

OLG Köln: Irreführende Herkunftsbezeichnung mit “Himalaya”

Kennzeichnung und Bewerbung von Waren mit geografischen Angaben haben große Bedeutung für die Vermarktung von Produkten. Diese Angaben dürfen Verbraucher jedoch nicht irreführen. Das OLG Köln entschied nun (Urt. v. 8.4.2022 - 6 U 162/21), dass eine Herkunftstäuschung des Verbrauchers auch dann vorliege, wenn zusätzlich korrekte Herkunftsangaben gemacht werden.

Die Beklagte betreibt einen Online-Shop für Lebensmittel, in dem sie insbesondere Salzprodukte vertreibt. Unter anderem bot sie ein Steinspeisesalz „HimalayaKönigsSalz“ gemahlen im GlasStreuer 80g“ an. Auf dem Etikett des Salzstreuers befand sich folgende Beschriftung: „Himalaya KönigsSalz aus Pakistan/Punjab.“ Im Hintergrund der Beschriftung war die Silhouette eines Bergmassivs zu sehen. Eine ähnliche Beschreibung sowie Grafik fand sich in der Produktbeschreibung des Online-Shops. Der Kläger, ein Verein zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs, hat diese Werbeaussage für irreführend gehalten. Die Angabe sei ein Hinweis auf eine geographische Herkunft des Salzes aus dem Himalaya-Hochgebirgsmassiv, obwohl das Salz unstreitig aus der Salt Range in Zentral-Pakistan stamme.

In erster Instanz verurteilte das LG Köln die Beklagte, es zu unterlassen, mit dem Hinweis auf eine Herkunft des Salzes aus dem Himalaya zu werben. Hiergegen legte die Beklagte Berufung ein, sodass das OLG zu entscheiden hatte.

Verstoß gegen das Markengesetz

Zunächst führten die Richter aus, dass geographische Herkunftsangaben im geschäftlichen Verkehr nicht für Waren oder Dienstleistungen benutzt werden dürfen, die nicht aus dem Ort, der Gegend, dem Gebiet oder dem Land stammen, das durch die geographische Herkunftsangabe bezeichnet wird, wenn bei der Benutzung solcher Namen, Angaben oder Zeichen für Waren oder Dienstleistungen anderer Herkunft eine Gefahr der Irreführung über die geographische Herkunft besteht. Dagegen habe die Beklagte verstoßen.

„Indem die Beklagte die geographischen Herkunftshinweise „Himalaya“ und „Pakistan/Punjab“ in der angegriffenen konkreten Form verwendet, verstößt sie gegen § 128 Abs. 1 S. 1 MarkenG. Nach § 128 Abs. 1 S. 1 MarkenG kann, wer im geschäftlichen Verkehr Namen, Angaben oder Zeichen entgegen § 127 benutzt, von den nach § 8 Abs. 3 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb zur Geltendmachung von Ansprüchen Berechtigten bei Wiederholungsgefahr auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. Geographische Herkunftsangaben dürfen nach § 127 Abs. 1 MarkenG im geschäftlichen Verkehr nicht für Waren oder Dienstleistungen benutzt werden, die nicht aus dem Ort, der Gegend, dem Gebiet oder dem Land stammen, das durch die geographische Herkunftsangabe bezeichnet wird, wenn bei der Benutzung solcher Namen, Angaben oder Zeichen für Waren oder Dienstleistungen anderer Herkunft eine Gefahr der Irreführung über die geographische Herkunft besteht.“

Himalaya-Salz ist keine Gattungsbezeichnung

Anschließend führte das Gericht aus, dass sich die Angabe „Himalaya-Salz“ nicht zu einer Gattungsbezeichnung entwickelt habe. Auch wenn der Eindruck entstehen könnte, dass es sich um eine bestimmte Art von Salz handle, sei auf die Sicht des Durchschnittsverbrauchers abzustellen. Dieser gehe nach wie vor von einer Herkunftsbezeichnung aus.

„Bei dem Begriff „Himalaya Königsalz“ handelt es sich um eine geographische Herkunftsangabe. Das Landgericht hat nicht festgestellt, dass sich aus der Angabe „Himalaya-Salz“ - wie die Beklagte meint - mittlerweile eine Gattungsbezeichnung entwickelt habe. Der BGH ist in seiner „Himalaya Salz“-Entscheidung aus 2016 [...] von einer geographischen Herkunftsbezeichnung ausgegangen. Dass sich seitdem das Verkehrsverständnis im Sinne der Beklagten verändert hätte, ist nicht hinreichend dargetan

und belegt. Aus den seitens der Beklagten vorgelegten Internetausdrücken u.a. aus Wikipedia oder von Internetseiten von Einzelhandelsunternehmen wie Rewe bzw. Edeka, lässt sich zwar der Eindruck gewinnen, es handele sich bei Himalaya-Salz (auch) um eine bestimmte Art von Salz in Abgrenzung zu anderen Salzarten wie Fleur de Sel oder Meersalzen. Letztlich steht aber aus Sicht der angesprochenen Durchschnittsverbraucher, zu denen auch die Mitglieder des Senats gehören, die in der Bezeichnung „Himalaya-Salz“ oder „Himalaya KönigsSalz“ zum Ausdruck kommende geographische Herkunft für Salze aus dem Himalaya nach wie vor im Vordergrund. Die Existenz etwaiger aufklärender Beiträge zu Himalaya-Salzen deutet gerade darauf hin, dass Verbraucher nach wie vor von einem geographischen Herkunftshinweis ausgehen.“

Irreführung trotz zusätzlicher Beschriftung

Die Beklagte habe einer Herkunftstäuschung nicht entgegengewirkt, indem sie nicht nur auf die geographische Herkunft „Himalaya“, sondern zusätzlich auch auf die Herkunft aus Punjab in Pakistan hingewiesen habe. Da an erster Stelle der Produktbezeichnung „Himalaya“ verwendet werde, werde das fehlerhafte Verkehrsverständnis hervorgerufen, das Salz werde im Bereich des Hochgebirgsmassivs abgebaut. Nur ein klarer Hinweis würde der Gefahr einer Herkunftstäuschung vorbeugen. Die Angabe „Punjab in Pakistan“ genüge diesen Anforderungen nicht, da diese Angabe lediglich dazu führe, dass Verbraucher erwarten würden, das Himalaya-Hochgebirgsmassiv auch nach Pakistan in die Provinz Punjab hineinreiche, so das Gericht.

„Aufgrund der Verwendung der Bezeichnung „Himalaya“ an erster Stelle der Produktbezeichnung wird jedoch das fehlerhafte Verkehrsverständnis hervorgerufen, das Salz werde im Bereich des Hochgebirgsmassivs abgebaut. Diese fehlerhafte Verkehrsvorstellung macht einen klaren, entlokalisierenden Hinweis erforderlich, um der Gefahr einer Herkunftstäuschung vorzubeugen. Die Angabe Pakistan/Punjab ist zur Entlokalisierung nicht geeignet. Punjab in Pakistan wird den Durchschnittsverbrauchern regelmäßig nicht bekannt sein. Die Verbraucher erhalten zwar die Information, dass das Salz aus der Provinz Punjab in Pakistan stammt, was objektiv zutrifft. Da die Verbraucher jedoch vorab den geographischen Herkunftshinweis auf den „Himalaya“ erhalten und die damit verbundenen Erwartungen hinsichtlich der Herkunft aus dem Bereich des Hochgebirges geweckt wurden, bedarf es eines klaren entlokalisierenden Hinweises, mit dem der Verkehr über die geographische Herkunft aus einem Gebiet außerhalb des Hochgebirgsmassivs aufgeklärt wird. Mit der Angabe „Pakistan/Punjab“ gelingt dies nicht, denn diese Angabe führt nur dazu, dass die Verbraucher erwarten werden, dass das Himalaya-Hochgebirgsmassiv auch nach Pakistan in die Provinz Punjab hineinreicht. Dadurch erfolgt jedoch keine entlokalisierende Aufklärung darüber, dass das Salz nicht im Bereich des in Punjab/Pakistan liegenden Hochgebirgsmassivs abgebaut wird. Dafür erstreckt sich die Provinz Punjab über eine zu große Fläche mit zu unterschiedlichen Eigenschaften. Die Verbraucher, die durch den Zusatz erfahren, dass das Hochgebirge bis nach Punjab/Pakistan hineinreicht, erhalten darüber hinaus keinen Hinweis darauf, dass ihr durch die Bezeichnung „Himalaya Salz“ bzw. Himalaya KönigsSalz“ hervorgerufenes Verständnis von der Herkunft des Salzes aus dem Bereich des Hochgebirges fehlerhaft ist.“

Vermeidbarkeit der Irreführung

Das Gericht befand, dass die Irreführung vermeidbar gewesen wäre, indem der konkrete Ort des Abbaus ausdrücklich benannt worden wäre. Selbst wenn dieser Verbrauchern unbekannt gewesen wäre, hätte es sich um die konkrete Bezeichnung des Mittelgebirges gehandelt, aus der das Salz tatsächlich stamme. Dadurch wäre der Fehlvorstellung über die Herkunft aus dem Hochgebirgsmassiv entgegengewirkt worden.

„Etwas andere mag gelten, wenn der konkrete Ort des Abbaus ausdrücklich benannt wird, etwa Salzgebirge/Salt Range. Auch wenn diese Region den Verbrauchern ebenfalls unbekannt sein dürfte, handelt es sich um die konkrete Bezeichnung des Mittelgebirges, aus dem das Salz tatsächlich stammt, sodass die Verwendung dieser Bezeichnung im Zusammenhang mit „Himalaya“ – abhängig von der konkreten Ausgestaltung – geeignet sein könnte, der Fehlvorstellung über die Herkunft aus dem Hochgebirgsmassiv entgegenzuwirken. Jedenfalls könnte der Beklagten eine weitergehendere Aufklärung als

Werbende möglicherweise nicht zumutbar sein.“

Foto verstärkt Fehlvorstellung

Weiterhin stellte das Gericht klar, dass die Verwendung eines Fotos eines Hochgebirgszugs die Fehlvorstellung noch verstärkt habe. Dadurch sei zusätzlich der Eindruck verstärkt worden, die Region Punjab/Pakistan gehöre zum Gebiet des Himalaya-Hochgebirgsmassivs.

„Die durch die Verwendung der Angabe „Himalaya“ hervorgerufene Fehlvorstellung der Verbraucher wird zudem durch die Verwendung eines Fotos eines Hochgebirgszugs auf der Angebotsseite der Beklagte nicht aufgeklärt, sondern noch verstärkt. Auf dieses Bild ist ein Stempel aufgesetzt mit dem Hinweis „Aus Pakistan/Punjab“, wodurch zusätzlich der Eindruck verstärkt wird, die Region Punjab/Pakistan gehöre zum Gebiet des eigentlichen, auf dem Bild abgebildeten Himalaya-Hochgebirgsmassivs.“

Fazit

Geographische Herkunftsangaben sind in der Vergangenheit wiederholt Gegenstand von Abmahnungen gewesen. Insbesondere die Bewerbung von „Himalaya-Salz“ wird regelmäßig abgemahnt. Achten Sie bei der Werbung unbedingt darauf, dass die Herkunftsangaben den Tatsachen entsprechen und vermeiden Sie somit kostspielige Abmahnungen.

sergign/Shutterstock.com