

## Werbeverbot für „Wasabi-Erbesen“ ohne Wasabi

München (mm) **Das Produkt „Wasabi-Erbesen“ darf nicht mehr so benannt werden, da dieses kein Wasabi sondern lediglich „Wasabi-Aroma“ enthält. Der Bundesverband der Verbraucherzentralen hat ein entsprechendes Urteil vor dem Landgericht München II erwirkt. Die Bezeichnung erweckte einen falschen Eindruck über die Zusammensetzung des Produktes.**

(Az.: 1HK O 4243/09)

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv), zu dessen satzungsgemäßen Aufgaben die Förderung der Verbraucherinteressen gehört, begehrte von dem beklagten Unternehmen Unterlassung irreführender Werbung.

Diese Firma wirbt auf der Vorderseite von Verpackungen getrockneter Erbsen, die mit einer scharfen und knusprigen Kruste überzogen sind, drucktechnisch hervorgehoben mit dem Begriff „Wasabi-Erbesen“. Weiterhin wird auf der Rückseite auf einen „Wasabi-(Meerrettich)-Geschmack“ hingewiesen.

Wasabi ist eine zur Familie der Kreuzblütengewächse gehörende Pflanze, deren Wurzeln in der japanischen und thailändischen Küche als scharfes Gewürz verwendet wird. Wasabi wird auch japanischer Meerrettich genannt. Unter dem Zutatenverzeichnis wird u.a. „Wasabi-Aroma 6 %“ aufgeführt. Das beworbene Produkt enthält kein Wasabi.

Daher wird seitens des vzbv die Auffassung vertreten, dass die Werbung irreführend ist, weil ein falscher Eindruck über die Zusammensetzung des Produktes erweckt wird. Außerdem wird mit der Verpackung gegen das Verbot der irreführenden Aufmachung verstoßen, da der Verbraucher davon ausgehe, dass zumindest Teile von Wasabi enthalten sind. Mit den Worten „Geschmack“ und dem Begriff „Wasabi-Aroma“ werde zudem nicht hinreichend deutlich aufgeklärt, dass tatsächlich kein Wasabi enthalten ist.

Seitens des Herstellers wurde die Auffassung vertreten, dass auf Aroma in Wort und Bild auf der Verpackung hingewiesen werde dürfte. Durch den Hinweis auf „Wasabi-Geschmack“ und „Wasabi-Aroma“ erfolge eine zweifache Verbraucheraufklärung, dass das Produkt tatsächlich kein Wasabi enthält. Zudem könne sich nur ein sehr geringer Bevölkerungsteil unter dem Begriff „Wasabi“ etwas vorstellen, so dass eine Irreführung nicht erfolgen könne.

Die Klage des vzbv war begründet, da hier ein Unterlassungsanspruch gegeben war. Mit der Bewerbung und Bezeichnung des Produktes wurde beim Verbraucher eine Fehlvorstellung erweckt, da das als Wasabi-Erbesen beworbene Erzeugnis tatsächlich kein Wasabi enthält. Die Richter sahen daher eine irreführende Bezeichnung, da auch nicht mit den zusätzlichen Informationen Geschmack und Aroma die Irreführung ausgeräumt wurde. Auch die Argumentation, dass in Deutschland kaum jemand wisse, was Wasabi ist, ließen die Richter nicht gelten.

Das Urteil des Landgerichtes München II vom 18.11.2009 ist rechtskräftig.