



Newsletter

4/2022

In dieser Ausgabe:

- **Compliance:**
Lieferkettengesetz und die Praxis
- **Wettbewerbsrecht:**
Nachhaltigkeit im Marketing
- **Datenschutzrecht:**
Aktueller Stand bei Google Fonts-Abmahnungen
- **Marktplätze:**
Informations- und Prüfpflichten von Verbundgruppen als Marktplatzbetreiber

Compliance:

Lieferkettengesetz und die Praxis

Am 01.01.2023 tritt das Lieferkettengesetz (LkSG) in Kraft. Es gilt (sofort) für Unternehmen mit mehr als 3.000 Mitarbeitern und ab dem 01.01.2024 für Unternehmen mit mindestens 1.000 Mitarbeitern. Zusätzlich wird auf europäischer Ebene eine Lieferketten-Richtlinie diskutiert, deren Anwendbarkeit bereits bei mehr als 500 Mitarbeitern und einem Jahresumsatz von mehr als 150 Mio. € in Rede steht. Nicht alle Verbundgruppenzentralen und/oder Anschlusshäuser sind daher unmittelbar betroffen. Was aber verkannt wird, und in der Praxis sich jetzt als erhebliches Problem darstellt, ist die mittelbare

Betroffenheit von Zentralen und Anschlusshäusern. Der sogenannte Trickle-Down-Effekt ist in der Vertragspraxis angekommen. Sollte die Zentrale als Großhändler und/oder Anschlusshäuser Kunden beliefern, die das LkSG ihrerseits wegen der oben genannten Mitarbeiterschwelle verbindlich einhalten müssen, so werden die Zentralen und Anschlusshäuser auf die Einhaltung des LkSG zunehmend vertraglich verpflichtet. Das erfolgt in der Regel über einen scheinbar unverdächtigen Supplier Code of Conduct/Lieferantenselbstverpflichtungserklärung, etc. Der Kunde verlangt dabei nicht nur, dass keine Menschenrechte, etc. verletzt werden, sondern geht darüber weit hinaus: Zentralen/ Anschlusshäuser sollen sich zur Erstellung von Dokumentationen, Einrichtungen eines Risikomanagements, Einführung von Kontrollsystemen, und dies nicht nur hinsichtlich des eigenen Unternehmens, sondern auch hinsichtlich der mittelbaren und unmittelbaren (Vor-)Lieferanten verpflichten. Das alles soll entsprechend auch bei den Vorlieferanten vor Ort überprüfbar sein. Sollten Pflichten des Code of Conduct nicht oder nicht ausreichend umgesetzt worden sein, so droht der Abbruch der Vertragsbeziehungen, Rücktrittsrechte von getätigten Bestellungen und zum Teil sogar Rücktrittsrechte hinsichtlich vergangener Belieferungen sowie Schadensersatz. Damit avancieren das LkSG und CoC quasi zu einem „Super-Rücktrittsrecht“ und bieten ein Einfallstor für zahlreiche Störungen von Vertragsverhältnissen. Deshalb: Verbundgruppenzentralen und/oder Anschlusshäuser sollten niemals einen Code of Conduct ungeprüft unterzeichnen.

*Alexander Wagner
Rechtsanwalt | Partner,
Fachanwalt für IT-Recht,*

*Fachanwalt für Gewerblichen
Rechtsschutz,
Lehrbeauftragter der FH Südwestfalen*

Nachhaltigkeit im Marketing

Die Verwendung umweltbezogener Werbebegriffe genießt branchenübergreifend hohe Beliebtheit, ist jedoch wettbewerbsrechtlich zunehmend problematisch. Ein Überblick:

I. CO₂-reduziert, umweltfreundliche Produkte und nachhaltige Verpackungen

Mit Urteil vom 19.08.2021 (Az. 4 UR 57/21) bewertete das OLG Hamm die Formulierungen „CO₂-reduziert“, „umweltfreundliche Produkte“ und „nachhaltige Verpackungen“ als wettbewerbswidrig. Zunächst stellte das OLG fest, dass die Anforderungen für die Werbung mit Umweltschutzbegriffen denen der Gesundheitswerbung entsprechen und somit „hoch“ anzusetzen sind. Umweltbezogene Werbung begründe ähnlich wie gesundheitsbezogene Werbung ein gesteigertes Aufklärungsbedürfnis der angesprochenen Verkehrskreise über die Bedeutung und den Inhalt der verwendeten Begriffe. Das OLG bemängelte, die Werbeaussagen ließen in ihrer Allgemeinheit vollkommen offen, weshalb der Produktionsprozess, die Verpackung oder der Vertrieb umweltfreundlich seien bzw. zu einer CO₂-Reduktion führen und in welcher Relation dies zum Standard steht. Es sei auch erklärungsbedürftig, weshalb die Verpackungen besonders nachhaltig sein sollen. Die Beklagte wurde daher antragsgemäß zur Unterlassung der Verwendung der streitgegenständlichen Formulierungen verpflichtet.

II. Logo „Klimaneutral“

Mit brandaktuellem Urteil vom 10.11.2022 entschied das OLG Frankfurt am Main (Az. 6 U 104/22), dass die Werbung mit dem Logo „Klimaneutral“ die Kaufentscheidung von Verbrauchern erheblich beeinflusse und daher erklärungsbedürftig sei. Ein Hersteller von (ökologischen) Wasch-

Putz- und Reinigungsmitteln wurde von einem Wettbewerber wegen intransparenter und irreführender Werbung auf Unterlassung in Anspruch genommen. Nach Auffassung des Gerichts erwarte der Verbraucher bei der Verwendung eines Klimaneutral-Logos, dass alle wesentlichen Emissionen des Unternehmens vermieden oder zumindest kompensiert werden. Eine Ausnahme für bestimmte Emissionsarten, die seitens des abgemahnten Unternehmens erfolgten, könne der Verbraucher nicht erwarten. Das Gericht verurteilte die Beklagte daher zur Unterlassung der Werbung mit dem Klimaneutral-Logo.

III. Fazit

Die vorstehenden Urteile verdeutlichen das Risiko und die Erklärungsbedürftigkeit der Verwendung umweltbezogener Begriffe in der Werbung. Auch die Verbraucherschutzzentralen haben angekündigt, umweltbezogene Werbung, insbesondere den Begriff der Nachhaltigkeit, in den Fokus gerichtlicher Verfahren stellen zu wollen. Es ist daher zu erwarten, dass umweltbezogene Werbung in den kommenden Jahren die Gerichte regelmäßig beschäftigen wird.

Die Anforderungen an umweltbezogene Werbung sollten bei der zentralseitigen Werbung berücksichtigt werden, da anderenfalls (Massen-) Abmahnungen der Mitglieder / Anschluss Häuser drohen.

*Andreas Grünstern
Rechtsanwalt | Partner
Fachanwalt für IT-Recht
Lehrbeauftragter der FH Südwestfalen*

Datenschutzrecht:

Aktueller Stand bei Google Fonts-Abmahnungen

Auf Grundlage eines Urteils des Landgerichts München I mahnen Einzelpersonen zahlreiche Unternehmen für die externe Einbindung von Google Fonts auf der Website ab und machen

Schadensersatzansprüche in Höhe von jeweils ca. 150,00 € geltend.

Die bereits länger anhaltende Abmahnwelle ebbt nur langsam ab. Die teilweise von Rechtsanwälten versendeten Massenabmahnungen sind als rechtsmissbräuchlich einzustufen.

Gemeinsam ist allen Abmahnungen, dass diese nicht auf die Abstellung des Verstoßes gerichtet sind, sondern die Geltendmachung eines Schadensersatzanspruchs. Wird auf die Abmahnungen kommentarlos gezahlt, kann sich daraus dennoch – in Abhängigkeit der Formulierung in der Abmahnung – ein Anerkenntnis und eine Unterlassungsverpflichtung ergeben. Verbundgruppenzentralen und Anschlusshäuser sollten daher dringend von einer Zahlung an die Abmahner absehen. Eine Reaktion auf die Abmahnung sollte anwaltlich vertreten erfolgen, da bisher noch keine Fälle bekannt sind, in denen die Ansprüche nach anwaltlicher Reaktion weiterverfolgt wurden oder in denen gar versucht wurde, die Ansprüche der Abmahner gerichtlich durchzusetzen.

Jüngst hat das Landgericht Baden-Baden gegen einen Abmahner eine **von einer Franchise-Geberin erwirkte** einstweilige Unterlassungsverfügung erlassen, die dem Abmahner untersagt, weitere Abmahnungen an deren Franchise-Nehmer zu versenden.

Verbundgruppen, die zentralseitig Webseiten für ihre Anschlusshäuser bereitstellen, sollten prüfen, ob die lokale Einbindung von Google Fonts umsetzbar ist, bereits um zugunsten der Anschlusshäuser die Erforderlichkeit der Befassung mit den Abmahnungen auszuschließen. Im Rahmen der technischen Umsetzung ist zu berücksichtigen, dass Google Fonts auch von anderen Diensten eingebunden werden können (bspw. durch Google Maps oder das YouTube-Plugin). Darauf sind Webseiten-Besucher hinzuweisen, wenn in die Verwendung dieser Dienste im Rahmen des Consent Management Tools eingewilligt wird.

Christoph Engling

Rechtsanwalt

Tätigkeitsschwerpunkte:

IT-Recht, Datenschutzrecht

Marktplatzinformationen:

Haftungsrisiko für Verbundgruppen

Als Betreiber von Marktplätzen für den Handel ihrer Mitglieder unterliegen Verbundgruppen zahlreichen gesetzlichen Informations- und Prüfpflichten, wie beispielsweise nach dem Verpackungs- und Elektroggesetz. Bei Verstößen drohen den Zentralen Bußgeldverfahren und Abmahnungen. Im Folgenden daher ein Überblick über die relevantesten Pflichten:

I. Verpackungsgesetz

Nach § 9 Abs. 5 Verpackungsgesetz dürfen auf Marktplätzen nur Waren angeboten werden, deren Verpackung in dem Verpackungsregister registriert ist. Der Marktplatzbetreiber ist dazu verpflichtet, die Registrierung aller auf dem Marktplatz tätigen Händler zu prüfen. Dazu stellt die „Zentrale Stelle Verpackungsregister“ einen digitalen Registerabruf mit täglich aktualisierten Daten zur Verfügung. Mitglieder und Anschlusshäuser sollten zentral auf die Registrierungspflicht hingewiesen werden.

Daneben sind Marktplatzbetreiber nach § 7 Abs. 7 Verpackungsgesetz dazu verpflichtet, die Systembeteiligungspflicht der Händler an einem Entsorgungssystem zu prüfen.

Verstöße gegen das Verpackungsgesetz sind abmahnfähig und bußgeldbewehrt (Geldbuße bis zu 100.000,00 €). Für nicht registrierte Verpackungen kann auch ein Vertriebsverbot verhängt werden, das jedoch letztlich das Mitglied/Anschlusshaus betreffen würde. Die Pflichten gelten bereits seit dem 01.07.2022 und sollten, sofern nicht bereits erfolgt, dringend umgesetzt werden.

II. Elektroggesetz

Auch nach dem Elektroggesetz gelten für Marktplatzbetreiber Pflichten.

Marktplatzbetreiber dürfen nach § 6 Abs. 2 Nr. 2 Elektrogesetz nur von dem Hersteller registrierte Elektro- oder Elektronikartikel anbieten oder bereitstellen. Das Inkrafttreten dieser Pflichten, ursprünglich geplant für den 01.01.2023, wurde vorerst auf den 01.07.2023 verschoben. Marktplatzbetreiber sollten bereits jetzt sicherstellen, dass die Pflichten fristgemäß umgesetzt werden. Es dürfen nur Elektro- oder Elektronikartikel registrierter Hersteller (nicht der Händler muss registrieren!) gelistet werden. Zur Sicherstellung sollte die jeweilige WEEE-Registrierungsnummer in den Artikelstammdaten hinterlegt werden.

Außerdem sollten Marktplatzbetreiber sicherstellen, dass die Händler Endverbraucher bei Abschluss eines Kaufvertrages über die Möglichkeit der 1:1 Rückgabe von Großgeräten (mindestens eine der äußeren Abmessungen über 50 cm), Bildschirmen und Monitoren und mit einer Oberfläche von mehr als 100 Quadratcentimetern sowie Wärmeüberträgern (z. B. Klimageräte) informieren können. Die (Händler-)Pflicht gilt bereits seit dem 01.01.2022. Händler müssen über die Möglichkeit der unentgeltlichen Abholung informieren sowie Endkunden nach der Absicht befragen, ob bei Auslieferung des neu gekauften Gerätes ein Altgerät zurückgenommen werden soll. Auch hier handelt es sich um eine originäre Pflicht der Händler. Die technische Umsetzung für die relevanten Artikel, wie durch ein Opt-In für die Abholmöglichkeit des Altgerätes, sollte indes der Marktplatzbetreiber bereitstellen.

Die Rücknahmepflichten gelten indes erst ab einer Verkaufsfläche bzw. im Onlinehandel Lager- und Verkaufsfläche von 400 m². Verstöße gegen das Elektrogesetz sind abmahnfähig und bußgeldbewehrt (Geldbuße bis zu 100.000,00 €).

III. Ranking-Informationen

Marktplatzbetreiber sind bereits seit dem 28.05.2022 zur Information über das Ranking der Suchergebnisse verpflichtet. Dazu zählen die Hauptparameter zur Festlegung des Rankings sowie deren

Gewichtung im Verhältnis zu anderen Parametern. Dies betrifft beispielsweise die Anzahl der verkauften Produkte, die Klickzahl, das Einstellungsdatum, die Bewertung, etc. Verbraucher sind auch darüber zu informieren, ob die Zahlung einer Provision für eine bessere Platzierung erfolgt. Nach derzeitiger Auffassung ist die Information in einer AGB nicht ausreichend. Bei einer fehlenden oder unzureichenden Information drohen Zentralen Abmahnungen von Wettbewerbern und/oder Abmahnverbänden.

IV. Grundpreisangabe nach der Preisangabenverordnung

Nach der Preisangabenverordnung gilt für zahlreiche Waren eine Pflicht zur Angabe des Grundpreises pro Liter, Kilogramm oder Meter gegenüber Verbrauchern. Dies betrifft Waren, die nach Gewicht (Erde, lose Ware wie Nahrungsmittel), Volumen (Getränke, Schmier- und Reinigungsmittel) sowie Länge oder Fläche (Zäune, Holzbalken, Schläuche) angeboten werden. Ausnahmen bestehen nur in geringem Umfang, z. B. für Bundle-Artikel oder Waren mit einem Nenngewicht oder -volumen unter 10 Gramm je Milliliter.

Auch diese Pflichten betreffen die Händler, sollten jedoch technisch seitens des Marktplatzbetreibers gesetzeskonform umgesetzt werden, da andernfalls Regressansprüche der Händler bestehen können. Dies gilt insbesondere, sofern die Artikelanlage durch den Marktplatzbetreiber erfolgt.

Hinweis: Verstöße gegen die Pflicht zur Angabe des Grundpreises werden zuletzt häufiger von Verbraucherzentralen / Wettbewerbsverbänden abgemahnt.

V. Energieverbrauchskennzeichnung

In Abhängigkeit von den angebotenen Waren gelten nach den einschlägigen europäischen Verordnungen Informationspflichten für die Energieeffizienzklassen von Elektrogeräten. Händler müssen daher in Marktplatzeangeboten über die Energieeffizienzklasse, das Spektrum sowie das Energielabel informieren. Dies

betrifft vorwiegend weiße Ware (Kühlgeräte, Spül- und Waschmaschinen etc.) und braune Ware (Fernsehgeräte, Monitore etc.). Zwar ist die Pflicht von dem Händler zu erfüllen, der die Geräte zum Verkauf anbietet. Marktplatzbetreiber sollten jedoch entsprechende technische Möglichkeiten vorhalten, damit der Händler die Informationen auch bereitstellen kann. Als Service können Mitglieder über die Pflichten informiert und (erneut) über die geänderten Energielabel (wie für Kühl- und Fernsehgeräte) informiert werden.

Hinweis: Die Deutsche Umwelthilfe ist derzeit sowohl stationär als auch online sehr „umtriebiger“.

Julian Scheele

Rechtsanwalt

Tätigkeitsschwerpunkte:

IT-Recht, Gewerblicher Rechtsschutz

Die Inhalte dieses NEWSLETTERS wurden zur Verfügung gestellt durch die Kanzlei

The logo consists of the letters 'WGW' in white, bold, sans-serif font, centered within a solid blue rectangular background.

WOLFF GÖBEL WAGNER bietet seit über 50 Jahren spezialisierte Rechtsberatung. WGW berät außergerichtlich und gerichtlich. Zu den Mandanten von WGW zählen zahlreiche Verbundgruppen und namenhafte Unternehmen aus Handel, Dienstleistung sowie Industrie.

Zu den Kernkompetenzen zählen:

- IT-Recht
- Online- und Internetrecht
- Urheber- und Medienrecht
- Wettbewerbsrecht
- Markenrecht
- Datenschutz
- Corporate Compliance
- Handels- und Gesellschaftsrecht
- Insolvenzrecht

Weitere Informationen unter

www.wgw.law

KONTAKT
WOLFF GÖBEL WAGNER
Rechtsanwälte Fachanwälte

Universitätsstr. 60, D-44789 Bochum
Exzenterhaus Bochum / 20. Etage

Tel.: 0234/ 588 4400
Fax: 0234/ 588 440 /41

www.wgw.law
E-Mail: info@wgw.law