

Mogelpackung

Ein Warenbehältnis, das beim Abnehmer den Eindruck einer größeren als der tatsächlich vorhandenen Füllmenge hervorruft, ist irreführend. Seine Verwendung ist unlauter im Sinne des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb, wenn dadurch Interessen des Verbrauchers und/oder der Marktteilnehmer erheblich berührt werden.

Zur Unterbindung einer häufig geübten Praxis, den Verbraucher durch eine überdimensionierte Verpackung über das wahre Volumen des Inhalts zu täuschen, wurde im Jahre 1969 das Eichgesetz¹ geschaffen², wonach u.a. die irreführende Aufmachung und Gestaltung einer Packung (Mogelpackung)³ gegen § 7 Abs. 2 Eichgesetz⁴ (§§ 3, 4 Nr. 11, 5 Abs. 2 Nr. 1 u. 2 UWG) verstößt. § 7 Abs. 2 Eichgesetz lautet: *"Fertigpackungen müssen so gestaltet und befüllt sein, dass sie keine größere Füllmenge vortäuschen, als in ihnen enthalten ist."*

PH-Warnung

Die Verpackung darf nicht zu falschen Schlüssen auf den Inhalt führen. Entscheidend ist, was der Verbraucher üblicherweise erwartet.

Irreführung und Verwaltungsrichtlinien

Ist eine überdimensionierte Verpackung aus wirtschaftlichen und aus technischen Gründen notwendig, tritt § 7 Abs. 2 EichG hinter §§ 3, 5 UWG derart zurück, dass der Anbieter alles ihm mögliche tun muss, um Irrtümer über den wahren Inhalt zu vermeiden⁵.

Nur eine besonders auffällige Füllmengenkennzeichnung kann dabei eine objektive Eignung zur Täuschung des Verbrauchers ausschließen⁶. Hierbei kommt es allein auf die Gestaltung der Packung selbst an⁷, auf die weitere Umverpackung oder Präsentation, z.B. *de luxe* ist mithin nicht abzustellen⁸.

¹ Gesetz über das Mess- und Eichwesen v. 11.7.1969, abgedruckt bei W. Zipfel, Lebensmittelrecht, Bd. 1, i. d. F. v. 7.8.2002, zuletzt geändert durch Zweites Gesetz zur Änderung des Medizinproduktegesetzes v. 13.12.2001.

² WRP 1974, 483 „Zur Frage der Verwendung von Mogelpackungen“ (parl. Anfrage).

³ Vgl. WRP 1976, 576 ff. – Ziffer 7 der Wettbewerbsregeln des Markenverbandes.

⁴ vgl. Zipfel, Lebensmittelrecht II, C 60 Rn. 12 (19: Richtlinien und Empfehlungen für die Beurteilung von Fertigpackungen als Mogelpackung).

⁵ BGH. Urt. v. 30.10.1981, Az.: I ZR 156/79, WRP 1982, 88 – Kippdeckeldose, a.A. OLG Frankfurt, WRP 1979, 722 (als Vorinstanz), siehe Krüger Anmerkung in GRUR 1982, 120.

⁶ Erbs/Kohlhaas-Ambis, Strafrechtliche Nebengesetze, E 90, § 7 Rdnr.12

⁷ Zipfel/Rathke, aaO., S. 29

⁸ LG Frankfurt a.M., Urteil vom 18. April 2001, Az.: 3/8 O 165/00 – „irreführende Größenangabe“

Die Frage, ob eine Irreführung vorliegt, orientiert sich vornehmlich an der Verbrauchererwartung⁹. Verwaltungsrichtlinien können für eine Beurteilung flankierend herangezogen werden.

Zum Beispiel kann zur Beantwortung der Frage, ob eine Pralinenpackung eine Mogelpackung ist, die "Richtlinie zur Gestaltung von Fertigpackungen mit Pralinen" beitragen¹⁰. Die Richtlinie legt dabei das Verhältnis zwischen Packungsvolumen und Füllgewicht zugrunde.

Unzulässig sind Freiräume bei undurchsichtigen Fertigpackungen dann, wenn sie 30% und mehr des Füllvolumens ausmachen¹¹. Fasst beispielsweise der Behälter 30 ml, ist jedoch nur mit 20 ml gefüllt, liegt ein unzulässiger Freiraum von 33% vor.

Ein Behälter stellt demzufolge eine unzulässige Gestaltung, sog. Mogelpackung, nach § 7 II EichG dar, wenn die Füllmenge nicht dem Fassungsvermögen des Behälters entspricht und dadurch ein unzulässiger Freiraum verbleibt, weil dadurch beim Verbraucher die irrige Vorstellung hervorgerufen wird, der undurchsichtige Behälter enthalte die mögliche Füllmenge¹².

Zulässig wäre eine solche erhebliche Verringerung nur dann, wenn sie tatsächlich technisch notwendig wäre, während lediglich technische Bedingtheit nicht ausreichte¹³. Während bei einem Übermaß in jedem Fall eine Irreführung nach §§ 3, 5 UWG vorliegt (Unlauterkeit), wird davon auszugehen sein, dass bei Einhaltung dieser Regelung grundsätzlich eine Unlauterkeit wegen Irreführungsfahr noch nicht besteht, es sei denn, die Verbrauchererwartung legt ein abweichendes Ergebnis nahe: Hohlräume sind – so die Rechtsprechung – bei Pralinenpackungen für den Verbraucher nicht überraschend, weil sie bei derartigen Verpackungen gang und gäbe sind¹⁴.

Der Verbraucher rechnet hier in einem gewissen Maße mit einem Missverhältnis zwischen Inhalt und Umfang der Verpackung, anders als etwa bei Schuhcremedosen¹⁵. Es ist darüber hinaus sogar davon auszugehen, dass der Verbraucher bei Geschenkpäckungen und auch bei Luxusartikeln größere Verpackungen erwartet.

*Autor: Otto D. Dobbeck*¹⁶

⁹ Nicht gleichbedeutend mit der allgemeinen Verkehrsauffassung, so: Erbs/Kohlhaas, E 90 § 17 a Anm. 3.

¹⁰ BMWi v. 31.1.1977, MinBIFin 1977, 23.

¹¹ vgl. Gestaltungsrichtlinien d. BMWi, zit. in: Zipfel/Rathke, Lebensmittelrecht, Bd. II, C 60, S. 35.

¹² vgl. LG Frankfurt am Main, Urt. v. 18.04.2001, Az. 3-08 O 165/00.

¹³ BGH, Urt. v. 30.10.1981, Az.: I ZR 156/79, WRP 1982, 88 – Kippdeckeldose.

¹⁴ LG Berlin, Urt. v. 7.1.1983, Az.: 15 O 783/82 als Vorinstanz zu KG, GRUR 1983, 591 – Pralinenpackung.

¹⁵ BGH, Urt. v. 30.10.1981, Az.: I ZR 156/79, WRP 1982, 88 – Kippdeckeldose.

¹⁶ Rechtsanwalt in Hamburg; ra-hamburg@t-online.de