

# Landgericht Hamburg

Az.: 312 O 369/24

Verkündet am 05.02.2026

Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle



## Urteil

### IM NAMEN DES VOLKES

In der Sache

**foodwatch e.V.**, vertreten durch den Vorstand, Brunnenstraße 181, 10119 Berlin

- Kläger -

Prozessbevollmächtigte:

Rechtsanwälte **Geulen & Klinger**, Fasanenstraße 42, 10719 Berlin

gegen

**EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG**, vertreten durch EDEKA ZENTRALE Handels Stiftung,  
vertreten durch den Vorstand, New-York-Ring 6, 22291 Hamburg

- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte:

erkennt das Landgericht Hamburg

am

05.02.2026 auf Grund der mündlichen Verhandlung vom 20.01.2026 für Recht:

1. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 Euro, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu vollstrecken an dem Vorstand der Komplementärin,  
  
zu unterlassen,
  - a. das Produkt „Gut & Günstig Pflanzen Margarine“ mit dem Produktaufdruck „Certified Sustainable Palmoil - RSPO - Enthält zertifiziertes nachhaltiges Palmöl. www.rspo.org“

mit dem Zusatz „EDEKA und WWF setzen sich dafür ein, dass Palmöl nachhaltiger produziert wird. Mehr Informationen finden Sie unter [www.edeka.de/palmoel](http://www.edeka.de/palmoel)“ zu bewerben, wenn dies geschieht wie auf der nachstehend abgebildeten Produktverpackung:



- b. das Produkt „Gut & Günstig Pflanzenfett“ mit dem Produktaufdruck „Certified Sustainable Palmoil - RSPO - ZERTIFIZIERT: Enthält zertifiziertes nachhaltiges Palmöl. www.rspo.org“ mit dem Zusatz „EDEKA und WWF setzen sich dafür ein, dass Palmöl nachhaltiger produziert wird. Mehr Informationen finden Sie unter [www.edeka.de/palmoel](http://www.edeka.de/palmoel)“ zu bewerben, wenn dies geschieht wie auf der nachstehend abgebildeten Produktverpackung:





und jeweils die Internetseite [www.rspo.org](http://www.rspo.org) auf die Internetseite gemäß Anlage K 4 führt und die Internetseite [www.edeka.de/palmoel](http://www.edeka.de/palmoel) auf die Internetseite gemäß Anlage K 7 führt.

2. Die Beklagte hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.
3. Das Urteil hinsichtlich des Ausspruchs zu 1 ist vorläufig vollstreckbar gegen Sicherheitsleistung in Höhe von EUR 55.000. Im Übrigen ist das Urteil vorläufig vollstreckbar gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des jeweils zu vollstreckenden Betrags.

## Beschluss

Der Streitwert wird auf 50.000,00 € festgesetzt.

## Tatbestand

Der Kläger begehrt von der Beklagten Unterlassung der Bewerbung zweier Produkte mit dem Verpackungsaufdruck „*Certified Sustainable Palmoil - RSPO - ZERTIFIZIERT: Enthält zertifiziertes nachhaltiges Palmöl.*“ bzw. „*Certified Sustainable Palmoil - RSPO - Enthält zertifiziertes nachhaltiges Palmöl.*“ unter Verweis auf die Websites [www.rspo.org/de](http://www.rspo.org/de) und [www.edeka.de/palmoel](http://www.edeka.de/palmoel) wie aus Anlagen K 4 und 7 ersichtlich auf der Grundlage wettbewerbsrechtlicher Ansprüche.

Der Kläger ist ein eingetragener Verein, der nach seiner Satzung u.a. bezweckt, die Verbraucherberatung und den Verbraucherschutz in Bezug auf Lebensmittel in der Bundesrepublik Deutschland zu fördern. Er ist in die Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 UKlaG eingetragen.

Streitgegenständlich sind Bewerbungen der Beklagten, der Herstellerin, für das Produkt „Gut & Günstig Pflanzen Margarine“ mit dem Produktaufdruck „*Certified Sustainable Palmoil - RSPO - Enthält zertifiziertes nachhaltiges Palmöl. www.rspo.org*“ mit dem Zusatz „EDEKA und WWF setzen sich dafür ein, dass Palmöl nachhaltiger produziert wird. Mehr Informationen finden Sie unter [www.edeka.de/palmoel](http://www.edeka.de/palmoel)“ sowie für das Produkt „Gut & Günstig Pflanzenfett“ mit dem Produktaufdruck „*Certified Sustainable Palmoil - RSPO - ZERTIFIZIERT: Enthält zertifiziertes nachhaltiges Palmöl. www.rspo.org*“ mit dem Zusatz „EDEKA und WWF setzen sich dafür ein, dass Palmöl nachhaltiger produziert wird. Mehr Informationen finden Sie unter [www.edeka.de/palmoel](http://www.edeka.de/palmoel)“.

Die Verpackungen sind wie folgt gestaltet (Bilder als Anlage K 3):







Auf den streitgegenständlichen Produkten findet sich ein Siegel des und Verweis auf den Roundtable for Sustainable Palm Oil (RSPO). Dieser wurde von Unternehmen der Palmölindustrie und Nichtregierungsorganisationen gegründet. Selbsterklärtes Ziel des RSPO ist die Entwicklung und Umsetzung globaler Standards für nachhaltiges Palmöl. Hauptwirkungssystem ist ein Zertifizierungssystem seit 2011, welches sich in zwei Bereiche unterteilt: Der Bereich Principles & Criteria (P&C) verpflichtet Hersteller, nachhaltiges Palmöl zu produzieren. Der Bereich Supply Chain Certification (SCC) soll gewährleisten, dass der weitere Vertrieb in den Lieferketten hinsichtlich des so produzierten Palmöls nachvollzogen werden kann. Daneben sieht der RSPO die Prüfung durch externe Auditoren, Zertifizierung durch akkreditierte Stellen, einen Beschwerdemechanismus sowie Schulungs- und Förderprogramme vor. Es gibt sieben Prinzipien für die Zertifizierung, die durch weitere (Unter-)Kriterien konkretisiert werden (vgl. Anlage K 6).

Der EDEKA-Verbund verpflichtet seine Lieferanten für Palmöl, mindestens „segregiertes“ Palmöl einzukaufen. Das Palmöl stammt dabei im Endprodukt von mehr als einer zertifizierten Ölmühle samt zuliefernden Plantagen. Der EDEKA-Verbund ist seit 2012 Mitglied beim RSPO.

Auf den streitgegenständlichen Produkten ist unter dem Logo des RSPO die englischsprachige Website [www.rspo.org](http://www.rspo.org) angegeben. Auf dieser Website werden allgemeine Angaben zu den Nachhaltigkeitsbemühungen des RSPO gemacht (Screenshots als Anlage K 4). Weitere Informationen zu den konkreten Kriterien für eine RSPO-Zertifizierung sind nicht auf der unmittelbar angegebenen Website. Über einen kleinen orangefarbenen Reiter am oberen Rand der Website gelangt man über mehrere Unterpunkte zu den Kriterien für eine Zertifizierung. Auf der Unterseite „*Unsere RSPO-Standards*“ sind Links zu sechs verschiedenen PDF-Dateien zu finden, die nicht auf Deutsch verfügbar sind (Screenshots als Anlage K 5). In der Datei „*2018 Grundsätze und Kriterien*“ („*Principles and criteria*“) sind auf S. 13 ff. die Zertifizierungsprinzipien aufgelistet und die Kriterien näher erläutert (Anlage K 6).

Die Website [www.rspo.org](http://www.rspo.org) entspricht zum Großteil der deutschsprachigen Website [www.rspo.org/de](http://www.rspo.org/de). Auf den dort verlinkten Unterseiten finden sich Informationen zu Palmöl, aber keine konkreten Nachhaltigkeitsstandards oder -kriterien (Anlagen K 8a, 8b und 8c). Auf der Unterseite „*Unsere Maßstäbe*“ (Anlage K 8c) ist wiederum die Datei „*2018 Grundsätze und Kriterien*“ verlinkt, sie ist auch hier in englischer Sprache abrufbar.

Auf den streitgegenständlichen Produkten ist daneben die Website [www.edeka.de/palmoel](http://www.edeka.de/palmoel) angegeben, über welche man auf die deutschsprachige Website [www.edeka.de/nachhaltigkeit/unsere-wwf-partnerschaft/palmoel/index.jsp](http://www.edeka.de/nachhaltigkeit/unsere-wwf-partnerschaft/palmoel/index.jsp) gelangt. Diese Website ist mit „*Palmöl aus nachhaltigem Anbau - Mensch und Umwelt zuliebe*“ betitelt. Es folgen Informationen über Ölpalmen und damit zusammenhängende Probleme sowie die Aussage, dass EDEKA für die eigenen Produkte RSPO-zertifiziertes Palmöl nutze und Informationen über verschiedene RSPO-Zertifizierungsstandards (Screenshots als Anlage K 7). Die Standards geben keine Auskunft über die Prinzipien und Kriterien, die der Zertifizierung zugrunde liegen. Die verschiedenen Standards werden erläutert, es wird aber nicht dargelegt, woran Verbraucher erkennen können, nach welchem Standard das jeweilige Produkt zertifiziert ist. Es ist ein weiterer Link zu der Website des WWF gesetzt <https://www.wwf.de/themen-projekte/landwirtschaft/produkte-aus-der-land-wirtschaft/palmoel/>, auf welcher verschiedene Informationen zu Palmöl zu finden und weitere Unterseiten verlinkt sind. Die Unterseiten enthalten keine Informationen zu den konkreten Prinzipien oder Kriterien der RSPO-Zertifizierung (Screenshots als Anlage K 8).

Der Kläger mahnte die Beklagte mit Schreiben vom 13. August 2024 ab und forderte sie zur Abgabe einer Unterlassungserklärung auf (Anlage K 37). Die Beklagte lehnte dies mit Schreiben vom 21. August 2024 ab (Anlage K 38).

Der Kläger behauptet, er habe die streitgegenständlichen Produkte am 12. Juli 2024 in der EDEKA Filiale, Edeka Sapphire in der Chausseestraße 43, 10115 Berlin Mitte erworben und erstmals wahrgenommen (Anlage K 2).

Der Kläger ist der Ansicht, die hier angegriffenen werblichen Angaben der Beklagten verstießen gegen §§ 3, 5a Abs. 1, 2 und 3 UWG. Die Beklagte mache keine ausreichenden Angaben, wie die von ihr behauptete Nachhaltigkeit erreicht werde. Der Begriff Nachhaltigkeit sei kein feststehender Begriff. Es gelte ein strenger Maßstab für die Werbung mit Nachhaltigkeit. Wie bei der Werbung mit Umweltschutzzvorteilen bestehe ein gesteigertes Aufklärungsbedürfnis. Bereits in der Werbung selbst müsse über den Gehalt der verwendeten Begriffe aufgeklärt werden. Hier fehle es an Informationen, was die Beklagte unter „*nachhaltigem Palmöl*“ oder „*nachhaltiger produziertem Palmöl*“ verstehe. Jedenfalls müsse die Werbende die Informationen in verständlicher Weise bereitstellen, was in der Regel eine Bereitstellung in deutscher Sprache erfordere. Die Beklagte stelle ihre Informationen aber lediglich in englischer Sprache bereit. Eine Übersetzung des 137 Seiten langen PDF-Dokuments sei – entgegen der Auffassung der Beklagten – nicht zumutbar. Soweit die Informationen über eine Internetseite oder einen QR-Code angegeben würden, müssten bei dem Aufruf der Seite weitergehende Informationen über die Kriterien, die der Prüfung zugrunde liegen, erlangt werden können. Es müssten die konkreten Faktoren benannt werden, welche die behauptete Nachhaltigkeit des Produkts begründeten. Die angegebenen Websites, insbesondere die des RSPO und von EDEKA, enthielten insoweit keine ausreichenden Informationen. Zudem sei der Aufruf mehrerer Unterseiten erforderlich. Die Angaben zur versprochenen Nachhaltigkeit seien wesentliche Informationen i.S.v. § 5a UWG im Sinne der gesteigerten Bedeutung von Nachhaltigkeit für Verbraucher.

Der Kläger beantragt zuletzt:

Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 Euro, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu vollstrecken an dem Vorstand der Komplementärin, zu unterlassen,

- a. das Produkt „Gut & Günstig Pflanzen Margarine“ mit dem Produktaufdruck „Certified Sustainable Palmoil - RSPO - Enthält zertifiziertes nachhaltiges Palmöl. [www.rspo.org](http://www.rspo.org)“

mit dem Zusatz „EDEKA und WWF setzen sich dafür ein, dass Palmöl nachhaltiger produziert wird. Mehr Informationen finden Sie unter [www.edeka.de/palmoel](http://www.edeka.de/palmoel)“ zu bewerben, wenn dies geschieht wie auf der nachstehend abgebildeten Produktverpackung:







und jeweils die Internetseite [www.rspo.org](http://www.rspo.org) auf die Internetseite gemäß Anlage K 4 führt und die Internetseite [www.edeka.de/palmoel](http://www.edeka.de/palmoel) auf die Internetseite gemäß Anlage K 7 führt.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen,

hilfsweise,

für den Fall der Verurteilung anzuordnen, dass die Beklagte die Zwangsvollstreckung seitens des Klägers durch Sicherheitsleistung oder Hinterlegung, deren Höhe in das Ermessen des Gerichts gestellt wird, ohne Rücksicht auf eine Sicherheitsleistung des Klägers abwenden darf.

Die Beklagte meint, der Antrag sei zu weit gefasst, da nicht die Verwendung des Siegels als solches unbegrenzt verboten werden dürfe, die als solches nicht zu beanstandeten sei.

Es bestehe kein Informationsdefizit i.S.v. § 5a UWG. Die Website [www.rspo.org](http://www.rspo.org) lasse sich auf Deutsch umstellen. Zudem sei für interessierte Verbraucher eine Übersetzung der PDFs möglich. Es müssten nicht alle erforderlichen Informationen auf dem Produkt selbst gegeben werden. Der Sachverhalt sei nicht mit der „*klimaneutral*“-Entscheidung des BGH vergleichbar, da der angesprochene Verkehr durch das in Rede stehende Siegel keine konkrete (Fehl-)Vorstellung über den in Rede stehenden Zertifizierungsprozess und die zertifizierte Nachhaltigkeit entwickle. Die auf der Website gegebenen Informationen zur Nachhaltigkeit seien ausreichend. Es sei keine unmittelbare Verlinkung des PDF erforderlich, kaskadenmäßige Verweise seien zulässig.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstands wird auf die eingereichten Schriftsätze der Parteien nebst Anlagen sowie das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 20. Januar 2026 verwiesen.

## Entscheidungsgründe

Die Klage ist zulässig und begründet.

I. Die Klage ist zulässig.

1. Streitgegenstand ist das Begehren des Klägers, dass die Beklagte die Bewerbung zweier Produkte mit dem Verweis auf nachhaltiges Palmöl bzw. einem Siegel des RSPO wie auf den im Tenor zu 1. eingeblendeten Produktverpackungen unter Verweis auf die Websites [www.rspo.org/de](http://www.rspo.org/de) und [www.edeka.de/palmoel](http://www.edeka.de/palmoel) unterlässt, wenn diese wie sich aus Anlagen K 4 und 7 ergibt gestaltet sind. Er stützt sich auf §§ 8 Abs. 1, 3, 5 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 1, 5a Abs. 1, 2 und 3 UWG.

2. Das Landgericht Hamburg ist gem. § 14 Abs. 1, Abs. 2 S. 1 UWG örtlich und sachlich zuständig.

3. Durch die Bezugnahme in dem Klageantrag auf konkrete Verletzungsformen (Fotos der Produkte sowie Websites als Anlagen K 4 und K 7) liegt eine hinreichende Bestimmtheit des Unterlassungsantrags i.S.v. § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO vor. Die in der mündlichen Verhandlung vorgenommene Bezugnahme auf die Websites als (weitere) konkrete Verletzungsform ist - nach Auslegung von Antrag und Begründung - eine Konkretisierung des Antrags.

4. Der Kläger ist nach § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG klagebefugt, er ist in die Liste qualifizierter Verbraucherverbände gemäß § 4 des Unterlassungsklagengesetzes (UKlaG) eingetragen (vgl. [https://www.bundesjustizamt.de/SharedDocs/Downloads/DE/Verbraucherschutz/Liste\\_qualifizierter\\_Einrichtungen.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=3](https://www.bundesjustizamt.de/SharedDocs/Downloads/DE/Verbraucherschutz/Liste_qualifizierter_Einrichtungen.pdf?__blob=publicationFile&v=3)).

II. Die Klage ist begründet.

1. Der Kläger hat gegen die Beklagte einen Anspruch auf Unterlassung der ersten streitgegenständlichen Aussage „*Certified Sustainable Palmoil - RSPO - Enthält zertifiziertes nachhaltiges Palmöl. www.rspo.org*“ mit dem Zusatz „*EDEKA und WWF setzen sich dafür ein, dass Palmöl nachhaltiger produziert wird. Mehr Informationen finden Sie unter [www.edeka.de/palmoel](http://www.edeka.de/palmoel)*“, wenn diese wie auf dem eingeblendeten Produkt getätigt wird und auf die aus Anlagen K 4 und 7 ersichtlichen Websites [www.rspo.org/de](http://www.rspo.org/de) und [www.edeka.de/palmoel](http://www.edeka.de/palmoel) verwiesen wird aus §§ 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 3, 3, 5a Abs. 1, 5b UWG (Antrag zu a.).

- a) Der Kläger ist nach § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG aktivlegitimiert.
- b) Dass der Produktaufdruck und die dort angegebene streitgegenständliche Aussage eine geschäftliche Handlung der Beklagten im Sinne von § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG ist, steht zwischen den Parteien zurecht nicht in Streit.
- c) Die Aussage ist i.S.v. §§ 3, 5a Abs. 1, 5b Abs. 1 Nr. 1 UWG unlauter, da die Beklagte den angesprochenen Verbrauchern wesentliche Informationen zum Verständnis der streitgegenständlichen Aussage vorenthält.

Nach § 5a Abs. 1 UWG handelt unlauter, wer Verbraucher irreführt, indem er ihnen eine wesentliche Information vorenthält, die die Verbraucher nach den jeweiligen Umständen benötigen, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen (Nr. 1) und deren Vorenthalten dazu geeignet ist, die Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die sie andernfalls nicht getroffen hätten (Nr. 2). Nach § 5 Abs. 2 Nr. 2 UWG gilt als Vorenthalten auch die Bereitstellung wesentlicher Informationen in unklarer, unverständlicher oder zweideutiger Weise.

- (1) Nähere Informationen zu der Frage, warum das in dem streitgegenständlichen Produkt verwendete Palmöl nachhaltig ist und welche Kriterien dem Siegel „Certified Sustainable Palmoil – RSPO“ zugrunde liegen, sind wesentliche Informationen i.S.v. §§ 5a Abs. 1, 5b Abs. 1 Nr. 1 UWG.

Wesentliche Informationen sind nach § 5b Abs. 1 Nr. 1 UWG u.a. wesentliche Merkmale der Ware oder Dienstleistung in dem der Ware oder Dienstleistung und dem verwendeten Kommunikationsmittel angemessenen Umfang. Eine Information ist wesentlich in diesem Sinne, wenn ihre Angabe unter Berücksichtigung der beiderseitigen Interessen vom Unternehmer erwartet werden kann und der Information für die geschäftliche Entscheidung der Verbraucher ein erhebliches Gewicht zukommt (BGH, GRUR 2021, 979 Rn. 13 – Testsiegel auf Produktabbildung).

Hier sind die Informationen wesentlich in diesem Sinne, insbesondere aufgrund der Verwendung eines Gütesiegels und des Begriffs der Nachhaltigkeit.

- (a) Bei Werbung mit Prüfzeichen oder Gütesiegeln haben Verbraucher ein besonderes und berechtigtes Interesse zu erfahren, welche Qualitätsaspekte bei der Vergabe der Zeichen oder Siegel herangezogen wurden. Die Prüfzeichen oder Siegel liefern Verbraucher in kompakter und vereinfachter Form Informationen zu den damit gekennzeichneten Produkten und sind ein Zeichen dafür, dass neutrale Dritte mit entsprechenden Kompetenzen die beworbene Ware nach objektiven und aussagekräftigen Kriterien geprüft haben (vgl. BGH, GRUR 2016, 1076 Rn. 38 f. –

LGA tested). Auch wenn Verbrauchern die untersuchten Aspekte nicht im Einzelnen bekannt sind, gehen sie regelmäßig davon aus, das mit dem Prüfzeichen oder Siegel versehene Produkt sei anhand von Kriterien geprüft worden, die für die geprüfte Eigenschaft – hier Nachhaltigkeit – wesentlich seien und erfülle die dafür maßgeblichen und ihren praktischen Bedürfnissen gerecht werdenden Voraussetzungen (vgl. BGH, GRUR 2016, 1076 Rn. 42 – LGA tested). Das Interesse der Verbraucher an näheren Informationen zu den zugrundeliegenden Prüfkriterien ist von so erheblichem Gewicht, dass die Werbende von sich aus für Verbraucher nachvollziehbare Zusammenstellungen der geprüften Aspekte und der daran angelegten Maßstäbe bereitzustellen und über eine Fundstellenangabe verfügbar zu machen hat (vgl. BGH, GRUR 2016, 1076 Rn. 53 – LGA tested). Es müssen Informationen bereit gestellt werden, anhand welcher Kriterien das Produkt geprüft und das Gütesiegel vergeben wurde (vgl. OLG Frankfurt, GRUR 2023, 177 Rn. 31 – klimaneutral).

(b) Die Anforderungen an die Aufklärung sind vorliegend nochmals gesteigert, da die streitgegenständliche Aussage und das streitgegenständliche Siegel eine Nachhaltigkeit in Anspruch nehmen. Die gesteigerten Anforderungen in Bezug auf die Richtigkeit, Eindeutigkeit und Klarheit der Werbeaussage im Bereich der umweltbezogenen Werbung gelten auch für Werbung mit Nachhaltigkeit.

Nach ständiger Rechtsprechung des BGH gelten für gesundheitsbezogene Werbung strenge Anforderungen an die Richtigkeit, Eindeutigkeit und Klarheit der Werbeaussage. Diese gelten regelmäßig auch für die Werbung mit Umweltschutzbegriffen und -zeichen. Für den Bereich der umweltbezogenen Werbung besteht demnach ein gesteigertes Aufklärungsbedürfnis der angesprochenen Verkehrskreise über die Bedeutung und den Inhalt der verwendeten Begriffe und Zeichen. An die zur Vermeidung einer Irreführung erforderlichen aufklärenden Hinweise sind strenge Anforderungen zu stellen, die sich im Einzelfall nach der Art des Produkts und dem Grad und Ausmaß seiner „Umweltfreundlichkeit“ bestimmen. Fehlen die danach gebotenen aufklärenden Hinweise in der Werbung, besteht in besonders hohem Maß die Gefahr, dass bei den angesprochenen Verkehrskreisen irriige Vorstellungen über die Beschaffenheit der angebotenen Ware hervorgerufen werden und sie dadurch in ihrer Kaufentscheidung beeinflusst werden (vgl. BGH, GRUR 2024, 1122 Rn. 24 ff. – klimaneutral).

Auch der Begriff der Nachhaltigkeit, soweit er mit Blick auf die Eigenschaften eines Produkts verwendet wird, zielt auf ein sich wandelndes Umweltbewusstsein der angesprochenen Verkehrskreise. Mit der zunehmenden Aufmerksamkeit für den Klimawandel verändert sich der Blickwinkel über den unmittelbaren Umweltschutz, der sich primär mit Schadstoffemissionen oder schädlichen Eingriffen in die Natur befasst, hinaus auch zu dem Verbrauch endlicher

Ressourcen einschließlich der Emission von Treibhausgasen. Dies führt dazu, dass Produkte und Unternehmen von umweltbewussten Verbrauchern nicht mehr nur danach bemessen werden, ob ihre Produktionsmethoden oder Produkte schädliche Stoffe enthalten oder freisetzen, sondern darüber hinaus Rohstoff- und Energieverbrauch einschließlich Herkunft der Rohstoffe und Zwischenerzeugnisse bis hin zum „CO<sub>2</sub>-Fußabdruck“ eines Produkts während seines Lebenszyklus in den Blick genommen werden. Teils werden auch soziale Aspekte im Zuge der Beurteilung der Nachhaltigkeit eines Produkts berücksichtigt. Es besteht demnach dieselbe Ausgangssituation wie bei der umweltbezogenen Werbung, dass Werbeaussagen über eine Nachhaltigkeit einerseits eine starke emotionale Werbekraft entfalten, andererseits aber der Begriff der „Nachhaltigkeit“ keinen eindeutigen und klar umrissenen Bedeutungsgehalt hat und zumeist sehr komplexe Zusammenhänge bewertet. In dieser Situation geht mit der Verwendung des Begriffs der Nachhaltigkeit - soweit darin nicht nur ein allgemeiner Appell ohne informativen Gehalt zu sehen ist, sondern aus Sicht der maßgebenden Verkehrskreise eine bestimmte Erwartung zumindest relativer Nachhaltigkeit geweckt wird - eine vergleichbare Irreführungsgefahr aus wie von der Verwendung von Produktbeschreibungen als umweltfreundlich. Damit sind auch bei Verwendung des Begriffs „Nachhaltigkeit“ und damit zusammenhängender Begriffe für Produktbeschreibungen strenge Anforderungen an die Aufklärung über die Bedeutung der verwendeten Begriffe zu stellen. Dies verlangt – ebenso wie bei der Verwendung des Begriffs „umweltfreundlich“ – die konkrete Benennung des jeweiligen Vorzugs bei der Verwendung der Begriffe, um eine Irreführung der Verbraucher auszuschließen (vgl. OLG Bremen, GRUR 2023, 1384 Rn. 48 – nachhaltiger Kräutertee).

(2) Die Beklagte enthält im Rahmen der konkreten Verletzungsformen Verbrauchern wesentliche Informationen vor bzw. stellt sie in unklarer bzw. unverständlicher Weise i.S.v. § 5a Abs. 2 Nr. 2 UWG bereit.

Auf dem streitgegenständlichen Produkt wird auf die Websites [www.rspo.org](http://www.rspo.org) und [www.edeka.de/palmoel](http://www.edeka.de/palmoel) verwiesen. Während der Verweis auf Websites zur Erfüllung der Informationspflichten i.S.v. § 5 Abs. 3 Nr. 1 UWG ausreichen kann, genügen die auf den aus den Anlagen K 4 und K 7 ersichtlichen Websites hinterlegten Informationen den Anforderungen des § 5a Abs. 1 UWG nicht.

Bei Siegeln muss deutlich erkennbar eine Fundstelle angegeben und leicht zugänglich sein. Verbraucher müssen mit zumutbarem Aufwand ohne größere Recherche nähere Informationen über den Test auffinden und sich damit die Grundlage für eine informierte geschäftliche Entscheidung verschaffen können (BGH, GRUR 2021, 979 Rn. 21 – Testsiegel auf Produktabbildung).

Auf beiden Websites finden sich zwar grundsätzliche Informationen, was der RSPO und EDEKA unter Nachhaltigkeit, insbesondere in Bezug auf Palmöl, verstehen. Auf der EDEKA-Website findet sich zudem ein Verweis auf die RSPO-Zertifizierung und verschiedene Standards. Die der Zertifizierung tatsächlich zugrundeliegenden Prinzipien und Kriterien sind aber nicht unmittelbar auf den Websites auffindbar. Insoweit wird nicht hinreichend deutlich, was die Beklagte konkret unter Nachhaltigkeit versteht bzw. welche Kriterien der Zertifizierung des „nachhaltigen“ Palmöls zugrunde liegen. Es sind – unstreitig – mehrere Zwischenschritte erforderlich, um ein englischsprachiges, mehrseitiges PDF zu finden, in dem die Prinzipien und Kriterien für eine Zertifizierung nach den RSPO-Standards aufgelistet sind. Entgegen der Auffassung der Beklagten ist es Verbrauchern weder zumutbar, sich zu dem PDF mit den Prinzipien und Kriterien für eine Zertifizierung durchzuklicken noch ein mehrseitiges PDF zu übersetzen, um für sie wesentliche Informationen zu der Zertifizierung und der konkret behaupteten „Nachhaltigkeit“ zu erhalten.

(3) Bei dem Vorenthalten der Informationen über die Nachhaltigkeit bzw. Zertifizierungsvoraussetzungen für das Siegel handelt es sich um Informationen, die Verbraucher nach den jeweiligen Umständen benötigen, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen i.S.v. § 5a Abs. 1 Nr. 1 UWG. Verbraucher benötigen die Informationen über die behauptete Nachhaltigkeit und die Zertifizierungskriterien, um beurteilen zu können, ob die so beworbenen Produkte über die Merkmale verfügen, die sie mit der Behauptung der Nachhaltigkeit und Vergabe des Siegels verbinden (vgl. BGH, GRUR 2016, 1076 Rn. 54 – LGA tested).

(4) Das Vorenthalten der Informationen über die Nachhaltigkeit und das Siegel sind auch geeignet, Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die sie andernfalls nicht getroffen hätten i.S.v. § 5a Abs. 1 Nr. 2 UWG. Die unzureichenden Informationen kann die Verbraucher zu falschen Vorstellungen über die Nachhaltigkeit des Produkts und den Umfang der Prüfung der Qualität bzw. Nachhaltigkeit des beworbenen Produkts veranlassen und deshalb zu einer geschäftlichen Entscheidung, die sie bei richtiger Information nicht getroffen hätten (vgl. BGH, GRUR 2016, 1076 Rn. 55 – LGA tested).

d) Mangels Unterlassungserklärung der Beklagten besteht die erforderliche Wiederholungsgefahr i.S.v. § 8 Abs. 1 S. 1 UWG.

2. Der Kläger hat gegen die Beklagte ebenfalls einen Anspruch auf Unterlassung der zweiten streitgegenständlichen Aussage *„Certified Sustainable Palmoil - RSPO - ZERTIFIZIERT: Enthält zertifiziertes nachhaltiges Palmöl. www.rspo.org“* mit dem Zusatz *„EDEKA und WWF setzen sich dafür ein, dass Palmöl nachhaltiger produziert wird. Mehr Informationen finden Sie unter www.edeka.de/palmoel“*, wenn diese wie auf dem eingeblendeten Produkt getätigt wird

und auf die aus Anlagen K 4 und 7 ersichtlichen Websites [www.rspo.org/de](http://www.rspo.org/de) und [www.edeka.de/palmoel](http://www.edeka.de/palmoel) verwiesen wird aus §§ 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 3, 3, 5a Abs. 1, 5b UWG (Antrag zu b.). Die Aussage entspricht im Wesentlichen der ersten streitgegenständlichen Aussage, die Ergänzung von „ZERTIFIZIERT“ hat keine maßgeblichen Auswirkungen auf die rechtliche Bewertung. Auch die zweite streitgegenständliche Aussage ist i.S.v. §§ 3, 5a Abs. 1, 5b Abs. 1 Nr. 1 UWG unlauter, da die Beklagte den angesprochenen Verbrauchern wesentliche Informationen zum Verständnis des Siegels und der behaupteten Nachhaltigkeit vorenthält.

III. Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs. 1 ZPO.

IV. Die Entscheidung zur vorläufigen Vollstreckbarkeit beruht auf § 709 S. 1 und S. 2 ZPO.

Dem Antrag der Beklagten auf Vollstreckungsschutz nach § 712 ZPO war nicht stattzugeben, da die Beklagte nicht dargelegt hat, dass die Vollstreckung ihr einen nicht ersetzbaren Nachteil bringen würde. Das Verbot beruht auf der Bewerbung mit den streitgegenständlichen Aussagen bzw. Siegeln im Zusammenhang mit dem Inhalt der Websites wie aus Anlagen K 4 und 7 ersichtlich. Die Produkte, die so beworben werden im Zusammenhang mit dem konkreten Inhalt der Websites, sind dementsprechend von dem vorliegenden Verbot erfasst und es ist - entgegen der Ansicht der Beklagten - nicht ersichtlich, dass sie Produkte aus dem Vertrieb nehmen muss, die nicht von den hier gegenständlichen Verboten betroffen sind.

V. Der Streitwert beruht auf § 51 Abs. 2 GKG.

## Rechtsbehelfsbelehrung:

Gegen die Entscheidung, mit der der Streitwert festgesetzt worden ist, kann Beschwerde eingelegt werden, wenn der Wert des Beschwerdegegenstands 200 Euro übersteigt oder das Gericht die Beschwerde zugelassen hat.

Die Beschwerde ist binnen **sechs Monaten** bei dem

Landgericht Hamburg  
Sievekingplatz 1  
20355 Hamburg

einzu legen.

Die Frist beginnt mit Eintreten der Rechtskraft der Entscheidung in der Hauptsache oder der anderweitigen Erledigung des Verfahrens. Ist der Streitwert später als einen Monat vor Ablauf der sechsmonatigen Frist festgesetzt worden, kann die Beschwerde noch innerhalb eines Monats nach Zustellung oder formloser Mitteilung des Festsetzungsbeschlusses eingelegt werden. Im Fall der formlosen Mitteilung gilt der Beschluss mit dem vierten Tage nach Aufgabe zur Post als bekannt gemacht.

Die Beschwerde ist schriftlich einzulegen oder durch Erklärung zu Protokoll der Geschäftsstelle des genannten Gerichts. Sie kann auch vor der Geschäftsstelle jedes Amtsgerichts zu Protokoll erklärt werden; die Frist ist jedoch nur gewahrt, wenn das Protokoll rechtzeitig bei dem oben genannten Gericht eingeht. Eine anwaltliche Mitwirkung ist nicht vorgeschrieben.

Rechtsbehelfe können auch als **elektronisches Dokument** eingereicht werden. Eine einfache E-Mail genügt den gesetzlichen Anforderungen nicht.

Rechtsbehelfe, die durch eine Rechtsanwältin, einen Rechtsanwalt, durch eine Behörde oder durch eine juristische Person des öffentlichen Rechts einschließlich der von ihr zur Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgaben gebildeten Zusammenschlüsse eingereicht werden, sind **als elektronisches Dokument** einzureichen, es sei denn, dass dies aus technischen Gründen vorübergehend nicht möglich ist. In diesem Fall bleibt die Übermittlung nach den allgemeinen Vorschriften zulässig, wobei die vorübergehende Unmöglichkeit bei der Ersatzeinreichung oder unverzüglich danach glaubhaft zu machen ist. Auf Anforderung ist das elektronische Dokument nachzureichen.


Elektronische Dokumente müssen


- mit einer qualifizierten elektronischen Signatur der verantwortenden Person versehen sein oder
- von der verantwortenden Person signiert und auf einem sicheren Übermittlungsweg eingereicht werden.

Ein elektronisches Dokument, das mit einer qualifizierten elektronischen Signatur der verantwortenden Person versehen ist, darf wie folgt übermittelt werden:

- auf einem sicheren Übermittlungsweg oder
- an das für den Empfang elektronischer Dokumente eingerichtete Elektronische Gerichts- und Verwaltungspostfach (EGVP) des Gerichts.

Wegen der sicheren Übermittlungswege wird auf § 130a Absatz 4 der Zivilprozessordnung verwiesen. Hinsichtlich der weiteren Voraussetzungen zur elektronischen Kommunikation mit den Gerichten wird auf die Verordnung über die technischen Rahmenbedingungen des elektronischen Rechtsverkehrs und über das besondere elektronische Behördenpostfach (Elektronischer-Rechtsverkehr-Verordnung - ERVV) in der jeweils geltenden Fassung sowie auf die Internetseite [www.justiz.de](http://www.justiz.de) verwiesen.

  
Vorsitzende Richterin  
am Landgericht

  
Richter  
am Landgericht

  
Richterin



Für die Richtigkeit der Abschrift  
Hamburg, 05.02.2026

  
Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle