

## Lakritz nur für Erwachsene

**Darf HARIBO den bekannten Slogan „HARIBO macht Kinder froh“ auf Lakritzverpackungen verwenden, wenn die Lakritze nur für Erwachsene geeignet ist? Hierüber stritten sich Haribo und ein Konkurrent vor dem OLG Düsseldorf.**

Die Gestaltung der Lakritzverpackung von Haribo enthielt den unter Marke abgedruckten Slogan „HARIBO macht Kinder froh“, einen abgedruckten kleinen Jungen sowie den Hinweis "Erwachsenenlakritz, kein Kinderlakritz".

Diese Verpackungsgestaltung hielt ein Konkurrent für irreführend. Die Aufmachung der Verpackung erwecke aufgrund des Jungens und des Slogans den Eindruck, auch für Kinder geeignet zu sein. Der Hinweis, dass es sich um Erwachsenenlakritz handele, reiche zur Beseitigung der Irreführung nicht aus.

HARIBO verteidigte sich damit, dass der Hinweis sichtbar und deutlich genug sei. Von einer Irreführung durch die Aufmachung der Verpackung könne nicht ausgegangen werden, da der lachende Junge lediglich als Werbefigur angesehen werde. Eine Ausrichtung an eine bestimmte Zielgruppe sei damit nicht verbunden.

### Entscheidung des Gerichts

Das OLG Düsseldorf ([Urteil vom 30.07.2009 – Az. I-20 U 11/09](#)) gab dem Konkurrenten von HARIBO recht und beurteilte die Verpackungsgestaltung als irreführend.

Nach deutschem Lebensmittelrecht ist bei Lakritz mit einem Salmiak-Gehalt von mehr als 2% der Hinweis "Erwachsenenlakritz, kein Kinderlakritz" an gut sichtbarer Stelle anzubringen. Durch diese gesetzliche Vorgabe soll vor etwaige gesundheitlichen Beeinträchtigungen für Kinder gewarnt werden.

Zwar finde sich ein solcher Hinweis auf der Verpackung, allerdings sei dieser nicht geeignet, den Eindruck, dass das Lakritzprodukt unbedenklich von Kindern verzehrt werden könne, zu entkräften, weil die übrige Gestaltung der Verpackung Kinder als Verbraucher des Produktes so stark anspreche, dass der klarstellende Hinweis dahinter zurücktrete.

Es sei davon auszugehen, dass die Produkte von HARIBO überwiegend von Kindern konsumiert würden. Dementsprechend ziele der bekannte Werbespruch "Haribo macht Kinder froh und Erwachsene ebenso" in erster Linie auf Kinder ab und erwähne nur an zweiter Stelle die Erwachsenen. Genau diesen Werbeslogan verwende HARIBO für alle seine Produkte, die abgesehen von dem Lakritz aber auch für Kinder geeignet seien. Durch den Werbe-spruch werde damit geworben, dass der Lakritz der nicht für Kinder geeignet sei, diese trotzdem froh machen solle. Dies stellt einen Widerspruch zu dem Warnhinweis dar.

Auch das Bildelement mit dem Jungen auf einem Kinderfahrrad erwecke den Eindruck, dass sich das Produkt an Kinder richte und für diese geeignet sei.



## **Fazit**

Nicht jeder Hinweis ist geeignet die rechtlichen Pflichten zu erfüllen. Vielmehr kommt es auf die Gesamtumstände an. So wurde zwar vorliegend der gesetzliche Hinweis angebracht, aber nicht in der Weise, dass eine Irreführung ausgeräumt werden konnte.