

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

Aktuelle Abmahngefahr bei fehlerhafter Typenbezeichnung von Spirituosen

Die Bezeichnung, Aufmachung und Etikettierungen von in der EU vermarkteten Spirituosen unterliegt unabhängig vom Herstellungsort den spezifischen Vorgaben der EU-Verordnung Nr. 110/2008. Aus Gründen des Verbraucherschutzes vor irreführenden Marktpraktiken und der Innovationsförderung kategorisiert die Verordnung bestimmte Spirituosentypen und stellt Mindestanforderungen an deren inhaltliche Zusammensetzung auf, bei deren Nichteinhaltung ein Vertrieb unter der jeweiligen Bezeichnung untersagt sein soll. Am Beispiel einer aktuellen Abmahnung, die der IT-Recht-Kanzlei vorliegt, soll das wettbewerbsrechtliche Risiko einer falschen Typenbezeichnung von Spirituosen dargestellt werden.

1. PROLOG Mindestanforderungen für bestimmte Spirituosentypen

Als Spirituose im Sinne der EU-Verordnung Nr. 110/2008 gilt nach Art. 2 Abs. 1 jedes alkoholische Getränk, das

- für den menschlichen Verzehr bestimmt ist
- besondere sensorische Eigenschaften aufweist
- über einen Alkoholgehalt von mindestens 15 % vol. verfügt
- und entweder durch Destillation, Mazeration oder das Beifügen bestimmter Zusatzstoffe hergestellt wird

Für die gängigsten Spirituosentypen (u.a. Whiskey, Brandy, Wodka etc.) werden in Anhang II der Verordnung bestimmte Voraussetzungen etabliert, denen das Produkt genügen muss, um die Typenbezeichnung tragen zu dürfen.

Art. 5 ergänzt in Folge einer Differenzierung von Spirituosenkategorien diese Voraussetzungen um bestimmte Anforderungen an die zulässige Herstellung mit Blick auf das Verfahren, die Süßung, den Zusatz von Alkohol und die Aromatisierung.

2. PROLOG Verbotstatbestände der Verordnung

Die Zulässigkeit einer begrifflichen Verkehrsbezeichnung nach Anhang II, also der Verwendung eines bestimmten Namens im geschäftlichen Verkehr, bemisst sich nach Art. 9.

Insbesondere Art. 9 Abs. 4 ist hier von Bedeutung. Nach dieser Vorschrift ist es **verboten**, Typenbezeichnungen zu verwenden, um ein anderes Getränk als die Spirituosen, für die diese Bezeichnungen in Anhang II aufgeführt werden, zu bezeichnen oder zu etikettieren.

Art. 10 regelt dahingegen die **produktbezogene Verwendung** der nach Anhang II vorgegeben Typenbezeichnungen bei zusammengesetzten Begriffen. Abs. 1 **untersagt** die Anführung einer

bestimmten Spirituosenbezeichnung oder eine Anspielung darauf bei Lebensmitteln, deren Alkoholgehalt nicht ausschließlich vom angeführten Spirituosentyp herrührt. Abs. 2 verbietet darüber hinaus zusammengesetzte Begriffe, in denen eine Spirituosenbezeichnung nach Anhang II verwendet wird, wenn der vorgegebene Mindestalkoholgehalt durch Verdünnung unterschritten wurde.

3. Reichweite der Verbote

Nach der Definitionsübersicht aus Anhang I der Verordnung beziehen sich die Verbotstatbestände nicht nur auf die Verpackung und etwaige Zeichen oder Etiketten des Produktes selbst, sondern zudem auf etwaige Begleitpapiere wie Lieferscheine oder Rechnungen (Anhang I Nr. 14 u. Nr. 16). Gleichzeitig unterfällt dem **Anwendungsbereich** der Verbote aber auch **jegliche Werbung oder Verkaufsförderungsmaßnahme mit Produktabbildungen und/oder Text**, Anhang I, Nr. 15.

4. Rechtsfolgen bei Verstößen

Zu widerhandlungen entgegen den Vorgaben der Verordnung, also das Erfüllen o.g. Verbotstatbestände, ziehen vor allem wettbewerbsrechtliche Konsequenzen nach sich.

4.1. Irreführung

Die fehlerhafte Bezeichnung eines alkoholischen Getränks (mit mehr als 15% vol) als bestimmte, in Anhang II aufgeführte Spirituose erfüllt regelmäßig den Tatbestand einer Irreführung nach § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 UWG. Insofern liegt nämlich eine **Täuschung** über gleich mehrere **wesentliche Merkmale** der Ware vor. In Betracht kommen hier irreführende Angaben über die Art, die Zusammensetzung und die Beschaffenheit der Spirituose, wobei dann, wenn ein abweichendes Herstellungsverfahren angewandt wird, auch hierüber getäuscht wird.

Dem Verbraucher wird durch die fehlerhafte begriffliche Bezeichnung suggeriert, es handle sich um ein den gesetzlichen Vorgaben entsprechendes Produkt in demgemäß erwarteter Qualität und Güte, nämlich um den ausgewiesenen Spirituosentypen. Entspricht dies entgegen den eindeutigen Mindestanforderungen der EU-Verordnung Nr. 110/2008 indes nicht der Realität, besteht die Gefahr, dass der Verbraucher in seiner Fähigkeit, informierte Kaufentscheidungen zu treffen, beeinträchtigt und zu einer Geschäftshandlung veranlasst wird, die er anderenfalls nicht vorgenommen hätte.

4.2. Vorsprung durch Rechtsbruch

Gleichermaßen erscheint es in Anbetracht des Zwecks der Verordnung, durch die Vorgaben betrügerische Praktiken zu verhindern und zum Schutze des Wettbewerbs zur Markttransparenz beizutragen, die Verbotstatbestände des Art. 9 Abs. 4, 10 Abs. 1 und 10 Abs. 2 als Marktverhaltensnormen einzustufen (so bereits OLG Frankfurt a.M. für Art. 10 Abs. 2, Urteil v. 25.03.2010 - Az. 6 U 219/09). Verstöße könnten somit über § 4 Nr. 11 UWG wettbewerbsrechtliche Ansprüche begründen.

Eine dahingehende Tendenz in der Rechtsprechung bleibt jedoch bislang abzuwarten.

5. Aktuelles Fallbeispiel: „Mango Rum“

Ein aktuelles Abmahnbeispiel liegt der IT-Recht-Kanzlei für den Vertrieb einer als „Mango Rum“ bezeichneten Spirituose mit einem Alkoholgehalt von 21% vol. vor, das als „Rum with natural flavours“ (Rum mit natürlichen Aromen) angeboten wurde. Die Abmahner rügten die Verwendung des Begriffes „Rum“ für das Getränk, da es die für den Spirituosentypus geltenden Mindestanforderungen nicht erfüllte.

Nach Anhang II Nr. 1 der EU-Verordnung Nr. 110/2008 muss Rum nämlich zum einen eines Mindestalkoholgehalt von 37,5 % vol. aufweisen (lit. b) und darf zudem nicht aromatisiert werden (lit. d.). Da der Hersteller das Produkt aber als „Rum“ deklarierte, verstieß er gegen Art. 9 Abs. 4 der Verordnung und wurde wegen der insofern begangenen Irreführung zur Abgabe einer Unterlassungserklärung aufgefordert.

6. Fazit

Die Klassifizierung von Spirituosen durch die Verwendung von Typenbezeichnungen im geschäftlichen Verkehr birgt ein großes Abmahnrisiko, da die EU-Verordnung Nr. 110/2008 die **Zulässigkeit der Namensführung** von der Einhaltung **produktspezifischer Mindestanforderungen** abhängig macht. Wird eine Spirituose unter einer Typenbezeichnung vertrieben oder beworben, deren inhaltlichen Voraussetzungen sie nicht gerecht wird, liegt regelmäßig eine Irreführung vor.

Um Abmahnungen vorzubeugen, empfiehlt es sich demnach, die Konformität der Kennzeichnung und Aufmachung von Spirituosen mit Blick auf die Verordnung zu überprüfen und gegebenenfalls auf den Einsatz dort explizit geregelter Bezeichnungen zu verzichten.

Autor:

RA Phil Salewski

Rechtsanwalt