



Lauterach, 10.07.2024

Verbraucherzentrale Hessen

Große Friedberger Str. 13 - 17  
60313 Frankfurt am Main

Werbeaussagen von der  
Redaktion entfernt

**Ihr Schreiben vom 02.07.2024; Ihr Zeichen:**

Sehr geehrte ,

wir nehmen Bezug auf Ihr Schreiben vom 02.07.2024.

In der Sache sind wir über Ihre Beschwerde aus mehreren Gründen sehr verwundert. Das von Ihnen jetzt beanstandete Produktkonzept verwenden wir in Deutschland als Marktführer in dem Segment der Teegetränke bereits seit 2015, also seit fast 10 Jahren. In diesen fast 10 Jahren ist die Aufmachung nie bemängelt worden, uns liegen dazu auch keine Beschwerden von Verbraucherinnen oder Verbrauchern vor.

Gerade vor diesem Hintergrund sind wir über Ihre Beschwerde so überrascht und verwundert.

Davon unabhängig ist die Aufmachung unseres Produkts in dem rechtlich maßgeblichen Gesamtkontext der Verpackung unter keinem Gesichtspunkt irreführend.



Eine Irreführung ist unter anderem aus den folgenden Gründen ausgeschlossen:

1. Aus den farblich hervorgehobenen Kennzeichnungselementen Zutatenverzeichnis und Verkehrsbezeichnung geht eindeutig hervor, dass es sich bei unserem Produkt um ein Teegetränk handelt, das neben grünem Tee weitere Zutaten enthält. Der EuGH geht davon aus, dass der rechtlich relevante Durchschnittsverbraucher alle Pflichtkennzeichnungselemente eines Lebensmittels wahrnimmt, insbesondere Zutatenverzeichnis und Verkehrsbezeichnung.
2. Dass es sich bei unserem Produkt um ein Teegetränk handelt, ist aber auch schon deshalb unmissverständlich klar, weil der Begriff bereits prominent auf den beiden Schauseiten im Rahmen einer Erklärung des Getränks verwendet wird.
3. Anders als von Ihnen angenommen erscheint „Teegetränk“ bei unserem Produkt auch nicht in unscheinbarer und damit angeblich rechtlich vernachlässigbarer Weise. Der Begriff wird auf den Schauseiten verwendet und dort im direkten Zusammenhang mit einer näheren Erläuterung des Produktkonzepts, das im Übrigen nicht nur durch „Pure Tea“ und „Bio Grüner Tee“ gekennzeichnet ist, sondern ebenso prominent durch die dazwischen liegende erste Erläuterung „0 % Kalorien, Zucker und Süßstoffe“. „Pure Tea“, „0 % Kalorien, Zucker und Süßstoffe“ sowie „Bio Grüner Tee“ und die weitere Erläuterung in dem folgenden längeren Text stehen also in einem unmittelbaren Kontext zueinander. Dass der längere Text dabei in etwas kleinerer Schrift erscheint, ändert an der prominenten Präsentation der Erläuterung direkt auf den Schauseiten nichts und ist bei längeren erläuternden Texten schon aus Platzgründen völlig normal.
4. Die Erläuterung in dem längeren Text auf den Schauseiten ist auch inhaltlich ausreichend klar, indem dort neben dem etablierten Begriff „Teegetränk“ unmittelbar Bezug genommen wird auf „frisch aufgebrüht“, „ohne Zucker“ und „ohne andere Süßstoffe“. Das Produktkonzept zielt also darauf ab, dass ein Teeaufguss als Zutat enthalten ist (und nicht nur Extrakt) und dass weder Zucker noch Süßstoffe verwendet werden. So werden sowohl die Zeilen „Pure Tea“ als auch die Zeile „Bio Grüner Tee“ irreführungsfrei erläutert, wobei ein Anschluss hergestellt wird zu der ganz prominenten ersten Erläuterung direkt zwischen „Pure Tea“ und „Bio Grüner Tee“ mit „0 % Kalorien, Zucker und Süßstoffe“.



5. In diesem Zusammenhang ist zudem zu berücksichtigen, dass „0 % Kalorien, Zucker und Süßstoffe“ bei einem Getränk, das nur aus Tee besteht, überhaupt keinen Sinn ergeben würden, weil das selbstverständlich wäre. Nur bei einem Teegetränk haben diese Auslobungen Bedeutung, weil Teegetränke ganz überwiegend Zucker oder Süßstoffe enthalten, häufig auch Tee lediglich aus Extrakt. Gerade die direkt zwischen „Pure Tea“ und „Bio Grüner Tee“ platzierte Erläuterung lässt also allein ein Verständnis des Produktkonzepts „Teegetränk aus Aufguss ohne Zucker oder Süßstoffe“ in Abgrenzung zu den sonst üblichen Teegetränken zu. Dieses Verständnis des Produkts als Teegetränk mit (ganz überwiegend) grünem Tee und weiteren Zutaten wird durch den weiteren erläuternden Text auf den Schauseiten und – wie oben bereits erwähnt – durch Zutatenverzeichnis sowie Verkehrsbezeichnung noch verstärkt.
6. Schon durch die grafische und inhaltliche Erläuterung von „Pure Tea“ und „Bio Grüner Tee“ mit "ohne Süßstoffe" etc. ist es also tatsächlich und rechtlich ausgeschlossen, dass (Durchschnitts)Verbraucher die beiden Angaben auf einen ausschließlichen Teegehalt des Getränks beziehen. Das gilt erst recht im Hinblick auf Zutatenverzeichnis und Verkehrsbezeichnung.
7. Hinzu kommt, dass unser Unternehmen deutschen Verbraucherinnen und Verbrauchern als langjährig marktführender Hersteller von Teegetränken bekannt ist, also in dem etablierten Segment der Erfrischungsgetränke mit Tee und weiteren Zutaten. Auf dieses Segment des Teegetränks lässt nach dem oben Gesagten auch die gesamte Art der Produktaufmachung schließen, in der u.a. „Teegetränk“ und „Getränk“ mehrfach verwendet werden.
8. Schließlich haben wir oben bereits darauf hingewiesen, dass das Produkt seit 2015 in Deutschland in großen Mengen und in denselben oder vergleichbaren Aufmachungen hinsichtlich des nun plötzlich bemängelten Punktes von Behörden, Verbänden und Verbrauchern unbeanstandet vertrieben wird. Das Produktkonzept ist langjährig im Markt etabliert und wird immer wieder ausdrücklich dafür hervorgehoben, dass es eine für Teegetränke pure Rezeptur ohne Kalorien, Zucker oder Süßstoffe bietet. Das Produkt ist also als Teegetränk für seine Abgrenzung zu anderen Teegetränken bekannt und nicht etwa für ein Rezeptverständnis von 100 % grünem Tee – was auch an keiner Stelle ausgelobt wird. Folglich können die Verbraucherinnen und Verbraucher das „Pure Tea“-Konzept irreführungsfrei und zutreffend als Konzept für ein Teegetränk einordnen, das neben (ganz überwiegend) grünem Tee weitere Zutaten enthält, die im Segment der Teegetränke klassische Geschmacksträger sind (vor allem Citrus), aber keinen Zucker und keine Süßstoffe und auch keine Kalorien.



Unsere ausführliche Erläuterung belegt hoffentlich auch aus Ihrer Perspektive, dass wir die Reklamation selbstverständlich ernst nehmen, in der Sache aber aus den genannten Gründen nicht für gerechtfertigt halten. Vor diesem Hintergrund gehen wir davon aus, dass wir die in Ihrem Schreiben angesprochenen Bemängelungen ausreichend ausräumen konnten. Über eine kurze Bestätigung würden wir uns freuen. Sollten Sie weitere Erläuterungen benötigen oder wider Erwarten weiterhin offene Punkte sehen, kommen Sie ebenfalls gerne erneut auf uns zu, um die Diskussion fortzuführen und zum Abschluss zu bringen.

Mit freundlichen Grüßen

Qualitätsmanagement  
Pfanner