

**dRSK**

Kommentar zu: Urteil: [2C_322/2021](#) vom 20. August 2021
Sachgebiet: Gesundheitswesen & soziale Sicherheit
Gericht: Bundesgericht
Spruchkörper: II. öffentlich-rechtliche Abteilung
dRSK-Rechtsgebiet: Gesundheitsrecht

[De](#) | [Fr](#) | [It](#) |

Das lebensmittelrechtliche Täuschungsverbot

Lebensmittelrechtlicher Täuschungsschutz in Bezug auf herkunftsbezogene Elemente beim Vertrieb eines alkoholischen Getränkes («Saas Bier»-Entscheid)

Autor / Autorin

Daniel Donauer, Franziska Gall



Redaktor / Redaktorin

Michael Waldner

VISCHER

Das Bundesgericht erhielt mit dem vorliegenden Entscheid Gelegenheit, den Anwendungsbereich des unter dem revidierten Lebensmittelrecht im Jahr 2017 geltenden Täuschungsverbots bei der Verwendung von herkunftsbezogenen Elementen zu erörtern. Es kam hierbei zum Ergebnis, dass unter Verwendung verschiedener herkunftsbezogener Elemente mit Bezugnahme auf den Kanton Wallis eine unzulässige Täuschungsgefahr bei den Konsumentinnen und Konsumenten verursacht würde, dies trotz eines expliziten Etikettenhinweises, wonach das Bier im Kanton Bern gebraut und abgefüllt werde.

Sachverhalt

[1] Die A. GmbH mit Sitz in U. (Kanton Wallis) bezweckt unter anderem den Ankauf, Vertrieb und Verkauf von alkoholischen und nicht alkoholischen Getränken. Sie vertreibt ein Bier mit dem Namen «Saas das Bier», dessen Produktetikette einen Walliser Stern trägt und ein Bergpanorama abbildet. Das Bier wird in V. (*genau: Felsenau, Kanton Bern*) gebraut und abgefüllt. Über eine eigene Brauerei verfügt die A. GmbH nicht.

[2] Nach einer Kontrolle bei der A. GmbH hielt die Dienststelle für Verbraucherschutz und Veterinärwesen des Kantons Wallis mit Analysebericht und Verfügung vom 21. Februar 2019 fest, dass der gemessene Alkoholgehalt in den Bierflaschen um mehr als 0.5 Volumenprozent vom auf der Etiketle angegebenen Wert abweiche. Zudem müssten die für Lebensmittel verwendeten Bezeichnungen, Verpackungsaufschriften und Informationen den Tatsachen entsprechen und dürften nicht zur Täuschung Anlass geben. Wenn Trinkwasser aus dem Gemeindefnetz verwendet werde, könne nicht «Bergquellwasser» angegeben werden, und da das Bier nicht im Wallis hergestellt werde, sei die geographische Angabe des Kantons Wallis irreführend. Die Etiketle sei diesbezüglich anzupassen. Die Dienststelle forderte die A. GmbH auf, bis zum 23. März 2019 die Etiketle zu korrigieren. Gegen diese Verfügung wurde keine Einsprache eingereicht.

[3] Mit Inspektionsbericht vom 5. November 2019 beanstandete die Dienststelle bei der A. GmbH, dass die auferlegten Massnahmen nicht korrekt umgesetzt worden seien und es sich um einen Wiederholungsfall handle. Es sei am 31. Oktober 2019 bei einer Inspektion in einem Hotel festgestellt worden, dass aus Bier-Containern Bier

der A. GmbH mit der Beschriftung «Saas das Bier» sowie versehen mit einem Walliser Stern im Offenausschank verkauft werde, obwohl das Bier in V. gebraut werde. Die Dienststelle ordnete mit Verfügung vom 5. November 2019 an, die A. GmbH habe bis am 6. Dezember 2019 den Walliser Stern auf der Bieranpreisung und die Bezeichnung «Saas das Bier» wegzulassen. Das Produkt dürfte auf sämtlichen Kommunikationsmitteln wie Etiketten, Internet, Lieferscheinen, Rechnungen nicht mehr täuschend angepriesen werden.

[4] Gegen die Verfügung vom 5. November 2019 erhob die A. GmbH Einsprache und machte geltend, dass nach der Kontrolle vom 21. Februar 2019 Anpassungen vorgenommen worden seien. Mit Entscheid vom 18. Dezember 2019 wies die Dienststelle die Einsprache ab. Zur Begründung führte sie an, ein Bier, welches ausserhalb des Kantons Wallis gebraut werde, dürfe nicht Bezeichnungen oder Abbildungen auf der Etikette verwenden, die auf eine Herkunft aus dem Kanton Wallis hinweisen würden. Dagegen reichte die A. GmbH beim Staatsrat des Kantons Wallis Beschwerde ein und brachte vor, die Herkunftsangabe nahe beim Namen «Saas das Bier» sei klar ersichtlich. Ausserdem würde zurzeit kein Flaschenbier, sondern nur Offenausschankbier vertrieben. Mit Entscheid vom 10. November 2020 wies der Staatsrat die Beschwerde ab. Er bestätigte das Vorliegen einer Täuschung, da auf der beanstandeten Etikette mehrere Hinweise auf den Kanton Wallis respektive das Saastal bestünden (rot-weisser Stern, Bergpanorama, «Saas»). Daran ändere auch die Tatsache nichts, dass das Bier mit der Bezeichnung «Saas das Bier» momentan nur im Offenausschank verkauft werde und die Konsumentinnen und Konsumenten die Etikette nicht sehen würden. Es seien auf der Internetseite nach wie vor die Bierflaschen mit der Aufschrift «Saas» mit einem Walliser Stern und mit dem rot-weissen Wappen des Kantons Wallis zu sehen. Die gegen den Staatsratsentscheid vom 10. November 2020 erhobene Beschwerde beim Kantonsgericht des Kantons Wallis blieb ohne Erfolg (Urteil vom 15. März 2021). Das Kantonsgericht bestätigte die Auffassung, wonach die Anpreisung «Saas das Bier» objektiv geeignet sei, bei der Durchschnittskonsumentin und beim Durchschnittskonsumenten hinsichtlich des Produktionsorts und der Herkunft des Biers falsche Vorstellungen zu wecken.

[5] Mit Beschwerde in öffentlich-rechtlichen Angelegenheiten vom 19. April 2021 gelangt die A. GmbH an das Bundesgericht. Sie beantragt die Aufhebung des Urteils vom 15. März 2021. Der Name «Saas das Bier» sei gutzuheissen. Eventualiter sei die Angelegenheit zur Sachverhaltsergänzung und neuen Entscheidung an die Vorinstanz zurückzuweisen [...].

Erwägungen

[6] *Das Bundesgericht zog unter anderem Folgendes in Erwägung (wie nachfolgend zitiert):*

[7] Das Lebensmittelgesetz bezweckt unter anderem, die Konsumentinnen und Konsumenten im Zusammenhang mit Lebensmitteln und Gebrauchsgegenständen vor Täuschungen zu schützen sowie den Konsumentinnen und Konsumenten die für den Erwerb von Lebensmitteln oder Gebrauchsgegenständen notwendigen Informationen zur Verfügung zu stellen (vgl. Art. 1 lit. c und lit. d [LMG](#)). Umgesetzt hat der Gesetzgeber die zwei Ziele in Art. 12 f. LMG und Art. 16 LMG zur Kennzeichnung und Werbung sowie im Täuschungsschutz gemäss Art. 18 LMG. Er hat somit die beiden Ziele unabhängig voneinander verwirklicht (vgl. Urteile des Bundesgerichts [2C_733/2020](#) vom 15. März 2021 E. 3.2; [2C_162/2019](#) vom 26. Februar 2020 E. 3.1.1) (**E. 6.1**).

[8] Den Täuschungsschutz betreffend bestimmt Art. 18 Abs. 1 LMG, dass sämtliche Angaben über Lebensmittel den Tatsachen entsprechen müssen. Die Aufmachung, Kennzeichnung und Verpackung der Produkte nach Absatz 1 und die Werbung für sie dürfen die Konsumentinnen und Konsumenten nicht täuschen. Die Bestimmungen des Bundesgesetzes vom 28. August 1992 über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben (Markenschutzgesetz, MSchG; [SR 232.11](#)) betreffend die Angaben zur schweizerischen Herkunft bleiben vorbehalten (vgl. Art. 18 Abs. 2 LMG i.V.m. Art. 47 ff. [MSchG](#); vgl. auch E. 6.3 hiernach). Täuschend sind namentlich Aufmachungen, Kennzeichnungen, Verpackungen und Werbungen, die geeignet sind, bei den Konsumentinnen und Konsumenten falsche Vorstellungen über Herstellung, Zusammensetzung, Beschaffenheit, Produktionsart, Haltbarkeit, Produktionsland, Herkunft der Rohstoffe oder Bestandteile, besondere Wirkungen oder besonderen Wert des Produkts zu wecken (vgl. Art. 18 Abs. 3 LMG). Den gesetzlichen Täuschungsschutz hat der Bundesrat in Art. 12 der Lebensmittel- und Gebrauchsgegenständeverordnung vom 16. Dezember 2016 (LGV; [SR 817.02](#)) konkretisiert (vgl. BGE [144 II 386](#) E. 4.2.3). Danach müssen die für Lebensmittel verwendeten Bezeichnungen, Angaben, Abbildungen, Umhüllungen, Verpackungen, Umhüllungs- und Verpackungsaufschriften,

die Arten der Aufmachung, die Werbung und die Informationen über Lebensmittel den Tatsachen entsprechen und dürfen nicht zur Täuschung namentlich über Natur, Herkunft, Herstellung, Produktionsart, Zusammensetzung, Inhalt und Haltbarkeit der betreffenden Lebensmittel Anlass geben (vgl. Art. 12 Abs. 1 [LGV](#)) (**E. 6.1.1**).

[9] Täuschend sind namentlich unzutreffende Hinweise auf die Herkunft eines Lebensmittels oder Angaben, die tatsachenwidrig den Eindruck erwecken, das Produkt oder seine Ausgangsstoffe stammten aus einer bestimmten Gegend (vgl. BGE [144 II 386](#) E. 4.3; [124 II 398](#) E. 3b; [104 IV 140](#) E. 3b). Ob die Aufmachung eines Lebensmittels als täuschend zu qualifizieren ist, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Ein Verstoss gegen das Täuschungsverbot kann sich aus einzelnen Angaben über das Lebensmittel ergeben, gegebenenfalls aber auch erst aus seinem gesamten Erscheinungsbild (vgl. BGE [144 II 386](#) E. 4.3; Urteil des Bundesgerichts [2C_559/2011](#) vom 20. Januar 2012 E. 6.2; vgl. auch Urteil des Bundesgerichts [2C_413/2015](#) vom 10. März 2016 E. 3.2). Der Massstab zur Beurteilung, ob die Aufmachung eines Lebensmittels als täuschend im Sinne der genannten Bestimmungen zu betrachten ist, bildet die durchschnittliche Konsumentin und der durchschnittliche Konsument (vgl. BGE [144 II 386](#) E. 4.3; [124 II 398](#) E. 3b). Entscheidend ist deren legitimes Informationsbedürfnis, wobei davon auszugehen ist, dass sie in der Regel die detaillierten Vorschriften des Lebensmittelrechts nicht kennen (vgl. BGE [130 II 83](#) E. 3.2; Urteil des Bundesgerichts [2C_559/2011](#) vom 20. Januar 2012 E. 6.2). Weiter genügt die objektive Eignung zur Täuschung. Der Nachweis, dass eine gewisse Zahl an durchschnittlichen Konsumentinnen und Konsumenten tatsächlich getäuscht wurde, ist dazu nicht erforderlich. Die entfernte Möglichkeit, dass das Produkt bei den durchschnittlichen Konsumentinnen und Konsumenten zu falschen Vorstellungen führt, reicht für einen Verstoss gegen das Täuschungsverbot hingegen nicht aus (vgl. BGE [144 II 386](#) E. 4.3; [124 II 398](#) E. 3b; Urteil des Bundesgerichts [2C_559/2011](#) vom 20. Januar 2012 E. 6.2) (**E. 6.1.2**).

[10] Die Beschwerdeführerin beanstandet die vorinstanzliche Auffassung, wonach die Bezeichnung und Aufmachung des von der Beschwerdeführerin vertriebenen Biers objektiv geeignet sei, bei den durchschnittlichen Konsumentinnen und Konsumenten hinsichtlich des Produktionsorts und der Herkunft falsche Vorstellungen zu wecken (vgl. E. 5.3 f. des angefochtenen Urteils) (**E. 6.2**).

[11] Das Produkt «Saas das Bier» fällt unbestrittenermassen in den sachlichen Anwendungsbereich der Lebensmittelgesetzgebung, das *Bier* wird(sic) gestützt auf Art. 4 Abs. 1 und Abs. 2 lit. a LMG sowie Art. 1 Abs. 1 lit. g Ziff. 1 und Art. 63 ff. der Verordnung des EDI vom 16. Dezember 2016 über Getränke ([SR](#) 817.022.12; nachfolgend: Getränkeverordnung) als Lebensmittel erfasst. Das Produkt der Beschwerdeführerin hat somit die lebensmittelrechtlichen Vorgaben einzuhalten. Sodann ist festzuhalten, dass der Täuschungsschutz – ungeachtet des (zu engen) Wortlauts von Art. 18 Abs. 3 LMG – nicht nur täuschende Angaben hinsichtlich des *Produktionslands*, sondern auch irreführende Aufmachungen im Hinblick auf die übrige, gegebenenfalls regionale oder örtliche Herkunft eines Lebensmittels verbietet. Das ergibt sich aus Art. 12 Abs. 1 LGV, der nach bundesgerichtlicher Rechtsprechung in gesetzeskonformer Weise von der Täuschung über die Herkunft (im Allgemeinen) spricht (vgl. BGE [144 II 386](#) E. 4.2.3) (**E. 6.2.1**).

[12] Nach den vorinstanzlichen Feststellungen nimmt die Aufmachung des Biers an verschiedenen Stellen auf das Saastal im Kanton Wallis Bezug. Namentlich wird der lebensmittelrechtlichen Sachbezeichnung «Bier» im Sinne von Art. 65 Abs. 1 der Getränkeverordnung der geografische Hinweis «Saas» in grosser Schrift vorangestellt und zur Bezeichnung «Saas das Bier» verknüpft. Oberhalb des Biernamens enthält die Produktetikette einen Walliser Stern in den weissen und roten Farben des Kantonswappens (vgl. auch Art. 1 des Gesetzes des Kantons Wallis vom 4. September 1802 über das Siegel der Republik [SGS 111.1]). Unterhalb der Bezeichnung ist ein Bergpanorama abgebildet, was wiederum einen klaren Bezug zum Bergkanton Wallis schafft. Mit diesen Gestaltungselementen stellt die Beschwerdeführerin das beanstandete Getränk in einen engen Bezugsrahmen zum Kanton Wallis im Allgemeinen und dem Saastal im Besonderen. Den durchschnittlichen Konsumentinnen und Konsumenten wird damit der Eindruck vermittelt, das Produkt «Saas das Bier» stamme aus dieser Gegend (**E. 6.2.2**).

[13] Daran ändert nichts, dass auf der Etikette des Biers darauf hingewiesen wird, «Gebraut und abgefüllt in V.». Der Erwartung, dass es sich beim beanstandeten Bier um ein Bier aus dem Saastal im Kanton Wallis handle, wirkt der klein gedruckte Hinweis auf den Herstellungsort nicht massgeblich entgegen. Die Konsumentinnen und Konsumenten haben aufgrund der eindeutigen Gestaltungselemente objektiv keine Veranlassung, davon

auszugehen, dass das Bier von irgendwoher aus der Schweiz – vorliegend aus V. – stammen könnte. Der lebensmittelrechtliche Täuschungsschutz bezweckt, Konsumentinnen und Konsumenten vor falschen Vorstellungen über ein Lebensmittel durch irreführende Aufmachungen oder Kennzeichnungen zu schützen, ohne dass diese eine eigentliche Obliegenheit zu weitergehenden Erkundigungen trifft (vgl. BGE [144 II 386](#) E. 4.4.4). Ausserdem verbleibt den durchschnittlichen Konsumentinnen und Konsumenten auch nach dem Lesen «Gebraut und abgefüllt in V.» unweigerlich der Eindruck, das Produkt der Beschwerdeführerin müsse irgendeinen Bezug zum Saastal im Kanton Wallis aufweisen. Weder aus den vorinstanzlichen Feststellungen noch aus den Vorbringen der Beschwerdeführerin ergibt sich indes, dass irgendein substantieller Bestandteil des Biers aus dem Saastal stammt und lediglich der Brau- und Abfüllvorgang in V. stattfinden würde (**E. 6.2.3**).

[14] Das Produkt «Saas das Bier» der Beschwerdeführerin weckt nach dem Dargelegten klar die Vorstellung, seine charakteristischen Eigenschaften seien ihm im Saastal im Kanton Wallis verliehen worden. Dieser Eindruck entspricht nicht den Tatsachen. Das Bier wird unbestrittenermassen in V. gebraut und abgefüllt. Über eigene Brauanlagen verfügt die Beschwerdeführerin nicht. Angesichts dessen ist die Aufmachung des Biers als täuschend im Sinne von Art. 18 LMG und Art. 12 Abs. 1 LGV zu beurteilen. Entgegen der Auffassung der Beschwerdeführerin ist es nicht massgebend, dass sie mit der Aufmachung und Bezeichnung des Biers keine Täuschung beabsichtigt hat. Nach der bundesgerichtlichen Rechtsprechung ist es ausreichend, wenn die Aufmachung eines Produkts objektiv geeignet ist, zur Täuschung Anlass zu geben (vgl. E. 6.1.2 i.f. hiervor). Diese objektive Eignung zur Täuschung besteht vorliegend (**E. 6.2.4**).

[15] Die Beschwerdeführerin legt im Weiteren dar, den Namen «Saas das Bier» zur Markenüberprüfung beim Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum (IGE) angemeldet zu haben. Der Vorbehalt von Art. 18 Abs. 2 LMG mit Verweisung auf die Bestimmungen des Markenschutzgesetzes über Angaben zur schweizerischen Herkunft ist nach bundesgerichtlicher Rechtsprechung indes nicht derart zu verstehen, dass dem lebensmittelrechtlichen Täuschungsschutz kein eigenständiger Anwendungsbereich verbleibt, sobald ein Lebensmittel mit einer Herkunftsangabe im Sinne von Art. 47 ff. MSchG versehen ist (vgl. BGE [144 II 386](#) E. 4.2.4.2). Insbesondere rechtfertigt die Verwendung einer im Sinne des Markenschutzgesetzes rechtmässigen Herkunftsangabe keine Aufmachung von Lebensmitteln, die bei den Konsumentinnen und Konsumenten tatsachenwidrige Vorstellungen über die Herkunft erwecken. Der Gesetzgeber hat mit der Revision des Markenschutzgesetzes keine Lockerung des lebensmittelrechtlichen Täuschungsschutzes beabsichtigt (vgl. BGE [144 II 386](#) E. 4.2.4.3). Vielmehr sind allfällige Ansprüche nach dem Markenschutzgesetz mit den Vorgaben der Lebensmittelgesetzgebung zu koordinieren und gehen diesen nicht vor (vgl. BGE [144 II 386](#) E. 4.4.4). Soweit das Markenschutzgesetz für die vorliegende Angelegenheit überhaupt relevant ist – Art. 18 Abs. 2 LMG verweist bloss auf die Angaben zur schweizerischen Herkunft, nicht aber für spezifischere Ortsangaben –, kann die Beschwerdeführerin entgegen ihrer Auffassung aus der Markenmeldung nichts zu ihren Gunsten ableiten (**E. 6.3**).

[16] Im Ergebnis erweist sich die Beschwerde als unbegründet, weshalb sie abzuweisen ist. Diesem Verfahrensausgang entsprechend hat die Beschwerdeführerin die Gerichtskosten zu tragen (Art. 66 Abs. 1 [BGG](#)). Parteientschädigungen sind nicht geschuldet (Art. 68 Abs. 1 und Abs. 3 [BGG](#)) (**E. 7**).

Kommentar

[17] *Einleitende Bemerkungen.* Im vorliegenden Entscheid hatte das Bundesgericht die Gelegenheit, sich in Bezug auf eines der wichtigsten Grundprinzipien des im Jahr 2017 umfassend revidierten Lebensmittelrechts, vorliegend das Täuschungsverbot, zu äussern. Konkret erörterte das Bundesgericht den Anwendungsbereich des lebensmittelrechtlichen Täuschungsschutzes hinsichtlich der Verwendung von herkunftsbezogenen Angaben. Seit der Verabschiedung des neuen Lebensmittelgesetzes durch das Parlament am 20. Juni 2014 zur Anpassung des schweizerischen Rechts an jenes der EU und der damit einhergehenden grundlegenden Überarbeitung des Verordnungsrechts sind erst wenige Entscheidungen für die Präzisierung des lebensmittelrechtlichen Täuschungsverbots ergangen. Jedoch finden grundsätzlich auch unter dem jüngst revidierten Lebensmittelrecht die alten Grundsätze gemäss älterer Rechtsprechung des Bundesgerichts weiterhin Anwendung. So enthalten denn auch die revidierten Vorgaben gemäss heute geltendem Täuschungsverbot keine mildernden Regelungen im Vergleich zu jenen des aLMG (vgl. LAGGER ANNEMARIE, Anforderungen an Lebensmittel und

Gebrauchsgegenstände in: Daniel Donauer/Hugh Reeves/Celine Weber (Hrsg.), Lebensmittel- und Gebrauchsgegenständerecht, Zürich/Basel/Genf 2020, S. 51). Das lebensmittelrechtliche Täuschungsverbot war bereits vor der Revision gesetzlich in Art. 18 aLMG explizit vorgesehen und wurde in die neue Fassung im Rahmen von Art. 18 LMG übernommen. Eine wesentliche Neuerung unter dem revidierten Lebensmittelrecht bestand in der Angleichung an die entsprechende Regelung in der EU und umfasste somit die Einführung des Täuschungsverbots für bestimmte Gebrauchsgegenstände, namentlich kosmetische Mittel und Bedarfsgegenstände (vgl. Botschaft zum Bundesgesetz über Lebensmittel und Gebrauchsgegenstände vom 25. Mai 2011 (BBI 2011 5571, 5594); siehe auch Art. 18 Abs. 1 LMG). In der Schweiz galt bis zur letztmaligen Revision ein Täuschungsverbot ausschliesslich für Nahrungs- und Genussmittel, also lediglich für Lebensmittel (für weitere Hinweise siehe BBI 2011 5571, 5583).

[18] *Prinzipien des Täuschungsschutzes*. Im vorliegenden Urteil erläuterte das Bundesgericht die grundlegenden Prinzipien des Täuschungsschutzes, namentlich dass gemäss Art. 18 Abs. 1 LMG sämtliche Angaben über Lebensmittel den Tatsachen entsprechen müssen (vgl. E. 6.1.1). Vorliegend von Bedeutung sind in diesem Zusammenhang insbesondere die Ausführungen zur *täuschenden Herkunftsangabe* eines Lebensmittels oder Angaben, die tatsachenwidrig den Eindruck erwecken, das Produkt oder seine Ausgangsstoffe stammten aus einer bestimmten Gegend (vgl. E. 6.1.2). Das Bundesgericht hielt diesbezüglich fest, dass die Qualifizierung als «täuschend» von verschiedenen Faktoren abhängig sei, wobei sich ein Verstoss aus einzelnen Angaben über das Lebensmittel oder auch erst aus dessen Gesamterscheinungsbild ergeben könne. Die Autoren begrüssen insbesondere, dass gemäss Bundesgericht die gesamtheitliche Aufmachung des Lebensmittels von Bedeutung war, weshalb singuläre Hinweise, wie vorliegend der etikettierte Hinweis «Gebräut und abgefüllt in V.», am Endergebnis nichts zu ändern vermögen (E. 6.2.3). Entscheidend für die vorliegende Einschätzung war insbesondere der Aspekt, dass durch solch singuläre Hinweise der (falsche) Eindruck, wonach das fragliche Produkt irgendeinen Bezug zum beworbenen Ort aufweist, bei den Konsumentinnen und Konsumenten i.d.R. nicht ausgeräumt werden kann. Schliesslich ist aufgrund des bezweckten Konsumentenschutzgedankens des Lebensmittelgesetzes auch den Ausführungen des Bundesgerichts beizupflichten, wonach der Täuschungsschutz – entgegen dem engen Wortlaut in Art. 18 Abs. 3 LMG – nicht nur täuschende Angaben bezüglich des Produktionslands, sondern auch übrige täuschende Angaben wie beispielsweise über die *regionale* oder *örtliche* Herkunft eines Lebensmittels verbietet (E. 6.2.1).

[19] *Weiterführung des Entscheids «Lozärner Bier AG»*. Der vorliegende Entscheid weist eine ähnliche Problematik auf wie im Urteil «Lozärner Bier AG» (BGE [144 II 386](#)). Im genannten Entscheid vertrieb die Lozärner Bier AG mit Sitz in Luzern das sog. «Lozärner Bier». Wie im kommentierten Urteil verfügte die Lozärner Bier AG über keine eigene Brauerei oder Abfüllanlage. Vielmehr enthielten die blau-weissen Dosen, welche farblich und geometrisch an das Luzerner Wappen erinnerten, den folgenden Vermerk auf der Rückseite: «hergestellt und abgefüllt in der Schweiz». Die Rückseite wurde zudem von einem Landesumriss der Schweiz geziert. Auch in diesem Entscheid erachtete das Bundesgericht die Täuschungsgefahr als erfüllt. Die prägnanten Elemente, welche bei den Konsumentinnen und Konsumenten wohl eine Assoziation des Biers zu Luzern hervorriefen, konnten hierbei durch den Hinweis, dass die Herstellung und Abfüllung in der Schweiz erfolgt, nicht ausreichend gelockert bzw. zureichend in den Hintergrund gedrängt werden.

[20] *Verhältnis zum Markenschutzgesetz*. Art. 18 Abs. 2 LMG statuiert, dass die Bestimmungen des Markenschutzgesetzes vom 28. August 1992 über Angaben zur schweizerischen Herkunft vorbehalten bleiben. Das Bundesgericht hält zu Recht fest, dass diese Bestimmung nicht den Sinn und Zweck verfolgt, den Anwendungsbereich des lebensmittelrechtlichen Täuschungsschutzes einzuschränken (E. 6.3). Vielmehr bestehen entsprechende kennzeichen- und lebensmittelrechtliche Normen parallel (BGE [144 II 386](#) E. 4.2.4.2; siehe auch LAGGER ANNEMARIE, Anforderungen an Lebensmittel und Gebrauchsgegenstände in: Daniel Donauer/Hugh Reeves/Celine Weber (Hrsg.), Lebensmittel- und Gebrauchsgegenständerecht, Zürich/Basel/Genf 2020, S. 51 f.). Dem Bundesgericht ist zuzustimmen, wenn es festhält, dass eine markenrechtlich (zwar) rechtmässige Herkunftsangabe eine Aufmachung von Lebensmitteln, die bei Konsumentinnen und Konsumenten tatsachenwidrige Vorstellungen über die Herkunft erweckt, diese aus lebensmittelrechtlicher Sicht nicht rechtfertigt (E. 6.3). Eine Markenmeldung beim Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum vermag daher nicht das lebensmittelrechtliche Täuschungsverbot zu beseitigen – vielmehr besitzen die jeweiligen Rechtsgrundlagen eigenständigen Anwendungscharakter.

[21] *Fazit.* Die Autoren begrüßen den Entscheid des Bundesgerichts. Insbesondere die Ausführungen betreffend die Schaffung einer derart engen örtlichen Bezugnahme, welche durch singuläre Hinweise nicht ausreichend gelockert werden kann, erscheinen hierbei praxisnah. So dürfte bei Konsumentinnen und Konsumenten trotz eines entsprechenden Hinweises, dass das Erzeugnis konkret anderswo gebraut und abgefüllt wird, die irrige Assoziation zur referenzierten geografischen Region aufgrund der angebrachten herkunftsbezogenen Elemente bestehen bleiben. Mit diesem Entscheid bestätigt das Bundesgericht seine bisher in der Tendenz strenge Linie für die Verwendung von Herkunftsangaben sowie den Anwendungsbereich des Täuschungsschutzes im Lebensmittelrecht. Das Täuschungsverbot schränkt damit den Spielraum im Rahmen der Aufmachung, Kennzeichnung und Verpackung der Produkte als auch der Werbung i.S.v. Art. 18 Abs. 2 LMG erkennbar ein. Im Resultat hat das Bundesgericht somit zu Recht festgehalten, dass die Beschwerde unbegründet und entsprechend abzuweisen sei.

Dr. iur. DANIEL DONAUER, LL.M. (*Univ. of Washington, Health Law*), ist Rechtsanwalt in Zürich mit Fokus *Life Sciences & Health Care* sowie *Immaterialgüterrecht*.

FRANZISKA GALL, MLaw, LL.M. (*King's College London*), ist Substitutin in Zürich.

Zitiervorschlag: Daniel Donauer / Franziska Gall, Das lebensmittelrechtliche Täuschungsverbot, in: dRSK, publiziert am 30. September 2021

ISSN 1663-9995. Editions Weblaw

EDITIONS WEBLAW

Weblaw AG | Schwarztorstrasse 22 | 3007 Bern

T +41 31 380 57 77 info@weblaw.ch

weblaw.ch