



Landgericht Hamburg
– Kennzeichenstreitkammer –
Sievekingplatz 1
20355 Hamburg



Per beA

Aktenzeichen: – NEU –

In dem Rechtsstreit

FSC Global Development GmbH, ges. vertr. d. d. Geschäftsführer Kim Bering Becker, Adenaueral-
lee 134, 53113 Bonn,

– Klägerin –

Prozessbevollmächtigte:



gegen

1. den unter seiner Firma **Eurobinia** auftretenden Herrn **Gerriet Harms e.K.**, Einsteinstraße 17,
26133 Oldenburg,

– Beklagter zu 1) –



2. **Preduzeće za obradu drveta Robinia Development doo Bajina Bašta**, Milenka Ton Palovi 100A, 31250 Bajina Basta, Serbien, ges. vertr. durch den Direktor Herrn Gerriet Harms, Einsteinstraße 17, 26133 Oldenburg,

– Beklagte zu 2) –

wegen: Markenverletzung & unlauterer Wettbewerb

Streitwert (vorläufig geschätzt): EUR 500.000,–

vertreten wir die Klägerin. Ordnungsgemäße Bevollmächtigung versichern wir anwaltlich. Namens und in Vollmacht der Klägerin kündigen wir folgende Anträge an:

- I. Die Beklagten werden verurteilt, es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes von bis zu EUR 250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, im Wiederholungsfall bis zu zwei Jahren, zu unterlassen,

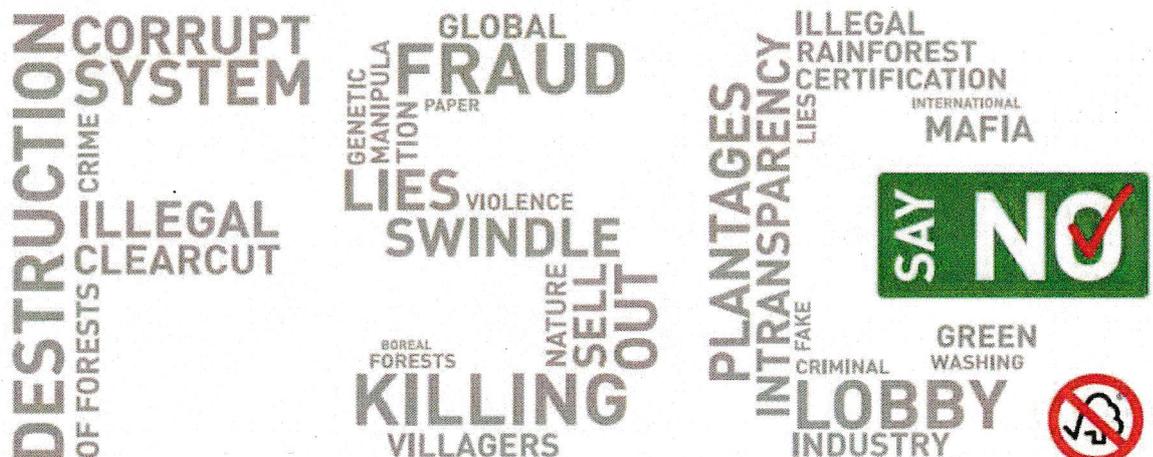
1. nur der Beklagte zu 1):

- a) im geschäftlichen Verkehr in der Europäischen Union das Zeichen

„Robinia Development FSC DOO Bajina Bašta (RDFSC)“

für Holz zu benutzen;

- b) öffentlich zu behaupten und/oder behaupten zu lassen:



(siehe Anlage K 1);

- c) im Zusammenhang mit der Bewerbung von Holz zu behaupten und/oder behaupten zu lassen:



(siehe **Anlage K 2**);

2. nur die Beklagte zu 2):

- a) im geschäftlichen Verkehr in der Europäischen Union das Zeichen



für Holz und/oder Management-Dienstleistungen und/oder Beratungsdienstleistungen zu benutzen,

hilfsweise, das Logo



in der Bundesrepublik Deutschland zu vervielfältigen und/oder vervielfältigen zu lassen und/oder öffentlich zugänglich zu machen und/oder öffentlich zugänglich machen zu lassen;

- b) im Zusammenhang mit der Bewerbung von Holz öffentlich zu behaupten und/oder behaupten zu lassen:

„Informationen über das System FSC finden sie hier. [FSC-watch.com](http://www.fsc-watch.com)“,

wobei der unter dem unterstrichenen Teil hinterlegte Link auf die Domain des Beklagten zu 1) führt, und zwar nach <http://www.eurobinia.de/>.



II. Die Beklagten werden ferner verurteilt, der Klägerin jeweils mittels eines einheitlichen, geordneten Verzeichnisses Auskunft zu erteilen,

1. der Beklagte zu 1) im Hinblick auf den Antrag nach I.1.a), die Beklagte zu 2) im Hinblick auf den Antrag nach I.2.a):

- in welchem Umfang der/die jeweilige Beklagte Handlungen gemäß Ziffer I begangen hat, und zwar unter Angabe der nach Kalender- oder Geschäftsjahren gegliederten Umsätze sowie der betriebenen Werbung, aufgegliedert nach Werbeträgern und unter Angabe von deren Auflage, Verbreitungszeitraum und Verbreitungsgebiet,
- unter Vorlage von Belegen über die Herkunft und den Vertriebsweg von widerrechtlich gekennzeichneten Waren unter Angabe von Namen und Anschrift der Hersteller, Lieferanten und anderer Vorbesitzer der Waren sowie der gewerblichen Abnehmer und Verkaufsstellen, für die sie bestimmt waren, und der Menge der hergestellten, ausgelieferten, erhaltenen oder bestellten Waren sowie über der Preise, die für die betreffenden Waren oder Dienstleistungen bezahlt wurden.

sowie

2. der Beklagte zu 1) im Hinblick auf den Antrag nach I.1.b) und c), die Beklagte zu 2) im Hinblick auf den Antrag nach I.2.b)

- in welchem Umfang die Beklagten jeweils die Handlungen unter Ziffer I. jeweils begangen haben, welchen Mitgliedern der Öffentlichkeit gegenüber sie die Handlungen vorgenommen haben, in welchem Umfang die Webseiten abgerufen worden sind, auf der die Beklagten die Äußerungen behauptet haben oder behaupten haben lassen, aufgegliedert nach Jahren und Monaten, sowie den Umfang der für jene Webseiten von ihnen jeweils betriebenen Werbung.

III. Es wird festgestellt,

dass der Beklagte zu 1) verpflichtet ist, der Klägerin sämtliche Schäden zu ersetzen, die ihr durch die in Ziffer I.1 bezeichneten Handlungen entstanden sind oder noch entstehen werden,

und/oder,

dass die Beklagte zu 2) verpflichtet ist, der Klägerin sämtliche Schäden zu ersetzen, die ihr durch die in Ziffer I.2 bezeichneten Handlungen entstanden sind oder noch entstehen werden.

[]

Für den Fall des Vorliegens der gesetzlichen Voraussetzungen beantragen wir bereits jetzt den Erlass eines Versäumnisurteils gegen die Beklagten.

Begründung

Die Klägerin nimmt die Beklagten sowohl wegen Kennzeichenverletzung in Anspruch als auch wegen unlauteren Wettbewerbs.

I.

Sachverhalt

Die Klage beruht auf nachfolgendem Sachverhalt:

1. Die Klägerin, ihre Zeichen und ihre Aktivitäten in Deutschland

Die Klägerin ist Teil der FSC-Gruppe. Die FSC-Gruppe betreibt ein weltweit bekanntes Zertifizierungssystem, mit dem hauptsächlich die Produktionsstandards von Holz- und Holzprodukten gekennzeichnet werden. Hierzu hält die FSC-Gruppe über die FSC International Center gGmbH (im Folgenden nur: die „**FSC International**“) mit Sitz ebenfalls in Bonn diverse Marken. Unter anderem ist die FSC International Inhaberin der Unions-Wortmarke Nr. 2974897 „FSC“ mit Anmeldepriorität vom 11.12.2002, die Schutz u.a. in Klasse 42 für „analytische Tests; technische und regelnde Dienstleistungen in Bezug auf Holz und Holzprodukte“ genießt. Diese Marke ist die Klägermarke. Einen aktuellen Registerauszug fügen wir bei als **Anlage K 3**.

Sie ist ferner Inhaberin der Unionswortbildmarke Nr. 2974905



mit Anmeldepriorität vom 11.12.2002, eingetragen u.a. in Klasse 42 für „Analytische Tests; technische Dienstleistungen und Dienstleistungen in Bezug auf Vorschriften im Zusammenhang mit Holz und Holzprodukten“, siehe den Registerauszug nach **Anlage K 4**. Dieses Baumlogo mit

[]

Häkchen, das die durchgeführten Zertifizierungsleistungen symbolisiert, ist das allgemein bekannte Erkennungssymbol der FSC-Gruppe.

Ferner hat die FSC International zwischenzeitlich am 11.12.2023 eine Unionsgewährleistungsmarke „FSC“ angemeldet, die sich derzeit beim EUIPO im Anmeldeverfahren befindet, siehe **Anlage K 5**. Hilfsweise zu vorstehenden Ansprüchen stützt die Klägerin ihre markenrechtlichen Ansprüche auch auf diese Unionsgewährleistungsmarkenanmeldung Nr. 018961827. Sollte es aus Sicht der Kammer für die Entscheidung auf diese Marke ankommen, wäre das Verfahren hinsichtlich der markenrechtlichen Ansprüche gemäß Art. 11 Abs. 3 UMV auszusetzen, bis die Eintragung erfolgt.

Die FSC-Gruppe und insbesondere die Klägerin benutzen seit jeher das Logo



im geschäftlichen Verkehr weltweit, aber im Besonderen auch in der Europäischen Union und in Deutschland, zur Kennzeichnung ihres auf Zertifizierung gerichteten Geschäftsbetriebs und als Hinweis darauf, dass die gekennzeichneten Produkte zertifiziert sind. Die FSC-Gruppe meldete das Zeichen erstmals im Jahr 1996 als mexikanische Marke an. Die Klägerin ist alleinige Lizenznehmerin sämtlicher FSC-Marken der FSC International. Sie sichert weltweit die Markenrechte und deren Wertschätzung und führt das operative Lizenzierungsgeschäft mit den Zertifizierungsstellen und Benutzern der FSC-Marken. Die Klägerin ist daher ermächtigt, sämtliche Markenrechte der FSC International selbst und im eigenen Namen geltend zu machen, siehe die Lizenzbestätigung nach **Anlage K 6**.

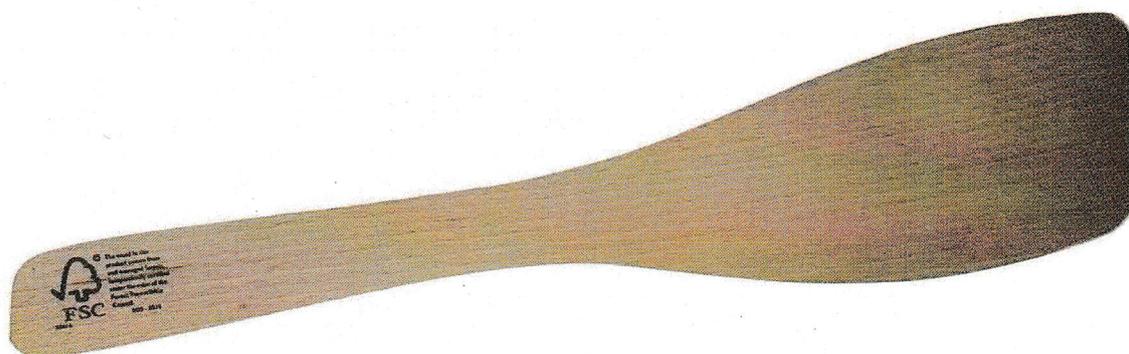
Das Logo wurde von Herrn Tristram John Branscombe-Kent entworfen, das urheberrechtlich geschützt ist. Er hat sämtliche ausschließlichen Nutzungsrechte dem FSC übertragen bzw. eingeräumt, siehe die Vereinbarung nach **Anlage K 7**. Der FSC nutzt dieses Logo seit 1996 durchgehend und weltweit für seine Tätigkeiten. Nach dem Tod des Urhebers im Jahr 2003 hat der FSC die Rechtevereinbarung korrigieren lassen, da auf der ursprünglichen Vereinbarung nicht der volle Name des Urhebers angegeben war, siehe die notarielle Erklärung nach **Anlage K 8**.



Das unter „FSC“ weltweit betriebene Zertifizierungssystem ist auch in Deutschland überragend bekannt. Denn Holz ist ein universell eingesetztes Material, sodass Verbraucher bei allen möglichen Gelegenheiten mit den Zeichen der Klägerin in Berührung kommen. Neben Holzwaren, wie Bauholz, Brennholz, Regalbrettern oder ähnlichem, steht die Zertifizierung auch für weitere aus Holz hergestellte Produkte zur Verfügung. So sind auch die Verpackungen der Marke „Tetra Pak“ FSC-zertifiziert.



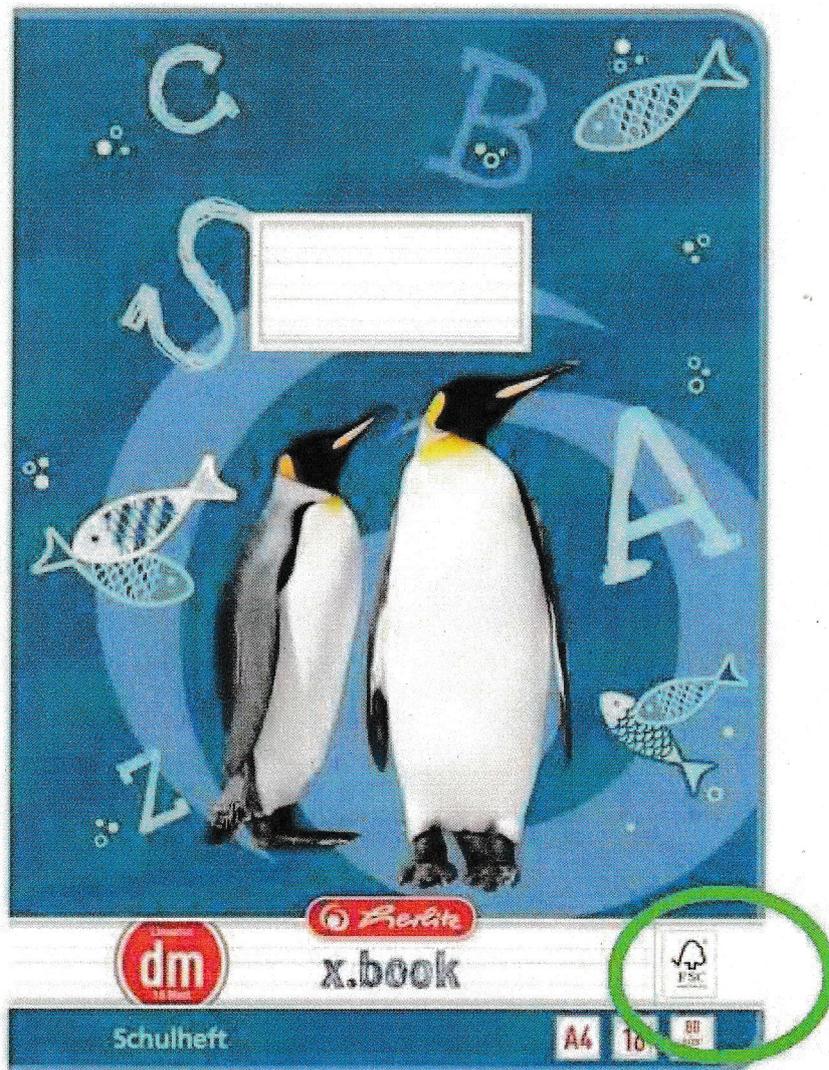
Küchenutensilien aus Holz tragen das FSC-Zeichen



genauso wie Werkzeuge, die über einen Holzstiel verfügen,

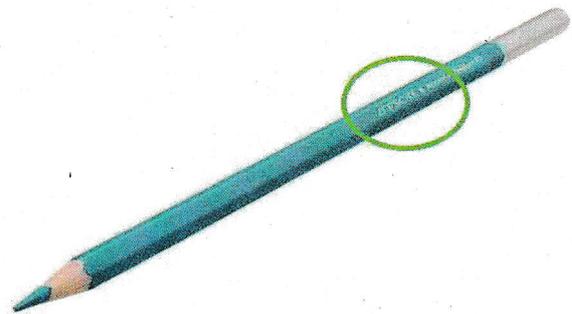
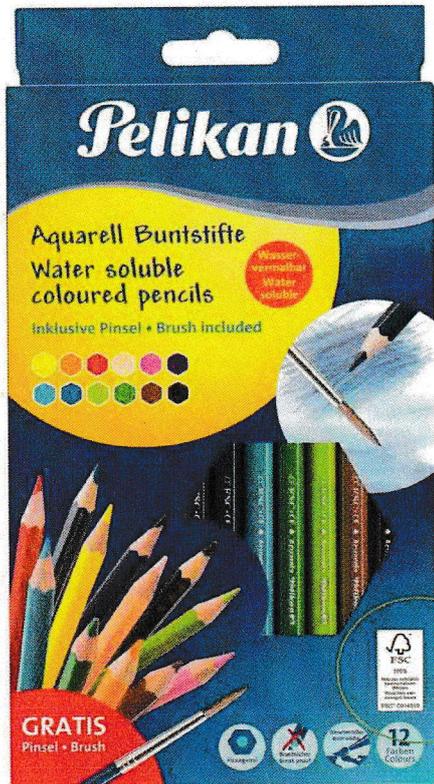


sowie wie Schulhefte

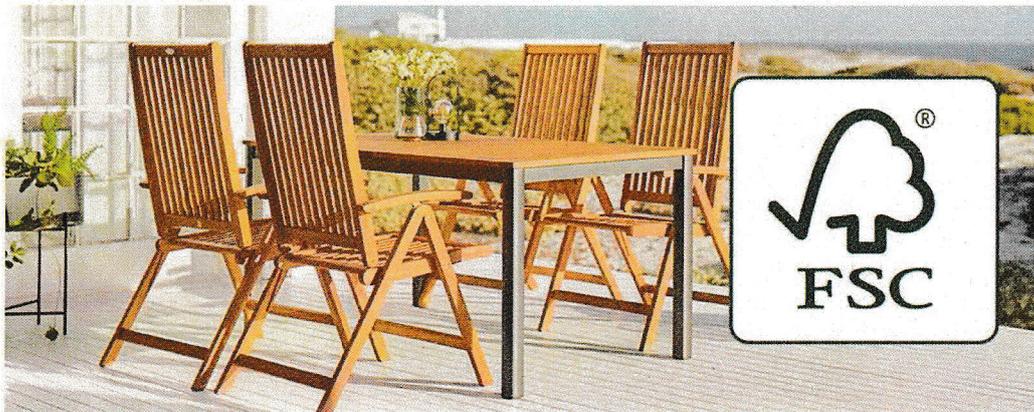




und Stifte



oder natürlich Möbel aus Holz.



FSC®: Deine Garantie für nachhaltigere Gartenmöbel

In Deutschland gibt es derzeit über 4.000 „Chains of Custody“, also Produktions- und Vertriebsketten, die für mindestens ein Produkt, teilweise für mehrere, kontrolliert und zertifiziert werden. Daneben gibt es 254 zertifizierte Waldflächen und über 300 werbliche Lizenzverträge. Hinzu kommen die Abertausenden Produkte, die im Ausland hergestellt sowie zertifiziert und auf dem deutschen Markt vertrieben werden. Sämtliche im Vorgenannten Absatz vorgetragenen Tatsachen kann

bezeugen. Die FSC-Gruppe selbst bietet keine Waren an, sondern lizenziert lediglich die Zertifizierung und Benutzung über die Klägerin gegenüber wirtschaftlich nicht verbundenen Dritten.

Umfang und Ausmaß der Zeichennutzung und der daraus resultierenden Bekanntheit ergeben sich auch aus der Größe der zertifizierten Waldfläche. Allein in Deutschland sind 1,44 Millionen Hektar Waldfläche FSC-zertifiziert. Das sind gut 5 % des gesamten Bundesgebiets. Weltweit gibt es 197 Millionen Hektar FSC-zertifizierte Waldfläche. Zum Vergleich: Das ist in etwa so viel Fläche wie das Staatsgebiet von Deutschland, Frankreich, Polen, Schweiz, Österreich, Spanien und Portugal zusammengenommen. Zum Beleg dieser Tatsachen steht ebenfalls der bereits benannte Herr Farkas als **Zeuge** zur Verfügung. Wir legen ferner einige Berichte Dritter und den Wikipedia-Artikel als **Anlagenkonvolut K 9** vor, aus dem sich dies alles ergibt.

Den FSC-Zeichen der Klägerin wird weltweit, aber auch in Deutschland, herausragende Wert-schätzung entgegengebracht. Naturschutzorganisationen unterstützen die Tätigkeit der FSC-Gruppe und das Zertifizierungssystem. Der WWF schreibt auf seiner Internetseite, wie aus **Anlage K 10** ersichtlich:

„Der WWF unterstützt die Arbeit des FSC und rät dazu, beim Einkauf von Papier- und Holzprodukten auf das FSC-Siegel zu achten. Zwar wird dem FSC-Siegel von Kritikern vorgeworfen, nicht perfekt zu sein. Und das ist es leider auch nicht. Aber das FSC-Siegel ist das anspruchsvollste, das wir zurzeit international finden können. FSC ist auf einem guten Weg, denn es schafft Transparenz, indem es mit verschiedenen Mechanismen auf Missstände reagieren kann - bis hin zum Entzug des FSC-Zertifikat.“

Das deutsche Umweltbundesamt rät Verbrauchern, beim Kauf u.a. von Spanplatten, auf eine FSC-Zertifizierung zu achten. Unter der Überschrift „Was Sie beim Kauf von Spanplatten beachten sollten“ schreibt es:

*„Gelabelte Produkte kaufen: Die Siegel FSC (Forest Stewardship Counsel) und PEFC (...) garantieren, dass für die Erzeugung von Spanplatten Holz aus nachhaltiger Waldbewirtschaftung genutzt wurde.“ (siehe **Anlage K 11**)*

In einer groß angelegten, weltweiten Verkehrsbefragung hat die FSC-Gruppe durch das Meinungsforschungsinstitut IPSOS grundsätzliche Fragen zu forstwirtschaftlichen Themen, Nachhaltigkeit, Verbraucheraufmerksamkeit und die Bedeutung der FSC-Marke untersuchen lassen. Das im Juni 2023 veröffentlichte Ergebnis der Studie legen wir vor als **Anlage K 12**. Demnach erkennen 46 % aller weltweit befragten Personen das FSC-Zeichen, in den europäischen Staaten im Schnitt 50 % und speziell in Deutschland überwältigende 71 % (siehe Seite 13 der Anlage K 10). Ausweislich Seite 20/Frage 8 der Untersuchung genießt FSC das höchste Vertrauen in Bezug auf den Waldschutz vor anderen Regierungs- oder Nicht-Regierungs-Organisationen, privaten Firmen oder Zertifizierungsstellen. 62 % der weltweiten Verbraucher bevorzugen Produkte mit FSC-Zertifizierung gegenüber gleichwertigen, nicht-zertifizierten Produkten und 49 % aller Verbraucher sind bereit, mehr für ein Produkt zu bezahlen, wenn es über eine FSC-Zertifizierung verfügt, verglichen mit nicht-zertifizierten, äquivalenten Produkten (siehe Seite 21/Frage 6). 80 % aller Verbraucher, die das FSC-Logo erkannt haben, vertrauen einer Marke, die FSC-zertifizierte Produkte anbietet.

Beweise: 1. Herr Tobias Michael, Co-Autor der Studie, zu laden über die Ipsos GmbH, Sachsenstr. 6, 20097 Hamburg

- 
2. Frau Manuela Schrödel, Co-Autorin der Studie, zu laden über die Ipsos GmbH, ebenda
 3. Herr Dr. Heiko Lehmann, legal research expert der Ipsos GmbH, zu laden über diese, ebenda

Bei Bedarf können zahlreiche weitere Nachweise für die Bekanntheit und Wertschätzung der Klage-
marke beigebracht werden. Nötigenfalls beantragen wir die Einholung eines

gerichtlichen Sachverständigengutachtens.

2. Die Beklagten und ihre rechtsverletzenden Online-Auftritte

Der Beklagte zu 1) ist ein Holzhändler aus Oldenburg, der nach eigener Darstellung seit 1985 mit Robinienholz „arbeitet und handelt“ und seit 2003 unter seiner Firma Eurobinia auftritt. Screenshots von seinem Internetauftritt unter **eurobinia.de** legen wir vor als **Anlage K 13**. Wie ersichtlich, wirbt der Beklagte zu 1) in der Rechtsform als eingetragener Kaufmann umfangreich für diverse Holzprodukte.

Die Beklagte zu 2) ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach serbischem Recht, deren vertretungsberechtigtes Organ der Beklagte zu 1) als deren Direktor ist. Auszüge aus dem im Internet abrufbaren Handelsregister legen wir vor als **Anlage K 14**. Der Name der Beklagten zu 2) besteht ersichtlich ausschließlich aus beschreibenden Angaben:

- „Preduzeće za obradu drveta“ heißt auf Serbisch so viel wie „holzverarbeitendes Unternehmen“.
- „Robinia“ ist der wissenschaftliche Name der in Deutschland als „Robinien“ bezeichneten Baumart.
- „Development“ heißt auf Englisch „Entwicklung“.
- „doo“ ist die Kurzform für „Друштво са ограниченом одговорношћу“/“ Društvo s ograničenom odgovornošću“, also „Gesellschaft mit beschränkter Haftung“, und ist damit der Rechtsformzusatz.
- „Bajina Bašta“ ist der Name eines Ortes in Serbien und damit geografische Angabe.

Im Internet aktiv ist die Beklagte zu 2) unter der Domain **robinia-development.rs**, die auch auf deutscher Sprache abrufbar ist. Die Startseite dieser Internetpräsenz legen wir vor als **Anlage K 15**. Diese Seite verfügt zwar über kein funktionierendes Impressum, aus den Angaben am unteren Rand der Webseite wird aber die Verantwortlichkeit der Beklagten zu 2) mitgeteilt, siehe die

Screenshots nach Anlage K 15. Die Domain selbst ist registriert auf den Beklagten zu 1), wie sich aus der who is-Abfrage nach **Anlage K 16** ergibt.

Wie aus den Screenshots nach Anlage K 15 ersichtlich, benutzt die Beklagte zu 2) bereits auf der Startseite ihrer Internetpräsenz die Marke der Klägerin:



Ferner macht er irreführende Werbung zu Gunsten seiner einzelkaufmännischen Tätigkeit, indem er ebenfalls am unteren Rand der Webseite behauptet:

„Informationen über das System FSC finden sie hier. [FSC-watch.com](https://www.fsc-watch.com)“

siehe die Screenshots nach Anlage K 14. Der unterstrichene Teil dieser Behauptung ist mit einem Link unterlegt. Dieser führt aber nicht, wie man vermuten würde, auf die Seite [FSC-watch.com](https://www.fsc-watch.com), sondern direkt zum Internetauftritt des Beklagten zu 1), wo Besucher mit dessen Werbung und Angeboten konfrontiert werden. Screenshots eines entsprechenden Beweisvideos legen wir vor als **Anlage K 17**.

Auch der Beklagte zu 1) selbst benutzt auf seiner Webseite eurobinia.de die Marke der Klägerin. Er erklärt, den Großteil seines Holzes von seiner „serbischen Tochterfirma“

„Robinia Development FSC DOO Bajina Bašta (RDFSC)“

zu beziehen. Einen Screenshot speziell von dieser Verletzungshandlung legen wir vor als **Anlage K 18**. Wie der der Beklagte zu 1) indes zu dieser Behauptung kommt, erschließt sich nicht. Es

gibt in Serbien nur eine Gesellschaft mit ähnlichem Namen, und zwar die Beklagte zu 2). Der Firmenbestandteil „FSC“ fehlt allerdings.

Ferner behauptet der Beklagte auf seiner Webseite eurobinia.de: „BETTER WITHOUT“, wobei das FSC-Logo der Klägerin daneben im durchgestrichenen Kreis nach Art eines Verbotsschildes abgebildet ist, wie im Antrag zu I.1.c) und Anlage K 2 ersichtlich. Ein vollständiger Screenshot der Startseite von eurobinia.de findet sich in Anlage K 7. Die Behauptung „BETTER WITHOUT“ hat eine doppelte Funktion. Zum einen ist die Äußerung anklickbar und führt dann als Link zu der anderen Webseite des Beklagten www.fragen-an-den-fsc.de. Daneben hat die Äußerung aber auch eine inhaltliche Funktion. Sie soll Besuchern der Webseite, die zunächst auf der Startseite landen, wo auch diese Äußerung wiedergegeben ist, direkt und unmittelbar vor Augen führen, dass der Beklagte über keine FSC-Zertifizierung verfügt („without“) und seine Produkte deswegen besser („better“) seien.

Die Widersprüchlichkeit des Handelns des Beklagten ist an dieser Stelle offensichtlich. Auf einer Webseite wirbt er mit fehlender FSC-Zertifizierung („better without“), auf seiner anderen Webseite wirbt er selbst mit den FSC-Zeichen.

3. Der Beklagte und sein „Kampf“ gegen den FSC

Der Beklagte zu 1) ist ein erklärter Gegner der FSC. Neben seiner beruflichen Tätigkeit hat sich der Beklagte zu 1) dem von ihm selbst so bezeichneten „Kampf“ gegen den FSC verschrieben. Unter seiner Domain www.fragen-an-den-fsc.de betreibt der Beklagte ein Portal, über das er die FSC-Gruppe und ihre Zertifizierung kompromisslos schlecht macht. Er sammelt dort negative Presseberichterstattung und weist auf angebliche Missstände hin. Screenshots der Webseite legen wir vor als **Anlage K 19**.

Wegen seiner unausgewogenen Öffentlichkeitsarbeit hat die mexikanische Muttergesellschaft der Klägerin den Beklagten bereits vor vielen Jahren einmal erfolglos vor dem Landgericht Braunschweig auf Unterlassung in Anspruch genommen. Das Urteil legen wir der Vollständigkeit halber als **Anlage K 20** bei. Die hiergegen eingelegte Berufung ist später zurückgenommen worden.

Was den Beklagten genau antreibt, ist unklar. Auch seine fachliche Kritik bleibt zumeist im Unklaren und Polemischen. Herzstück seines Kampfes ist das eingangs erwähnte Portal www.fragen-an-den-fsc.de. Entgegen dem Namen finden sich auf dieser Domain allerdings keine Fragen, sondern verfestigte Meinungen und Behauptungen zum Nachteil des FSC. So sei der FSC angeblich Teil des „modernen Neokolonialismus“, der die Lebensgrundlagen ärmerer Länder

vernichte und dadurch verantwortlich sei für Flüchtlingswellen und einem darauf basierenden „Hass auf den Westen“. Der Beklagte behauptet unter der Überschrift „Warum wir ‚kämpfen‘“: „Der FSC ist ein völlig ungeeignetes Instrument für Nachhaltigkeit, Klimaschutz, Sozialität und andere, ihm zugeschriebene ‚Werte‘. Der FSC ist kein Allheilmittel. Er ist ein wesentlicher Bestandteil des Problems.“

Die Startseite der Webseite, auf der dieser ideologische Frontalangriff verbreitet wird, ist überschrieben und unterlegt von dem im Antrag zu I.1.b und in Anlage K 1 dargestellten Logo, das eine Art Wort-Collage ist. Dasselbe Collage-Logo benutzt der Beklagte auch als Briefkopf für Schreiben, die er zum Teil im Namen einer angeblichen „Arbeitsgruppe FadFSC“ unterschreibt, ohne dass indes ersichtlich wäre, wer sonst außer dem Beklagten hinter den Inhalten des Briefes steht. So verbreitet der Beklagte auf seiner Webseite zahlreiche offene Briefe, die er an den Rechnungshof des Bundeslandes Hessen (anbei als **Anlage K 21**), die hessische Umweltministerin Frau Hinz (anbei als **Anlage K 22**), den damaligen SPD-Fraktionsvorsitzenden im Hessischen Landtag und Vize-Vorsitzenden des Bundesverbands der SPD, Herrn Thorsten Schäfer-Gümbel (anbei als **Anlage K 23**), oder als „Pressemitteilung“ über die Zertifizierungsstelle UNIQUE (anbei als **Anlage K 24**) versandt und veröffentlicht hatte. Anlass dieser offenen Briefe war, dass das Land Hessen seinen Staatsforst nach FSC-Kriterien zertifizieren ließ, was der Beklagte mit seinen offenen Briefen erfolglos zu verhindern suchte. Darüber hinaus ist zu befürchten, dass der Beklagte die Wort-Collage auch bei unzähligen weiteren Gelegenheiten nutzte. Es ist zu vermuten, dass der Beklagte bei sämtlichen Schreiben, die er im Namen der angeblichen „Praxisgruppe FadFSC“ versendet, die Wort-Collage im Briefkopf nutzt.

Neben dieser rhetorischen Stimmungsmache kämpft der Beklagte zu 1) auch handfest und international gegen den FSC. Insbesondere hat der Beklagte in Serbien und der Ukraine Blockademarken für die FSC-Zeichen der Klägerin angemeldet, bevor die Klägerin dies tat. So meldete der Beklagte die Marken



und



in Serbien und der Ukraine mit dem einzigen Ziel an, den FSC bei der Durchführung seines Zertifizierungsprogramms sowie bei der Realisierung seiner umwelt- und sozialpolitischen sowie wirtschaftlichen Zwecke zu behindern. Diese Markenmeldungen wirken sich insbesondere auf die Erträge der Lizenzgeschäfte der Klägerin in Deutschland aus. Der Vollständigkeit halber legen wir Auszüge aus dem serbischen Markenregister als **Anlage K 25** vor.

Die Gruppe der Klägerin geht gegen diese Markenmeldungen gesondert vor, im Übrigen dürften sie für den hiesigen Rechtsstreit irrelevant sein.

II.

Rechtliche Würdigung

Die Klage ist zulässig und begründet. Denn die Benutzungen des Zeichens „Robinia Development FSC DOO Bajina Bašta (RDFSC)“ durch den Beklagten zu 1) und die Benutzung des Zeichens



durch die Beklagte zu 2) in Deutschland stellen eine rechtsverletzende Benutzung geschützter Zeichen der Klägerin dar, die entsprechende Unterlassungs-, Auskunft- und Schadensersatzansprüche auslösen, vorwiegend aus Markenrecht, gegen die Beklagte zu 2) hilfsweise aus Urheberrecht, da es um die Verwendung des urheberrechtlich geschützten Logos geht (hierzu unter 1.). Ferner stellen die angegriffenen Äußerungen unlauteren Wettbewerb dar (hierzu unter 2.).

Im Einzelnen:



1. Markenrechtliche Ansprüche gegen den Beklagten zu 1)

Die Klageanträge gegen den Beklagten zu 1) zu Ziffern I.1.a) sowie die Annexanträge nach II.1. und III. sind aus Markenrecht zulässig und begründet.

- a) Die Klägerin geht gegen den Beklagten zu 1) aus folgenden Zeichen in nachfolgender Reihenfolge vor:
 1. Unionswortindividualmarke Nr. 2974897 „FSC“, siehe Anlage K 3
 2. Unternehmensschlagwortkennzeichenrecht „FSC“
 3. Unionswortbildgewährleistungsmarkenanmeldung Nr. 018961827, siehe Anlage K 5
- b) Die Klage ist zulässig. Insbesondere ist das angerufene Gericht zuständig. Die internationale Zuständigkeit deutscher Gerichte für die begehrten unionsweiten Ansprüche (Antrag zu I.1.a) und entsprechende Annexanträge) folgt aus Art. 124 a), 125 Abs. 1, 126 Abs. 1 a) UMV. Die örtliche Zuständigkeit folgt aus § 32 ZPO, da die Verletzungshandlung bundesweit abrufbar ist und auch an Verkehrskreise des gesamten Bundesgebiets adressiert ist, somit auch die Hamburger Verkehrskreise.
- c) Die Klage ist auch begründet. Der Klägerin stehen gegen den Beklagten zu 1) Ansprüche auf Unterlassung, Auskunft und Schadensersatz wegen Verletzung ihrer Klagemarke – die Unionswortmarke Nr. 2974897 nach Anlage K 3 – in der Europäischen Union nach Art. 9 Abs. 2 c), 130 Abs. 1 UMV sowie Art. 129 Abs. 2, 130 Abs. 2 in Verbindung mit §§ 119 Nr. 2, 14 Abs. 6, 19 MarkenG in Verbindung mit § 242 BGB zu. Denn der Beklagte zu 1) nutzt die Wertschätzung der Klagemarke in unlauterer Weise ohne rechtfertigenden Grund aus, indem er behauptet, sein Holz von einem Unternehmen namens „Robinia Development FSC DOO Bajina Bašta (RDFSC)“ (Anlage K 7) zu beziehen. Hilfsweise ergeben sich die Ansprüche aus Verletzung des Unternehmensschlagwortkennzeichens „FSC“, höchst hilfsweise aus der Unionsgewährleistungsmarke Nr. 018961827 nach Anlage K 5. Sollte es aus Sicht der Kammer für die Entscheidung auf diese letztgenannte Marke ankommen, wäre das Verfahren hinsichtlich der markenrechtlichen Ansprüche gemäß Art. 11 Abs. 3 UMV auszusetzen.
- d) Die Klägerin ist aktivlegitimiert, da sie von der FSC International ermächtigt ist, sämtliche Ansprüche wegen Verletzung ihrer Markenrechte selbst und im eigenen Namen gerichtlich zu verfolgen, siehe Anlage K 8.

- 
- e) Die Klägerin geht davon aus, dass die **Bekanntheit** der Klagemarke gerichtsbekannt ist. Hilfsweise ergibt sie sich aus den vorgelegten Nachweisen und kann nötigenfalls durch das beantragte, noch einzuholende Sachverständigengutachten belegt werden.
- f) Die erforderliche **Zeichenähnlichkeit** ist gegeben. Nach der Rechtsprechung des EuGH ist hierfür Voraussetzung, dass die beteiligten Verkehrskreise zwischen den Zeichen eine gedankliche Verknüpfung herstellen (EuGH C-408/01 v. 23.10.2003 *Adidas/Fitnessworld*, Rn. 31). Diese Feststellung hat anhand sämtlicher relevanter Umstände des konkreten Falles zu erfolgen, zu denen der Grad der Ähnlichkeit der einander gegenüberstehenden Zeichen, die Art der fraglichen Waren und Dienstleistungen einschließlich des Grades ihrer Nähe, das Ausmaß der Bekanntheit der Klagemarke, ihre originäre oder durch Benutzung erworbene Unterscheidungskraft und das Bestehen von Verwechslungsgefahr zählen (vgl. BGH, I ZR 173/16 vom 12.12.2019, *ÖKO-TEST I*, juris Rn. 28).

Sämtliche Umstände des Einzelfalles sprechen für diese gedankliche Verknüpfung. Die Zeichen sind teildentisch und unterscheiden sich nur dadurch, dass der Beklagte dem Zeichen „FSC“ beschreibende Bestandteile angefügt hat. In dem Gesamtzeichen „Robinia Development FSC DOO Bajina Bašta (RDFSC)“ ist der Bestandteil „FSC“ der einzige Bestandteil mit Unterscheidungskraft, sodass er das Zeichen dominiert und prägt. Er ist damit geeignet, selbstständig kollisionsbegründend zu wirken.

Überdies verfügt der Bestandteil „FSC“ in dem Gesamtzeichen über selbstständig kennzeichnende Stellung. Eine solche kann nach der Rechtsprechung insbesondere dann vorliegen, wenn eine bekannte Marke mit einem Unternehmensnamen kombiniert wird (EuGH, C-120/04 vom 06.10.2005, Rn. 34 – *Thomson Life*). Das ist hier der Fall. Denn der Beklagte kombiniert die Marke „FSC“ mit dem Namen eines serbischen Unternehmens. Bereits nach herkömmlichen Maßstäben von Verwechslungsgefahr liegt somit Zeichenähnlichkeit vor.

Überdies ist im Rahmen der Zeichenähnlichkeit auch die überragende Bekanntheit der Klagemarke zu berücksichtigen. Ferner kommt hinzu, dass der Beklagte die Klagemarke gerade dazu benutzt, auf die Herkunft seines Holzes zu verweisen, also gerade der Produkte, die Kern der Zertifizierungstätigkeit der Klägerin sind.

- g) Ferner **nutzt** der Beklagte die **Wertschätzung** der Klagemarke **unlauter aus**. Auch das Vorliegen dieses Tatbestandsmerkmals hat anhand aller relevanten Umstände des Einzelfalles zu erfolgen, insbesondere des Ausmaßes der Bekanntheit und des Grades der Unterscheidungskraft der Marke, des Grades der Ähnlichkeit der einander gegenüberstehenden

Marken sowie der Art der betroffenen Waren und Dienstleistungen und des Grades ihrer Nähe (vgl. EuGH C-487/07 v. 18.6.2009 *L'Oréal u.a.*, Rn. 44).

Auch insoweit spricht also für eine Ausnutzung, dass der Beklagte zu 1) ein ähnliches Zeichen benutzt und dies gerade für solche Produkte verwendet, die typischerweise von der Klägerin zertifiziert werden. Die überragende Bekanntheit der Klagemarke verfestigt dieses Ergebnis.

Der Beklagte zu 1) begibt sich durch die Verwendung der bekannten Marke der Klägerin bzw. des ähnlichen Gesamtzeichens in den Bereich der Sogwirkung der Klagemarke, um von ihrer Anziehungskraft, ihrem Ruf und ihrem Ansehen zu profitieren. Er nutzt die zur Schaffung und Aufrechterhaltung des Images dieser Marke notwendigen wirtschaftlichen Anstrengungen aus, ohne dafür eigene Anstrengungen zu unternehmen (BGH, I ZR 201/20 vom 16.12.2021, Leitsatz 1 – *ÖKO-TEST III*). Dabei kann es dem Beklagten zu 1) auch nicht zum Vorteil gereichen, dass er sich kritisch mit dem Zertifizierungssystem der Klägerin und ihren FSC-Marken auseinandersetzt und sich hierzu bewusst in Opposition setzt. Denn zum einen besteht die begründete Gefahr, dass viele Verbraucher die getrennte Anti-FSC-Seite (fragen-an-den-fsc.de) nicht zur Kenntnis nehmen, die lediglich die Geschäftsseite des Beklagten zu 1) besuchen (eurobinia.de). Zum andern kann das evident widersprüchliche Verhalten des Beklagten keinen rechtlichen Vorteil darstellen, da widersprüchliches Verhalten nicht schutzwürdig ist. Es ist ohnehin schon kaum verständlich, warum der Beklagte einerseits die FSC-Marken nach Kräften bekämpft, andererseits aber selbst Rechte an entsprechenden Zeichen anmeldet, einerseits kein gutes Haar am Zertifizierungssystem des FSC lässt, andererseits damit wirbt, von einer scheinbar FSC-zertifizierten Gesellschaft Ware zu beziehen.

- h) Dem Beklagten zu 1) steht auch **kein rechtfertigender Grund** zur Seite. Infrage käme allenfalls eine beschreibende Benutzung nach Art. 14 Abs. 1 b) UMV. Voraussetzung insofern wäre indes, dass das Gesamtzeichen tatsächlich beschreibenden Charakter hat. Das ist jedoch nicht der Fall, da es kein Unternehmen gibt, das den vom Beklagten behaupteten Unternehmensnamen trägt.

Der Beklagte zu 1) kann die Benutzung auch nicht auf seine später eingetragene serbische Marke als sogenanntes Zwischenrecht stützen, Art. 16 Abs. 2 UMV. Denn Voraussetzung für eine Rechtfertigung der Benutzung in Deutschland wäre eine deutsche oder Unions-Marke. Eine Marke aus dem Nicht-EU-Ausland kann eine Benutzung innerhalb der EU nicht rechtfertigen.

- []
- i) **Hilfsweise** steht der Klägerin der Unterlassungsanspruch aus den weiteren geltend gemachten Zeichen zu. Ein entsprechendes Unternehmenskennzeichen „FSC“ ist als sogenanntes Schlagwortkennzeichen durch Benutzung im geschäftlichen Verkehr entstanden. Es verfügt über selbstständige Unterscheidungskraft und Namensfunktion und entfaltet damit selbstständigen Schutz neben der vollständigen Firmenbezeichnung.

Höchst hilfsweise steht der Klägerin der Anspruch aus der Unionsgewährleistungsmarke nach Anlage K 5 zu.

- j) Neben der Unterlassung steht der Klägerin Anspruch auf Auskunftserteilung (Antrag zu Ziffer I.2.) nach Art. 129 Abs. 2, 130 Abs. 2 UMG in Verbindung mit §§ 119 Nr. 2, 19 MarkenG, § 242 BGB sowie auf Schadensersatz (Antrag zu Ziffer III.) nach dem Vorstehenden in Verbindung mit §§ 14 Abs. 6 MarkenG zu.

2. Ansprüche gegen die Beklagte zu 2) aus Markenrecht, hilfsweise aus Urheberrecht

Der Klägerin stehen auch gegen die Beklagte zu 2) Ansprüche auf Unterlassung, Auskunft und Schadensersatz (dem Grunde nach) aus Markenverletzung zu.

- a) Die Klägerin geht auch gegen die Beklagte zu 2) aus folgenden Zeichen in nachfolgender Reihenfolge vor:
1. Unionswortindividualmarke Nr. 2974897 „FSC“, siehe Anlage K 3
 2. Unternehmensschlagwortkennzeichenrecht „FSC“
 3. Unionswortbildgewährleistungsmarkenanmeldung Nr. 018961827, siehe Anlage K 5
 4. Urheberrechtliche Nutzungsrechte an dem Wortbildlogo



- b) Die Klage ist ebenfalls zulässig. Die internationale Zuständigkeit für die europaweiten Ansprüche (Antrag zu I.2.a) sowie die entsprechenden Annexanträge) folgt aus Art. 124 a), 125 Abs. 2, 126 Abs. 1 UMG, die örtliche ebenfalls aus § 32 ZPO, da auch diese Verletzungshandlung bundesweit abrufbar ist und sich somit auch an Hamburger Verkehrskreise richtet.

-
- c) Die Klage ist auch begründet. Denn auch die Beklagte zu 2) nutzt die Unterscheidungskraft der Klagemarken in unlauterer Weise aus, indem sie auf ihrer Internetseite robinia-development.rs (Anlage K 14), die Marken der Klägerin für ihre Werbung einsetzt. Insoweit gilt im Wesentlichen das zuvor unter 1. Gesagte.

Darüber hinaus wird der angesprochene Verkehr die Zeichen sogar so auffassen, dass die Holzwaren der Beklagten zu 2) von der Klägerin zertifiziert seien. Der neben dem FSC-Zeichen eingeblendete Text suggeriert darüber hinaus den Eindruck, die Beklagte zu 2) biete Management- und Beratungsdienstleistungen für andere Unternehmen der Holzbranche an. Damit besteht demnach sogar Verwechslungsgefahr mit den Marken der Klägerin.

Hilfsweise geht die Klägerin aus ihren urheberrechtlichen Nutzungsrechten an dem FSC-Logo gegen die Beklagte zu 2) vor. Ausweislich der Anlage K 7 ist der FSC allein nutzungs-berechtigt an dem Logo. Die Verwendungen durch die Beklagte zu 2) greifen in diese Nutzungsrechte ein, da es sich um Vervielfältigungshandlungen nach § 16 UrhG und um öffentliches Zugänglichmachen nach § 19a UrhG handelt, sodass die beantragten Ansprüche auch aus § 97 UrhG gegeben sind.

3. Lauterkeitsrechtliche Ansprüche

Auch die Klageanträge zu I.1.b) und c) und I.2.b) sowie die zugehörigen Annexansprüche sind zulässig und begründet.

a) Die Wort-Collage (Antrag zu I.1.b))

Die im Antrag zu II.1.a) wiedergegebene Wort-Collage stellt eine unlautere Mitbewerberherabsetzung, § 4 Nr. 1 UWG, bzw. Anschwärzung, § 4 Nr. 2 UWG, dar.

Zwischen den Parteien besteht ein Wettbewerbsverhältnis. Im Interesse eines wirksamen wettbewerbsrechtlichen Individualschutzes sind keine hohen Anforderungen an das Bestehen eines Wettbewerbsverhältnisses zu stellen (BGH, GRUR 2016, 1193 Rn. 15 – *Ansprechpartner*, 2015, 1129 Rn. 19 – *Hotelbewertungsportal*; BGH, GRUR 2004, 877 (878) – *Werbeblocker*). Dieser Zweck gebietet es, den Begriff des Wettbewerbsverhältnisses weit auszulegen. Es reicht aus, dass sich der Verletzer in irgendeiner Weise in Wettbewerb zu dem Betroffenen stellt (BGH, GRUR 2014, 1114 Rn. 32 – *nickelfrei*; GRUR 1985, 550 – *DIMPLE*, m. w. N.). Der Bundesgerichtshof nimmt ein konkretes Wettbewerbsverhältnis daher schon dann an, wenn zwischen den Vorteilen, die eine Partei durch eine Maßnahme

für ihr Unternehmen oder das eines Dritten zu erreichen sucht, und den Nachteilen, die die andere Partei dadurch erleidet, eine Wechselwirkung in dem Sinne besteht, dass der eigene Wettbewerb gefördert und der fremde beeinträchtigt werden kann (BGH, GRUR 2014, 1114 Rn. 32 – *nickelfrei*).

Ein konkretes Wettbewerbsverhältnis und die daraus resultierende Mitbewerbereigenschaft erfordert weder, dass die Parteien auf derselben Wirtschaftsstufe stehen (so auch ausdrücklich der Gesetzgeber in BT-DRs. 15/1487, S. 19), noch dass sie gleichartige Waren anbieten. Es ist auch nicht erforderlich, dass der Verletzer von seinem Mitbewerber weiß und gezielt gegen diesen vorgeht und etwaige unlautere Handlungen ihm gegenüber vornimmt. Umgekehrt kann ein Wettbewerbsverhältnis auch erst durch eine unlautere Handlung gegenüber einem Dritten begründet werden. Es muss zur Geltendmachung von Ansprüchen nach dem UWG nicht bereits vor ihrer Entstehung bestehen. Das Wettbewerbsverhältnis kann mithin *ad hoc* aus den Handlungen des Verletzers entstehen.

Beide Parteien bieten ihre Waren bzw. Dienstleistungen in der Holzbranche an. Der Beklagte sucht auch gezielt den Wettbewerb mit der Klägerin, indem er offensiv für vermeintlich „*bessere*“ Holzprodukte wirbt, die ohne FSC-Zertifizierung auskommen.

Aber selbst, wenn man dies anders sähe und ein konkretes Wettbewerbsverhältnis ablehnte, würde dies am Ergebnis nichts ändern. Unlauterer Wettbewerb ergäbe sich dann aus § 4a Abs. 1 Nr. 3 UWG, da es sich dann um eine aggressive geschäftliche Handlung handeln würde.

Jedenfalls ist Grundlage jeder rechtlichen Bewertung einer Äußerung die zutreffende Sinnbedeutung ihres Inhalts. Dabei ist weder maßgeblich, wie der Äußernde seine Äußerung subjektiv verstanden wissen will, noch, wie sie der Betroffene versteht, sondern, wie durchschnittliche Verkehrskreise die Äußerung im konkreten Kontext objektiv verstehen würden. Es gilt damit ein objektiver Maßstab unter Berücksichtigung sämtlicher relevanter Umstände des Einzelfalls.

Die Collage zeigt den Schriftzug „FSC“, wobei die einzelnen Buchstaben ihrerseits aus englischsprachigen Wörtern zusammengesetzt sind, die zum Teil schwerwiegende Anschuldigungen enthalten. Die Wörter lauten beispielsweise „*corrupt system*“, „*lies*“, „*swindle*“, „*violence*“ und sogar „*international mafia*“. Am rechten Rand des Zeichens ist auf grünem Untergrund die Parole „*SAY NO!*“ besonders hervorgehoben. Darunter ist das Baum-Logo der Klägerin in einen roten, durchgestrichenen Kreis nach Art eines Verbotsschildes gesetzt.

Als zusammenhängende Gesamtäußerung ist die Collage damit insgesamt wohl Tatsachenbehauptung. Tatsachenbehauptungen unterliegen dem Schutz der Meinungsfreiheit nur insoweit, als sie zur Meinungsbildung nützlich sind. Dies ist lediglich bei wahren Tatsachen der Fall, während die hier verbreiteten, ausschließlich unwahren Tatsachenbehauptungen nicht nützlich sind. Sie sind daher schon nicht von der Meinungsfreiheit gedeckt und diese kann die schwere Beeinträchtigung des FSC daher nicht rechtfertigen.

Aber selbst, wenn die Äußerung insgesamt als Werturteil auszulegen sein sollte, das von Ablehnung gegenüber dem FSC geprägt ist, so wären Werturteile zwar grundsätzlich von der Meinungsfreiheit geschützt, Art. 5 Abs. 1 GG. Gleichwohl reicht ihr Schutz nicht grenzenlos. Schmähkritik, die keinen Sachbezug mehr aufweist, sondern lediglich darauf abzielt, den anderen verächtlich zu machen, fällt schon nicht in den Schutzbereich schützenswerter Meinungen. Ferner ist auch bei grundsätzlich geschützten Äußerungen kollidierendes Verfassungsrecht zu beachten, sodass eine Abwägung mit den Rechtsgütern des von der Äußerung betroffenen zu erfolgen hat.

Diese Interessenabwägung fällt hier zu Gunsten der Klägerin aus. Denn die durch die Äußerung verbreiteten Vorwürfe stellen schwerwiegende Beeinträchtigungen des allgemeinen Persönlichkeitsrechts der Klägerin dar. Die maßgebliche Rolle dabei spielt, dass die Äußerung – wenngleich insgesamt Werturteil – einen starken Tatsachenkern enthält. Die Zulässigkeit auch von Werturteilen hängt dann entscheidend davon ab, ob diese Tatsachenkern wahr oder unwahr ist. Die Darlegungs- und Beweislast dafür, dass die behaupteten Tatsachen zutreffen, hat dabei grundsätzlich derjenige, der sich entsprechend öffentlich äußert.

Vorliegend versteht der durchschnittliche Rezipient der Äußerung die Collage dahingehend, dass dem FSC schwerwiegende Vergehen zuzuordnen sind, die zum Teil sogar der Schwer- und schwerstkriminellen zuzuordnen sind. Schon der Vorwurf, der FSC lüge und betrüge („lies“, „swindle“) ist eine im Wettbewerbsverhältnis nicht hinnehmbare Herabsetzung. Speziell aber die Darstellung, dem FSC seien Verflechtungen zur weltweiten organisierten Kriminalität nachzuweisen („international mafia“), entbehrt jeder Grundlage und greift schwerwiegend in die Geschäftsehre der gesamten FSC-Gruppe ein. Es gibt keinerlei objektive Anknüpfungspunkte, die derart schwerwiegende Vorwürfe rechtfertigen könnten.

Verbreitet wird damit eine Äußerung mit einem unwahren Tatsachenkern. An der Verbreitung unwahrer Tatsachen besteht grundsätzlich kein schützenswertes Interesse. Das gilt auch hier. Insbesondere wäre es dem Beklagten unschwer möglich, seine ablehnende Haltung auch ohne die Verbreitung unwahrer Tatsachen zum Ausdruck zu bringen, wodurch



er sein Freiheitsrecht ebenso gut ausleben könnte. Ferner ist zu berücksichtigen, dass der Beklagte das Logo nicht nur im Rahmen seiner „Aufklärungsarbeit“ auf seiner kritischen Webseite nutzt, sondern auch intensiv zur politischen Willensbildung einsetzt und gegenüber Entscheidungsträgern und Inhaber öffentlicher Ämter nutzt. Eine Verbreitung der Äußerung in diesem Zusammenhang verursacht schwerwiegende Beeinträchtigungen.

b) „Better Without“ (Antrag zu I.1.c))

Das FSC-Logo im durchgestrichenen Kreis in Verbindung mit dem nebenstehenden Text „*BETTER WITHOUT*“ auf der Webseite des Beklagten stellt unlautere vergleichende Werbung dar, da sich der Vergleich nicht objektiv auf nachprüfbare Eigenschaften bezieht, den Ruf der FSC-Marken unlauter beeinträchtigt und die geschäftlichen Verhältnisse der Klägerin herabsetzt sowie verunglimpft, § 6 Abs. 2 Nr. 2, 4 und 5 UWG.

Wie oben dargestellt, ist Grundlage jeder rechtlichen Bewertung einer Äußerung deren zutreffende Sinndeutung auf Grundlage des objektiven Empfängerhorizonts. Die streitgegenständliche Äußerung befindet sich auf der Webseite des Beklagten, auf der dieser seine Produkte bewirbt. Dabei geht es ausschließlich um Holz, Holzprodukte und auf Holz bezogene Dienstleistungen. Die angegriffene Äußerung befindet sich dabei prominent auf der Startseite der Webseite des Beklagten. Die Überschrift der Seite lautet: „Unsere Robinie: Bestes Hartholz aus transparenter Produktion.“ Darunter befindet sich Referenzen mit Bildern und Informationen zu Robinienholz. Wiederum darunter findet sich die angegriffene Äußerung. Direkt daneben ist die stilisierte Abbildung eines Baumes zu sehen, neben der steht: „*WE MAKE GOOD WOOD*“.

In diesem Zusammenhang versteht der durchschnittliche Rezipient die Äußerung demnach dahingehend, der Beklagte biete Holz an, das aufgrund fehlender FSC-Zertifizierung („*WITHOUT*“) besser („*BETTER*“) sei als solches, das über eine FSC-Zertifizierung verfüge. Durch das durchgestrichene FSC-Symbol im Kreis wird dieser Eindruck verfestigt, da die Aufmachung einem Verbotsschild nachgeahmt ist, was sich im Verkehr als übliche Darstellung für Ablehnung und Protest durchgesetzt hat.

Die Behauptung, sein Holz sei „besser“ ist als reines Werturteil per se unzulässig. Denn vergleichende Werbung muss nachprüfbare, objektive Tatsachenbehauptungen enthalten, um für den Verbraucher nützliche Informationen zu transportieren und damit den Anforderungen des § 6 Nr. 2 UWG zu genügen (BGH, I ZR 134/07 vom 1.10.2009, Rn. 28 – *Gib*

mal Zeitung). Rein subjektive Werturteile sind stets unzulässig (Köhler/Bornkamm/Feddersen/Köhler. UWG, 42. Auflage 2024, § 6 Rn. 133).

Jedenfalls beeinträchtigt es ohne sachlichen Grund den Ruf, den der Verkehr den FSC-Zeichen entgegen bringt. Darüber hinaus setzt es die geschäftlichen Verhältnisse der Klägerin herab und verunglimpft diese.

Die wettbewerbsfeindliche Zielrichtung des Beklagten zu 1) ist auch an dem widersprüchlichen Verhalten des Beklagten zu 1) erkennbar. Einerseits setzt er den FSC und seine Zeichen öffentlich nach Kräften herab, andererseits meldet er selbst die Zeichen als Marken in Serbien und der Ukraine an und benutzt dieser Zeichen, wie in dieser Klage ausgeführt, dann selbst im geschäftlichen Verkehr in Deutschland. Die Öffentlichkeitsarbeit scheint nur vorgeschoben zu sein, um sich den Aufmerksamkeitswert der FSC-Zeichen vermeintlich zu eigen machen zu können und so den Verkehr auf sein eigenes Produkt aufmerksam zu machen.

c) Der fehlbezeichnete Link von der Seite der Beklagten zu 2) zur Seite des Beklagten zu 1) (Antrag zu I.2.b))

Der Link

Informationen über das
System FSC finden sie hier. [FSC-watch.com](https://www.fsc-watch.com)

der auf die Webseite des Beklagten zu 1) führt, stellt eine irreführende geschäftliche Handlung im Sinne des § 5 Abs. 1, 2 Nr. 3 UWG dar. Denn der durchschnittliche Verbraucher erwartet, unter dem Link auf eine Seite einer Vereinigung mit dem Namen FSC-watch oder dergleichen zu gelangen, wo er Informationen über den FSC finden kann, gerade auch, da es die benannte Internetseite auch tatsächlich gibt. Stattdessen gelangen die Verbraucher aber auf die Seite des Beklagten zu 1), wo sie mit geschäftlicher Werbung und Angeboten konfrontiert werden.

Aus den genannten Gründen liegt hilfsweise auch eine Irreführung durch Unterlassen vor, § 5a Abs. 4 UWG, da der kommerzielle Zweck des Links nichts kenntlich gemacht ist.



d) Annexansprüche

Die Annexansprüche ergeben sich aus § 242 BGB (Auskunft, Antrag zu Ziffer II.2.) sowie aus § 9 Abs. 1 UWG (Schadensersatz, Antrag zu Ziffer III.).

Die Zustellung an die Beklagte zu 2) erfolgt gemäß § 170 Abs. 1, 2 ZPO an ihren Geschäftsführer („Direktor“), den Beklagten zu 1). Die Zustellung kann damit in Deutschland unter seiner angegebenen Adresse erfolgen, § 177 ZPO.

