

"Frisch aus unserer Region" muss auch aus der Region sein

Das LG Offenburg hatte sich mit dem Slogan "Frisch aus unserer Region" der auf Produkten eines Speisequarkanbieters aufgeführt war und der Frage ob dieser Slogan irreführend war auseinanderzusetzen.

Ein Hersteller verkaufte in Stuttgart Speisequarkprodukte mit der Aufschrift "Frisch aus unserer Region". Durch die sogenannte Milch-Nr. konnte festgestellt werden, dass sich der Hersteller in Saarbrücken befand. Der Slogan wurde daraufhin als irreführend und damit wettbewerbswidrig angegriffen.

In seiner Entscheidung hatte sich das Landgericht Offenburg ([Urteil vom 26.03.2008 - Az. 5 O 114/07](#)) zunächst mit der Frage auseinanderzusetzen, was unter dem Begriff "Region" zu verstehen ist.

Dabei kamen die Richter zu dem Ergebnis, dass der Verbraucher unter "Region" nach allgemeinem Sprachgebrauch ein räumlich zusammenhängendes Gebiet im geografischen Sinne versteht. Es handle sich um einen unspezifischen Begriff, der seine konkrete Bedeutung erst aus dem Kontext, in dem er verwendet wird, erhalte. Im konkreten Fall kamen die Richter aufgrund der Art der angebotenen Ware und dem Zusatz „frisch“ zu dem Ergebnis, dass Erzeugnisse aus Saarbrücken jedenfalls in Stuttgart als nicht mehr aus der Region angesehen werden. Aufgrund der damit verbundenen Irreführung wurde der Hersteller dann auf Unterlassung verurteilt. und beurteilte den Slogan deshalb als irreführend, da er den Verbraucher über die Herkunft täuscht und verurteilte den Hersteller auf Unterlassung.

Fazit

Werbung mit nicht eindeutigen geografischen Herkunftsangaben birgt wettbewerbsrechtliche Risiken, insbesondere wenn es sich um nicht klar eingrenzbare Begriffe handelt. Das Risiko einer wettbewerbsrechtlichen Abmahnung kann man jedoch durch entsprechende vorherige Überprüfung minimieren.