

Keine **Ausreden** mehr bei Bio-Werbung

Rechtsprechung des OLG München bringt Klarheit

Wie umweltverträglich muss biologisch abbaubares Hydrauliköl sein? Das Oberlandesgericht München urteilt: Was mit der Abbaubarkeit gemeint ist, hat der Hersteller klipp und klar anzugeben.

Werbung mit „Bio“ erfreut sich immer größerer Beliebtheit. Dies gilt nicht nur für Lebensmittel, sondern auch für Hydrauliköle – zumindest dann, wenn die Öle in umweltsensiblen Bereichen eingesetzt werden, wie der Land-, Wasser- und Forstwirtschaft. Dort geht es unter anderem um die biologische Abbaubarkeit. Ein Umweltsiegel für schnell biologisch abbaubare Hydrauliköle ist der Blaue Engel. Doch was ist mit Produkten, die das Siegel nicht tragen?

Nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) darf Werbung mit Umweltvorteilen keine irreführenden Angaben enthalten. Ein Hersteller kann erst mit der (einschränkungslosen) biologischen Abbaubarkeit werben, wenn er sie nachgewiesen hat. Jedoch genügt nicht jeder beliebige Test als Beweis. Dies stellte das Oberlandesgericht München in einem Beschluss vom 12.04.2013 (Aktenzeichen 6 W 659/13) klar. Dem Anbieter eines Hydrauliköls wurde damit im Wege des einstweiligen Rechtsschutzes untersagt, für ein Hydrauliköl, das für den Einsatz im umweltsensiblen Bereich bestimmt ist, anzugeben: „Biologische Abbaubarkeit (21 Tage) nach CEC-L-103-12 ist > 80%“.

Das Hydrauliköl wurde nach der neuen Testmethode CEC-L-103-12 auf biologische Abbaubarkeit getestet. Allerdings wurde dabei vom Abbauprozess, der sich in mehreren Schritten vollzieht, nur der Primärabbau geprüft. Damit unterscheidet sich der Test von gängigen Untersuchungen zur Feststellung der biologischen Abbaubarkeit, insbesondere den Tests nach ISO 14593 und ISO 9439, welche die ISO 15380 für umweltverträgliche Druckflüssigkeiten der Kategorien HETG, HEPG, HEES und HEPR verlangt, und dem Test nach OECD 301 B, den die Auszeichnung eines Hydrauliköls mit dem Blauen Engel als schnell biologisch abbaubar voraussetzt. Bei diesen Tests wird der vollständige biologische Ab-

bau untersucht, bei dem nur Wasser, Kohlendioxid, Metallsalze und die Biomasse der beteiligten Kleinlebewesen übrig bleiben.

Das OLG München hat in dem Beschluss in Übereinstimmung mit der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes klargestellt, dass an Werbung mit Umweltgesichtspunkten strenge Maßstäbe anzulegen sind. Diesen Maßstäben genügt die fragliche Werbung mit „biologischer Abbaubarkeit“ gemäß einem Test nach der Methode CEC-L-103-12 nach Ansicht des Gerichts nicht. Denn der Adressat kann der Werbung nicht entnehmen, welche Abbauprozesse mit dieser Methode untersucht werden und welche Aussagekraft somit den genannten Werten zur Abbaubarkeit von „> 80 % nach 21 Tagen“ zukommt. Aus den Angaben ergebe sich nicht, so die Richter, ob der Primärabbau untersucht wird oder ob eine Untersuchung zugrunde liegt, die den gängigen Tests entspricht. Um die Aussagekraft des beworbenen Abbauwertes beurteilen zu können, reiche der Hinweis nicht aus, dass die Auslobung der biologischen Abbaubarkeit auf dem Test CEC-L-103-12 beruht. Der Beschluss des OLG München ist rechtskräftig.

Autorin

Dr. Claudia Böhm, v. Boetticher Hasse Lohmann

Die Entscheidung in Kürze

Gesetzeskonforme Auslobung eines Hydrauliköls mit „biologischer Abbaubarkeit“ eines bestimmten Ausmaßes setzt voraus, dass aus der Werbung klar wird, worauf sich die Angabe „biologischer Abbaubarkeit“ bezieht. Die bloße Nennung einer neuen Testmethode wie der nach CEC-L-103-12 reicht hierfür nicht aus, wenn sich aus der Werbung nicht ergibt, welcher Abbauprozess mit der Methode eigentlich untersucht wird.