

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

Bio-Werbung: Bio-Siegel auf Websites und Flyern ohne konkreten Produktbezug zulässig?

Nicht nur die biologische Produktion von Lebensmitteln, sondern auch deren Bewerbung ist in der EU besonderen rechtlichen Voraussetzungen unterworfen. So dürfen Bio-Begriffe und -Siegel nur für entsprechend öko-zertifizierte Produkte verwendet werden. Der entsprechende Rechtsakt geht dabei davon aus, dass Bio-Werbung stets produktspezifisch erfolgt. Ob es aber auch zulässig ist, einen Internetauftritt oder Printwerbung allgemein mit Bio-Siegeln aufzuwerten, klärt dieser Beitrag.

I. EU-Öko-Verordnung erfasst nur produktspezifische Bio-Werbung

Die Anforderungen für eine ordnungsgemäße Werbung mit biologischen Begriffen und Siegeln sind in der EU-Öko-Verordnung (VO (EU) Nr. 2018/848) definiert.

Danach darf mit Bio-Schlagworten und Bio-Siegeln nur geworben werden, wenn

- 1.) das beworbene Erzeugnis alle Produktions-, Anbau- und Meldevorschriften der EU-Öko-Verordnung einhält und entsprechend verordnungskonform gewonnen wurde und
- 2.) der werbende Unternehmer die Öko-Kontrollstellennummer desjenigen Unternehmens im selben Sichtzusammenhang angibt, das die letzte Erzeugungs- oder Aufbereitungshandlung vorgenommen hat (Art. 32 Abs. 1 lit. a)

Wird in der Werbung das offizielle EU-Öko-Logo verwendet, muss gleichzeitig angegeben werden, aus welcher Art von Landwirtschaft (EU, Nicht-EU, EU-/Nicht-EU) das beworbene Erzeugnis stammt.

Aus den einzelnen Verordnungsbestimmungen der Art. 30 ff. geht hervor, dass der EU-Gesetzgeber nur die produktspezifische Bio-Werbung reglementiert hat.

Die vorstehenden Anforderungen sind also (nur) einzuhalten, wenn ein konkretes Erzeugnis mit Bio-Attributen beworben werden soll.

Darüber, ob auch ein gesamtes Sortiment bzw. eine Website oder Printwerbematerial im Allgemeinen und ohne konkreten Produktbezug mit Bio-Schlagworten oder -Logos ausgestattet werden darf, trifft die EU-Öko-Verordnung keine Aussage.

II. Grundsätze der Zulässigkeit allgemeiner Bio-Werbung

Mangels einschlägiger Rechtsgrundlagen für die produktspezifische Bio-Werbung in der EU-Öko-Verordnung bemisst sich die Zulässigkeit pauschaler Hervorhebungen ökologischer Qualität (mittels Schlagwörtern oder Siegeln) nach den allgemeinen Irreführungsgrundsätzen des § 5 UWG.

Danach ist bei Einbindung eines Bio-Logos auf einer Website ebenso wie bei dessen unspezifischer Platzierung auf gedrucktem Werbematerial davon auszugehen, dass das gesamte angebotene bzw. beworbene Sortiment von der Bio-Aussage erfasst sein soll.

Der angesprochene Verkehr versteht die pauschale Anführung von Bio-Werbeelementen nämlich zwangsweise so, dass damit eine generelle Aussage über die Bio-Qualität aller vom Werbenden geführten Produkte getroffen werden soll.

Die Zulässigkeit der allgemeinen, produktspezifischen Werbung mit Bio-Logos setze daher rechtlich voraus, dass **jeder einzelne Bestandteil des beworbenen Sortiments** tatsächlich den jeweiligen Anforderungen, welche die EU-Öko-VO für die Bio-Zertifizierung aufstellt, genügt.

Mithin müssen alle im Zusammenhang mit der pauschalen Bio-Werbung stehenden Produkte die materiellen Verordnungskriterien erfüllen, also tatsächlich biologisch erzeugt sein.

Sobald auch nur ein Produkt des auf dem jeweiligen Medium beworbenen Sortiments kein zertifiziertes Bio-, sondern ein konventionelles Lebensmittel ist, wird die Bio-Pauschalwerbung unzulässig.

III. Fazit

Die Zulässigkeit der pauschalen, produktspezifischen Bio-Werbung auf Websites und in Printwerbung bemisst sich nicht nach der EU-Öko-Verordnung, sondern nach allgemeinen Irreführungsgrundsätzen.

Wird ein Bio-Logo nicht produktbezogen, sondern als allgemeine Werbeaussage verwendet, versteht es der Verkehr dahingehend, dass das gesamte geführte Sortiment biologisch zertifiziert und entsprechend erzeugt ist.

Mithin ist die pauschale Werbung mit Bio-Logos auf Websites und Flyern dann unzulässig, wenn auch nur eines der auf dem jeweiligen Medium beworbenen Produkte kein Bio-, sondern ein konventionelles Produkt ist.

Detaillierte FAQ zur rechtskonformen Werbung mit Bio-Attributen und -Siegeln stellt die IT-Recht Kanzlei [hier](#) bereit.

Autor:

RA Phil Salewski

Rechtsanwalt