



Werbung mit dem Logo „klimaneutral“

Die Werbung mit dem Logo „klimaneutral“ kann erheblichen Einfluss auf die Kaufentscheidung der Verbraucher haben. So gehen Verbraucher i. d. R. bei einem „klimaneutral“-Logo davon aus, dass grundsätzlich alle wesentlichen Emissionen des Unternehmens vermieden oder kompensiert werden. Eine Ausklammerung bestimmter Emissionsarten nimmt er nicht ohne Weiteres an. Deshalb ist ein Unternehmen verpflichtet, über grundlegende Umstände der von ihm beanspruchten Klimaneutralität aufzuklären.

Das Oberlandesgericht Frankfurt a. M. hatte in seinem Urteil v. 11.11.2022 einem Unternehmen untersagt, seine Produkte mit dem Logo „klimaneutral“ zu bewerben, da diese Aufklärung fehlte.