeptidee ...

... mit Hackbällchen:

200 g Hackfleisch mit **1 Eigelb**, **1 EL Paniermehl (Semmelbrösel)**, Salz und Pfeffer vermischen, ca. 12 kleine Bällchen formen und in etwas heißem Olivenöl (z. B. BERTOLLI) rundum braten. 625 ml Wasser zugeben und die Suppe nach Anweisung zubereiten. Die Suppe mit **2 EL Schlagsahne** verfeinern und mit **60 g Mozzarellawürfeln** und **Basilikumblättchen** bestreut servieren.

Zutaten: 33% Tomatapulver, Stärke, Zucker, pflanzliches Fett, jodiertes Speisesalz, Milchzucker, natürliches Mineralöl***, Maltodextrin, Zuckerrüben, Hefextrakt, Milchweiß, Weizenmehl, Basilikum, Knoblauch, rote-Bete-Pulver, Curcuma, Aroma.
*** enthält weniger Natrium als Speisesalz durch von Natur aus enthaltenes Kalium

	pro 100 g Trockenprodukt	pro Portion zubereitet (250 ml)	% GDA** pro Portion
Energie	1500 kJ / 360 kcal	380 kJ / 90 kcal	25%
Fett	10 g	2,5 g	5%
Kohlenhydrate	5 g	1,3 g	3%
davon Zucker	1,5 g	0,4 g	3%
Fett	0 g	0 g	0%
Eiweiß	0 g	0 g	0%
gesättigte Fettsäuren	4,5 g	1 g	9%
Salz	5 g	1,3 g	26%
Natrium	1,74 g	0,44 g	40%

** GDA = Richtwert für die Tageszufuhr basierend auf einer Ernährung mit 2000 kcal

Inhalt ergibt **0,625 Liter = 2-3 Teller**

© = eingetragene Marke



Guter Geschmack ist unsere Natur
Wir unterstützen Sie gerne bei der Zubereitung von Gerichten, die - natürlich - lecker sind.
Wir haben das Knorr Programm „Anbau für die Zukunft“ ins Leben gerufen, weil uns unsere Erde und hochwertige Zutaten wichtig sind.
Unsere Gemüse und Kräuter wachsen und reifen in der Sonne und werden saisongerecht, wenn sie am besten schmecken, geerntet.
Teilen Sie unsere Leidenschaft für guten Geschmack und den Erhalt unserer Natur.
Lesen Sie mehr unter www.knorr.de

- ✓ Natürlich ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe
- ✓ Natürlich ohne Konservierungsstoffe*
- ✓ Natürlich ohne Farbstoffe * lt. Gesetz

Verbraucher-SERVICE
Tel.: 0180 - 20 00 424*
www.knorr.de
* Cost: hierof auch durch d. Festnetz

Unilever Deutschland
Postfach 570 237
22771 Hamburg
Mindestens haltbar bis Ende:

04/2012
L 0289 OF 803

Der Kläger hat sein Unterlassungsbegehren auf §§ 11 LFGB, 2 UKlaG gestützt und argumentiert, die Art und Weise der Werbung der Beklagten sei irreführend und geeignet, die Interessen der Verbraucher spürbar zu beeinträchtigen. Denn die Beklagte werbe mit der Natürlichkeit der Tomatensuppe und suggeriere dem Verbraucher durch die Gesamtaufmachung der Verpackung, der Geschmack und die Farbe der Suppe resultierten allein aus den sonnengereiften Tomaten.

Der Kläger hat die Ansicht vertreten, die Irreführung ergebe sich aus dem Zusammenhang „Clean Label“ und „Werbung mit Natürlichkeit“: Der Verbraucher gehe davon aus, dass die Tomatensuppe ihren Geschmack und ihre Farbe von den Tomaten erhalte und nicht von Geschmacksverstärkern oder färbenden Lebensmitteln.

Der Kläger hat argumentiert, dass der im Produkt enthaltene Hefeextrakt, der isoliertes Glutamat freisetze, ein geschmacksverstärkender Stoff sei. Der Kläger hat die Auffassung vertreten, dass aus Verbrauchersicht Geschmacksverstärker alle Stoffe seien, die den Geschmack eines Lebensmittels verstärken. Bei der Angabe „ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe“ gehe der Verbraucher davon aus, dass keine weiteren geschmacksverstärkenden Zusatzstoffe eingesetzt würden, zumal die Werbung suggeriere, der gute Geschmack käme aus der Natur, da sonnengereiftes Gemüse verwendet und saisongerecht geerntet würde. Diese Irreführung könne auch nicht dadurch ausgeräumt werden, dass Hefeextrakt im Zutatenverzeichnis aufgeführt sei, da der Verbraucher der anpreisenden Werbung auf der Vorder- und Rückseite der Verpackung vertraue. Der Kläger hat unter Bezug auf eine bundesweite Markterhebung durch 12 Verbraucherzentralen unter dem Titel „Ohne Zusatzstoffe“ – Clean Labeling in der Anlage K2 behauptet, der Verbraucher kenne nicht den Unterschied zwischen Zusatzstoffen und Zutaten, die geschmacksverstärkende Wirkung hätten (wie z.B. Hefeextrakt) oder färbende Lebensmittelzutaten seien. Ein nicht unerheblicher Teil der Verbraucher erwarte bei einer natürlichen Tomatensuppe, dass der Geschmack und die Farben durch Tomaten erzeugt würden. Der Kläger hat die Ansicht vertreten, dem Verbraucher sei die enge juristische Definition der Zusatzstoffe gemäß den geltenden Zusatzstoffregelungen nicht bekannt. Hinzukäme, dass irreführende Darstellungen auf den Schauseiten des Produkts nicht irgendwo versteckt im Kleingedruckten, z.B. in der Zutatenliste, wieder ausgeräumt werden könnten. Gegenstand der Beurteilung sei die Gesamtaufmachung des Lebensmittels. Der Kläger hat angeführt, dass die Beklagte keinen stichhaltigen Grund für die Verwendung von Hefeextrakt vortrage. Demgegenüber betone die Beklagte in ihrer Werbung die Natürlichkeit vollreifer Tomaten und suggeriere dem Verbraucher damit, dass der Geschmack und die Farbe der Suppe von den Tomaten kämen.

Der Kläger hat beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten zu unterlassen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen das fertigverpackte Produkt mit dem Namen „Knorr, Feinschmecker Tomatensuppe Toscana“ wie im Antrag nachfolgend abgebildet in den Verkehr zu bringen, wenn auf der Verpackung mit den Angaben „Natürlich ohne – geschmacksverstärkende Zusatzstoffe – Farbstoffe“ geworben wird, im Produkt jedoch Hefeextrakt und färbende Lebensmittelzutaten Rote-Bete-Pulver und Curcuma eingesetzt werden und nicht darauf hingewiesen wird, dass Hefeextrakt geschmacksverstärkende Eigenschaften besitzt und es sich bei den Zutaten Rote-Bete-Pulver und Curcuma um färbende Lebensmittelzutaten handelt.

Die Beklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte hat die Ansicht vertreten, die auf dem Produkt verwendeten Labels „ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe“ und „ohne Farbstoffe“ verstießen nicht gegen die Irreführungsverbote gemäß §§ 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG oder 4 Nr. 11 UWG i.V.m. 11 Abs. 1 Nr. 1 LFGB. Die mit den Labels getroffenen Aussagen seien objektiv zutreffend und es sei auch nicht ersichtlich, dass sie vom angesprochenen Verkehr derart missverstanden werden könnten, dass dadurch eine Irreführung begründet werden könnte. Auch werde der Verbraucher durch die Zutatenliste hinreichend aufgeklärt und die Labels könnten nicht als unlauter eingestuft werden.

Die Beklagte hat behauptet, Hefeextrakt sei kein Zusatzstoff i.S.d. § 2 Abs. 3 LFGB und Art. 3 Abs. 2 lit.a VO (EG) Nr. 1333/2008, denn keine Zusatzstoffe seien solche Zutaten, die selbst als Lebensmittel verzehrt werden könnten und wenn sich der jeweilige Stoff noch in dem natürlichen Verbund einer Zutat befinde. So sei, wie die Anlage B1 zeige, Hefeextrakt auch selbst ein Lebensmittel, auch wenn er - neben anderen wichtigen Substanzen (Aminosäuren, B-Vitaminen und Mineralstoffen) - u.a. Glutamat enthalte. Das Glutamat bilde dabei aber lediglich einen natürlichen Bestandteil des Hefeextraktes, sei also nicht isoliert, so wie z.B. auch Käse oder Tomaten von Natur aus (nicht isoliertes) Glutamat enthielten. Ein Zusatzstoff liege im Übrigen nur dann vor, wenn dieser einem Lebensmittel aus technologischen Gründen zugesetzt werde, wie sich aus § 2 Abs. 3 S. 1 LFGB, Art. 3 Abs. 2 a) VO (EG) Nr. 1333/2008 ergebe, d.h. es z.B.

zwecks Konservierung, Geschmacksverstärkung oder auch Färbung zugefügt werde. Das sei z.B. bei isoliertem Glutamat der Fall, das keinen Eigengeschmack habe (vgl. Anlage B2), während Hefeextrakt ein Würzmittel mit einem äußerst intensiven Eigengeschmack sei (vgl. Anlage B3), wie man z.B. im Produkt Vitam-R wahrnehmen könne. Hefeextrakt sei zudem ein charakteristisches Lebensmittel i.S.d. § 2 Abs. 3 S. 1 LFGB, das maßgeblich zum Geschmack einer Suppe beitrage und bei herzhaften Gerichten wie Suppen häufig verwendet werde.

Hinsichtlich des Rote-Bete-Pulvers und des Curcumas hat die Beklagte behauptet, diese stellten keine Farbstoffe i.S. einer Unterart der Zusatzstoffe dar. Denn einerseits könnten sie selbst als Lebensmittel verzehrt werden, während ein Zusatzstoff nur dann vorliege, wenn dieser aus der Zutat isoliert und dann in isolierter Form dem Lebensmittel zugesetzt würde, was z.B. bei Betanin (E 162) und Curcumin (E 160) der Fall sei. Dass die Zutaten in getrockneter und pulverisierter Form verwendet würden, ändere daran, dass sie selbst Lebensmittel seien, nichts, denn wie sonst sollten sie bei einer Fertigtütensuppe Einsatz finden. Maßgeblich sei, dass sie nicht aus technologischen Gründen eingesetzt würden, sondern dass beide Zutaten Geschmackszwecken dienten. Die Beklagte hat dazu ausgeführt, dass beide Zutaten sehr geschmacksintensiv seien und deshalb aus geschmacklichen Gründen eingesetzt würden, nämlich um die Suppe zu würzen und den Geschmack abzurunden, was der Kläger erstinstanzlich nicht bestritten hat. Die Beklagte hat weiter die Ansicht vertreten, dass die Tatsache, dass beide Zutaten zugleich auch eine gewisse färbende Wirkung hätten, ein Nebeneffekt sein möge, auf den es nicht ankomme. Zudem sei Rote-Bete auch eine charakteristische Lebensmittelzutat für eine Tomatensuppe, wie z.B. das Rezept in der Anlage B5 veranschauliche.

Die Beklagte hat behauptet, der Verbraucher wisse auch, dass zu einer guten Tomatensuppe noch andere Zutaten als Tomaten gehörten, wie z.B. Kräuter, Gewürze oder andere Würzmittel, z.B. Hefeextrakt; außerdem könne der Verbraucher auch zwischen Zusatzstoffen oder Farbstoffen und anderen Zutaten unterscheiden. Auch aus dem gemeinschaftlichen Bericht der Verbraucherzentralen in der Anlage K2 ergebe sich dieses Verständnis für das Label „ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe“.

Die Beklagte hat argumentiert, der Verbraucher werde auch durch die Zutatenliste hinreichend aufgeklärt, so dass dadurch eine etwaige Irreführung ausgeräumt werde. Es sei nämlich nach der Rechtsprechung des EuGH davon auszugehen, dass der Verbraucher zunächst das Zutatenverzeichnis lese. Die streitgegenständlichen Labels seien zudem nicht unlauter, weil die Beklagte ein schützenswertes Interesse an der Verwendung der objektiv zutreffenden Angaben habe, weil die Beklagte unter nicht unerheblicher Erhöhung der Produktionskosten darauf

verzichte, Zusatzstoffe zu verwenden, so dass es ihr auch gestattet sein müsse, den Verbraucher darauf hinzuweisen. Auch die unter einer Lebensmittelallergie oder –unverträglichkeit leidenden Verbraucher hätten ein Interesse daran, über das Fehlen von Zusatzstoffen in Form von isolierten Geschmacksverstärkern, Farbstoffen etc. aufgeklärt zu werden.

Die Beklagte hat weiter vorgebracht, dass sich die behauptete Irreführung auch nicht aus dem Zusammenhang mit dem den Labels vorangestellten Wort „Natürlich...“ ergebe. Das Wort „natürlich“ weise hier gar nicht auf die Natürlichkeit des Produkts hin, sondern werde lediglich – dem umgangssprachlichen Sprachgebrauch der angesprochenen Verbraucher entsprechend – im Sinne von „selbstverständlich“ verwendet. Aber selbst wenn man davon ausginge, dass das Wort „natürlich“ hier auch als Hinweis auf die Natürlichkeit des Produkts verstanden werden sollte, würde die Bedeutung durch die nachfolgenden Labels konkret definiert, zumal das Wort nicht in Alleinstellung, sondern im Kontext mit den Angaben „ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe“ und „ohne Farbstoffe“ verstanden würde, d.h. keine darüber hinausgehende Aussage über die Natürlichkeit oder Naturbelassenheit des Produktes enthalte. Aus der Tatsache, dass es sich um eine Suppe handele, folge, dass der Geschmack nicht allein auf den Tomaten beruhen könne, sondern z.B. auch Salz, Gewürze oder andere Würzmittel enthalten seien und der Geschmack ggf. durch weitere Zutaten abgerundet oder verfeinert würde. Deshalb gehe der Verbraucher völlig selbstverständlich davon aus, dass in der Fertigtomatensuppe noch weitere würzende und den Geschmack abrundende Zutaten, wie z.B. Speisesalz, enthalten seien, ohne dass die Werbung mit dem Wort „natürlich“ daran etwas ändere. Der Verbraucher entnehme dem Label „ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe“ lediglich die Aussage, dass dem Produkt keine Stoffe hinzugefügt werden, die allein die Funktion eines Geschmacksverstärkers und keinen Eigengeschmack hätten, wie z.B. isoliertes Mononatriumglutamat. Hefeextrakt sei kein Stoff, der allein der Verstärkung des Geschmacks anderer Zutaten diene, sondern ein klassisches Würzmittel, habe einen sehr charakteristischen, an das Aroma von Fleisch erinnernden Eigengeschmack und diene deshalb auch vorliegend der Geschmacksänderung der Suppe und nicht der bloßen Geschmacksverstärkung. Die Beklagte hat weiter die Ansicht vertreten, bei einer Werbung für Konfitüre, für welche mit dem Wort „naturrein“ geworben werde, müsse der Verbraucher auch davon ausgehen, dass in ihr auch Geliermittel enthalten sei, ohne dass die Beschreibung als „naturrein“ daran etwas ändere. Die Beklagte hat zudem ins Feld geführt, die Menge an freiem Glutamat, welches durch den Hefeextrakt in der Tomatensuppe enthalten sei, betrage gerade 10 mg, während z.B. Tomaten 140 mg und Kartoffeln 180 mg und Parmesan 1.200 mg enthielten (vgl. Anlage B 12).

Hinsichtlich der Formulierung „ohne Farbstoffe“ hat die Beklagte weiter argumentiert, der

Verbraucher erwarte nicht, lediglich Tomatenpulver vorzufinden, sondern eine Tomatensuppe. Es sei praktisch auch keine würzende oder den Geschmack abrundende Zutat denkbar, die sich nicht auch irgendwie auf die Farbgebung auswirken würde, weil z.B. Petersilie oder Basilikum grün und Pfeffer schwarz färben würde. Der Verbraucher verstehe das Label „ohne Farbstoffe“ so, dass keine isolierten Farbstoffe hinzugefügt seien, die allein den Zweck hätten, die Farbgebung des Produktes zu verändern. Rote-Bete Pulver und Curcuma würden in der Tomatensuppe lediglich eingesetzt, um die Tomatensuppe zu würzen und den Geschmack abzurunden.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen und zur Begründung ausgeführt, die streitgegenständliche Werbeaussage der Beklagten sei nicht irreführend, denn die dem Produkt beigelegten Stoffe Hefeextrakt sowie Rote-Beete Pulver und Curcuma seien keine Lebensmittel-Zusatzstoffe i.S.d. § 2 Abs. 3 S. 1 LFGB. Hinzukomme, dass es sich um eine sog. Tütensuppe handle, also eine Lebensmittelart, die von vornherein nicht den Eindruck aufkommen lasse, es handle sich um ein natürliches Produkt, da den Bestandteilen Wasser entzogen werden müsse. Zudem erwarte der Verbraucher nicht, dass der Geschmack der Suppe allein durch die Tomaten hervorgerufen werde, sondern er erwarte eine gewürzte Suppe. Der Kläger habe auch nicht dargelegt, dass die Hauptfunktion von Hefeextrakt, Rote Bete und Curcuma nicht die Würzung des streitgegenständlichen Produkts sei. Daran ändere auch das im Hefeextrakt enthaltene Glutamat nichts, da es nicht daraus isoliert worden sei, sondern in ihm als natürlicher Bestandteil enthalten sei. Soweit Rote-Bete Pulver und Curcuma eine färbende Wirkung hätten, handle es sich allenfalls um eine Nebenfunktion zu ihrer Hauptfunktion, die der Würzung der Suppe diene.

Wegen der Begründung im Übrigen wird auf die Entscheidungsgründe des angefochtenen Urteils verwiesen.

Gegen das ihm am 10.11.2011 zugestellte Urteil hat der Kläger am 7.12.2011 Berufung eingelegt und diese mit einem am 10.1.2012 eingegangenen Schriftsatz begründet.

In der Berufungsinstanz verfolgt der Kläger sein Begehren unter Vertiefung seines erstinstanzlichen Vortrags weiter, wobei der Kläger in der Senatssitzung vom 29.6.2016 klargestellt hat, dass nicht geltend gemacht werde, dass Lebensmittel-Zusatzstoffe im Sinne des Gesetzes unzutreffend bezeichnet worden seien, sondern der Unterlassungsanspruch darauf gestützt werde, dass die Gestaltung der streitgegenständlichen Verpackung im Ganzen irreführend sei.

Der Kläger macht insbesondere geltend:

Das Landgericht habe die Gestaltung der streitgegenständlichen Verpackung außer Acht gelassen. Die Hinweise „Natürlich ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe“ und „Natürlich ohne Farbstoffe“ befänden sich bereits blickfangmäßig hervorgehoben auf der Vorderseite der Verpackung und vermittelten den Eindruck, dass es sich hierbei um Beschreibungen handele, die das streitgegenständliche Produkt in besonderer Weise auszeichneten. Deshalb gehe auch das Landgericht fehl, wenn es ausführe, dass Verbraucher wüssten, dass es sich bei Tütensuppen nicht um ein „natürliches Produkt“ handele. Gerade durch die plakative Werbung mit sog. Clean Labels vermittele die Beklagte den Eindruck, dass das Produkt einem unverfälschten Geschmacksempfinden möglichst nahe komme und sich insoweit von „normalen“ Tütensuppen unterscheide. Durch den Text auf der Rückseite der Verpackung werde suggeriert, dass der Geschmack und die Farbe aus den verwendeten vollreifen Tomaten stammten. Der Verbraucher würde nach der Werbung der Beklagten überhaupt keine geschmacksverstärkenden und färbenden Zusatzstoffe erwarten. Der Verbraucher verstehe auch den Begriff Zusatzstoff nicht im Sinne des gesetzlich definierten Begriffs, weil er mit den Feinheiten der Begrifflichkeiten nicht vertraut sei. Denn es heiße schließlich auch nicht „ohne künstliche geschmacksverstärkende Zusatzstoffe“, sondern ganz allgemein „ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe“. Der Kläger argumentiert weiter, dass sich aus dem Umstand, dass sich nur hinter dem Begriff Konservierungsstoff ein Sternchen befinde, das die Beklagte mit „lt. Gesetz“ erläutere, ergebe, dass die Beklagte lediglich den Begriff Konservierungsstoff auf das gesetzlich definierte Verständnis begrenze. Deshalb sei davon auszugehen, dass hinsichtlich der Begriffe Zusatzstoffe und Farbstoffe nicht die gesetzlichen Begrifflichkeiten gälten.

Zudem behauptet der Kläger nunmehr, dass Rote-Bete Pulver kein Würzmittel sei, weil es praktisch geschmacksneutral sei und lediglich zum Färben von Lebensmitteln verwendet werde. Schließlich beruft sich der Kläger auf eine Studie „Grauzone Lebensmittelkommunikation“ der Universität Göttingen und der Agrifood Consulting GmbH im Auftrag der Verbraucherzentralen, wonach sich bei einer Instantsuppe mit dem Zusatz „ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe“ 64 % der Verbraucher getäuscht fühlten, wenn das Produkt Hefeextrakt enthalte, und sich auch knapp 40 % der befragten Verbraucher getäuscht fühlten, wenn ein Fruchtjoghurt mit dem Text „ohne Farbstoffe“ beworben werde, das Produkt aber färbenden Karottensaft aus Karottensaftkonzentrat enthalte. Die Studie belege, dass dem großen Teil der Verbraucher der Unterschied zwischen Zusatzstoffen und Lebensmittelzutaten gerade nicht geläufig sei.

Der Kläger beantragt,

das Urteil des Landgerichts Hamburg vom 4.11.2011 (Az. 408 HKO 33/11) abzuändern und die Beklagte wie erstinstanzlich beantragt zu verurteilen.

Die Beklagte beantragt,

die Berufung zurückzuweisen.

Die Beklagte verteidigt das angefochtene Urteil und führt aus, dass die angegriffenen Labels nicht irreführend seien, da sie objektiv zuträfen.

Hinsichtlich des erstmals in der Berufungsinstanz gehaltenen Vortrags des Klägers, Rote-Bete Pulver sei geschmacksneutral und habe keine würzende Wirkung, rügt die Beklagte Verspätung und weist darauf hin, dass ihr erstinstanzlicher Vortrag, dass Rote-Bete-Pulver geschmacksintensiv sei und zur Würzung und Abrundung des Geschmacks eingesetzt werde, in der ersten Instanz unstreitig geblieben sei.

Die Beklagte weist die Behauptung des Klägers, dass der Verbraucher nicht zwischen Zusatzstoffen wie Geschmacksverstärkern oder Farbstoffen einerseits und anderen, (auch) geschmacksverstärkenden oder färbenden Zutaten andererseits unterscheiden würde, als eine völlig pauschale, durch nichts belegte Spekulation, die unzutreffend sei, zurück. Demgegenüber habe die Beklagte schon erstinstanzlich dargelegt, dass der Verbraucher aufgrund einer über drei Jahrzehnte währenden ausführlichen öffentlichen Berichterstattung und Diskussion zumindest ein gewisses Gespür für Begriffe wie „Zusatzstoffe“, „Geschmacksverstärker“ oder „Farbstoffe“ entwickelt habe und wisse, dass mit „geschmacksverstärkenden Zusatzstoffen“ die dem Produkt in isolierter Form allein zu Zwecken der Geschmacksverstärkung zugesetzten Stoffe und mit „Farbstoffen“ nur solche Stoffe gemeint seien, die in isolierter Form zugesetzt würden und allein, ohne sich geschmacklich auszuwirken, der Färbung dienten. Die Beklagte vertritt ferner die Ansicht, dem Sternchenhinweis „lt. Gesetz“ komme nur die Bedeutung zu, darauf hinzuweisen, dass die Verwendung des jeweils bezeichneten Stoffes schon per Gesetz verboten sei. Daraus würde der durchschnittlich informierte, aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher auch nicht den - vom Kläger behaupteten - Umkehrschluss ziehen und die in den angegriffenen Labels enthaltenen Begriffe „geschmacksverstärkende Zusatzstoffe“ und „Farbstoffe“ in einem weit über die gesetzlichen Definitionen hinausgehenden Sinne verstehen.

Ferner sei auch die Voranstellung der Formulierung „Natürlich ohne...“ nicht irreführend, denn es sei völlig fernliegend, daraus ableiten zu wollen, dass es sich bei dem streitgegenständlichen Produkt ausschließlich um vollreife Tomaten handele, denn das würde bedeuten, dass es sich allenfalls um einen Tomatensaft in Pulverform handeln könne, während sich der Geschmack einer Suppe doch aus dem Zusammenspiel verschiedener Zutaten ergebe, die auch für die Qualität der Suppe entscheidend seien und sie von anderen Suppen unterscheide. Auch aus dem Text auf der Rückseite der Verpackung folge nicht, dass neben dem Gemüse keine weiteren würzenden, den Geschmack abrundenden oder sich irgendwie auch auf die Färbung auswirkenden Zutaten enthalten seien. Der Verbraucher werde durch das Zutatenverzeichnis klar und deutlich aufgeklärt. Der Kläger verkenne, dass viele Zutaten eine lebensmittelrechtliche Nebenfunktion haben könnten und auch etliche häufig verwendete Zutaten – wie z.B. Tomaten oder Parmesan – viel höhere Menge an Glutaminsäure enthielten als der von der Beklagten als Zutat verwendete Hefeextrakt. Die Beklagte vertritt die Ansicht, dass von einem normativen Verbraucherverständnis auszugehen sei. Es könne sich kein Verbraucherverständnis herausbilden, das den gesetzlichen Begriffen entgegenstehe. Schließlich lese der Verbraucher das Zutatenverzeichnis, und im Fall eines zutreffenden Zutatenverzeichnisses sei eine Irreführung zwar nicht kategorisch ausgeschlossen, aber nur in Ausnahmefällen möglich. Eine solche Ausnahme könne z.B. vorliegen, wenn blickfangmäßig hervorgehobenen Elemente und insbesondere der Name eines Produktes das Vorhandensein einer tatsächlich nicht enthaltenen Zutat vorspiegelten und auch das Zutatenverzeichnis insoweit nicht eindeutig sei wie z.B. im Fall des sog. Himbeer-Vanille-Abenteuers (EuGH GRUR 2015, 701 – Himbeer-Vanille-Abenteuer sowie BGH Urteil vom 2.12.2015 – I ZR 45/13 – Himbeer-Vanille-Abenteuer II). Ein solcher Ausnahmefall sei vorliegend indes nicht gegeben.

Die Beklagte meint, die Interessenabwägung falle klar zu ihren Gunsten und ihrem berechtigten Interesse, das zutreffende Label verwenden zu können, aus.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird ergänzend auf die in beiden Rechtszügen gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen sowie auf das Protokoll des Senats vom 29.6.2016 verwiesen.

II.

Die zulässige Berufung hat in der Sache keinen Erfolg.

1. Dem Kläger steht der geltend gemachte Unterlassungsanspruch gegen die Beklagte nicht zu.

a) Zu Recht hat das Landgericht einen Unterlassungsanspruch des Klägers gemäß §§ 4 Nr. 11 UWG a.F., 11 Abs. 1 S. 1, S. 2 Nr. 1 LFGB a.F. verneint und eine Irreführung des Verbrauchers durch die Produktverpackung der Beklagten abgelehnt. Die dagegen mit der Berufung geltend gemachten Angriffe führen zu keiner abweichenden Beurteilung.

Da der Kläger den geltend gemachten Unterlassungsanspruch auf Wiederholungsgefahr stützt, ist die Klage nur begründet, wenn das beanstandete Verhalten der Beklagten sowohl zum Zeitpunkt der Vornahme rechtswidrig war als auch zum Zeitpunkt der Entscheidung in der Berufungsinstanz rechtswidrig ist.

aa) Zum Zeitpunkt der angegriffenen Werbung war § 11 Abs. 1 S.1, S. 2 Nr. 1 LFGB in der seit dem 4.7.2009 maßgeblichen Fassung in Kraft, im Zeitpunkt der Entscheidung des Landgerichts galt § 11 Abs. 1 S. 1, S. 2 Nr. 1 LFGB in der seit dem 4.8.2011 (bis zum 27.5.2013) geltenden Fassung. Die Bestimmung des § 11 LFGB ist wiederholt novelliert worden.

Nach § 11 Abs. 1 S.1 LFGB a.F. (sowohl in der Fassung bis 3.8.2011 als auch in der Fassung, die in der Zeit vom 4.8.2011 bis 27.5.2013 galt), war es verboten, Lebensmittel unter irreführender Bezeichnung, Angabe oder Aufmachung in den Verkehr zu bringen oder für Lebensmittel allgemein oder im Einzelfall mit irreführenden Darstellungen oder sonstigen Aussagen zu werben. Eine Irreführung lag gemäß § 11 Abs. 1 S. 2 Nr. 1 a.F. insbesondere vor, wenn bei einem Lebensmittel zur Täuschung geeignete Aussagen über die Beschaffenheit gemacht wurden.

(1) Ob eine Werbeaussage irreführend ist, beurteilt sich nach der Rechtsprechung nach dem Erwartungshorizont des sog. Durchschnittsverbrauchers, d.h. eines durchschnittlich informierten, verständigen und situationsbedingt aufmerksamen Durchschnittsverbrauchers. Dabei sind die verschiedenen Bestandteile der Verpackung in ihrer Gesamtheit zu prüfen, um festzustellen, ob ein normal informierter und vernünftig aufmerksamer und kritischer Verbraucher über das Vorhandensein bestimmter Zutaten bzw. das Fehlen bestimmter Stoffe irregeführt wird. Die Beurteilung, ob die angesprochenen Verkehrskreise durch die beanstandete Produktaufmachung irregeführt werden können, ist Aufgabe der nationalen Gerichte (EuGH, GRUR 2015, 701 Rn. 35 – Verbraucherzentrale Bundesverband/Teekanne), wobei das nationale Gericht hauptsächlich auf die mutmaßliche Erwartung eines normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers

abzustellen hat, die dieser in Bezug auf den Ursprung, die Herkunft und die Qualität des Lebensmittels hegt, und es hauptsächlich darauf ankommt, dass der Verbraucher nicht irreführt und nicht zu der irrtümlichen Annahme verleitet wird, dass das Erzeugnis einen anderen Ursprung, eine andere Herkunft oder eine andere Eigenschaft als in Wirklichkeit hat.

(2) Nach der ständigen Rechtsprechung des EuGH (vgl. EuGH, Urteil vom 26.10.1995 - C - 51/94, Rn. 34 – Kommission/Deutschland, Sauce hollandaise, BeckRS 2004, 77519; EuGH, Urteil vom 4.4.2000 - „naturrein“, GRURInt 2000, 756 = NJW 2000, 2729 Rn. 22 – Darbo; EuGH, GRUR 2015, 701 Rn. 37 – Verbraucherzentrale Bundesverband/Teekanne), der auch der Bundesgerichtshof folgt, 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.

Davon ausgehend ist festzustellen, dass sich aus dem Zutatenverzeichnis der streitgegenständlichen Tomatensuppe ergibt, dass diese nicht nur Tomaten enthält, sondern zu 33 % aus Tomatenpulver besteht und daneben weitere Zutaten wie Stärke, Zucker, pflanzliches Fett, jodiertes Speisesalz, Milchzucker, natürliches Mineralsalz, Maltodextrin, Zwiebeln, Hefeextrakt, Milcheiweiß, Weizenmehl, Basilikum, Knoblauch, Rote-Bete-Pulver, Curcuma und Aroma enthält.

(3) Der Umstand, dass der Durchschnittsverbraucher zunächst das Zutatenverzeichnis liest, schließt jedoch für sich allein genommen nicht generell aus, dass die Etikettierung des Erzeugnisses und die Art und Weise, in der sie erfolgt, gleichwohl im Einzelfall geeignet sein können, den Verbraucher irreführen (vgl. EuGH a.a.O. Rn. 38 - Verbraucherzentrale Bundesverband/Teekanne; BGH Urteil vom 2.12.2015 - I ZR 45/13, GRURPrax 2016, 2521, Rn. 15 – Himbeer-Vanille-Abenteuer II).

Dabei ist eine Prüfung der Gesamtwirkung einer Verpackung notwendig, wobei die verwendeten Begriffe und Abbildungen sowie die Platzierung, Größe, Farbe, Schriftart, Sprache, Syntax und Zeichensetzung der verschiedenen Elemente auf der Verpackung zu berücksichtigen sind (vgl. EuGH, GRUR 2015, 701 Rn. 43 – Verbraucherzentrale Bundesverband/Teekanne), d.h. es ist eine Gesamtbetrachtung anzustellen (vgl. EuGH, GRUR 2015, 701 Rn. 43 – Verbraucherzentrale Bundesverband/Teekanne (Himbeer-Vanille-Abenteuer)). Unter diesem Gesichtspunkt greift der Kläger die Verpackung der Beklagten mit den sog. Clean Labels „Natürlich ohne...“ in Verbindung mit der Abbildung der Tomaten an.

(4) Die Beurteilung eines Lebensmittels als „natürlich“ richtet sich danach, was darunter zu verstehen ist. Da der Aussagegehalt bei der Werbung mit „Natürlichkeit“ ganz unterschiedlich sein kann, verbietet sich eine einheitliche Beurteilung (Bornkamm in Köhler/Bornkamm, UWG, 33. Auflage, § 5 Rn. 4.50).

Vom EuGH wurde bislang lediglich die Auslobung „naturrein“ für Konfitüre überprüft (EuGH, Urteil vom 4.4.2000 – „naturrein“, GRUR Int 2000, 756). In dieser Entscheidung stellte der EuGH wegweisende Grundsätze für den Umgang mit der Bezeichnung „Natur“/„natürlich“/„naturrein“ auf (vgl. auch Voit/Grube, Lebensmittelinformationsverordnung, 2. Auflage 2016, Art. 7 Rn. 115) und kam zu dem Ergebnis, dass die Angabe „naturrein“ für eine Erdbeerkonfitüre nicht irreführend sei, weil das der Konfitüre zugesetzte Pektin ein natürlicher Zusatzstoff sei und im Zutatenverzeichnis ordnungsmaß aufgeführt werde. Auch das OLG Hamburg nahm in einer Entscheidung aus dem Jahr 2002 bereits zu einer Konfitüre Stellung, die als „naturrein“ ausgelobt wurde (vgl. OLG Hamburg, Urteil vom 25.7.2002 – 3 U 236/00, GRUR-RR 2002, 395, 53(58) - Konfitüre „naturrein“) und stellte fest, dass auch ein behandeltes Produkt als „naturrein“ ausgelobt werden dürfe, wenn der Verbraucher mit der Art und Weise, wie das Produkt behandelt worden sei, rechne. Im Fall einer Konfitüre sei für jeden Verbraucher unzweifelhaft, dass die Früchte durch Erhitzen haltbar gemacht und die in Gläsern angebotenen Konfitüren und Fruchtaufstriche keine Rohfrüchte seien, die sich in unverändertem Naturzustand befänden.

Ausgehend von diesen Grundsätzen versteht der Senat, dessen Mitglieder zu den angesprochenen Verkehrskreisen zählen, die beworbene Natürlichkeit der Tütensuppe nicht dahingehend, dass in der Suppe nur sonnengereifte, frische Tomaten sind und sie allein dem Produkt Geschmack und Farbe verleihen würden. Zutreffend hat das Landgericht dazu ausgeführt, dass der Verbraucher, der eine Fertigtütensuppe erwirbt, auch von vornherein kein natürliches Produkt erwarte, da die Bestandteile nicht in ihrem natürlichen Zustand, sondern getrocknet enthalten seien, was für den Durchschnittsverbraucher auch erkennbar sei. Insoweit lässt sich die Rechtsprechung des OLG Hamburg „naturrein“ auf den vorliegenden Fall übertragen. So wie jeder Verbraucher weiß, dass die Früchte in der Konfitüre erhitzt und nicht als Rohfrüchte enthalten sind, weiß auch jeder Verbraucher, dass in einer Tomatentütensuppe keine sonnengereiften Tomaten in Rohform, sondern in getrocknetem Zustand enthalten sind.

(5) Im Zusammenhang mit der angegriffenen Werbung als „natürlich ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe und ohne Farbstoffe“, stellt sich weiter die Frage, von

welchem Verbraucherverständnis auszugehen ist und wie der Verbraucher die Begriffe „geschmacksverstärkende Zusatzstoffe“ und „Farbstoffe“ im angegriffenen Label versteht, d.h. ob insoweit auf ein normatives oder auf ein laienhaftes Begriffsverständnis abzustellen ist.

Soweit der Kläger behauptet, es könne nicht der gesetzliche Begriff des Lebensmittelzusatzstoffes zugrunde gelegt werden, da der Verbraucher die Begrifflichkeiten nicht bzw. nicht genau kenne, ist zunächst festzustellen, dass diese Behauptung des Klägers sehr pauschal ist. Der Kläger kann sich nach Ansicht des Senats insoweit auch nicht mit Erfolg auf das von ihm eingereichte Gutachten der Georg-August-Universität Göttingen zur Grauzone Lebensmittelkommunikation aus dem Juni 2012 berufen, denn unstreitig handelt es sich um kein rechtsdemoskopisches Gutachten. Die Beklagte hat etliche fundierte Einwendungen gegen die Studie erhoben und so insbesondere zu Recht beanstandet, dass die Methodik verfehlt sei, weil den Befragten offene Fragen gestellt werden müssten, anstatt ihnen zunächst zahlreiche nähere Informationen in Form von Pro- und Contra-Argumenten zum Befragungsthema zur Verfügung zu stellen.

(6) Die Frage, ob im Zusammenhang mit lebensmittelrechtlichen Begriffen ein an rechtlichen Gegebenheiten orientiertes „normatives“ Verbraucherverständnis zu Grunde zu legen ist oder ob von einem „natürlichen“, laienhaften oder auch umgangssprachlichen Verbraucherverständnis auszugehen ist, ist nicht nur zwischen den Parteien streitig, sondern wird auch generell kontrovers diskutiert.

Teilweise wird die Ansicht vertreten, zur Feststellung der Verkehrsauffassung des Durchschnittsverbrauchers dienen in erster Linie Normen und Verordnungen, die allgemeinverbindlich eine Verkehrsauffassung determinierten und von denen infolge der Allgemeinverbindlichkeit keine abweichenden tatsächlichen Feststellungen zugelassen werden könnten, während die tatsächliche Verkehrsauffassung nur maßgeblich sei, wenn gesetzliche Regelungen fehlten (vgl. Fezer/Meyer, UWG 2005, Bd. 1, § 4 – S4 Rn. 144). In diesem Sinne hat auch das OLG Köln in einem Urteil vom 18.11.2011 (Az: 6 U 119/11, GRUR-RR 2012, 222 – Sparkling Tea) ausgeführt, es sei, soweit verbindliche Rechtsnormen fehlten, auf das allgemeine Verkehrsverständnis abzustellen. Als Argument für diese Ansicht wird angeführt, die Verwendung vorgeschriebener Angaben oder Bezeichnungen, wie sie sich vor allem in den Vorschriften des Lebensmittel- und Gesundheitsrechts finden, könne grundsätzlich nicht beanstandet werden. Ein Unternehmen dürfe seine Waren oder Dienstleistungen unter einer Bezeichnung in den Verkehr bringen, die der Gesetzgeber vorgeschrieben oder zumindest ausdrücklich für zulässig erklärt habe, auch wenn sie bei einem nicht unerheblichen Teil der

angesprochenen Verkehrskreise Fehlvorstellungen begründe (vgl. Sack, GRUR 2014, 609 (610) m.w.N.). Dementsprechend sei nicht die Ist-, sondern die Soll-Verkehrsauffassung maßgeblich (vgl. Ohly/Sosnitzka, UWG, 6. Auflage 2014, § 5 Rn. 198 m.w.N.). Der Werbende könne demnach davon ausgehen, dass die Verwendung gesetzlich vorgeschriebener Angaben zulässig sei, vom Verkehr in dem vom Gesetz gebrauchten Sinne verstanden werde und nicht zu Täuschungen oder Verwechslungen Anlass gebe (vgl. auch BGH, GRUR 1958, 492 (495) – Eis-Pralinen).

Bei Zugrundelegung eines **normativen Verbraucherverständnisses** ist vorliegend auf die unionsrechtliche Definition des Begriffes „Lebensmittelzusatzstoff“ in Art. 3 Abs. 2 a) S. 1 der VO (EG) 1333/2008 abzustellen. Danach ist ein „Lebensmittelzusatzstoff“ ein Stoff mit oder ohne Nährwert, der in der Regel weder selbst als Lebensmittel verzehrt noch als charakteristische Zutat eines Lebensmittels verwendet und einem Lebensmittel aus technologischen Gründen bei der Herstellung, Verarbeitung, Zubereitung, Behandlung, Verpackung, Beförderung oder Lagerung zugesetzt wird, wodurch er selbst oder seine Nebenprodukte mittelbar oder unmittelbar zu einem Bestandteil des Lebensmittels werden oder werden können. Nach Art. 3 Abs. 2 a) S. 2 der VO (EG) 1333/2008 gelten Lebensmittel, getrocknet oder in konzentrierter Form einschließlich Aromen, die bei der Herstellung von zusammengesetzten Lebensmitteln wegen ihrer aromatisierenden, geschmacklichen oder ernährungsphysiologischen Eigenschaften beigegeben werden und eine färbende Nebenwirkung haben, nicht als Lebensmittelzusatzstoffe.

Unter Zugrundelegung dieser gesetzlichen Definitionen und eines entsprechenden normativen Begriffsverständnisses des Verbrauchers ist weder Hefeextrakt, der z.B. in Form von Vitam-R als würzendes Lebensmittel verzehrt wird, ein geschmacksverstärkender Zusatzstoff noch sind Curcuma und Rote-Bete-Pulver Farbstoffe.

Demgegenüber wird teilweise angenommen, es sei auf ein laienhaftes Verständnis des Verbrauchers hinsichtlich der Begrifflichkeiten abzustellen (vgl. Wehlau/Stark, Clean Label, ZLR 2011, 687, 691; Erbs/Kohlhaas, Strafrechtliche Nebengesetze, 207. Auflage, 207. Ergänzungslieferung März 2016, § 11 LFGB Rn. 13), denn es könne nicht erwartet werden, dass der Verbraucher die genauen rechtlichen Abgrenzungen kenne.

Der Bundesgerichtshof hat in der Entscheidung vom 17.10.1996 (GRUR 1997, 306 (307) – „Naturkind“) ausgeführt, dass es bei der Frage, ob eine Bezeichnung im gleichen Sinne wie die genannten Gesetzesbegriffe verwendet werde, auf die subjektive Wirkung der Angabe auf den Verbraucher ankomme, maßgebend mithin die Verkehrsvorstellung sei, d.h. festzustellen sei,

ob der Verkehr sie im Sinne der Gesetzesbegriffe verstehe.

Bei Zugrundelegung eines solchen Begriffsverständnis wird von einem Teil der Literatur angenommen, dass der Durchschnittsverbraucher laienhaft zwischen Zusatzstoffen und anderen Lebensmittelzutaten unterscheidet und Zusatzstoffe für den Verbraucher Stoffe seien, die in der industriellen Herstellung verwendet werden und durch E-Nummern gekennzeichnet seien und die der Verbraucher nicht aus eigener Erfahrung kenne und zum Kochen benutze (vgl. Wehlau/Stark, a.a.O., 691 f.), zumal die Verbraucher in Bezug auf den Begriff "Geschmacksverstärker" aufgrund der präsenten Diskussionen und der in den Medien erfolgenden häufigen Gleichsetzung mit Glutamat insgesamt sehr sensibilisiert seien.

(7) Die zwischen den Parteien streitige Frage, welches Verbraucherverständnis zu Grunde zu legen ist, bedarf hier keiner Entscheidung. Denn jedenfalls im vorliegenden Fall ergibt sich keine Abweichung.

Selbst wenn man sich der vom Kläger vertretenen Auffassung anschliesse und unterstellte, dass nicht erwartet werden kann, dass der Durchschnittsverbraucher die genaue juristische Definition des Begriffs „Zusatzstoff“ kennt und eher ein laienhaftes Verständnis des Begriffs haben wird, ergibt sich nach Ansicht des Senats, dessen Mitglieder zu den angesprochenen Verkehrskreisen zählen, dass der Verbraucher angesichts der Formulierung „natürlich ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe“ davon ausgehen wird, dass dem Produkt keine künstlichen, synthetischen Zusatzstoffe beigefügt sind. Demgegenüber erwartet der Verbraucher nach Ansicht des Senats angesichts dieses Labels nicht, dass in der beworbenen Fertigtütensuppe nur sonnengereifte Tomaten enthalten sind, und der Verbraucher schließt danach auch nicht aus, dass in der Suppe noch andere Lebensmittel enthalten sind, die die Suppe würzen oder ihren Geschmack abrunden. Denn der Verbraucher erwirbt mit dem streitgegenständlichen Produkt eine Fertigsuppe mit der Geschmacksrichtung „Toscana“, die er allein durch Hinzufügen von kochendem Wasser anrühren kann. Das bedeutet, dass dem Verbraucher bewusst ist, dass der Suppe andere Zutaten hinzugefügt werden müssen, die die Suppen würzen und insbesondere den italienischen Geschmack des Produkts herbeiführen.

Unter Zugrundelegung eines laienhaften Verbraucherverständnisses verstehen die Mitglieder des Senats die Werbung „natürlich ohne Farbstoffe“ weiter dahin, dass der durchschnittliche Verbraucher davon ausgehen wird, dass keine künstlichen Farbstoffe vorhanden sind. Das bedeutet jedoch nicht, dass der Verbraucher damit ausschließen wird, dass in dem Produkt auch Zutaten enthalten sein könnten, die sich irgendwie farblich auswirken. Nicht nur das in

der Suppe enthaltene Tomatenpulver ist - wie die auf der Verpackung abgebildeten Tomaten - rot, sondern auch das auf der Vorderseite der Verpackung ebenfalls abgebildete Basilikum, das der Geschmacksrichtung „Toscana“ dient, ist grün. Es färbt intensiv grün, wie ein Verbraucher, der z.B. in der heimischen Küche selbst schon einmal grünes Pesto hergestellt hat, weiß. Auch Curcuma ist nicht nur ein bekanntes Gewürz, welches der durchschnittliche Verbraucher aus Currygerichten kennt, sondern es ist auch bekanntermaßen stark gelb färbend. So weiß der Verbraucher aus eigener Erfahrung, dass Currygerichte z.B. in Tischwäsche oder Kleidung lästige gelbliche Flecken hinterlassen können. Bei unbefangener Betrachtung wird der Durchschnittsverbraucher angesichts des Labels „natürlich ohne Farbstoffe“ davon ausgehen, dass synthetische Farbstoffe, sog. E-Nummern, fehlen, während er gegen den Einsatz von färbenden Lebensmitteln, die wegen ihrer geschmacklichen Eigenschaften enthalten sind, nichts einzuwenden hat und ihre Hinzufügung auch durchaus erwartet. Dem durchschnittlichen Verbraucher kommt es nicht darauf an, dass eine bestimmte farbgebende Wirkung von Lebensmittelzutaten vermieden wird, sondern darauf, dass eine farbgebende oder -verstärkende Wirkung nicht durch Zusatzstoffe hervorgerufen wird (vgl. dazu auch Voigt/Grube, a.a.O., Art. 7 LMIV Rn. 149 m.w.N.).

(8) Der Kläger kann hier auch nicht mit Erfolg geltend machen, dass der Verbraucher dadurch in die Irre geführt werde, dass die Beklagte lediglich die Kennzeichnung „natürlich ohne Konservierungsstoffe“ mit einem Sternchen versehen habe, das sie mit dem Hinweis „lt. Gesetz“ erläutere. Soweit der Kläger daraus den Umkehrschluss zieht, dass die Beklagte dadurch lediglich diesen Begriff auf das gesetzliche definierte Begriffsverständnis begrenze, vermag seine Argumentation nicht zu überzeugen. Denn auch ein laienhaftes Begriffsverständnis des Verbrauchers hinsichtlich der beiden anderen Labels „natürlich ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe“ und „natürlich ohne Farbstoffe“ führt - wie oben dargestellt - zu keinem anderen Ergebnis.

(9) Der Senat hält die streitgegenständliche Verpackung - auch unter Berücksichtigung der auf der Verpackung abgebildeten roten Tomaten und der auf der Rückseite befindlichen ausdrücklichen Anpreisung des sonnengereiften und saisongerecht geernteten Gemüses - in ihrer Gesamtheit nicht für irreführend. Der durchschnittliche Verbraucher wird angesichts der bildlichen Darstellung auf der Vorderseite der Verpackung und des Textes auf der Rückseite erwarten, dass sich in dem Suppenpulver Tomaten befinden, er wird insoweit aber nicht in die Irre geführt. Denn anders als in dem der Entscheidung „Himbeer-Vanille-Abenteuer“ zugrundeliegenden Sachverhalt sind die von der Beklagten angepriesenen Tomaten tatsächlich als Zutaten vorhanden und finden sich dementsprechend im Zutatenverzeichnis mit

33 % an erster Stelle wieder.

Aus diesem Grund fällt die Gesamtbeurteilung auch anders aus als in dem der Entscheidung „Himbeer-Vanille-Abenteuer“ zugrunde liegenden Sachverhalt, in dem der entsprechend benannte Tee die auf der Verpackung bildlich dargestellten Zutaten Himbeeren und Vanille überraschenderweise gerade nicht enthielt. In dieser Fallgestaltung hat die Rechtsprechung angenommen, dass der Verbraucher aufgrund der in den Vordergrund gestellten Angaben auf der Verpackung vom Vorhandensein von Himbeerfrüchten und Vanillepflanzen habe ausgehen dürfen und die Zutatenliste allein nicht geeignet gewesen sei, die in den Vordergrund gerückten, objektiv unrichtigen Angaben auf der Produktverpackung durch klarstellende Angaben aufzuklären (vgl. EuGH, GRUR 2015, 701 - Verbraucherzentrale Bundesverband/Teekanne; BGH I ZR 45/13, GRURPrax 2016, 2521 Rn. 17 ff. – Himbeer-Vanille-Abenteuer II).

Eine vergleichbare Fallgestaltung ist vorliegend nicht gegeben, denn Tomaten sind - wie auf der Verpackung abgebildet - sowohl in der Tüte als auch im Zutatenverzeichnis enthalten, d.h. hier wird dem Verbraucher weder durch die Abbildung noch durch den Text über das sonnengereifte Gemüse etwas suggeriert, was tatsächlich fehlt. Die bildliche Gestaltung der Verpackung verspricht nichts, was nicht eingehalten ist, und die Zutaten der streitgegenständlichen Suppe werden lebensmittelrechtlich nicht unzutreffend bezeichnet, sondern vollständig und zutreffend wiedergegeben.

Aus diesem Grund liegt kein vergleichbarer Ausnahmefall vor, der es rechtfertigen würde, trotz zutreffender Zutatenliste aufgrund der Gesamtaufmachung der Verpackung eine Irreführung des Verbrauchers anzunehmen.

bb) Auf die neue Rechtslage nach § 11 LFGB n.F. i.V.m. Art. 7 Abs. 1 der Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel (im Weiteren: LMIV), die nach Art. 55 Abs. 2 LMIV mit Wirkung vom 13.12.2014 in Kraft getreten und seither auch in der Fassung des § 11 LFGB n.F. angeführt ist, kommt es nicht mehr an, im Übrigen ergibt sich aber auch danach kein anderes Ergebnis.

b) Dem Kläger steht auch kein allgemeiner wettbewerbsrechtlicher Anspruch gegen die Beklagte zu, denn das lebensmittelrechtliche Irreführungsverbot hat Vorrang vor dem allgemeinen Irreführungsverbot der §§ 3 Abs. 1, 5 Abs. 1 UWG a.F. (vgl. Köhler, WRP 2014, 637) bzw. §§ 3 Abs. 1, Abs. 2, Abs. 4 S. 1, 5 Abs. 1 S. 1, S. 2 Nr. 1 UWG n.F., so dass die nach den

Spezialvorschriften zugelassenen Bezeichnungen nicht als irreführend verboten werden können (vgl. Gloy/Loschelder, Handbuch des Wettbewerbsrechts, 3. Auflage, § 62 Rn. 2). Im Übrigen ergibt sich aber auch in der Sache keine abweichende Beurteilung.

2. Die Nebenentscheidungen beruhen auf §§ 97 Abs. 1, 708 Nr. 10, 711 ZPO.

3. Der Rechtsstreit bietet dem Senat keine Veranlassung, die Revision gemäß § 543 Abs. 2 ZPO zuzulassen. Der Rechtsstreit hat weder grundsätzliche Bedeutung noch erfordert die Fortbildung des Rechts oder die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung des Revisionsgerichts.

