

– Beglaubigte Abschrift –



**Landgericht
Oldenburg**

Im Namen des Volkes

Urteil

15 O 1469/21

Verkündet am 16.12.2021

Herold, Justizangestellte
Urkundsbeamter(in) der Geschäftsstelle

In dem Rechtsstreit

Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e. V., vertr. d. d.
Hauptgeschäftsführer Dr. R. Münker, Landgrafenstraße 24 b, 61348 Bad Homburg
- Kläger -

Prozessbevollmächtigte:
Rechtsanwälte Zain und Partner, Am Römerturm 1, 50667 Köln
Geschäftszeichen: 138-21-03

gegen

- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte:

hat das Landgericht Oldenburg – 15. Zivilkammer (3. Kammer für Handelssachen) –
durch den Vorsitzenden Richter am Landgericht Wiebe auf die mündliche
Verhandlung vom 09.12.2021 für Recht erkannt:

- I. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zur Höhe von Euro 250.000,00, ersatzweise von Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zur Dauer von sechs Monaten gegen den/die Geschäftsführer, zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr mit den Aussagen

„Nachdem seit Anfang des Jahres an sämtlichen deutschen Standorten für Hähnchen-, Puten- und Wurstprodukte klimaneutral wirtschaftet...

und/oder

„...mit den klimaneutralen Geflügel-Spezialitäten von

und oder

Klimaneutral Produkt ClimatePartner.com/
zu werben und zwar wie nachstehend wiedergegeben:

Wieder Erster!

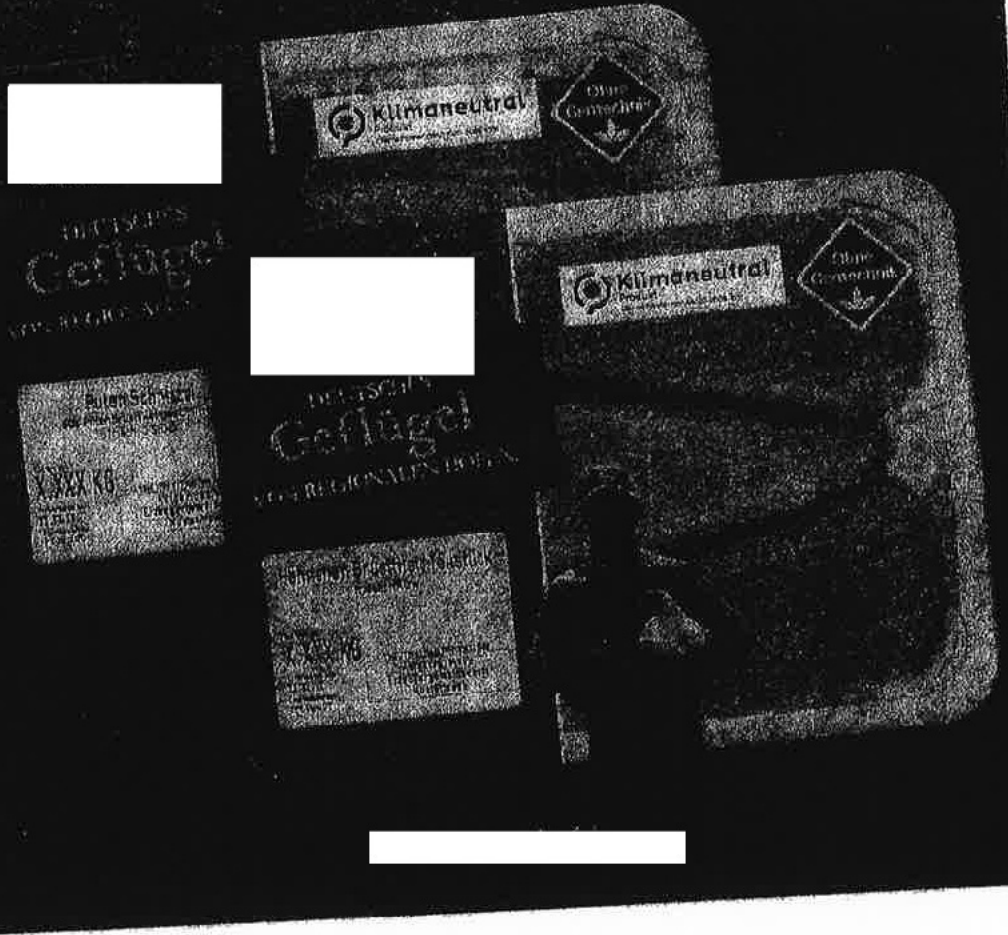
Nachdem der Auftraggeber an mehreren deutschen Standorten für Fleisch, Pflanz- und Wurstprodukte klimaneutral wirtschaftet, werden jetzt die ersten Fleischkäse-Produkte markiert, die frischen, ausgewählten Fleisch- und Käse Spezialitäten jeweils in der größten Mengen-Verpackung für ein starkes Signal von Nachhaltigkeit.



Klimaneutral

Produkt
ClimatePartner.com

Kenntnis Zusammenarbeit mit ClimatePartner setzen auch Sie ein Zeichen für Klimaschutz mit dem Klimaneutralen Carbon Footprint-Label.



Seite 36

- II. Die Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin Euro 374,50 nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit dem 07.07.2021 zu zahlen.
- III. Das Urteil ist gegen Sicherheit in Höhe von Euro 30.000,00 vorläufig vollstreckbar.

Tatbestand:

Die Klägerin verlangt von der Beklagten die Unterlassung unlauteren Wettbewerbs. Die Klägerin ist ein i.S.d. § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG anerkannter Verband. Die Beklagte vertreibt Fleischwaren.

In der Ausgabe der Lebensmittel-Zeitung vom 11.12.2020 (Online-Zeitung) warb die Beklagte für die von ihr vertriebenen Geflügelfleischprodukte. Diese bewarb sie mit der Aussage „Nachdem seit Anfang des Jahres an sämtlichen deutschen Standorten für Hähnchen-, Puten- und Wurstprodukte klimaneutral wirtschaftet...“ sowie „...mit den klimaneutralen Geflügel-Spezialitäten von“ In der Werbung bildete sie ferner das Logo ab: Klimaneutral Produkt ClimatePartner.com/

Wegen der Werbung mahnte die Klägerin die Beklagte mit Schreiben vom 19.04.2021 ab und forderte sie auf, sich strafbewehrt zu unterwerfen (Anlage 9). Nach Schriftwechsel kam eine Unterlassungsvereinbarung nicht zustande.

Der Kläger beantragt,

1. die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zur Höhe von Euro 250.000,00, ersatzweise von Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zur

Dauer von sechs Monaten gegen den/die Geschäftsführer, zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr mit den Aussagen

„Nachdem seit Anfang des Jahres an sämtlichen deutschen Standorten für Hähnchen-, Puten- und Wurstprodukte klimaneutral wirtschaftet...

und/oder

...mit den klimaneutralen Geflügel-Spezialitäten von und oder

Klimaneutral Produkt ClimatePartner.com/

zu werben und zwar wie nachstehend wiedergegeben: (Seite 3 der Klageschrift [Bl. 3 d. A.]

2. die Beklagte zu verurteilen, an ihn Euro 374,50 nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit zu zahlen.

Die Beklagte beantragt,
die Klage abzuweisen.

Tatbestandsergänzend wird auf die gewechselten Schriftsätze der Partei nebst Anlagen verwiesen.

Entscheidungsgründe:

Die zulässige Klage ist begründet.

(1) Der Kläger hat gegen die Beklagte einen Unterlassungsanspruch aus § 8 Abs. 1 UWG i.V.m. §§ 3 Abs. 1, 5a Abs. 2 UWG.

(a) Die streitbefangene Werbung ist unlauter, weil sie wesentliche Informationen vorenthält, die geeignet sind, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er sonst nicht getroffen hätte. Das ist hier der Fall.

Es handelt sich hier um eine umweltbezogene Werbeaussage, die im Interesse der Information der Verbraucher und der Förderung des Umweltschutzes grundsätzlich

zulässig ist. Da solche Werbeaussagen aber eine starke emotionale Werbekraft haben und wegen des im Hinblick auf die Komplexität von Fragen des Umweltschutzes meist nur geringen sachlichen Wissensstandes des Publikums über die naturwissenschaftlichen Zusammenhänge und Wechselwirkungen in diesem Bereich, unterliegt eine solche Werbung strengen Anforderungen und weitgehend Aufklärungspflichten.

Diesen Anforderungen genügt die beanstandete Werbung nicht. Mit dem Begriff „klimaneutral“ bezogen auf Fleischprodukte der Beklagten geht der durchschnittliche Verbraucher davon aus, dass bei der Produktion und Vertrieb der Produkte das ausgestoßene klimaschädliche CO₂-Gas entweder im Sinne einer ausgeglichenen CO₂-Bilanz an anderer Stelle eingespart bzw. durch Klimaprojekte erreichte kompensiert wird oder dass CO₂ gar nicht erst oder kaum relevant ausgestoßen wird. Keineswegs kann man davon ausgehen, dass der durchschnittliche Verbraucher den Begriff „klimaneutral“ in jedem Fall und ausschließlich im Sinne einer (durch Kompensation oder Erwerb von CO₂-Zertifikaten) ausgeglichenen CO₂-Bilanz versteht. Denn je nach technischer und/oder naturwissenschaftlicher Vorbildung ist nicht ausgeschlossen, dass ein Verbraucher den genannten Begriff im Sinne nicht vorhandenen oder nicht relevanten CO₂-Ausstoßes deutet (etwa bei Einsatz erneuerbarer Energien, Einsatz eines CO₂-Filters o.ä.). Insbesondere deshalb, weil die Beklagte in der Werbung „jetzt“ ihre präsentierten „klimaneutralen“ Produkte herausstellt, „nachdem seit Anfang des Jahres an sämtlichen deutschen Standorten für Hähnchen-, Puten- und Wurstprodukte klimaneutral wirtschaftet“. Das kann verstanden werden, dass die Beklagte eine Produktion ohne oder nicht relevanten CO₂-Ausstoß aufgelegt hat.

Daher hätte in der streitbefangenen Werbung als wesentliche Information – jedenfalls - mitgeteilt werden müssen, dass die Beklagte die behauptete „Klimaneutralität“ im Sinne der Kompensation durch Spenden/Unterstützung zugunsten Klimaschutzprojekten erreichen will.

Erst auf Aufruf einer weiteren Internetseite der auf der Werbeseite angegebenen URL auf dem Siegel der ClimatePartner eingebundenem Weblink/ID-Tracking erfährt der Leser, dass „Klimaneutralität bedeutet, dass der Carbon Footprint eines Unternehmens, Produktes, ... auf Grundlage international anerkannter Standards

berechnet und durch die Unterstützung von internationalen Klimaschutzprojekten vollständig ausgeglichen wurde. Das Label „klimaneutral“ von ClimatePartner bescheinigt den Ausgleich nicht vermeidbarer Treibhausgasemissionen. ...“

Allerdings ist anerkannt, dass wesentliche Informationen auf einer gesonderten Internetseite des Unternehmers aufgeführt werden können, auf die zum Beispiel innerhalb einer Werbung verwiesen oder verlinkt wird. Zu prüfen ist dabei, ob der Verbraucher in die Lage versetzt wird, eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen, wenn nur bestimmte der ein Produkt kennzeichnende Merkmale angegeben werden und im Übrigen der Gewerbetreibende auf eine verlinkte Webseite verweist. Dass es nicht der Fall, wenn – wie hier – das Merkmal „klimaneutral“ (auf der Werbeanzeige) ohne jeglichen Hinweis auf Kompensation verwendet wird. Hierbei ist zu beachten, dass die streitbefangene Anzeige in räumlicher Hinsicht ohne weiteres zugelassen hätte, den Hinweis auf „Kompensation durch Unterstützung von internationalen Klimaschutzprojekten“ anzuführen. Das ist durch Kürzung des neben dem „klimaneutral“-Label angegebenen Fließtexts mit immerhin 13 Zeilen mit Eigenwerbung und stattdessen, den vorgenannten Hinweis aufzuführen, leicht erreichbar. Denn bestehen für ein Kommunikationsmittel keine ins Gewicht fallende räumliche oder zeitlichen Beschränkungen, kann der Unternehmer nicht mit Erfolg geltend machen, er habe die Informationen an anderer Stelle zur Verfügung gestellt (vgl. BGH, Urt. v. 27.07.2017, Az.: I ZR 153/16 – juris Rn. 29 – zu § 5a Abs. 5 UWG).

Im Hinblick auf die Unlauterkeit, auf die das Gericht sich gestützt hat (vgl. oben), kommt keine teilweise Abweisung der Klage in Betracht. Denn dem hier maßgeblichen Klagegegenstand ist nicht zu entnehmen, dass die Verwendung des Begriffs „klimaneutral“ an sich oder die Verwendung des im Klageantrag mitgeteilten Labels „Klimaneutral Produkt ClimatePartner ...“ an sich oder die Verwendung der Werbung „klimaneutral“ ohne die wesentlichen Informationen zur Kompensation (vgl. oben) auf solchen Produktpackungen, die anders auf der streitbefangenen Werbung ggf. mangels räumlicher Möglichkeit nicht dargestellt werden können, untersagt werden soll. Bei einer wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsklage bildet die konkrete Verletzungsform den Streitgegenstand, und zwar auch dann, wenn sich das Klagebegehren möglicherweise nicht auf das Verbot der konkreten Verletzungsform beschränkt, sondern allgemeiner gehalten ist. Damit ist im hier zu beurteilenden Fall die angegriffene Werbung, wie auf Seite 3 der Klageschrift mitgeteilt, Streitgegenstand, nicht etwa eine Werbung auf einzelnen Produktpackungen o.ä.

Zudem gehören zum Streitgegenstand alle Rechtsverletzungen, die durch die konkrete Verletzungsform verwirklicht werden, und zwar unabhängig davon, ob die einzelnen Rechtsverletzungen einen verschiedenen Tatsachenvortrag erfordern. Dem Gericht bleibt es überlassen, auf welche Gesichtspunkte es das beantragte Unterlassungsgebot stützt. Auf der anderen Seite ist der Kläger gehalten, damit der Beklagte nicht gezwungen wird, sich von aus gegen eine Vielzahl von lediglich möglichen, von Kläger aber nicht konkret geltend gemachten Aspekten zu verteidigen, in der Klage substantiiert diejenigen Aspekte darzulegen und zu den maßgeblichen Tatbestandsvoraussetzungen konkret vorzutragen, auf die er seinen Klageangriff stützen will (vgl. BGH, Ur. v. 11.10.2017, Az.: I ZR 78/16 – juris Rn. 15). Aus dem genannten Zweck ist die Maßgabe nicht nur betreffend Irreführungsaspekte i.S.v. 5 Abs. 1 UWG anzusetzen, sondern auch betreffend Irreführung durch Unterlassen i.V.m. § 5 a UWG durch Vorenthalten einer wesentlichen Information. Diesem Gesichtspunkt trägt der Kläger freilich Rechnung. Denn er hat in der Klageschrift (im Übrigen auch in der Abmahnung) ausdrücklich die Nichtangabe der wesentlichen Information „Klimaneutralität durch Kompensation/Unterstützung von Klimaschutzprojekten“ in der konkreten Werbung selbst, Mitteilung nur mit einem „Medienbruch“, gerügt.

Schließlich ist es nicht erforderlich, im Urteilstenor den Aspekt aufzuführen, den das Gericht auf die Entscheidung stützt. Denn der Tenor ist aus den Entscheidungsgründen auszulegen.

(b) Die für den Unterlassungsanspruch erforderliche Wiederholungsgefahr wird aufgrund des vorliegenden Wettbewerbsverstoßes vermutet. Diese Vermutung ist nicht beseitigt. Sie kann im Grundsatz nur durch eine Unterlassungserklärung des Verletzers ausgeräumt werden. Eine Unterlassungserklärung o.ä. betreffend zum Vorwurf, „dass keine Informationen zu einer Kompensation erfolgen“ (das hat der Kläger ausdrücklich noch mit Schreiben vom 07.05.2021 bemängelt), hat die Beklagte zu keinem Zeitpunkt abgegeben, auch nicht bezüglich zur konkreten Werbung oder einer kerngleichen Aussage. Die Unterlassungserklärung der Beklagten vom 25.05.2021 räumt die Verletzung nicht aus (... oder alternativ, ohne zugleich auf die Verfügbarkeit weiterer Informationen zur Klimaneutralität und deren Fundstelle hinzuweisen, beispielsweise durch einen Hinweis „Weitere Infos unter wiesenhof-online.de/nachhaltigkeit“, ...). Das gilt auch für die umformulierte Erklärung vom

04.06.2021 (Anlage 12). Denn die erforderliche Information wird auch dadurch nur über den vorgenannten Link erteilt. Dass der Kläger mit Schreiben vom 26.05.2021 (Anlage 11) fordert, auch in der Produktverpackung den streitbefangenen aufklärenden Hinweis zu „klimaneutral“ anzubringen, ist ohne Relevanz. Wie bereits ausgeführt, ist die Frage, inwieweit - über die streitbefangene Werbung S. 3 der Klageschrift hinausgehend - auf Produktverpackungen selbst die Information über die Kompensation im Zusammenhang mit der Angabe „klimaneutral“ enthalten sein muss, nicht Streitgegenstand.

(2) Der Kläger hat gegen die Beklagte aus § 13 Abs. 3 UWG einen Anspruch auf Erstattung der geltend gemachten Abmahnkosten in Höhe von Euro 374,50. Die Abmahnung war berechtigt, die erforderlichen Aufwendungen auf den genannten Betrag können gemäß § 287 ZPO geschätzt werden. Der Zinsanspruch ist aus §§ 288, 291 BGB begründet.

Die prozessualen Nebenentscheidungen folgen aus §§ 91 Abs. 1, 709 ZPO.

Beschluss: Der Streitwert wird auf Euro 30.000,00 festgesetzt.

Wiebe

Beglaubigt
Oldenburg, 17.12.2021


Herold, Justizangestellte
als Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle

Dieses Schriftstück wurde elektronisch erstellt.
Es ist nur mit Unterschrift, Gerichtssiegel oder mit qualifizierter elektronischer Signatur gültig.