

Vorsicht bei der Verwendung von eigenen Öko-Kennzeichen

✖ Die Bewerbung des Angebotes von Waren mit Hinweisen auf biologischen Anbau oder sonstigen, mit ökologischem Charakter versehen Aussagen bzw. Darstellungen ist immer wichtiger für viele E-Commerce-Anbieter, die entsprechende Waren anbieten. Aber auch hier sind wichtige rechtliche Grenzen zu beachten.

Lesen Sie mehr zur Verwendung von Bio-Siegeln.

Immer mehr Verbraucher sehen angesichts aktueller Lebensmittelskandale oder Umweltskandale die Möglichkeit, qualitativ hochwertige Waren zu erwerben und vertrauen auf entsprechende Werbedarstellungen.

Jedoch sollten auch hier die rechtlichen Vorgaben eingehalten werden.

Dies zeigt eine aktuelle Entscheidung des Bundesgerichtshofes (Urteil vom 13. September 2012, Az.: I ZR 230/11.)

Das Gericht hatte unter anderem darüber zu befinden, ob eine Bewerbung eines Mineralwasserangebotes mit der Bezeichnung „Biomineralwasser“ und der Verwendung folgenden Zeichens rechtswidrig war:



Diese Rechtswidrigkeit war durch den Kläger in dem Verfahren vorgetragen worden, der eine Nachahmung des folgenden Zeichens gesehen hatte:

BGH: Verstoß gegen Ökokennzeichnungsgesetz

Für den Bundesgerichtshof ist die Verwendung des Zeichen ein Verstoß gegen § 1 Abs. 2 Nr. 2 Ökokennzeichnungsgesetz.

Diese gesetzliche Regelung besagt folgendes:



Es ist verboten,...ein Erzeugnis oder einen sonstigen Gegenstand mit einer dem Öko-Kennzeichen nachgemachten Kennzeichnung, die zur Irreführung über die Art der Erzeugung, die Zusammensetzung oder andere verkehrswesentliche Eigenschaften des gekennzeichneten Erzeugnisses oder Gegenstandes geeignet ist, in den Verkehr zu bringen.

Für das Gericht ist in dem durch den Hersteller verwendeten Zeichen einer Nachahmung eines Ökokennzeichens gegeben. Das Gericht begründet dies wie folgt:

„Das Berufungsgericht hat bei seiner Beurteilung sowohl die Unterschiede zwischen den sich gegenüberstehenden Kennzeichen wie auch deren Gemeinsamkeiten berücksichtigt. Unterschiede hat es bei der geometrischen Form, bei der Farbe der Umrandung und des Schriftzugs „BiO“, bei der Abbildung des Buchstabens „i“ und beim unterhalb von „BiO“ angebrachten Schriftzug gesehen.

Im Blick auf die Gemeinsamkeiten hat es maßgeblich darauf abgestellt, dass beide Zeichen eine geometrische farbige Umrandung aufweisen, der Hintergrund jeweils weiß ist, sich bei beiden Zeichen unterhalb der Bezeichnung „BiO“ ein kleingedruckter Text befindet und beide Zeichen durch den wegen der Mischung von großen und kleinen Buchstaben besonderen Schriftzug „BiO“ geprägt werden.

bb) Diese Beurteilung hält der rechtlichen Nachprüfung stand.

(1) Ein Nachmachen im Sinne von § 1 Abs. 2 Nr. 2 ÖkoKennzG setzt zunächst voraus, dass das beanstandete Zeichen dem Öko-Kennzeichen ähnlich ist (vgl. Rathke/Zipfel in Zipfel/Rathke aaO § 1 ÖkoKennzG Rn. 19). Bei der Beurteilung der Frage, ob Kennzeichen einander ähnlich sind, ist hier – nicht anders als bei anderen Kennzeichen...grundsätzlich auf die Gesamtwirkung der sich gegenüberstehenden Zeichen abzustellen.

Liegt eine Ähnlichkeit der Zeichen in ihrem jeweils prägenden Bestandteil vor, kann dies eine Zeichenähnlichkeit begründen.

Entgegen der Ansicht der Anschlussrevision ist es aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden, dass das Berufungsgericht in beiden Zeichen die bildliche Wiedergabe des Wortes "BiO" im Hinblick auf die Mischung von großen und kleinen Buchstaben als prägend angesehen hat.

Insbesondere erweist es sich nicht als erfahrungswidrig, dass das Berufungsgericht in der Schreibweise eine Besonderheit gesehen hat."

Wichtig ist der Rechtssatz des Bundesgerichtshofes, dass für den Tatbestand des Nachmachens im Sinne von § 1 Abs. 2 Nr. 2 Ökokennzeichnungsgesetz der Gesamteindruck der beiden sich gegenüberstehenden Zeichen maßgeblich ist.

BGH: § 1 Abs. 2 Nr. 2 Ökokennzeichnungsgesetz ist Marktverhaltensregelung

Der BGH stuft die gesetzliche Regelung des § 1 Abs. 2 Nr. 2 Ökokennzeichnungsgesetz als Marktverhaltensregelung im Sinne des § 4 Nr. 11 UWG ein:

„Nach § 1 Abs. 2 Nr. 2 ÖkoKennzG ist es verboten, ein Erzeugnis oder einen sonstigen Gegenstand mit einer dem Öko-Kennzeichen nach Maßgabe der Anlage 1 zu § 1 Abs. 1 ÖkoKennzV nachgemachten Kennzeichnung in Verkehr zu bringen, wenn die Kennzeichnung zur Irreführung über die Art der Erzeugung, die Zusammensetzung oder andere verkehrswesentliche Eigenschaften des gekennzeichneten Erzeugnisses oder Gegenstandes geeignet ist.

Wegen des damit bezweckten Schutzes der Verbraucher vor Irreführung handelt es sich bei dieser Bestimmung um eine Marktverhaltensregelung im Sinne des § 4 Nr. 11 UWG. Zum Inverkehrbringen im Sinne des § 1 Abs. 2 Nr. 2 ÖkoKennzG gehört auch die produktbezogene Werbung."

Fazit

Dieses Urteil zeigt, dass bei dem Angebot von Waren und der entsprechenden Verwendung von Kennzeichen aber auch der Wortwahl der Darstellung von Werbeaussagen in dem Bereich des Angebotes von ökologischen Waren Vorsicht geboten sein muss, um hier eine Irreführung des Verbrauchers und damit verbundene Täuschung des Verbrauchers zu vermeiden zu können.

Über den Autor

RA Rolf Albrecht

 Rolf Albrecht ist Rechtsanwalt und Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz sowie Fachanwalt für Informationstechnologierecht in der Kanzlei volke2.0. Rechtsanwalt Albrecht schreibt regelmäßig als Gastautor Beiträge für den Shopbetreiber-Blog.