

Irreführende Werbung mit „klimaneutral“

26.07.2024, 10:08 | Politik, Recht & Gesellschaft

Pressemitteilung von: *MTR Legal Rechtsanwälte Pressearchiv*



Urteil des BGH vom 27.06.2024 – Az.: I ZR 98/23

Klimaschutz ist für viele Menschen ein wichtiges Thema. Das spiegelt sich auch beim Einkaufsverhalten wider. Hersteller und Produzenten haben darauf reagiert und bewerben ihre Produkte gerne mit dem Begriff „klimaneutral“. Der BGH hat nun mit Urteil vom 27. Juni 2024 entschieden, dass eine Werbung mit Klimaneutralität nur zulässig ist, wenn durch die Werbung selbst erläutert wird, was mit Klimaneutralität gemeint ist und wie sie konkret erreicht wird (Az.: I ZR 98/23).

Umweltschutz und Klimaneutralität sind für viele Verbraucher wichtige Attribute, die ihre Kaufentscheidung beeinflussen können. Da liegt es nah, dass Hersteller gerne mit dem Begriff klimaneutral für ihre Produkte werben. Betreiben sie mit dieser Werbung aber nur Greenwashing und führen Verbraucher in die Irre, stellt die Werbung einen Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht dar, so die Wirtschaftskanzlei MTR Legal Rechtsanwälte, die u.a. im Wettbewerbsrecht berät.

BGH bezieht Stellung

Der unter anderem für das Wettbewerbsrecht zuständige I. Zivilsenat des BGH hat nun Stellung dazu bezogen, unter welchen Voraussetzungen ein Produkt mit klimaneutral beworben werden darf, und wann eine irreführende Werbung vorliegt. Er machte deutlich, dass die Werbung selbst erläutern muss, was mit dem mehrdeutigen, umweltbezogenen Zusatz „klimaneutral“ gemeint ist. Anderenfalls sei die Werbung irreführend.

In dem zu Grunde liegenden Verfahren ging es um die Produkte eines Lebensmittelherstellers. Dieser warb in einer Fachzeitschrift der Lebensmittelbranche damit, dass er seine Produkte seit 2021 klimaneutral produziert und mit einem Logo mit dem Begriff „klimaneutral“, das auf die Webseite eines „ClimatePartner“ verweist. Die Klimaneutralität wird allerdings nicht dadurch erreicht, weil die Produkte CO₂-neutral hergestellt werden. Vielmehr unterstützt der Hersteller Klimaschutzprojekte und erreicht so eine Kompensation seiner CO₂-Emissionen.

Irreführende Werbung mit Klimaneutralität

Die Wettbewerbszentrale hielt diese Werbung für irreführend und klagte bis vor den Bundesgerichtshof auf Unterlassung. Sie argumentierte, dass die Verbraucher die Aussage „klimaneutral“ so verstünden, dass der Herstellungsprozess selbst klimaneutral sei. Daher müsse in der Werbung selbst zumindest darauf hingewiesen werden, dass die Klimaneutralität erst durch kompensatorische Maßnahmen erreicht wird.

Das Landgericht Kleve und das Oberlandesgericht Düsseldorf hatten die Klage abgewiesen. Das OLG Düsseldorf kam zu der Auffassung, dass keine Irreführung vorliege, da den Lesern der Fachzeitung bekannt sein dürfte, dass Klimaneutralität auch durch Kompensationsmaßnahmen erreicht werden könne. Zudem könne durch Aufrufen der Webseite des Werbepartners die Information erlangt werden, auf welche Weise die Klimaneutralität erreicht werde. Dies sei auch zumutbar, so das OLG.

Klage auf Unterlassung am BGH erfolgreich

Der BGH hob die Entscheidung im Revisionsverfahren jedoch auf und gab der Klage auf Unterlassung statt. Die Werbung sei gemäß § 5 Abs. 1 UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) irreführend. Zur Begründung führte der Senat aus, dass der Begriff klimaneutral sowohl von den Verbrauchern als auch von den Lesern der Fachzeitung einerseits im Sinne einer CO₂-neutralen Produktion der Ware, aber andererseits auch als Kompensationsmaßnahme verstanden werden könne.

Dabei müsse beachtet werden, dass bei umweltbezogener Werbung das Risiko der Irreführung besonders groß sei und daher ein gesteigertes Aufklärungsbedürfnis bestehe, so der BGH. Bei einer Werbung mit einem mehrdeutigen umweltbezogenen Begriff wie „klimaneutral“, müsse daher schon in der Werbung selbst über die konkrete Bedeutung aufgeklärt werden. Ein aufklärender Hinweis außerhalb der Werbung sei nicht ausreichend, um eine Irreführung zu verhindern.

Keine gleichwertigen Maßnahmen

Die Erläuterung des Begriffs klimaneutral sei hier auch deswegen erforderlich, weil die Reduktion von CO₂-Emissionen und Kompensationsmaßnahmen keine gleichwertigen Maßnahmen zum Erreichen von Klimaneutralität darstellen, führten die Karlsruher Richter weiter aus. So sei die Reduktion der Emissionen gegenüber der Kompensation als vorrangig zu bewerten.

Da die Werbung mit vermeintlicher Klimaneutralität die Kaufentscheidung der Verbrauchers erheblich beeinflussen kann, sei die Irreführung auch wettbewerbsrechtlich relevant, so der BGH.

Die Wirtschaftskanzlei MTR Legal Rechtsanwälte berät zu allen wesentlichen Themen im Wettbewerbsrecht.

Nehmen Sie gerne Kontakt zu uns auf!

Konrad-Adenauer-Ufer 83 Konrad-Adenauer-Ufer 83
50668 Köln
Deutschland

02219999220

info@mtrlegal.com

www.mtrlegal.com

Portrait

MTR Legal Rechtsanwälte ist eine wirtschaftsrechtlich ausgerichtete Rechtsanwaltskanzlei. Die Anwälte beraten insbesondere im gesamten Wirtschaftsrecht, Handelsrecht, Gesellschaftsrecht und Steuerrecht, Kapitalmarktrecht und Bankrecht, IT Recht, IP Recht und Vertriebsrecht. Mandanten sind nationale und internationale Gesellschaften und Unternehmen, institutionelle Anleger und Private Clients. MTR Legal Rechtsanwälte sind international tätig und befinden sich in Köln, Düsseldorf, Berlin, Bonn, Stuttgart, Frankfurt, München und Hamburg.

News-ID: 1265542 • Views: 397 (Stand: 30.04.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1265542/Irrefuehrende-Werbung-mit-klimaneutral.html>