

19/12/2017

## Gerichtshof 's Hertogenbosch urteilt: Alpro darf seine pflanzlichen Produkte als Variationen von Milchprodukten bezeichnen

**Breda, 19. Dezember 2017 – Heute urteilte der Gerichtshof von 's Hertogenbosch, dass Alpro weiterhin Hinweise, wie „Variation von Milchprodukten“, „Variation von Milch“, „pflanzliche Joghurt-Variation“ oder „Joghurtvariation“ beim Verkauf seiner pflanzlichen Lebensmittel verwenden darf. Die Niederländische Milchindustrie (NZO) hatte nach dem Urteil von Oktober 2014 Berufung eingelegt. Auch der Gerichtshof ist der Meinung, dass die Angst der NZO, dass der Verbraucher denkt, dass die Produkte von Alpro keine pflanzlichen Produkte, sondern Milchprodukte sind, unbegründet ist. Alpro macht bei jeder Gelegenheit deutlich, dass seine Produkte pflanzlich sind und stellt fest, dass auch der Gerichtshof der Meinung ist, dass keine Verwirrung über die Art der Produkte besteht. In einer ähnlichen Sache in Belgien, das Berufungsgericht in Brüssel hat bestätigt dass Alpro seine pflanzlichen Produkte auf Basis von Soja als Alternative zu Joghurt und andere Milchprodukte vorstellen darf.**

### **Transparente Kommunikation, im Interesse von Verbrauchern und Alpro**

Alpro ist mit dem Urteil des Gerichtshofs zufrieden und fühlt sich in seiner Überzeugung, dass der Verbraucher korrekte Informationen über seine Produkte erhält, gestärkt. Verbraucher, die sich für pflanzliche Produkte von Alpro entscheiden, tun dies nicht zufällig, sondern sehr bewusst. Sie tun dies aufgrund des Geschmacks, der Variation, aus Prinzip, für ihre Gesundheit oder für die Umwelt. Stets in dem Bewusstsein, dass es sich um pflanzliche Produkte handelt.

Alpro hat seine Produkte niemals schlichtweg als „Milch“, „Sahne“ oder „Joghurt“ bezeichnet, weil seine Produkte nicht auf Basis von Kuhmilch hergestellt werden. Ein einziger Irrtum in der Vergangenheit mit der Bezeichnung „Vla“ (Art Pudding) und „kookroom“ (Kochsahne) wurde unverzüglich korrigiert, sodass sich Alpro dessen bewusst war, und es wurden die Worte ‚Variation‘ und ‚Verwendbar wie‘ hinzugefügt.

Alpro bietet mit den Sojaprodukten eine vollwertige Ernährungsalternative für Milchprodukte und verdeutlicht dies auch gegenüber dem Verbraucher, indem es seine Produkte als „Variation von Milchprodukten“, „Variation von Milch“ und „pflanzliche Variation von Joghurt“ beschreibt. Dadurch weiß der Verbraucher präzise, was er erwarten kann und wie die Produkte verwendet werden können.

Oder ein weiteres Zitat aus dem Urteil: *“Wenn die vorbehaltenen Bezeichnungen von Milchprodukten von Alpro auf eine andere Weise verwendet werden, steht diese Verwendung gemäß dem Europäischen Gerichtshof in seinem Urteil vom 14. Juni 2017 nicht als solches und ohne weiteres – im Widerspruch zu den Bestimmungen der Verordnung (EU) Nr. 1308/2013.”*

Und weiter: *“Mit Alpro urteilt der Gerichtshof, dass die Verwendung der Wortkombination „(pflanzliche) Variation von Joghurt“ .... nicht dazu dient, die vorbehaltene Bezeichnung des Milchprodukts „Joghurt“ als Bezeichnung zu verwenden, sondern als Kennzeichnung der betreffenden Sojaprodukte; zudem soll deutlich gemacht werden, dass die Sojaprodukte eine pflanzliche Alternative für das tierische Milchprodukt „Joghurt“ darstellen.*

## **Keine Verwechslung zwischen „Milch“, „Milchprodukte“ und „Joghurt“ und deren pflanzlichen Varianten möglich**

Alpro täuscht den Verbraucher keineswegs und möchte gerade nicht den Eindruck erwecken, dass seine Produkte „Milchprodukte von der Kuh“ sind. Alpro ist Synonym für pflanzliche Ernährung, informiert diesbezüglich sehr deutlich und unterscheidet sich von Milchprodukten als pflanzliche Alternative.

*“Wir möchten dem Verbraucher in erster Linie richtige und deutliche Informationen mitgeben. Wir erwecken folglich auch nicht den Eindruck, dass wir Milch, Milchprodukte oder Joghurt produzieren“,* erklärt René van den Cruijsem, Commercieel Manager von Alpro Niederlande.

Auch aus den anderen Informationen und Illustrationen, die Alpro auf Verpackungen, in Werbung und auf Websites verwendet, geht hervor, dass Alpro stets die Absicht hat, eindeutig auszudrücken, dass es sich um pflanzliche Produkte handelt. Alpro sieht sich jetzt durch das Gerichtsurteil im Berufungsverfahren nochmals bestätigt und wird dies konsequent weiterhin anwenden.

### **Der Verbraucher und Europa kennen den Unterschied**

Alpro ist der Meinung, dass der Verbraucher unterschätzt wird. Verbraucher lesen die Botschaften von Alpro auf die richtige Weise und wissen folglich sehr gut, was sie essen oder trinken. Daher gab zuvor schon der niederländische Richter Alpro im Hinblick auf die Verwendung von Begriffen wie „pflanzliche Variation von Joghurt“ Recht.

*“Die verwendete Terminologie auf unseren Verpackungen verdeutlicht, zu welcher Kategorie unsere Produkte gehören. Wenn wir unsere Produkte als „Variation“ von Milch, Milchprodukten oder Joghurt darstellen, begreift der Verbraucher allzu gut den Unterschied zwischen unseren Produkten und den Milchprodukten im Regal“,* erklärt René van den Cruijsem.

### **Plädoyer für ehrlichen Wettbewerb und Existenzrecht für alle**

Alpro hat keinerlei Interesse daran, dass seine Sojaprodukte als Milchprodukte betrachtet werden. Das Unternehmen tritt für einen ehrlichen Wettbewerb zwischen Milch- und pflanzlichen Produkten ein und weist dabei auf die Wichtigkeit von abwechslungsreicher Ernährung hin. In dieser Umgebung ist Platz für Milchprodukte und für pflanzliche Variationen.

\*\*\*

#### **Über Alpro:**

Alpro ist schon mehr als 35 Jahre der europäische Pionier im Bereich von pflanzlichen Nahrungsmitteln und kreiert eine breite Auswahl an köstlichen pflanzlichen Getränken, Alternativen zu Joghurt und Sahne, Desserts, Margarinen und Eiscreme, hergestellt aus Nicht-GV-Soja, Mandeln, Haselnüssen, Kaschu, Reis, Hafer und Kokosnüssen. Alpro-Produkte sind bekannt unter den Markennamen Alpro® und Provamel®.

Alpro ist ein Unternehmen der Danone-Gruppe, hat seinen Hauptsitz im belgischen Gent, beschäftigt in Europa mehr als 1200 Mitarbeiter und betreibt drei Produktionswerke in Belgien, Frankreich und Großbritannien. Alpro vermarktet seine Produkte überwiegend aber nicht ausschließlich innerhalb von Europa und leistet einen wesentlichen Beitrag zum ständigen Wachstum der pflanzlichen Ernährung. Alpro realisierte im 2016 einen Umsatz von 555 Millionen Euro und verzeichnet weiterhin ein starkes Wachstum.

Weitere Informationen über [www.alpro.com](http://www.alpro.com)

#### **Für die Presse:**

Alpro – Ann De Jaeger, VP Corporate Affairs - Tel. 0475 20 13 44 - 09 260 21 09 – [Ann.dejaeger@alpro.com](mailto:Ann.dejaeger@alpro.com)