

von Rechtsanwalt **Jan Lennart Müller**

Aktuelle Abmahnungen wegen „schadstofffrei“: Was müssen Händler beachten?

In Zeiten des gesteigerten Gesundheits- und Umweltbewusstseins der Verbraucher ist die Werbung mit geringer Schadstoffbelastung für Online-Händler sehr attraktiv. Der IT-Recht Kanzlei liegen mehrere Abmahnungen vor, welche die Bewerbung mit der Aussage „schadstofffrei“ zum Gegenstand haben. Was auf den ersten Blick gut klingt, ist jedoch ein wettbewerbsrechtlicher Fallstrick. Denn die „Schadstofffreiheit“ verspricht mehr, als sie halten kann, meint zumindest das OLG Stuttgart. In unserem neuesten Beitrag erfahren Sie, warum Sie besser die Finger von der Werbung mit „schadstofffrei“ lassen sollten!

Was ist geschehen?

Der IT-Recht Kanzlei liegen mehrere Abmahnungen vor, in der es um die Werbung mit der Aussage „schadstofffrei“ geht. In einer dieser Abmahnungen betreibt der Händler einen Online-Shop, in dem er unter anderem Matratzenüberzüge anbietet. Der Händler bewarb ein solches Produkt mit der Aussage

“

"(...) besteht aus garantiert schadstofffreien und natürlich geprüften Naturfasern"

”

Der abmahnende Mitbewerber vertritt die Ansicht, dass es sich bei der Werbung mit der Eigenschaft „**schadstofffrei**“ um eine **unwahre Tatsachenbehauptung** handele.

Grund hierfür sei, dass es schlichtweg keine schadstofffreien Produkte gebe. Dies sei dem Umstand geschuldet, dass die zwangsweise verwendeten Rohstoffe üblicherweise ständig schädlichen Umwelteinflüssen ausgesetzt seien und damit der verwendete Rohstoff an sich nicht schadstofffrei sein könne.

In diesem Zusammenhang stellt sich nun die Frage, ob die Werbung mit „schadstofffreien“ Produkten rechtlich unbedenklich ist oder Händler besser die Finger davon lassen sollten.

„Schadstofffreie“ Produkte sind wettbewerbsrechtlich problematisch!

Zur Beantwortung dieser Frage kann insbesondere auf die Rechtsprechung des OLG Stuttgart verwiesen werden. Das OLG Stuttgart hat die Formulierung „schadstofffrei“ nämlich bereits 2016 (Urt. v. 08.09.2016, Az. 2 U 74/16) sowie [2018 \(Urt. v. 25.10.2018, Az. 2 U 34/18\)](#) für **wettbewerbswidrig** erklärt.

Sofern auf die Eigenschaft „schadstofffrei“ hingewiesen werde, handele es sich um unlautere, weil irreführende Werbung. Daraus resultiere regelmäßig ein Unterlassungsanspruch aus §§ 8 Abs. 3 Nr. 1, 2 Abs. 1 Nr. 1 und 3, 3, 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG. Grund hierfür sei, dass es schlichtweg keine schadstofffreien Produkte gibt, da angebotenen Waren ständig schädlichen Umwelteinflüssen ausgesetzt seien und die verwendeten Rohstoffe an sich nicht schadstofffrei sein können.

Anders wäre es hingegen nur, wenn mit einer Aussage "schadstoffgeprüft" geworben wird. Allerdings müsste in diesem Fall der Nachweis geführt werden können, welcher Test konkret welche Prüfergebnisse erbracht hat.

„Schadstofffrei“ vs. Durchschnittsverbraucher

Das OLG Stuttgart stellte in genannten Urteilen fest, dass der maßgebende Durchschnittsverbraucher der Werbung für Bettwaren nicht mit besonders großer Aufmerksamkeit entgegentritt. Er betrachte sie aber auch nicht nur flüchtig. In Bezug auf Bettwaren befasse sich der Verbraucher durchaus intensiv und sei an deren Qualität überdurchschnittlich interessiert, weil er mit Bettwaren regelmäßig täglich stundenlang direkt in Berührung komme.

Aus Verbrauchersicht sei die Aussage, eine Ware sei „schadstofffrei“, so zu verstehen, dass sie keinerlei Schadstoffe enthält. Aus der Kombination der Begriffe „Schadstoff“ und „frei“ schließe er, dass in der Ware kein einziger Stoff vorhanden sei, der ihm Schaden könnte.

Der Verbraucherhorizont ist begrenzt

Denken Verbraucher bei „schadstofffrei“ wirklich, dass keinerlei Schadstoffe enthalten sind oder hinterfragen sie diese Formulierung und erkennen, dass es sich um eine „Übertreibung“ handeln könnte? Dem Einwand, der Verbraucher erkenne die Gefahr der „schadstofffrei“-Irreführung bei „gehörigem Nachdenken“, erteilte das OLG Stuttgart eine Absage. Obwohl der Verbraucher im Grundsatz wisse, dass jedes Produkt mit einer gewissen Schadstoffbelastung behaftet ist, führe gerade die Werbung mit einer solchen „überraschenden“ Angabe dazu, dass er die Richtigkeit des Unerwarteten („Schadstofffreiheit“) gerade als Besonderheit des Angebotes ansieht und als gegeben annimmt.

Auch wenn besonders aufmerksame, kritische oder gut informierte Leser der Aussage zur Schadstofffreiheit keinen Glauben schenken würden, verbleibe doch ein erheblicher Teil des angesprochenen Verkehrs, der die fragliche Angabe zur Kenntnis nehme und davon ausgehe, die angebotene Ware enthalte keine Schadstoffe.

Unwissenheit schützt vor Strafe nicht!

Nach der Rechtsprechung des OLG Stuttgart gebe es für eine falsche Angabe zu einer solchen nachprüfaren, objektiven Tatsache keinen vernünftigen Grund. Zwar könne es auf einem Versehen beruhen und in Ausnahmefällen sogar vom Werbenden nicht verschuldet sein. Hierauf komme es jedoch in Bezug auf einen Unterlassungsanspruch nicht an. In der höchstrichterlichen Rechtsprechung sei anerkannt, dass objektiv falsche Aussagen regelmäßig die Gefahr der Irreführung in sich tragen.

Allein die Verwendung einer unwahren Behauptung belegt, dass der Werbende sich durch den Eindruck, welchen die Unwahrheit beim Angesprochenen erweckt, einen Vorteil am Markt verspricht und somit wettbewerbswidrig ist. Händler sollten somit sicherstellen, dass sie ihre Waren nicht als „schadstofffrei“ bewerben.

Fazit

Eine Irreführung der Verbraucher ist zu bejahen, wenn der Verbraucher zu einer geschäftlichen Handlung veranlasst wird, die er ansonsten nicht getätigt hätte. Die Bewerbung eines Produkts als „schadstofffrei“ kann den Verbraucher durchaus zum Kauf von Produkten veranlassen, da er regelmäßig auf die Werbung vertraut. Nach der Rechtsprechung des OLG Stuttgart ist klar, dass die Bewerbung von „Bettwaren“ mit „schadstofffrei“ nicht im Einklang mit dem Wettbewerbsrecht steht und somit unzulässig ist.

Denkbar ist hingegen nach wie vor die Bezeichnung „schadstoffgeprüft“, sofern dies den Tatsachen entspricht und weitere Informationen zum konkreten Prüfprozess etc. angeführt werden. Des Weiteren ist auch eine Bewerbung mit „schadstoffarm“ denkbar, denn hier erwartet Durchschnittsverbraucher Schadstoffe in lediglich geringer Menge.

Autor:

RA Jan Lennart Müller

Rechtsanwalt