

RECLAME CODE COMMISSIE**Entscheidung des Vorsitzenden der Reclame Code Commissie**

In der Sache: Stichting Foodwatch Nederland, mit Sitz in Amsterdam, Klägerin,
 Gegen: 1. Kellogg's Produits Alimentaires SAS, mit Sitz in Noisy-Le-Grand (Frankreich),
 2. Jumbo Supermarkten B.V., mit Sitz in Veghel, Beklagte.

Das Verfahren

Die Klägerin, im Folgenden Foodwatch genannt, hat mit Schreiben vom 31. Juli 2018 Beschwerde gegen die nachstehend beschriebenen Werbeäußerungen der Beklagten, im Folgenden Kellogg's bzw. Jumbo genannt, eingelegt. Die Klage wurde am 28. August 2018 untersucht.

Kellogg's hat mit Schreiben vom 7. November 2018 seine Erwiderung vorgetragen. Jumbo hat mit Schreiben vom 5. September 2018 auf die Klage reagiert.

Die angefochtenen Werbeäußerungen

Es geht um die Verpackungen von „W.K Kellogg Crunchy Muesli Abrikoos en Pompoenpitten“ (Knuspermüsli Aprikosen- und Kürbiskerne) und „W.K Kellogg Crunchy Muesli Amandelen, Cashew en Cocos“ (Knuspermüsli Mandeln, Cashew und Kokos), sowie um den Webshop von Jumbo, in dem diese Produkte angeboten werden, immer sofern die Angabe „ohne Zuckerzusätze“ verwendet wird. In der Zutatenliste der Produkte steht, dass diese zu 14 bzw. 15 % aus „Dattelpaste“ bestehen. Eine Kopie der angefochtenen Äußerungen ist der vorliegenden Entscheidung angeheftet.

Die Klage

Zusammenfassend behauptet Foodwatch, dass die Angabe „ohne Zuckerzusätze“ eine nährwertbezogene Angabe im Sinne der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 (nachstehend „Verordnung über Lebensmittelangaben“ genannt) ist. Eine solche Angabe ist erlaubt, wenn einem Produkt keine Mono- oder Disaccharide oder andere Lebensmittel hinzugefügt wurden, die wegen ihrer süßenden Eigenschaften verwendet werden. Foodwatch verweist dabei auf die Entscheidung mit AZ 2015/00350. Die Dattelpaste wird in den betreffenden Produkten zweifelsohne wegen ihrer Süßkraft verwendet. In beiden Fällen ist Dattel kein Teil des Produktnamens und erscheint nicht auf der Vorderseite des Etiketts. Ein erheblicher Teil des nicht zu vernachlässigenden Zuckergehalts von 12 und 16 g pro 100 g Zucker stammt aus der Dattelpaste. Aus diesem Grund entspricht die Angabe „ohne Zuckerzusätze“ in beiden Äußerungen nicht den Anforderungen, unter denen die genannte nährwertbezogene Angabe verwendet werden darf, und verstößt daher gegen Artikel 8 Absatz 1 der Verordnung über Lebensmittelangaben. Da der Verbraucher nicht ehrlich informiert und irregeführt wird, verstoßen die Äußerungen gegen die Artikel 2, 7 und 8 des niederländischen Reclame Codes (NRC).

Die Einwände von Kellogg's

Für die betreffenden Produkte gilt, dass die Dattelpaste nicht wegen ihrer Süße verwendet wurde. Die wichtigste Funktion der Dattelpaste besteht darin, die Kerne und andere Zutaten zu den vom Verbraucher erwarteten Clustern von knusprigem Müsli zu binden. Ohne die Dattelpaste würde das Produkt auseinanderfallen, wie die von Kellogg's vorgelegten Fotos zeigen. Die Dattelpaste enthält Zucker, aber dies ist in den Zutatenlisten deutlich angegeben. Auf der Verpackung steht außerdem:

„Dieses Produkt enthält natürlich vorkommende Zucker“.

Die Reaktion von Jumbo

Jumbo stellt fest, dass die Beschwerde berechtigt ist. Die nährwertbezogene Angabe wurde inzwischen von seiner Website entfernt, sodass keine falsche Angabe mehr vorliegt. Jumbo legt Screenshots vor, auf denen die geänderte Website gezeigt wird. Jumbo erklärt des Weiteren, dass ihm kein Vorwurf gemacht werden kann, weil es die Angaben von Kellogg's übernommen hat.

Das Urteil des Vorsitzenden

1) Die Klage bezieht sich auf die Verpackung der Produkte „W.K. Kellogg Crunchy Muesli Abrikoosen Pompoenpitten“ (Knuspermüsli Aprikosen- und Kürbiskerne) und „W.K. Kellogg Crunchy Muesli Amandeln, Cashew en Cocos“ (Knuspermüsli Mandeln, Cashew und Kokos) sowie die Art und Weise, wie diese Produkte im Webshop von Jumbo verkauft werden. Die Klage richtet sich gegen die Mitteilung „ohne Zuckerzusätze“. In diesem Zusammenhang muss eine Prüfung anhand des rechtlichen Rahmens für nährwertbezogene Angaben erfolgen. Die Angabe, dass einem Produkt kein Zucker zugesetzt wurde, d.h. die Angabe „ohne Zuckerzusätze“ stellt nämlich, wie Foodwatch mit Recht behauptet, eine nährwertbezogene Angabe im Sinne der Verordnung über Lebensmittelangaben dar. Diese Angabe ist nur erlaubt, wenn dem Produkt keine Mono- oder Disacchariden oder andere wegen ihrer Süßkraft verwendete Lebensmittel zugesetzt wurden.

2) In diesem Fall ist die Frage zu beantworten, ob der Anspruch „ohne Zuckerzusätze“ es gestattet, dass die vorhandenen Produkte zu 14 % (Knuspermüsli Aprikosen- und Kürbiskerne) und zu 15 % (Knuspermüsli Mandeln, Cashew und Kokosnuss) aus der Zutat Dattelpaste bestehen. Es ist unbestritten, dass die Dattelpaste als Lebensmittel betrachtet werden kann, das aufgrund des enthaltenen Zuckers eine süßende Wirkung hat, so dass die Hinzufügung einen Einfluss auf den Zuckergehalt des Produkts in dem Sinne hat, dass das Produkt mehr Zucker enthält, als dies der Fall gewesen wäre, wenn keine Dattelpaste hinzugefügt worden wäre. Kellogg's weist darauf hin, dass die Dattelpaste nicht wegen dieser Süßkraft hinzugefügt wird, sondern für die Bindung von Kernen und anderen Zutaten zu den Clustern von knusprigem Müsli, das der Verbraucher erwartet. Ohne Dattelpaste würde das Produkt auseinanderfallen. Foodwatch hingegen meint, dass die Dattelpaste unbestreitbar wegen ihrer Süße verwendet wurde.

3) Unter Verweisung auf die gleichzeitig mit dieser Sache in der Akte 2018/00621 gefällte Entscheidung argumentiert der Vorsitzende, dass die Bedingungen der nährwertbezogenen Angabe „ohne Zuckerzusätze“ nicht an sich schon die Hinzufügung von Lebensmitteln verbieten, die Süßkraft haben, vorausgesetzt, dass diese Hinzufügung aus anderen Gründen als den süßenden Eigenschaften des Produkts und in einem Maße erfolgt, das angesichts u.a. der Art, der Zusammensetzung und der Eigenschaften des Produkts als mit der vorliegenden nährwertbezogenen Angabe vereinbar zu betrachten ist. In diesem Zusammenhang ist die Feststellung wichtig, dass die Dattelpaste wegen des darin enthaltenen Zuckers (Mono- oder Disaccharide) unbestreitbar eine süße Substanz ist. Die Wirkung der Hinzufügung von Dattelpaste besteht darin, dass die Produkte, über die wir hier sprechen, süßer geworden sind. Foodwatch führt aus, dass ein erheblicher Teil des Zuckergehalts der betreffenden Produkte von der Dattelpaste stammt. Kellogg's hat diesem nicht widersprochen. Es hat auch nicht behauptet, dass bestimmte andere Inhaltsstoffe ebenfalls für einen wesentlichen Beitrag zum Gesamtzuckergehalt der Produkte verantwortlich sind. Der Zuckergehalt beträgt 12 bzw. 16 Gramm pro 100 Gramm. Aufgrund des Vorstehenden wird davon ausgegangen, dass dieser Zuckergehalt in hohem Maße auf die Hinzufügung von Dattelpaste zurückzuführen ist.

4) Die Angabe „ohne Zuckerzusätze“ steht im Widerspruch zur Feststellung, dass ein signifikanter Anteil des beträchtlichen Zuckergehalts beider Produkte die Folge der Hinzufügung eines Lebensmittels (Dattelpaste) ist, das wegen der darin enthaltenen Mono- und Disaccharide eine süßende Wirkung hat. Dies widerspricht der Maßgabe der Verordnung über Lebensmittelangaben,

dass dem Verbraucher ein hohes Schutzniveau geboten werden muss (siehe Erwägungsgründe 1, 9, 20 sowie Artikel 1 Absatz 1 der Verordnung über Lebensmittelangaben). Der Verbraucher, der ein Produkt mit der Angabe „ohne Zuckerzusätze“ kauft, muss sich darauf verlassen können, dass er kein Produkt kauft, dem indirekt (eine Form von) Zucker in einem Maße zugesetzt wurde, dass das Produkt wesentlich süßer wird. Die Folgen der Hinzufügung von Dattelpaste auf den Gesamtzuckergehalt der Produkte bedeuten ferner, dass nicht behauptet werden kann, dass die Hinzufügung dieser Zutat ausschließlich im Interesse der Struktur der Produkte erfolgt. Die Wirkung der Hinzufügung von Dattelpaste auf den Zuckergehalt und damit auf die Süße des Produkts muss daher aufgrund der obigen Feststellungen als zu groß betrachtet werden. Dies bedeutet, dass die beanstandeten Werbeäußerungen gegen Artikel 8 Absatz 1 der Verordnung über Lebensmittelangaben verstoßen und dass somit im Widerspruch mit Artikel 2 des NRC gehandelt wurde.

5) Mit der Vorlage eines Beweismittels hat Jumbo nachgewiesen, dass es die Äußerungen in seinem Webshop nun so angepasst hat, dass nicht mehr angegeben wird, dass den betreffenden Produkten kein Zucker zugesetzt wurde. Angesichts dieses Tatbestands macht der Vorsitzende in Bezug auf Jumbo von seiner in Artikel 12 Absatz 5 der Geschäftsordnung der Reclame Code Commissie und des College van Beroep (Berufungskollegium) genannten Befugnis Gebrauch und gibt keine Empfehlung ab. Es wird daher wie folgt entschieden:

Die Entscheidung des Vorsitzenden

Aufgrund der obigen Feststellungen ist der Vorsitzende der Auffassung, dass die Werbeäußerungen gegen die Bestimmungen in Artikel 2 NRC verstoßen. Der Vorsitzende empfiehlt Kellogg's, nicht mehr auf eine solche Art Werbung zu betreiben.

Die Parteien haben, falls gegen sie entschieden wurde, die Möglichkeit, gegen die Entscheidung bei der vollzähligen Reclame Code Commissie Einspruch zu erheben. Das Schreiben mit dem Einspruch und seiner Begründung muss spätestens am 3. Januar 2019 beim Sekretariat der Stichting Reclame Code eingegangen sein. Die Postadresse des Sekretariats lautet: Postbus 75684, 1070 AR Amsterdam. Foodwatch muss für die Behandlung des Einspruchs einen Betrag von 15,- € auf das Konto Nr. NL57 INGB 0005 349417 bei der ING-Bank auf den Namen der Reclame Code Commissie überweisen. Der Betrag von 15,- € muss ebenfalls am 3. Januar 2019 im Sekretariat der Stiftung eingegangen sein. Dieser Betrag wird zurückbezahlt, falls die Kommission entscheiden sollte, dass der Einspruch stichhaltig ist.

Der Vorsitzende der Reclame Code Commissie
gez. Unterschrift

Meester D. H. Beukenhorst

Amsterdam, 12. Dezember 2018