

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

Werbung mit klimaneutralem Versand im Online-Shop zulässig?

Viele Versandunternehmen haben sich in den letzten Jahren zu mehr ökologischer Verantwortung bekannt und ihre Dienstleistungen auf emissionsfreie Auslieferungen umgestellt. Ein solcher klimaneutraler Versand weckt bei der umweltbewussten Bevölkerung positive Assoziationen und kann ein geeignetes Mittel sein, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Fraglich ist jedoch, ob auch Online-Händler mit derartigen Appellen an die soziale Verantwortung (= klimaneutraler Versand) werben dürfen. Die IT-Recht Kanzlei klärt auf.

1.) Versandwerbung als wettbewerbswidrige Ausbeutung fremder Leistung?

Der werbenden Hervorhebung von positiven Eigenschaften, die nicht auf Leistungen des eigenen Unternehmens beruhen, wohnt augenscheinlich stets etwas Unlauteres inne. Insofern nämlich macht sich der Werbende fremde Charakteristika zu eigen, beutet also die Leistung eines anderen aus.

Im deutschen Recht ist die Übernahme fremder Leistungen in der Form des Angebots von Imitaten in §4 Nr. 9 UWG ausdrücklich als Wettbewerbsverstoß qualifiziert. Darüber hinaus kann aber auch die bloße Anlehnung an fremde Werbung oder die Darstellung von Fremdleistungen als eigene über die Generalklausel des §3 Abs. 1 UWG wettbewerbswidrig sein. Im Einzelfall kommt in derlei Fällen zudem eine gezielte Behinderung von Konkurrenten nach §4 Nr. 10 UWG in Betracht.

Zu erwägen wäre nun, die Werbung mit einem „klimaneutralen Versand“ diesen Fallgruppen zuzuordnen und sie mithin stets als unlauteren Wettbewerb zu bewerten. Wirbt ein Händler nämlich mit der emissionsfreien Zustellung, so bedient er sich in verkaufsfördernder Weise des Hinweises auf einen Service, der nicht ihm, sondern dem Versandunternehmen gebührt. Die positiven Effekte der Leistung kämen dem Händler unmittelbar zugute und würden ihm im gleichen Umfang dazu dienen, ihn als besonders verantwortungsbewusst, umweltorientiert und nachhaltig zu qualifizieren. Der organisatorische, logistische und finanzielle Aufwand, den das jeweilige Transportgewerbe für das Angebot einer klimaneutralen Abfertigung gegebenenfalls in Kauf nehmen musste, wären vom Händler indes nicht zu tragen. Der Händler würde insofern eine Werbemöglichkeit erlangen, ohne eine äquivalente Gegenleistung erbringen zu müssen.

2.) Versandwerbung als zulässige Hinweiswerbung

Bei genauerer Betrachtung liegt einer Händlerwerbung mit dem klimaneutralen Versand eines Transportunternehmens im eigenen Online-Shop jedoch einer anderen Ausgangssituation zugrunde, die eine abweichende Gewichtung der gegenseitigen Interessen bedingt.

Eine Ausbeutung fremder Leistung kann regelmäßig nur angenommen werden, wenn ein Unternehmer besondere Qualitäten eines anderen Unternehmens oder spezifische investitionsintensive Dienstleistungen oder Produkte als eigene hervorhebt. Weist der Händler aber darauf hin, dass er für den Versand seiner Waren standardmäßig die klimaneutrale Zustellung eines besonderen Versandunternehmens wählt, so zeigt er primär positive Fremdeigenschaften auf.

Dass gleichzeitig der Eindruck eines erhöhten Umweltbewusstseins und einer klimatischen Verantwortung auch in der Person des Händlers geweckt wird und so mittelbar als Instrument der Verkaufsförderung für seinen Online-Shop eingesetzt werden kann, erscheint aus zweierlei Gründen legitim.

Zum einen nämlich dient der Hinweis auf einen klimaneutralen Versand dem Händler und dem Versandunternehmen zu gleichen Teilen. Die Reputation des Letzteren wird durch die Werbung im Shop nämlich ebenso aufgewertet und vermag vor allem gegenüber Kundenkreisen zu wirken, die durch bloße Hervorhebungen durch den Transportdienstleister selbst nicht erreicht worden wären. Zum anderen ist der Händler bei der Wahl seines präferierten Versandunternehmens frei. Er kann sich mithin eigenständig für oder gegen die Nutzung eines klimaneutralen Versandes entscheiden und autonom bestimmen, ob er für seine Artikel auf die emissionsfreundlichere Methode zurückgreifen will. Macht er von dieser aber Gebrauch, so muss es ihm gleichermaßen gestattet sein, darauf – als Verdeutlichung seiner Bemühungen und als Versinnbildlichung seiner Einstellung – hinzuweisen.

Nach Ansicht der IT-Recht Kanzlei sind aus diesen Gründen Hinweise wie

“

"Klimaneutraler Versand mit Unternehmen X"

”

rechtlich unbedenklich und dürfen in Online-Shops werbend hervorgehoben werden.

Voraussetzung ist, dass der gewählte, den Versand anbietende Transportdienstleister genannt wird und dass die Aussage der Wahrheit entspricht und auch nicht in sonstiger Weise zur Täuschung geeignet ist.

Wird auf einen klimaneutralen Versand hingewiesen, tatsächlich aber auf eine abweichende Zustelloption zurückgegriffen, erfüllt dies den Tatbestand der Irreführung über Lieferbedingungen nach §5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 UWG.

Auch innerhalb der Allgemeinen Geschäftsbedingungen kann unter dem Punkt „Versandinformationen“ auf den klimaneutralen Versand des präferierten Transportunternehmens hingewiesen werden. Stehen mehrere Dienstleister für den Käufer zur Wahl, ist zwingend darauf hinzuweisen, bei wem die Option überhaupt in Anspruch genommen werden kann. Deklaratorisch empfiehlt sich an der Stelle eine

Verlinkung auf die genaueren Ausführungen des Transportunternehmens zur emissionsfreien Zustellung, etwa durch den Zusatz:

“

"Mehr Informationen zum klimaneutralen Versand auf der Website von Versandunternehmen X unter: www.xyz.de"

”

3.) Achtung: Urheber- und Markenrechte

Online-Händler sollten ihre Werbung mit dem klimaneutralen Versand allerdings unbedingt auf kurze Hinweise nach obigem Beispiel begrenzen, um sich nicht der Gefahr von abmahnfähigen Urheber- und Markenrechtsverletzungen auszusetzen.

Insbesondere die Übernahme von geschützten Info-Graphiken oder bestimmten Klima-Logos der Versandunternehmen können markenrechtliche Ansprüche auslösen, weil es dem Händler insofern zuzumuten ist, sich mit einem wörtlichen Hinweis zu begnügen. Weitergehende graphische Anlehnungen können die Gefahr eines unzulässigen Image-Transfers oder einer rechtswidrigen Aufmerksamkeitswerbung bergen.

Auch jenseits von Kennzeichenrechtsverstößen können umfangreiche Werbeinhalte zum klimaneutralen Versand für den Händler aber folgenreich sein. Sowohl bildliche Darstellungen als auch Textabschnitte genießen regelmäßig urheberrechtlichen Schutz und können bei fehlender Einräumung von Nutzungsrechten als Verletzungen geahndet werden. Die Verwendung von Graphiken (auch Logos) und Textteilen aus den Werbeseiten der Versandunternehmen sollten dringend vermieden werden.

4.) Fazit

Die Werbung mit Hinweisen auf einen klimaneutralen Versand im Online-Shop ist nach Ansicht der IT-Recht Kanzlei grundsätzlich unbedenklich, solange im gleichen Zug das anbietende Transportunternehmen Erwähnung findet.

Insbesondere liegt kein Fall der unlauteren Leistungsausbeutung vor, weil die Fremdheit der Leistung zu jeder Zeit ersichtlich bleibt. Hinzu kommt, dass der Werbeeffect nicht nur dem Händler, sondern auch dem zitierten Transportunternehmen zugute kommt und dessen Reputation stärkt. Rechtlich bedenklich sind dahingegen weitergehende werbende Hervorhebungen unter der Verwendung von Bildern oder Textabschnitten, derer sich das Versandunternehmen für die selbstständige Bewerbung seiner Leistung bedient. Hier drohen kennzeichen- und/oder urheberrechtliche Abmahnungen.

Bei weitergehenden Fragen zur Werbung mit besonderen Versandoptionen oder zur rechtlichen Absicherung Ihrer Online-Präsenz beraten wir Sie gern.

Autor:

RA Phil Salewski

Rechtsanwalt