

von Rechtsanwalt **Arndt Joachim Nagel**

Bio-Werbung: Was ist bei der Werbung mit dem Begriff „Bio“ zu beachten?

Immer öfter findet man in der Produktwerbung von Online-Händlern den Begriff „Bio“ vor. Dabei erfreut sich dieser Begriff nicht nur im Bereich von Lebensmitteln sondern auch im Bereich von Gebrauchsgegenständen wachsender Beliebtheit. Gibt er den angesprochenen Verkehrskreisen doch das Gefühl, mit dem Kauf des so beworbenen Produkts nicht nur das eigene Konsumbedürfnis zu befriedigen sondern damit auch gleich noch einen Beitrag für den Umweltschutz zu leisten.

Genau aus diesem Grund sind der Werbung mit dem Begriff „Bio“ jedoch einige rechtliche Grenzen gesetzt, die sich jeder Händler vor Augen halten sollte. Denn bei der unberechtigten Verwendung dieses Begriffs in der Werbung drohen wettbewerbsrechtliche Sanktionen.

Bio-Werbung im Zusammenhang mit Lebensmitteln

Produktion, Herstellung, Verarbeitung und der Handel mit Bio-Lebensmitteln sind europaweit durch die EG-Öko-Verordnung (EG-VO 834/2007) und die Ausführungsverordnung geregelt (EG-VO 889/08).

Die EG-Öko-Verordnung gilt für folgende Erzeugnisse der Landwirtschaft, einschließlich der Aquakultur, sofern sie in Verkehr gebracht werden oder dazu bestimmt sind, in Verkehr gebracht zu werden:

- a) lebende oder unverarbeitete landwirtschaftliche Erzeugnisse,
- b) verarbeitete landwirtschaftliche Erzeugnisse, die zur Verwendung als Lebensmittel bestimmt sind,
- c) Futtermittel,
- d) vegetatives Vermehrungsmaterial und Saatgut für den Anbau.

Die Erzeugnisse der Jagd und der Fischerei wild lebender Tiere gelten nicht als aus ökologischer/biologischer Produktion stammend.

Die Verordnung gilt auch für als Lebensmittel oder Futtermittel verwendete Hefen.

Die EG-Öko-Verordnung ist in Deutschland durch das Ökolandbaugesetz (ÖLG) in nationales Recht umgesetzt worden.

Hierin ist unter anderem bestimmt, wer sich einer Kontrolle unterziehen muss und wer diese durchführen darf. Nur wer von der zuständigen Stelle kontrolliert und entsprechend zertifiziert wird, darf mit dem Begriff „Bio“ und/oder „Öko“ bzw. mit dem sechseckigen Bio-Siegel werben.

Nach Ansicht der Landesarbeitsgemeinschaft Ökologischer Landbau (LÖK), bei der es sich um einen Arbeitskreis der Kontrollbehörden der einzelnen Bundesländer handelt, besteht auch für Online-Händler die Verpflichtung, sich bei einer Kontrollstelle zertifizieren zu lassen, wenn sie mit dem Begriff „Bio“ für Lebensmittel werben möchten.

Folgt man dieser Ansicht, so dürfen in Deutschland derzeit nur zertifizierte Online-Händler mit dem Begriff „Bio“ für solche Erzeugnisse werben, die der EG-Öko-Verordnung unterfallen.

Bio-Werbung im Zusammenhang mit Gebrauchsgegenständen

Anders als bei den oben genannten landwirtschaftlichen Erzeugnissen gibt es für Gebrauchsgegenstände wie etwa Textilien, Möbel oder Reinigungsmittel bisher keine speziellen gesetzlichen Regelungen zum Umgang mit dem Begriff „Bio“. Es versteht sich aber von selbst, dass der Begriff im Zusammenhang mit der Werbung für Gebrauchsgegenstände nicht uneingeschränkt verwendet werden kann. Insoweit gelten vielmehr die allgemeinen wettbewerbsrechtlichen Grundsätze für irreführende Werbung.

Von Gebrauchsgegenständen, die mit dem Zusatz „Bio“ bezeichnet werden, erwartet der Verkehr, dass sie aus natürlichen Stoffen bestehen oder dass von ihnen keine Gesundheitsrisiken ausgehen. Allerdings lässt sich keine Einheitliche Aussage treffen. Es ist vielmehr im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung der Gesamtumstände zu beurteilen, ob ein Produkt, welches nicht in den Anwendungsbereich der EG-Öko-Verordnung fällt, mit dem Zusatz „Bio“ bezeichnet werden darf oder nicht.

Einzelfälle aus der Rechtsprechung

Die Rechtsprechung musste sich in der Vergangenheit bereits mehrfach mit dieser Frage auseinandersetzen.

1) Dabei hat in jüngerer Vergangenheit insbesondere die Entscheidung des BGH zur Werbung mit dem Begriff „*Biomineralwasser*“ für Aufsehen gesorgt (BGH, Urteil vom 13.9.2012, I ZR 230/11).

In dem der Entscheidung zugrunde liegenden Fall hatte ein Händler ein natürliches Mineralwasser unter der Bezeichnung „Biomineralwasser“ angeboten und war deshalb von der Wettbewerbszentrale mit dem Argument auf Unterlassung in Anspruch genommen worden, der Verkehr verbinde mit „Biomineralwasser“ Qualitätsmerkmale, die für ein natürliches Mineralwasser bereits gesetzlich vorgeschrieben und daher selbstverständlich seien.

Anders als die Wettbewerbszentrale hielt der BGH die Werbung jedoch nicht für irreführend:

“

„Der Verkehr erwartet von einem als „Biomineralwasser“ bezeichneten Mineralwasser, dass es nicht nur unbehandelt und frei von Zusatzstoffen ist, sondern im Hinblick auf Rückstände und Schadstoffe deutlich unterhalb der für natürliche Mineralwässer vorgesehenen Höchstwerte liegt. Mineralwässer, die die gesetzlichen Grenzwerte deutlich unterschreiten, unterscheiden sich von den Mineralwässern, bei denen der Gehalt an Rückständen und Schadstoffen nahe an diesen Werten liegt. Ob das vom Beklagten vertriebene Mineralwasser diese hohen Reinheitserwartungen erfüllt, stand nicht im Streit.

Der Verkehr erwartet auch nicht, dass die Verwendung von „Bio“ bei Mineralwässern gesetzlichen Vorgaben unterliegt oder staatlich überwacht wird. Der Umstand, dass der

Gesetzgeber bei landwirtschaftlichen Erzeugnissen eine gesetzliche Regelung für die Verwendung von "Bio" getroffen hat, führt nicht dazu, dass diese Bezeichnung beim Fehlen einer gesetzlichen Regelung nicht verwendet werden darf. Das in der Lebensmittel-Kennzeichnungsverordnung bestimmte Gebot, für das vom Beklagten vertriebene Wasser die Verkehrsbezeichnung "natürliches Mineralwasser" anzugeben, steht der zusätzlichen Bezeichnung als "Biomineralwasser" ebenso nicht entgegen.“

”

(Quelle: Pressemitteilung des BGH vom 13.09.2012)

- 2) Das OLG Düsseldorf hielt die Bezeichnung „*bio-FIX*“ für einen WC-Reiniger, der Zitronensäure und Tenside enthält, für irreführend. Wird ein WC-Reiniger mit dem Zusatz "Bio" bezeichnet, so gehe ein nicht unerheblicher Teil des Verkehrs davon aus, es handele sich im Unterschied zu chemischen Reinigungsmitteln um einen aus natürlichen Stoffen bestehenden biologisch wirkenden Reiniger. Den Begriff "biologisch abbaubar" fasse ein nicht unbeachtlicher Teil der angesprochenen Personen dahin auf, das Produkt werde immer zu 100 % biologisch beziehungsweise auf natürlichem Wege abgebaut und könne deshalb bedenkenlos verwendet werden (OLG Düsseldorf, Urteil vom 05.06.1986, 2 U 16/86).
- 3) Das KG Berlin hielt die Bezeichnung „*BIO GOLD*“ für ein Waschmittel, welches nicht völlig frei von Chemie ist, für irreführend. Die Bezeichnung "Bio Gold" für ein Waschmittel sei irreführend, auch wenn das Waschmittel nur zu einem geringen Teil umweltschädliche chemische Stoffe (hier: 5% Tenside) enthält. Nicht unerhebliche Teile der Verbraucherschaft nähmen nämlich an, ein Waschmittel, das die Bezeichnung "Bio" trägt, sei völlig frei von Chemie, enthalte also nur rein natürliche Substanzen. Daran ändere auch der Umstand nichts, dass ein Teil des Verkehrs möglicherweise weiß, dass Waschmittel schlechthin Substanzen enthalten, die die nötige Waschkraft schaffen (KG Berlin, Urteil vom 22.09.1992, 5 U 3485/90).
- 4) Das OLG Frankfurt entschied, dass ein Düngemittel nur dann zum „*biologischen Düngen*“ angeboten werden darf, wenn der Dünger frei von Chemie ist und eine biologische, besonders naturgemäße Wirkungsweise aufweist (OLG Frankfurt, GRUR 1989, 358).
- 5) Das LG Berlin entschied, dass eine für Kinder bestimmte Fingermalfarbe, die als „*Bio-X*“ bezeichnet wird, keinen Stoff enthalten darf, der nur im Geringsten der Gesundheit schaden könnte (LG Berlin NJW-RR 1989, 1203).
- 6) Das OLG München sah die Bezeichnung „*Biolarium*“ für ein Solarium als irreführend an, weil hierdurch der Eindruck erweckt werde, dass eine Verwendung für die Gesundheit völlig risikolos sei (OLG München GRUR 1990, 294). Diese Auffassung wurde auch vom OLG Hamm geteilt (OLG Hamm GRUR 1990, 639).
- 7) Das LG München untersagte die Bezeichnung „*Bio*“ für ein Bier, das den üblichen Alkoholgehalt aufweist (LG München I ZLR 1991, 95).
- 8) Das OLG München sah es als irreführend an, dass ein Hersteller von Baby-Nahrung mit dem Slogan „*Für Ihr Baby bieten wir Bio-Nahrung rundum*“ warb, obwohl sein Gesamtsortiment überwiegend aus Rohstoffen bestand, die den an Bio-Rohstoffen zu stellenden Anforderungen nicht entsprechen (OLG

München LRE 29, 266).

9) Das KG Berlin hielt die Bezeichnung „*Bioregulator* “ für einen Armbreif, dessen Eignung zum Stressabbau und zur sonstigen Beeinflussung des menschlichen Befindens allenfalls auf der subjektiven Erwartung des Trägers beruhen kann, für irreführend (KG ZLR 1992, 647).

10) Das OLG Düsseldorf untersagte die Bezeichnung „*Bio-Pack* “ mit dem Zusatz „Für eine bessere Umwelt“ für ein Verpackungsmittel, das aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt und kompostierfähig ist, da der Verbraucher wegen der vielfältigen Möglichkeiten zugleich hätte aufgeklärt werden müssen, in welcher Hinsicht das beworbene Produkt besonders umweltverträglich sei (OLG Düsseldorf WRP 1992, 209, 210).

Fazit

Wie die oben genannten Beispiele aus der Rechtsprechung deutlich machen, ist die Werbung mit dem Zusatz „Bio“ auch für Gebrauchsgegenstände keineswegs unproblematisch. Zwar gibt es hierfür anders als im Bereich der Lebensmittel bisher keine spezielle gesetzliche Regelung, die die Werbung mit dem Begriff „Bio“ einschränkt.

Allerdings gelten insoweit die allgemeinen gesetzlichen Grundsätze zur irreführenden Werbung aus dem Wettbewerbsrecht. Entscheidend ist danach, was die angesprochenen Verkehrskreise aufgrund der Werbung von einem mit dem Zusatz „Bio“ beworbenen Produkt erwarten dürfen und ob das so beworbene Produkt diesen Erwartungen tatsächlich entspricht. Dies muss im Zweifel durch Auslegung anhand der konkreten Umstände des Einzelfalls beurteilt werden. Dabei ist zum einen die hohe Erwartungshaltung der Verbraucher an mit dem Zusatz „Bio“ beworbene Produkte zu berücksichtigen. Zum anderen muss aber auch den Händlern die Möglichkeit gegeben werden, solche Produkte, die sich im Vergleich zu Konkurrenzprodukten durch eine deutlich höhere Umweltverträglichkeit auszeichnen, entsprechend zu bewerben.

Vor diesem Hintergrund sowie vor dem Hintergrund des heutigen Verbraucherleitbildes darf bezweifelt werden, dass einige der oben genannten Entscheidungen, die teilweise schon sehr lange zurückliegen, heute noch genauso von den Gerichten getroffen würden. Die aktuelle Biomineralwasser-Entscheidung des BGH scheint hier auch schon eine andere Richtung einzuschlagen. Allerdings bleibt es insoweit bei einer gewissen Rechtsunsicherheit, mit der man als Händler vorerst leben müssen. Um so wichtiger ist es, sich in diesem Bereich fachlich kompetenten Rat einzuholen.

Wir beraten Sie gerne!

Autor:

RA Arndt Joachim Nagel

Rechtsanwalt und Fachanwalt für Informationstechnologierecht