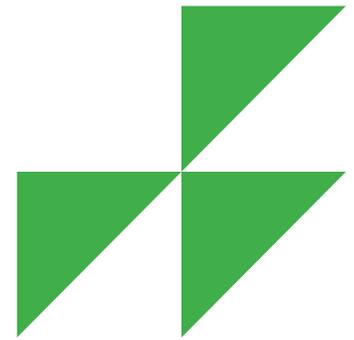


VERSORGUNGSWIRTSCHAFT

Monatszeitschrift für Betriebswirtschaft, Steuer- und Wirtschaftsrecht der Energie- und Wasserversorger sowie der Unternehmen der Erneuerbaren Energien



08.2024

Seit 1949 aktuelle Informationen für Versorgungsunternehmen

vkw-online.eu

Aktuelle VKW-Termine und Veranstaltungen



AUFSÄTZE

Der Entwurf eines Gesetzes zur Modernisierung und zum Bürokratieabbau im Strom- und Energiesteuerrecht – Ein Kurzüberblick aus Versorgersicht (Teil 1)

von RA, StB Tino Wunderlich, Berlin

201

Rechtsrahmen der Wärmewende – Ausweisung von Wärmenetzgebieten und Maßnahmen zur Umsetzung der Wärmeplanung –

von RA Dieter Gersemann, Freiburg im Breisgau

207

Die Solaranlagen im EEG 2023 nach dem „Solarpaket“

von RA Wolfdieter von Hesler, Dortmund

212

WIRTSCHAFTSRECHT

Telekommunikationsrecht

VG Köln: Telekom muss Leerrohre für die Konkurrenz öffnen

216

Vergaberecht

OLG Rostock: Vergaberecht und Pachtverträge

218

STEUERRECHT

Umsatzsteuer

LfSt Bayern: Umsatzsteuerrechtliche Problemstellungen beim Bayerischen Mobilfunk-Förderprogramm

221

Energiesteuer

BFH: Zur thermischen Abfallbehandlung gemäß § 51 Abs. 1 Nr. 2 EnergieStG

223

ARBEITSRECHT

LAG Düsseldorf: Missachtung der Kleiderordnung kann zu einer Kündigung führen

226

BUCHBESPRECHUNGEN

227

IM FOCUS

BGH: Hohe Anforderungen an umweltbezogene Werbung

Herausgegeben von

VKW
VERLAG VERSORGUNGS- UND
KOMMUNALWIRTSCHAFT GMBH



In Zusammenarbeit mit

ESV
ERICH
SCHMIDT
VERLAG
100 Jahre

BGH: Hohe Anforderungen an umweltbezogene Werbung

DokNr. 24082169

Unternehmen zeigen sich gern nachhaltig und werben mit Klimaneutralität - doch für diese Art von Werbung gelten strenge Maßstäbe. Der Bundesgerichtshof (BGH) hat mit Urteil vom 27.06.2024 - I ZR 98/23 entschieden, dass Werbung mit einem mehrdeutigen umweltbezogenen Begriff wie „klimaneutral“ regelmäßig nur dann zulässig ist, wenn in der Werbung selbst erläutert wird, welche konkrete Bedeutung diesem Begriff zukommt. Diese Beurteilung dürfte auch für Energieversorger relevant sein.

Geklagt hat die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs gegen ein Unternehmen, das Produkte aus Fruchtgummi und Lakritz herstellt. Die Beklagte warb in einer Fachzeitung der Lebensmittelbranche mit der Aussage: „Seit 2021 produziert [Unternehmen] alle Produkte klimaneutral“ und einem Logo, das den Begriff „klimaneutral“ zeigt und auf die Internetseite eines „ClimatePartner“ hinweist. Der Herstellungsprozess der Produkte des Unternehmens läuft nicht CO₂-neutral ab, es unterstützt jedoch über den „ClimatePartner“ Klimaschutzprojekte.

Die Wettbewerbszentrale hielt die Werbeaussage für irreführend. Die angesprochenen Verkehrskreise verstünden diese so, dass der Herstellungsprozess selbst klimaneutral ablaufe. Zumindest müsse die Werbeaussage dahingehend ergänzt werden, dass die Klimaneutralität erst durch kompensatorische Maßnahmen hergestellt werde.

Das Landgericht hatte die Klage abgewiesen, auch das OLG Düsseldorf ließ die Berufung der Klägerin ohne Erfolg. Es war der Auffassung, der Klägerin stehe kein Unterlassungsanspruch gemäß § 8 Abs. 1, § 3 Abs. 1, § 5 Abs. 1 UWG wegen Irreführung zu. Die Leser der Fachzeitung verstünden den Begriff „klimaneutral“ im Sinne einer ausgeglichenen Bilanz der CO₂-Emissionen, da ihnen bekannt sei, dass die Neutralität sowohl durch Vermeidung als auch durch Kompensationsmaßnahmen erreicht werden könne.

Der BGH hat dagegen in seinem Revisionsurteil das Unternehmen zur Unterlassung der Werbung verurteilt. Die beanstandete Werbung sei entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts irreführend im Sinne von § 5 Abs. 1 UWG. Sie sei mehrdeutig, weil der Begriff „klimaneutral“ von den Lesern und Verbrauchern sowohl im Sinne einer Reduktion von CO₂ im Produktionsprozess als auch im Sinne einer bloßen Kompensation von CO₂ verstanden werden könne. Im Bereich der umweltbezogenen Werbung sei aber - ebenso wie bei gesundheitsbezogener Werbung - eine Irreführungsgefahr besonders groß. Es bestehe ein gesteigertes Aufklärungsbedürfnis der angesprochenen Verkehrskreise über Bedeutung und Inhalt der verwendeten Begriffe und Zeichen.

Bei einer Werbung, die einen mehrdeutigen umweltbezogenen Begriff wie „klimaneutral“ verwende, müsse deshalb zur Vermeidung einer Irreführung regelmäßig bereits in der Werbung selbst erläutert werden, welche konkrete Bedeutung maßgeblich ist. Aufklärende Hinweise außerhalb der umweltbezogenen Werbung seien insoweit nicht ausreichend. Eine Erläuterung des Begriffs „klimaneutral“ sei hier insbesondere deshalb erforderlich, weil die Reduktion und die Kompensation von CO₂-Emissionen keine gleichwertigen Maßnahmen zur Herstellung von Klimaneutralität darstellten, sondern die Reduktion gegenüber der Kompensation unter dem Gesichtspunkt des Klimaschutzes vorrangig sei. Eine wettbewerbliche Relevanz bestehe, da die Bewerbung eines Produkts mit einer vermeintlichen Klimaneutralität für die Kaufentscheidung des Verbrauchers von erheblicher Bedeutung sei.

- MS -

Impressum

Herausgeber/Redaktion (für Manuskripte und Zuschriften): Verlag Versorgungs- und Kommunalwirtschaft GmbH Hansastraße 15, 80686 München, Telefon (0 89) 23 50 50 80, Telefax: (0 89) 23 50 50 89, E-Mail: info@vkw-online.eu, Internet: www.vkw-online.eu; **Geschäftsführung:** Dr. Hanno Bernett, Verena Nowak, Edmund Nowak; **Eingetragen** im Handelsregister des Amtsgerichts München unter Nr. 82323; **Schriftleitung:** Wirtschaftsprüferin, Steuerberaterin, Rechtsanwältin Sigrid Wintergerst (verantwortlich für den Inhalt nach Pressegesetz); **Redaktionsleitung:** Rechtsanwältin Michaela Schmidt-Schlaeger (schmidt-schlaeger@vkw-online.eu); **Verlag (für Bestellungen): Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG (ESV)** Genthiner Straße 30 G, 10785 Berlin, (0 30) 25 00 85-0, Telefax: (0 30) 25 00 85-305, E-Mail: Abo-Vertrieb@ESVmedien.de, Internet: www.ESV.info/versorgungswirtschaft; **Anzeigenschluss:** Jeweils am 15. des Vormonats. Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 1 vom 1. 1. 2024, die auf Wunsch zugesandt wird; **Erscheinungsweise:** 12-mal jährlich; **Gender-Hinweis:** Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die Verwendung geschlechterspezifischer Sprachformen verzichtet. Bei allen Bezeichnungen, die auf Personen bezogen sind, meint die gewählte Formulierung sämtliche Geschlechteridentitäten; **Postvertriebsstück:** 6946; **Zitierweise:** VW Heft/Jahr, Seite; **ISSN:** 0042-4382; **Satz:** mediaTEXT Jena GmbH; **Druck:** H. Heenemann, Berlin