

Irreführung durch firmeneigenes Bio-Siegel

München (nr) **Das Landgericht München I entschied, dass durch die Nutzung des streitgegenständlichen firmeneigenen Siegels eine wettbewerbsrechtliche Irreführung der Verbraucher vorliege, da für diese der Unterschied zu den Qualitätskriterien des originären Bio-Siegels nicht erkennbar sei.** (Urteil vom 26.03.2021, Az.: 37 O 773/20; anhängig beim OLG Az.: 6 U 1972/21)

Die Wettbewerbszentrale beschloss, gegen einen Online-Händler vorzugehen, der Naturarzneien, Lebens- und Nahrungsergänzungsmittel und insbesondere Tee – sei es Arzneitee oder Kräutertee – produziert und vertreibt. Das Vorgehen mithilfe einer Abmahnung hielt die Wettbewerbszentrale für erforderlich, weil der Händler auf seiner Homepage mit einem firmeneigenen Gütesiegel (Bio-Siegel) warb. Zu dem Siegel des Händlers konnten weitere Informationen erst durch Herunterladen eines Werbeprospekts erlangt werden. Dort wurde etwa ausgeführt, dass das Logo die Herkunft aller Zutaten aus ökologischem Anbau zusichere und zudem sorgfältige Laborkontrollen der Teebestandteile im eigenen Labor erfolgten. Von Belang war für die Wettbewerbszentrale vor allem, dass das firmeneigene Logo ohne leicht einzusehende erklärende Zusätze verwendet wurde. Es handle sich deshalb um einen Verstoß gegen das Verbot der irreführenden Werbung, da Verbrauchern die Unterschiede zum herkömmlichen Bio-Siegel und den dahinterstehenden Garantien kaum deutlich werden. Vielmehr lege der Händler es durch die optisch ähnliche Gestaltung und die schwere Zugänglichmachung weiterer Informationen bewusst darauf an, den Eindruck zu erwecken, dass es sich bei dem eigenen Logo gerade um ein Logo eines unabhängigen Dritten mit den entsprechenden Qualitäts- und Prüfzeichen handele.

Der Online-Händler wies die Vorwürfe der Wettbewerbszentrale in vollem Umfang zurück und war nicht dazu bereit, eine strafbewehrte Unterlassungserklärung zu unterzeichnen.

Nachdem die Abmahnung ohne Erfolg blieb, erhob die Wettbewerbszentrale Klage gegen den Händler zum LG München I, gerichtet auf Unterlassung und Kostenerstattung.

Das LG München I bestätigte die Ausführungen der Wettbewerbszentrale im Wesentlichen und gab der Klage deshalb statt. Es sei von einer wettbewerbsrechtlichen Irreführung auszugehen. Aus Sicht des Gerichts war es zentral, dass das firmeneigene Logo als Gütesiegel verwendet wurde. Denn diese Verwendung habe gerade dazu geführt, dass Verbraucher von einer Ausstellung durch unabhängige Dritte mit den entsprechenden Qualitätskontrollen ausgehen würden. Dies war angesichts der eigenen Ausstellung gerade nicht der Fall. Es trete außerdem der Umstand dazu, dass weitere Informationen zum Maßstab der eigenen Kontrollen auf der Website schwer zugänglich waren. Für die typischen

Besucher dieser Website fällt der doch recht große Unterschied zum Bio-Siegel jedoch kaum auf.

Das Urteil ist noch nicht rechtskräftig.