von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Die Abmahnungen zum Thema Himalaya Salz

Ein Dauerthema seit Jahren: Die Abmahnung wegen Verwendung des Begriffes "Himalaya Salz". Vorwurf: Die Angabe „Himalaya-(Stein-)Salz“ ist irreführend, wenn das Salz tatsächlich gar nicht im eigentlichen Himalaya-Massiv, sondern in einem rund 200 km entfernten Vorgebirge gewonnen wird.

Himalaya ist nicht gleich Himalaya

Konkret ging es hier zum Beispiel um eine Salzseife, die mit dem Hinweis Himalayasalz beworben wurde. Der Abmahner argumentiert: Mit der Werbung wird suggeriert, dass das Salz aus dem Himalaya-Gebirge stammt - das sei aber nicht zutreffend. Denn Steinsalz kommt im Himalaya-Massiv gar nicht. vor, sondern nur in einer vorgelagerten Hügelkette. Daher wird über die Herkunft des Produktes in die Irre geführt.

Rechtsprechung einig: Irreführung

Über die Jahre haben sich anlässlich der regen Abmahntätigkeit einige Gerichte dazu geäußert - relativ einschlägig, wenn man das sagen kann:

So entschied das OLG Hamm (24.08.2010, Az. 4 U 25/10) in einem aktuellen Fall über ein Steinsalz aus Pakistan, das als „Alexander-“ bzw. „Himalaya-Salz“ vertrieben und dessen Etikett mit schneebedeckten Gipfeln dekoriert wurde. Hierbei kamen die Richter zu dem Ergebnis, dass diese Bezeichnung wettbewerbswidrig sei.

Für die Geographie-Interessierten: Zwar wurde festgestellt, dass die pakistanische Salt Range aus rein geologischer Sicht tatsächlich zum Himalaya-System gezählt werden kann; jedoch ist schon diese Aussage höchst umstritten:

> *„Bei [der Salt Range] handelt es sich um eine durchschnittlich 700 bis 800 m hohe Bergkette in der Provinz Punjab in Pakistan, südlich der Millionenstädte Islamabad und Rawalpindi. Diese Salt-Range liegt ca. 200 km vom Himalaya-Massiv entfernt. Geologisch betrachtet wird dieser Bereich in einem weiteren Sinne nach den von der Beklagten vorgelegten Stellungnahmen [...] zum sog. Himalaya-System gezählt. Danach versteht man den Himalaya als das Kollisionssystem zwischen der indischen und eurasischen Platte. Die pakistanische Salt Range liegt insoweit im sog. Himalaya-Vorland. Dieses Himalaya-Vorland ist danach Bestandteil der Himalaya-Kette, die von Osten kommend bis zum Fluss Indus reicht. Darüber, ob die Salt Range auch geographisch zum Himalaya gehört, liegen freilich unterschiedliche Beurteilungen vor. Von Prof. Dr. G. wird dies in der genannten Stellungnahme bejaht, ebenso von Dr. U. [...]. Das Schreiben Prof. C. vom 18.09.2008 verneint dies hingegen. Danach sei der Himalaya nur die Gebirgskette zwischen Indien und Tibet, die*

> Salt Range gehöre nicht hierzu. Von daher mag jedenfalls die geographische Einordnung insoweit nicht eindeutig sein.“

Diese Einordnung sei letztendlich jedoch nicht streitentscheidend; vielmehr komme es darauf an, was der Verbraucher sich unter „Himalaya“ vorstellt. Ob ein Steinsalz also als „Himalaya-Salz“ vertrieben werden darf oder nicht, hänge allein von der hierzulande einschlägigen Verkehrsauffassung ab:

In die gleiche Kerbe schlug das OLG Köln (01.10.2010, Az. 6 U 71/10) in einem ähnlichen Fall, in dem eine Kaufhauskette ebenfalls Steinsalz aus Punjab als „Himalaya-Salz“ vertrieb:

> *„Wie das Landgericht [LG Köln, vorinstanzlich, Anm. d. Autors] zutreffend ausgeführt hat, verbindet der durchschnittlich informierte deutsche Verbraucher mit der Angabe ‚Himalaya‘ die Vorstellung von einer Hochgebirgsregion mit den höchsten Erhebungen der Erde. Durch die Aufmachung mit dem Bild eines schneebedeckten Gipfels wird diese Vorstellung noch verstärkt. Der aufmerksame Verbraucher, der nach Aufklappen des Faltetiketts erfährt, dass ‚Himalaya-Kristallsalz‘ vor mehr als 250 Mio. Jahren durch die Austrocknung eines Urmeeres entstanden sei, wird zwar kaum annehmen, dass der Salzabbau in extremer, gefahrvoller Höhe über dem heutigen Meeresspiegel außerhalb jeder Zivilisation unter Schnee und Eis erfolge. Trotz seiner Gewöhnung an werbliche Übertreibungen wird er aber zumindest davon ausgehen, dass das Salz in einem Tal oder am Fuß des Hochgebirgsmassivs gewonnen wird. Weniger zu Misstrauen veranlassen als in seinem Irrtum bestätigen wird ihn dabei das von der Berufung angeführte Beispiel des ‚Bad Reichenhaller‘ Markensalzes, für das mit dem Bild schneebedeckter Berge und der Angabe ‚Alpensalz‘ auf der Verpackung geworben wird […]; denn dieses Salz stammt tatsächlich aus einer Saline am Alpenrand und gerade nicht aus der Fränkisch-Schwäbischen Alb oder dem äußersten Alpenvorland. Dagegen findet der Abbau des von der Beklagten angebotenen Steinsalzes unstreitig im Tagebau in einer vom Himalaya-Massiv durch eine dichtbesiedelte Ebene getrennten, rund 200 km entfernten Hügellandschaft statt. Damit rechnet auch kein besonders aufmerksamer Verbraucher, der den englischsprachigen Text auf dem Etikett entziffert, wo von Salzminen Alexanders des Großen in den Regionen Karakorum (mit dem zweithöchsten Berg der Erde) und Kaschmir (am Hindukusch) die Rede ist.“*

Und last but not least: Auch der BGH (Urteil vom 31. 3. 2016 – I ZR 86/13 – Himalaya Salz) hat sich hierzu geäußert und eine Irreführung bzw. einen Verstoß gegen die markenrechtlichen Herkunftsangaben angenommen:

> *Das Berufungsgericht hat rechtsfehlerfrei angenommen, die angesprochenen Verkehrskreise entnähmen der Angabe "Himalaya Salz", dass das so bezeichnete Produkt im Bereich des Himalaya-Massivs abgebaut werde. Mit ihrer Rüge, das Verkehrsverständnis des Durchschnittsverbrauchers umfasse schon wegen seiner nicht allzu hoch anzusetzenden geografischen Kenntnisse hinsichtlich fernab liegender Gebirgszüge erfahrungsgemäß auch Gebirgsausläufer des Himalaya, zu denen das allenfalls 200 km vom eigentlichen Himalaya-Massiv entfernt liegende Salzabbaugebiet der Salt Range gehöre, dringt die Revision nicht durch. Sie setzt damit lediglich in revisionsrechtlich unzulässiger Weise ihre eigene Sicht der Dinge an die Stelle der vom Berufungsgericht in tatrichterlicher Würdigung des Sachverhalts vorgenommenen Beurteilung.*

Fazit: Finger weg!

Die Gerichte sprechen hiermit also ein ziemlich deutliche Sprache. Und nicht zuletzt weil auch der der BGH hier der Meinung ist, dass eine solche Werrbung unzulässig ist, raten wir: FINGER WEG!

Zwar ist der Begriff „Himalaya-Salz“ nicht regional geschützt wie dies etwa bei „Champagner“ der Fall ist. Dennoch hat sich in der Vorstellung des Durchschnittsverbrauchers eine gewisse Vorstellung sowohl über die Qualität als auch über die Herkunft von „Himalaya-Salz“ entwickelt; das angegriffene Etikett hat hierbei bewusst durch die zwar sachlich korrekte, aber von der Vorstellung des Verbrauchers abweichende Herkunftsbezeichnung gezielt auf Qualitäten dieses Salzes „hingewiesen“, die gar nicht vorhanden sind. Es lag somit tatsächlich eine wettbewerbsrechtlich relevante Irreführung vor.

Vorteil für Mandanten der IT-Recht Kanzlei: Wer mehr weiß, wird nicht abgemahnt! Die Vermeidung von Abmahnungen ist immer noch unser Leitmotiv: Wir stellen hierfür unseren Mandanten ua. Informationen über die meistabgemahnten Begriffe im Wettbewerbsrecht zur Verfügung - darin etwa auch enthalten: Das Thema Himalaya Salz. Zudem berichten wir regelmäßig über die Abmahnklassiker der letzten Jahre. Diese Infomationen zur Vermeidung von Abmahnungen ist neben der Pflege von Rechtstexten eine Kernkompetenz unserer Kanzlei - immer und alles zum Vorteil der Mandanten.

Autor:
RA Felix Barth
Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement