Rainer Munderloh
Rechtsanwalt
Urheberrecht
Handels- und Wirtschaftsrecht
Öffentliches und privates Baurecht

RA. Rainer Munderloh - Donnerschweer Str. 210 - 26123 Oldenburg

per beA
Landgericht Hamburg
Sievekingplatz 1
20355 Hamburg

Stadtteilzentrum Donnerschwee
Donnerschweer Straße 210
26123 Oldenburg
Telefon (0441) 57007-0
Telefax (0441) 57007-22
E-Mail: ra@kanzlei-munderloh.de

Geschäftskonto: Landessparkasse zu Oldenburg
IBAN: DE88 2805 0100 0001 1720 71
BIC: SLZODE22XXX

Fremdgeldkonto: Landessparkasse zu Oldenburg
IBAN: DE06 2805 0100 0000 2659 18
BIC: SLZODE22XXX

Steuer-Nr.:64/130/16047

(Bitte bei Antwort und Zahlung angeben)
Eurobinia ./ FSC (Klage)
189/24M01 ps D2/25446

Oldenburg, den 27.01.2025

- 312 O 367/24 -

Klageerwiderung

In dem Rechtsstreit

FSC Global
Development GmbH

./.

Harms, G. u.a.

RA Munderloh

beantrage ich namens und kraft Vollmacht der Beklagten,

die Klage abzuweisen.

Begründung:

Die Klage ist zum Teil unzulässig, im Übrigen in der Sache unbegründet.

I. Sachverhalt:

1.

Bezweifelt wird bereits der Vortrag, wonach eine FSC Gruppe ein weltweit bekanntes Zertifizierungssystem betreibt, mit dem hauptsächlich Produktionsstandards von Holz- und Holzprodukten gekennzeichnet werden. Nach den Informationen des Beklagten zu 1.) betreibt die Klägerin ein Zertifizierungssystem, mit dem keineswegs Produktionsstandards von Holz- und Holzprodukten gekennzeichnet werden, sondern Waldmanagementsysteme sowie die Herkunft verwendeter Hölzer aus zertifizierten Wäldern.

2.

Nicht zu bestreiten ist, dass die Firma FSC International Center gGmbH Inhaberin der Unionswortmarken Nr. 2974897 "FSC" ist. Zweifel gibt es allerdings hinsichtlich der Inhaberschaft der Unionswortbildmarke Nr. 2974905. Insoweit ist auf das als Anlage K20 vorgelegte Urteil des Landgerichts Braunschweig vom 24.09.2010 zu verweisen, mit dem im Tatbestand festgestellt wird, dass die dortige Klägerin, Forest Stewardship Council A.C. aus Mexiko, Inhaberin der europäischen Wortbildmarke 002974905 ist.

Hinsichtlich der Unionsgewährleistungsmarke "FSC" können sich die Beklagten hinsichtlich des behaupteten Anmeldeverfahrens nur mit Nichtwissen erklären. Auffällig ist, dass hinsichtlich der Unionsgewährleistungsmarke Anlage K5 die Klassen 35 und 42 nicht erfasst sind.

3.

Ungeachtet dessen stützt die Klägerin ihre Aktivlegitimation auf eine als Anlage K6 vorgelegte Lizenzbestätigung der FSC International. Die Richtigkeit der vorgelegten Lizenzbestätigung wird ausdrücklich bestritten. Die vorgelegte Lizenzbestätigung zur Anlage K6 lässt schon nicht die Vertretungsverhältnisse der beiden beteiligten Unternehmungen erkennen,

weshalb ebenso wenig erkennbar ist, ob und inwieweit diese Bestätigung durch eine vertretungsberechtigte Person der Firma FSC International Center gGmbH gegengezeichnet wurde. Auch lässt sich die Identität dieser Personen jedenfalls anhand der handschriftlich gefertigten Unterschrift nicht feststellen. Die Echtheit und Wirksamkeit der Lizenzbestätigung ist nach alledem vorläufig zu bestreiten.

Damit wird zugleich bestritten, dass die Klägerin ermächtigt sei, sämtliche Markenrechte der FSC International selbst und im eigenen Namen geltend zu machen.

Ungeachtet dessen ist die Bestätigung zur Anlage K6 ausdrücklich beschränkt auf Markenrechte und erfasst deshalb weder Ansprüche nach dem UWG noch dem UrhG.

4.

Mit Nichtwissen bestreiten die Beklagten, dass das näher bezeichnete Logo mit einem animierten Laubbaum und angedeutetem Haken sowie den Buchstaben FSC von einem Herrn Tristram John Branscombe-Kent entworfen worden wäre und urheberrechtlichen Schutz genieße. Ebenso wird bestritten, dass ausschließliche Nutzungsrechte dem FSC (wem?) übertragen oder eingeräumt worden wären. Soweit sich die Klägerin auf die Vereinbarung nach Anlage K7 und K8 bezieht, ist zunächst zu rügen, dass es sich um Schriftstücke in Englisch verfasster Sprache handelt, die bestenfalls als Augenscheinsobjekte, jedoch nicht als Beweismittel geeignet sind. Darüber hinaus wird die Echtheit des Originals der vorgelegten Urkundskopie, insbesondere die Anlage K7 bestritten. Soweit ersichtlich ist als "assignee" ein Verein mit der Bezeichnung Forest Stewardship Council A.C. aus Mexiko benannt. Die Vertretungsverhältnisse sind nicht erkennbar. Nicht nachvollziehbar ist, wer für diesen Verein gezeichnet haben soll und ob entsprechende Vertretungsberechtigung gegeben ist. Mit Nichtwissen wird bestritten, dass die Personen Tristram Kent und Tristram John Branscombe-Kent identisch wären. Die einseitig vorgenommene Erklärung vom 19.08.2016 erfolgte

erkennbar nach dem durch Sterbeurkunde vom 30.09.2003 belegten Tod des angeblichen Urhebers und ist somit für sich genommen bereits nicht geeignet, Vereinbarungen zwischen den Beteiligten zu dokumentieren oder zu belegen. Dies wäre allenfalls im Rahmen einer Vereinbarung mit den Erben des angeblichen Urhebers denkbar.

Die Anlage K7 lässt darüber hinaus nicht sicher erkennen, dass die Anlage mit der Darstellung eines Logos tatsächlich Bestandteil der Übertragungsvereinbarung geworden ist. Zudem ist in der Anlage zur Anlage K7 als Urheber angegeben "Tristram Kent Associates", was auf eine juristische Person hindeutet. Ungeachtet dessen wird bestritten, dass das betreffende Logo von einem Tristram Kent oder einer juristischen Person herrührt. Zudem ist auch die für ein Urheberrecht erforderliche Schöpfungshöhe zu bestreiten, worauf nachfolgend noch näher einzugehen sein wird.

Hervorzuheben ist, dass Anlage K7 i.V.m. der Anlage K8 nicht geeignet sind, die Aktivlegitimation der Klägerin für die Geltendmachung von urheberrechtlich geschützten Rechtspositionen zu belegen, zumal dort nur FSC A.C. benannt ist und nicht die Klägerin.

5.

Bestritten wird, dass das von der Klägerin bzw. der "FSC Gruppe" betriebene Zertifizierungssystem in Deutschland überragend bekannt sei. Das Gegenteil dürfte der Fall sein.

Mit Nichtwissen wird bestritten, dass es derzeit über 4000 Produktions- und Vertriebsketten für mindestens ein Produkt oder teilweise mehrere gibt, die kontrolliert und zertifiziert werden. Mit Nichtwissen wird bestritten, dass es 254 zertifizierte Waldflächen und über dreihundert werbliche Lizenzverträge gebe. Ebenso wird bestritten, dass Abertausende, im Ausland hergestellte und zertifizierte Produkte auf dem deutschen Markt vertrieben werden.

Unstreitig allerdings ist, dass die Klägerin selbst keine Waren anbietet sondern lediglich Dienstleistungen erbringt.

Bestritten wird, dass Umfang und Ausmaß der Zeichenbenutzung und der daraus resultierende Bekanntheit sich aus der Größe der zertifizierten Waldfläche ergeben. Mit Nichtwissen wird bestritten, dass 1,44 Millionen ha Waldfläche zertifiziert seien. Ebenso wird mit Nichtwissen bestritten, dass es weltweit 197 Millionen ha FSC zertifizierte Waldfläche gebe. Die Bezugnahme auf das Anlagenkonvolut K9 ist nicht geeignet, die Bekanntheit des Zeichens oder gar notorische Bekanntheit zu belegen. Gleiches gilt auch für die Anlagen K10 und K11. Bestritten wird insbesondere die Belastbarkeit einer im Juni 2023 veröffentlichten Studie des IPSOS Instituts. Anlage K12 stellt ein Konglomerat willkürlich zusammengestellter Abbildungen dar, die für sich genommen nicht geeignet sind, die vermeintliche Bekanntheit des FSC Logos zu belegen, zumal Anlage K12 erkennbar allenfalls einen Werbeprospekt darstellt keinesfalls eine angeblich wissenschaftlich fundierte Studie.

Mit Nichtwissen werden die für eine Studie angewendeten Qualitätsstandards bestritten, zumal ersichtlich wird, dass im Bereich Deutschland gerade einmal 800 Personen befragt worden sein sollen, was kaum als repräsentative Studie qualifiziert werden kann.

6.

Die Richtigkeit der behaupteten Verletzungshandlungen unter Berufung auf Anlagen K2, K7, K13, K15, K17 und K18 wird vorsorglich auch im Hinblick auf den angeblichen Zeitpunkt bestritten. Die Vorlage solcher Screenshots dürfte als Beweismittel als solches ungeeignet sein.

Unstreitig betätigt sich der Beklagte als Holzhändler sowohl im deutschen als auch im internationalen Handel. Die Beklagte zu 2.) hat ihren Sitz in Serbien, Bajina Bašta, und betreibt dort ein Sägewerk sowie den Export diverser Holzprodukte.

Schon jetzt wird darauf hingewiesen, dass die Beklagte zu 2.) über keinerlei Niederlassungen, insbesondere auch nicht in Deutschland verfügt, was für die internationale und örtliche Zuständigkeit des Landgerichts Hamburg von Bedeutung ist, deren Mangel ausdrücklich gerügt wird.

Bestritten wird, dass der Beklagte irreführende Werbung zugunsten seiner einzelkaufmännischen Tätigkeit betreibt. Soweit sich die Klägerin dazu auf die Website des Beklagten zu 1.) bezieht, mit dem für weitere Informationen auf "FSC-Watch.com" verwiesen wird, handelt es sich um eine Fehlverlinkung. Der Hinweis auf FSC-Watch.com als solcher ist jedoch zutreffend, denn auf diesem Portal finden sich die Informationen, auf die es dem Beklagten zu 1.) ankommt.

Zutreffend ist der Vortrag der Klägerin, dass der Beklagte auf der Webseite Eurobinia.de das FSC Logo mit durchgestrichenem Kreis im Sinne eines eingeschränkten Haltverbotes mit der Bemerkung "better without" abbildet. Dies war bereits Gegenstand des Rechtsstreits vor dem Landgericht Braunschweig (Urteil zur Anlage K20), worauf nachfolgend noch näher einzugehen sein wird.

Falsch allerdings ist die Interpretation der Klägerin, wonach die Bemerkung "better without" eine doppelte Funktion habe, wonach der Beklagte zu 1.) zum Ausdruck bringe, über keine FSC-Zertifizierung zu verfügen und seine Produkte deswegen besser seien. Es handelt sich erkennbar um eine bewusste Fehlinterpretation auf Seiten der Klägerin. Die Formulierung "better without" ist eindeutig und bezieht sich ausschließlich auf die Ablehnung der FSC-Zertifizierung.

Keinesfalls bewirbt der Beklagte damit eigene Produkte.

7.

Der Beklagte zu 1.) ist erklärter Gegner der FSC-Zertifizierung. Der Beklagte beruft sich dazu auf zahlreiche Missstände sowie eine

substantiierte Kritik am Zertifizierungssystem. Dies war bereits auch Gegenstand des Verfahrens vor dem Landgericht Braunschweig im Rahmen der Klage des Vereines Forest Stewardship Council A.C.. An der im dortigen Verfahren bereits geltend gemachten Kritik hat sich bis heute nichts geändert. Auf diesbezügliche Missstände und deren Dokumentation wird nachfolgend noch näher einzugehen sein.

Bemerkenswert ist allerdings die Tatsache, dass die Klägerin in Kenntnis aller Sachverhaltselemente seit nunmehr 14 Jahren das Verhalten des Beklagten zu 1.) toleriert hat, woraus der Beklagte zu 1.) schlussfolgern durfte, dass die im Jahre 2010 verkündete und in Rechtskraft erwachsene Entscheidung des Landgerichts Braunschweig (Anlage K20) hingenommen wird. Eine Abmahnung ist der jetzt erhobenen Klage nicht vorangegangen.

II.

Die Klage ist teilweise unzulässig und im Übrigen unbegründet. Zudem sind die Annexanträge zu Ziff. II zeitlich unbegrenzt gestellt. Insoweit wird bereits vorsorglich die Einrede der Verjährung erhoben soweit Ansprüche über die Verjährungsfrist hinaus geltend gemacht werden.

1. Vermeintliche markenrechtliche Ansprüche gegen den Beklagten zu 1.) wegen der Benutzung des Zeichens "Robina Development FSC D. o. o. Bajina Bašta (RDFSC)":

a)

Wegen der vermeintlichen Verletzungshandlungen wird auf den bisherigen Vortrag verwiesen, wonach die Verletzungshandlung durch bloße Bezugnahme auf einen vorgelegten Screenshot ohne nähere Angaben zum Zeitpunkt und den Begleitumständen der Aufnahme des Screenshots unzureichend ist.

b)

Die Klägerin beanstandet, dass der Beklagte zu 1.) die Wertschätzung der

Klagemarke in unlauterer Weise ausnutze, indem er behauptet, sein Holz von einem Unternehmen namens "Robina Development FSC D. o. o. Bajina Bašta (RDFSC) zu beziehen. Daraus ergeben sich jedoch entgegen der Auffassung der Klägerin keinerlei Ansprüche gegen den Beklagten zu 1).

Die Bekanntheit der Klagemarke ist bereits hinlänglich bestritten.

Im Übrigen liegt bereits keine Zeichenähnlichkeit vor. Es ist von einer Wahrnehmung des Kürzel FSC als untergeordneter verschwindender Teil des Zeichens "Robina Development FSC D. o. o. Bajina Bašta (RDFSC) durch den normalen Verkehrsteilnehmer auszugehen. Das Buchstabenkürzel ist, insbesondere aus Sicht des inländischen Verkehrsteilnehmers, der eine angeblich rein beschreibende -allerdings bestrittene- Wirkung der übrigen Begriffe nicht erkennen kann und nicht wahrnimmt, keineswegs prägend. Prägend ist vielmehr der Begriff Robinia, der -zumal keinerlei Bezug zu Holz bzw. Wood aus dem Namen zu erkennen ist- schwerlich als beschreibende Bezeichnung des Baumes Robinia verstanden wird, sondern in dieser Stellung vielmehr naheliegend als Name Robinia.

Das Kürzel FSC steht im Übrigen für die Bezeichnung "Fair Stewardship Commitment" und ist eine zulässige Abkürzung ohne prägende Unterscheidungskraft. Bestätigt wird dies darüber hinaus durch die Tatsache, dass bei Abfrage des Kürzel FSC über das gemeinsame Registerportal der Länder 79 Treffer zu finden sind, bei denen Vereine, juristische Personen oder sonstige Firmen sich selbst jeweils mit FSC und Namenszusätzen kennzeichnen.

Beweis: Im Bestreitensfall vorzulegender Auszug aus dem Registerportal der Länder mit Stand vom 05.12.2024.

Ungeachtet dessen hat sich die Beklagte zu 2.) -unstreitig- bereits im Jahr 2019 umfirmiert und bezeichnet sich seither wie im Passivrubrum der

Klageschrift zutreffend wiedergegeben.

Ferner ist nicht ersichtlich, in welchem Waren- bzw. Dienstleistungsbereich das Zeichen FSC verwendet worden sein soll. Tatsächlich liegt keine markenmäßige Verwendung vor. Eine markenmäßige Benutzung ist nicht anzunehmen. Die behauptete Nutzung erfolgte durch die Nennung des (seit Jahren nicht mehr zutreffenden) Namens eines anderen Unternehmens, das als Tochterunternehmen bezeichnet wird. Darin liegt keine markenmäßige Benutzung.

Eine markenmäßige Benutzung wäre dann anzunehmen, wenn hierdurch

- (1) eine Markenfunktion der FSC verletzt wäre,
- (2) die Benutzung des Zeichens Robinia Development FSC D.o.o. Bajina Bašta (RDFSC) zur Unterscheidung von Waren- und Dienstleistungen dienen würde und
- (3) es sich dabei um Waren und Dienstleistungen des Benutzers (Eurobinia) handeln würde.

Zu (1) wäre Voraussetzung, dass die konkrete Benutzungshandlung eine der Funktionen der Marke beeinträchtigen kann (BGH, Urteil vom 11.04.2019, AZ: I ZR 108/18-Damen Hose MO; EuGH, Urteil vom 08.07.2010, AZ: C-558/08).

Besonderes Augenmerk legen die Gerichte auf Beeinträchtigungen der Herkunftsfunktion, während Beeinträchtigungen der übrigen Markenfunktionen in den meisten Fällen nur Begleiterscheinungen darstellen.

Bei der Beurteilung, ob die Marke aus Sicht des angesprochenen Verkehrs zur Unterscheidung der Produktherkunft benutzt wird, ist unter Beachtung der Kennzeichnungsgewohnheiten des jeweiligen Warenaktors zu ermitteln, ob die Benutzung eine der Funktionen der Marke

beeinträchtigen kann (vgl. BGH, Urteil vom 11.04.2019, Az. I ZR 108/18). Maßgeblich ist auf die Kennzeichnungsgewohnheiten im maßgeblichen Warenaktor abzustellen, insbesondere auf die Art und Weise, in der Kennzeichnungsmittel bei den betreffenden Waren üblicherweise verwendet werden (BGH, Urteil vom 11.04.2019; BGH, Urteil vom 07.03.2019, Az. I ZR 195/17 - SAM; OLG Frankfurt, Beschluss vom 06.05.2021, Az. 6 W 34/21; LG Stuttgart, Urteil vom 06.07.2021, Az. 17 O 354/20).

Ausreichend für eine Beeinträchtigung der Herkunftsfunktion ist es, wenn wegen der Verwendung der Marke der Eindruck entstehen kann, es bestehe zwischen den betroffenen Waren/Dienstleistungen des Anspruchsinhabers und dem Markeninhaber eine Verbindung im (vgl. BGH, Urteil vom 23.09.2015, Az. I ZR 78/14- Sparkassen-Rot/Santander-Rot).

Dies kann vorliegend nicht angenommen werden, da ein Herkunftsbezug nicht erkennbar ist.

Die Werbefunktion der Marke meint die Möglichkeit, die Marke als Element der Verkaufsförderung oder Instrument der Handelsstrategie einzusetzen (EuGH, Urteil vom 23.03.2010, Az. C - 236/08- Google Adwords). Sie wird beeinträchtigt, wenn die Benutzung die Möglichkeiten des Markeninhabers stört, die Marke zur Verkaufsförderung oder Handelsstrategie einzusetzen (EuGH, Urteil vom 23.03.2010). Das ist vor allem bei Rufausbeutung der Fall, das heißt wenn ein Dritter durch die Benutzung versucht, sein Unternehmen bzw. seine Produkte in die „Sogwirkung“ einer bekannten Marke zu begeben, um von deren Ruf und Ansehen zu profitieren. In solchen Fällen bedeutet die Ausnutzung des guten Rufs durch den Dritten generell zugleich eine Schwächung der Kennzeichnungskraft der Marke (BGH, Urteil vom 14.04.2011, Az. I ZR 33/10- Große Inspektion für alle).

Davon kann vorliegend bereits wegen der untergeordneten Stellung des Buchstabenkürzels nicht ausgegangen werden.

Zu (2) Die Marke müsste gerade verwendet worden sein, um Waren bzw. Dienstleistungen voneinander zu unterscheiden. Während Waren als körperliche Gegenstände selbst oder auf ihrer Verpackung gekennzeichnet werden können, muss bei den nicht als solchen verkörperten Dienstleistungen die Marke auf andere Weise sichtbar gemacht werden (vgl. BGH, Urteil vom 18.10.2007, Az. I ZR 162/04-AKZENTA). Der Produktbezug kann problematisch sein, wenn die Marke sich nur auf Unternehmen bezieht und vom Anspruchsgegner nur zur Bezeichnung seines Unternehmens benutzt wird, nicht aber zur Kennzeichnung einer konkreten Ware oder Dienstleistung (sog. firmenmäßige Benutzung; vgl. BGH, Urteil vom 06.03.2013, Az. I ZR 106/11; BGH, Urteil vom 19.04.2012, Az. I ZR 86/10-Pelikan).

Diese Voraussetzung liegt ebenfalls nicht vor.

Zu (3) Die Benutzung der Marke müsste für Produkte des Anspruchsgegners erfolgen, das heißt des in Rede stehenden Verletzers. Die Verwendung für Produkte einer anderen Person genügt nur, wenn der Verletzer für die Rechnung dieser Person handelt (EuGH, Urteil vom 11.04.2019, Az. C - 690/17- ÖKO-Test Verlag/Dr. Liebe).

Mithin sind die Voraussetzungen einer markenmäßigen Benutzung nicht erfüllt.

Aus den gleichen Gründen sind die hilfsweise geltend gemachten Ansprüche aus dem Unternehmenskennzeichenrecht, Namensrecht und Gewährleistungsmarke ungeachtet der fehlenden Aktivlegitimation nicht gegeben.

2. Ansprüche aus Markenrecht gegen die Beklagte zu 2.) wegen Benutzung des Zeichens "FSC" (Logo FSC für Holz und/oder Management-Dienstleistungen und/oder Beratungsdienstleistungen:

Soweit die behauptete Verletzungshandlung auf die vorgelegten Screenshots gestützt wird, gelten die gleichen Einwendungen wie vorstehend zu Ziff. 1.

Die Klage ist bereits unzulässig. Gerügt wird die mangelnde internationale Zuständigkeit des Landgerichts Hamburg. Eine inländische Verletzungshandlung wegen Adressierung deutscher Verkehrskreise ist nicht anzunehmen. Die Sprache allein reicht dafür nicht aus. Zu beachten ist, dass die Seite unter einer serbischen Domain steht. Die Behauptung, es werde eine Verwechslungsgefahr mit Marken der Klägerin durch Beistellung von Text erzeugt, ist fernliegend.

Zudem benutzt die Beklagte zu 2.) mit Sitz in Serbien die Marke FSC in Serbien, die unstreitig auf die Beklagte zu 2.) registriert ist. Die Beklagte zu 2.) nutzt also nicht die Marke der Klägerin sondern ihre eigene Marke.

Ansprüche sind nach alledem nicht gegeben.

3. (Hilfsantrag) Anspruch gegen die Bekl. zu 2.) wegen „*vervielfältigen und/oder vervielfältigen lassen und/oder öffentlich zugänglich zu machen und/oder öffentlich zugänglich machen zu lassen*“ des Logos FSC in der Bundesrepublik Deutschland (UrhG)

a)

Die Aktivlegitimation der Klägerin zur Geltendmachung urheberrechtlich geschützter Nutzungsrechte wird bestritten. Dazu wird zunächst auf die eingangs gemachten Ausführungen zu Anlagen K6, K7 und K8 Bezug genommen. Die Klägerin stützt vermeintlich urheberrechtlich begründete Ansprüche auf die Anlage K7, die jedoch erkennbar Rechte zugunsten der

Klägerin nicht begründet, sondern allenfalls zugunsten des Forest Stewardship Council A.C..

b) Urheberrechtliche Schutzfähigkeit

Die Urheberrechtsfähigkeit des FSC-Logos ist nicht gegeben.

Urheberrechtlich wäre das Logo dem Bereich der angewandten Kunst zuzuordnen (§ 2 Abs. 1 Nr. 4 UrhG), da es sich um ein Grafikdesign handele, das zur Kennzeichnung und Bewerbung der klägerischen Dienstleistungen eingesetzt wird.

Nach der sog. Geburtstagszug-Entscheidung des BGH reicht es im Rahmen der sog. „kleinen Münze“ aus, dass ein Logodesign eine Gestaltungshöhe erreicht, die es nach Auffassung der für Kunst empfänglichen und mit Kunstanschauungen einigermaßen vertrauten Kreise rechtfertigt, von einer „künstlerischen“ Leistung zu sprechen: „Eine eigene geistige Schöpfung des Urhebers setzt voraus, dass ein Gestaltungsspielraum besteht und vom Urheber dafür genutzt wird, seinen schöpferischen Geist in origineller Weise zum Ausdruck zu bringen (...). Die ästhetische Wirkung der Gestaltung kann allerdings einen Urheberrechtsschutz nur begründen, wenn sie nicht dem Gebrauchszweck geschuldet ist, sondern auf einer künstlerischen Leistung beruht. Daher ist bei Werken der angewandten Kunst und namentlich bei der Gebrauchsgraphik eingehend zu überprüfen, was vom Gebrauchszweck vorgegeben ist und deshalb den Urheberrechtsschutz nicht begründen kann (vgl. Schulze in: Eichmann / Kur, Praxishandbuch Designrecht, 2. Aufl., Kapitel 4, Rn 34 zu § 4 Urheberrecht; Nordemann in: Fromm/Nordemann, UrhG, 12. Aufl., Rn 150 zu). Eine individuelle Schöpfung scheidet aus, wenn in dem Erzeugnis lediglich vorhandene Ausdrucksformen wiederholt werden, ohne dem Werk persönliche Züge zu geben. Formelemente, die auf bekannte Vorbilder zurückgehen, können demnach nur dann berücksichtigt werden, wenn gerade ihre Kombination eine für einen Kunstschutz ausreichende schöpferische Leistung darstellt (OLG Schleswig, Urteil vom 11.9.2014 - 6 U 74/10 - Geburtstagszug II, Rn

19 = GRuR-RR 2015,1). Hierfür ist die Beklagte darlegungs- und beweispflichtig, da sie sich des Schutzrechts berührt.“

Vorliegend stellt das Logo lediglich einen sehr leicht verfremdeten skizzierten Baum dar, illustriert also in üblicher und nahe liegender Weise genau das, mit dem sich der FSC beschäftigt. Diese Gebrauchsgrafik bildet also in üblicher Weise den Geschäftsgegenstand in beschreibender Weise ab. Der Inhalt leitet sich direkt und unmittelbar aus dem Gebrauchszweck ab.

Der links vorlaufende Haken rechtfertigt es ebenfalls - auch in Kombination mit dem skizzierten Baum - nicht, von einer „künstlerischen“ Leistung zu sprechen. Hier hat sich der Graphiker eines vorbekannten, in öffentlichen Zeichensammlungen frei verfügbaren und häufig verwendeten Symbols bedient, das im Verkehrsverständnis eine positive und bestätigende Wirkung hat.

Die Tätigkeit des Grafikers ging hier offenbar nicht über lediglich handwerkliche bzw. routinemäßige Leistungen hinaus; ein eigenschöpferischer „Überschuss“ ist nicht festzustellen. Es ist auch in keiner Weise dargelegt, welche schöpferischen bzw. über das rein handwerkliche hinausgehenden Entwicklungsschritte für die Gestaltung des Logos vorgenommen wurden, insbesondere sind solche nicht ersichtlich, die sich nicht unmittelbar am Gebrauchszweck des Logos orientierten.

Insgesamt ist durch die hiesige graphische Gestaltung nicht der für ein Kunstwerk erforderliche Mindestgrad an ästhetischem Gehalt erreicht. Es ist ein Zeichen geschaffen worden, das seiner Zielrichtung entsprechend, unterscheidungskräftig i. S. von ist, aber einen den Gebrauchszweck überschießenden künstlerischen Anspruch vermissen lässt (vgl. dazu OLG

Köln GRuR 1986, 889, 890 - ARD-1; OLG Hamm, Urteil vom 24.08.2002, 4 U 51/04, Tz 22 - Web-Graphiken = ; OLG Hamburg zum 2004, 386 Handy Logos).

Im Ergebnis ist nicht von einem urheberrechtlichen Schutz des Logos auszugehen.

4. Lauterkeitsrechtliche Ansprüche aus den Klageanträgen I.1. b) und c) gegen den Beklagten zu 1.):

a.

Hier ist ausweislich des Wortlautes der Anlage K6 und der Beschränkung auf Markenrechte die Aktivlegitimation unbeschadet der übrigen Einwendungen nicht gegeben.

b.

Das FSC-Logo mit durchgestrichenem Kreis i.V.m. dem nebenstehenden Text "better without" war bereits Gegenstand des Klageverfahrens vor dem Landgericht Braunschweig zum Az. 9 O 319/10. Die von der Klägerin beanstandete Wort-Collage betrifft inhaltlich den gleichen Themenkomplex, wie das "Halteverbotszeichen". An den Beanstandungen, die der Beklagte zu 1.) gegenüber dem Zertifizierungssystem der Klägerin erhoben hat und erhebt, hat sich praktisch nichts geändert.

Das Landgericht Braunschweig hat den Kläger im Rechtsstreit gegen Forest Stewardship Council A.C. bestätigt und konnte eine unlautere Kennzeichennutzung nicht feststellen.

Dazu zitiere ich aus dem Urteil des Landgerichts Braunschweig vom 24.09.2010 wie folgt:

"Wettbewerbsrechtliche Ansprüche der Klägerin gegen den

Beklagten bestehen nicht.

1.

Die Klägerin kann die von ihr geltend gemachten Ansprüche nicht auf § 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG stützen.

Die Nutzung des mit einem Verbotsschild versehenen Zeichens der Klägerin sowohl im Flyer des Beklagten als auch auf seinen Internetseiten ist als vergleichende Werbung im Sinne des § 6 Abs. 1 UWG anzusehen. Gleiches gilt für die Abbildung des Bildbestandteils "Baum" mit Fragezeichen vor kahl gerodeten Waldflächen. Die Regelung des § 6 UWG dient der Umsetzung der Richtlinie 84/450/EWG über irreführende und vergleichende Werbung (ABl. Nr. L 250 v. 19.9.1984, S. 17), die durch die Richtlinie 2006/114/EG über irreführende und vergleichende Werbung (ABl. Nr. L 376 v. 27.12.2006, S. 21) kodifiziert worden ist, und ist daher in Übereinstimmung mit der Richtlinie und unter Berücksichtigung der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Gemeinschaft auszulegen.

Werbung im Sinne von § 6 Abs. 1 UWG ist jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, zu fördern (Art. 2 Nr. 1 der Richtlinie 84/450/EWG; Art. 2 lit. a der Richtlinie 2006/114/EG). Sämtliche angegriffene Nutzungsarten weisen darauf hin, dass es zur Förderung einer guten Forstwirtschaft eine bessere Alternative gibt als die von der Klägerin zertifizierten Holzprodukte zu kaufen. Die Bedeutung des weltweit bekannten Verbotsschildes erschließt sich augenblicklich. Der englische Text "BETTER WITHOUT" ist auf für die deutschen Verkehrskreise verständlich und unterstreicht den Aussagegehalt des Verbotzeichens. Der mit dem Fragezeichen versehene Bildbestandteil "Baum" der klägerischen Marke vor kahl gerodeten

Waldflächen drückt die Botschaft ebenfalls klar aus. Sämtliche Nutzungsweisen stehen in einem unmittelbaren Zusammenhang zu den Erklärungen, warum die Robinienprodukte zwar ohne FSC-Zertifikat, aber trotzdem mit gutem Gewissen angeboten werden. Sie zielen darauf ab, den Absatz des von dem Beklagten vertriebenen Holzes zu fördern und sind damit Werbung im Sinne dieser Bestimmung.

Vergleichende Werbung ist nach § 6 Abs. 1 UWG jede Werbung, die unmittelbar oder mittelbar einen Mitbewerber oder die von einem Mitbewerber angebotenen Waren oder Dienstleistungen erkennbar macht (Art. 2 Nr. 2a der Richtlinie 84/450/EWG; Art. 2 lit. c der Richtlinie 2006/114/EG). Der Begriff der vergleichenden Werbung ist in einem weiten Sinn zu verstehen, da er alle Arten der vergleichenden Werbung abdecken soll. Vergleichende Werbung liegt daher schon dann vor, wenn eine Äußerung - auch nur mittelbar - auf einen Mitbewerber oder die von ihm angebotenen Waren oder Dienstleistungen Bezug nimmt (st. Rspr.; vgl. BGH Urt. v. 01.10.2009 - I ZR 134/07 = GRUR 2010, 161-166 - Gib mal Zeitung).

Der Beklagte benutzt in seinem Flyer und auf seinen Internetseiten ein Zeichen, das die Marke der Klägerin in einem roten Kreis mit diagonal von unten links nach oben rechts den Kreis durchschneidenden Strich ähnlich eines eingeschränkten Halteverbotsschildes entspricht. Im Flyer erwähnt er auch die Marke der Klägerin, die als FSC-Zertifikat vergeben wird, ausdrücklich. Auf der Seite www.fragen-an-den-fsc.de gibt er den Bildbestandteil "Baum" der klägerischen Marke wieder und nennt in unmittelbarem Zusammenhang den Namen "FSC". Damit nimmt er mittelbar auf alle Mitbewerber Bezug, die FSC-zertifiziertes Holz anbieten.

Die vergleichende Werbung ist - entgegen der Ansicht der Klägerin - nicht nach § 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG unlauter. Wer vergleichend wirbt, handelt nach dieser Bestimmung unlauter, wenn der Vergleich die

Waren, Dienstleistungen, Tätigkeiten oder persönlichen oder geschäftlichen Verhältnisse eines Mitbewerbers herabsetzt oder verunglimpft (Art. 3a Abs. 1 lit. e der Richtlinie 84/450/EWG; Art. 4 lit. d der Richtlinie 2006/114/EG).

Ein Vergleich im Sinne dieser Regelung liegt vor, wenn der Werbende einen für den Verkehr erkennbaren Bezug zwischen (mindestens) zwei Wettbewerbern, zwischen deren Waren oder Dienstleistungen bzw. ihren Tätigkeiten oder sonstigen Verhältnissen herstellt (vgl. BGH Urt. v. 01.10.2009 - I ZR 134/07 = GRUR 2010, 161-166 - Gib mal Zeitung). Die Nutzung des Zeichens der Klägerin vermittelt den angesprochenen Verkehrskreisen den Eindruck, das die als Zertifikat verliehene Marke der Klägerin gerade kein Garant für ökologische und sozialverantwortliche Waldwirtschaft ist, während die Robinienprodukte des Beklagten für eine ökologische verantwortungsvolle Waldnutzung stehe. Dies wird nicht nur durch die Gestaltung als Verbotsschild und den ausdrücklichen Zusatz "BETTER WITHOUT" deutlich. Besonders ausdrucksstark ist auch die Platzierung des Bildbestandteils "Baum" nebst Fragezeichen vor kahl gerodeten Waldflächen. Im eigentlichen Sinne des Wortes wird hier die Zertifizierungspraxis der Klägerin in Frage gestellt.

Dieser Vergleich setzt die FSC-zertifizierten Unternehmen und die Klägerin nicht im Sinne von § 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG in unlauterer Weise herab.

Eine Herabsetzung im Sinne von § 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG setzt mehr voraus als die einem kritischen Werbevergleich immanente Gegenüberstellung der Vorteile und Nachteile der verglichenen Produkte. Maßgeblich ist, ob die angegriffene Werbeaussage sich noch in den Grenzen einer sachlichen Erörterung hält oder bereits eine pauschale Abwertung der fremden Erzeugnisse darstellt. Herabsetzend im Sinne von § 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG ist ein Vergleich

daher nur, wenn zu den mit jedem Werbevergleich verbundenen (negativen) Wirkungen für die Konkurrenz besondere Umstände hinzutreten, die ihn als unangemessen abfällig, abwertend oder unsachlich erscheinen lassen (so wörtlich BGH Urt. v. 01.10.2009 - I ZR 134/07 = GRUR 2010, 161-166 - Gib mal Zeitung).

Für die Beurteilung der Zulässigkeit eines Werbevergleichs ist auf die mutmaßliche Wahrnehmung eines durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers abzustellen (BGH GRUR 2002, 982, 984 - DIE "STEINZEIT IST VORBEI !).

Dabei sind die angegriffenen Aussagen in ihrem Gesamtzusammenhang zu sehen und dürfen nicht isoliert betrachtet werden (BGH WRP 2008, 666, Tz. 18 - Saugeinlagen). Maßgebend ist, ob die Äußerung für den legitimen Zweck des Vergleichs (Unterrichtung der Verbraucher über die Vorteile des eigenen Angebots und damit Verbesserung der Markttransparenz) erforderlich oder doch nützlich ist oder ob auch eine weniger einschneidende Äußerung ausreichend gewesen wäre. Die Behauptung von unwahren abträglichen Tatsachen ist stets unlauter; die Behauptung von wahren Tatsachen, die für den Mitbewerber oder seine Wettbewerbschancen abträglich sind, ist dann unzulässig, wenn sie bei vollständiger Würdigung keine für die Nachfrageentscheidung des Verbrauchers nützlichen Information liefern und ihn damit unangemessen sachlich beeinflussen (Köhler in Hefermehl/Köhler/Bornkamp UWG 28. Auf. 2010, § 6 Rn.170, 171).

Dies ist hier nicht der Fall. Der Beklagte zeigt in seinem Flyer anhand von Beispielen auf, dass Unternehmen mit FSC-Zertifizierung nicht die von der Klägerin aufgestellten Voraussetzungen für eine ökologisch verantwortungsvolle Waldbewirtschaftung erfüllen. Die geschilderten Missbrauchsfälle sind von der Klägerin nicht in Abrede gestellt worden. Damit ist für

diesen Rechtsstreit davon auszugeben, dass das FSC-Zertifikat in der Tat kein Garant dafür ist, dass die damit versehenen Produkte aus nachhaltiger und legaler Waldbewirtschaftung herzurühren. Hierbei handelt es sich um ein für den umweltbewussten Käufer sachliches Kriterium zur Holz Auswahl, Das Durchstreichen der als Zertifikat genutzten Marke der Klägerin dient der Information des Verbrauchers, der eher die Marke der Klägerin vor dem inneren Auge hat als den Wortbestandteil allein. Bereits die Hinzufügung des Verbotzeichens stellt eine inhaltliche Auseinandersetzung mit dem Zertifizierungssystem der Klägerin dar. Dies gilt erst recht für die drastische Platzierung des Bildbestandteils "Baum" nebst Fragezeichen vor kahl gerodeten Waldflächen. Darin kann - auch unter Berücksichtigung des Umstands, dass der Flyer der Beklagten eine vom Grundrecht der Meinungsfreiheit nach Art. 5 Abs. 1 Satz 1 GG, Art. 10 Abs. 1 Satz 1 EMRK geschützte Meinungsäußerung enthält - keine unlautere Herabsetzung der Klägerin im Sinne vom § 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG gesehen werden.

2.

Die geltend gemachten Ansprüche stehen der Klägerin auch nicht aus § 6 Abs 2 Nr. 3 UWG zu. Hiernach ist ein Vergleich unlauter, wenn er im geschäftlichen Verkehr zur Gefahr von Verwechslungen zwischen dem Werbenden und einem Mitbewerber oder zwischen den von diesen angebotenen Waren oder Dienstleistungen oder den von ihnen verwendeten Kennzeichen führt.

Der wettbewerbsrechtliche Begriff der Verwechslungsgefahr entspricht dem markenrechtlichen (EuGH GRUR 2008, 698 Tz 59 - 02 und 02(UK) / H3G). Die Hauptfunktion der Marke besteht darin, dem Verkehr die Ursprungsidentität der durch die Marke gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu garantieren, indem sie ihm ermöglicht, diese Waren oder Dienstleistungen ohne Verwechslungsgefahr von Waren oder Dienstleistungen anderer Herkunft zu unterscheiden. Die dem Markeninhaber zustehenden

Rechte sollen sicherstellen, dass die Marke ihre Funktion erfüllen kann. Sie sind daher auf diejenigen Fälle beschränkt, in denen die Benutzung des Zeichens durch einen Dritten die Funktion der Marke und insbesondere deren Hauptfunktion, d.h. die Gewährleistung der Herkunft der Ware gegenüber dem Verbraucher, beeinträchtigt oder immerhin beeinträchtigen könnte (vgl. BGH WRP 2002,987 - Festspielhaus; BGH WRP 2002, 985 - Frühstücksdrink II; BGH GRUR 2005, 1045 - Dentale Abformasse).

Eine Verwechslungsgefahr im Sinne des § 6 Nr. 3 UWG liegt demnach dann vor, wenn die angesprochenen Verkehrskreise sich in Bezug auf die Herkunft der Waren täuschen könnten, wenn also die angesprochenen Verkehrskreise glauben könnten, dass die in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen aus demselben Unternehmen oder ggf. aus wirtschaftlich verbundenen Unternehmen stammen (ständige Rechtsprechung seit EuGH GRUR 1998, 922, Tz. 29 - Canon, Ingerl/Rohnke Markenrecht 3. Aufl. § 14 Rn. 369). Das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller relevanten Umstände des konkreten Einzelfalls zu beurteilen (st. Rspr., BGH GRUR 2009, 484 (486)-Metrobus m.w.Nachw.).

Durch das Einfügen der Marke der Klägerin in ein international bekanntes Verbotssymbol macht der Beklagte gerade deutlich, dass er kein von der Klägerin zertifiziertes Unternehmen ist und seine Produkte nicht aus FSC-zertifizierten Unternehmen stammen. Er drückt prägnant und anschaulich aus, dass seine Robinienprodukte eine andere Herkunft haben. Dies wird durch den Zusatz "BETTER WITHOUT" noch verdeutlicht, Auch das Fragezeichen drückt eine kritische, ablehnende Haltung aus.

3.

Die vergleichende Werbung der Beklagten verstößt auch nicht gegen § 6 Abs. 2 Nr. 4 UWG. Wer vergleichend wirbt, handelt nach

dieser Bestimmung unlauter, wenn der Vergleich den Ruf des von einem Mitbewerber verwendeten Kennzeichens in unlauterer Weise ausnutzt oder beeinträchtigt.

Der Hinweis auf die Marke der in den Vergleich einbezogenen Produkte ist für eine Unterscheidung der verglichenen Erzeugnisse und einem wirksamen Wettbewerb auf dem in Rede stehenden Markt erforderlich und begründet für sich genommen keine unlautere Ausnutzung oder Beeinträchtigung des guten Rufs der fremden Markenartikel (BGH GRUR 2010, 161-166 - Gib mal Zeitung). Vielmehr müssen über die bloße Nennung der Marke hinausreichende Umstände hinzutreten, um den Vorwurf wettbewerbswidriger Rufausnutzung oder Rufbeeinträchtigung zu begründen (BGHZ 158, 26, 32 - Genealogie der Düfte). Der Vorwurf einer wettbewerbswidrigen Rufausbeutung oder Rufbeeinträchtigung im Sinne des § 6 Abs. 2 Nr. 4 UWG ist jedoch stets begründet, wenn die Voraussetzungen einer markenrechtswidrigen Rufausbeutung oder Rufausnutzung im Sinne des §14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG vorliegen.

Der Ruf eines Kennzeichens wird in unlauterer Weise ausgenutzt, wenn dessen Verwendung im Rahmen einer vergleichenden Werbung bei den angesprochenen Verkehrskreisen eine Assoziation zwischen dem Werbenden und dem Mitbewerber in der Weise hervorruft, dass diese den Ruf der Erzeugnisse des Mitbewerbers auf die Erzeugnisse des Werbenden übertragen (BGHZ 158, 26, 32 - Genealogie der Düfte).

Die von dem Beklagten verwendeten Zeichen grenzen die Herkunft der miteinander verglichenen Produkte ab. Zudem stellt er die Zertifizierungspraxis der Klägerin und die Holzprodukte der von ihr lizenzierten Unternehmen nicht positiv dar. Die Zeichen übertragen daher nicht den guten Ruf der Marke „FSC“ auf die Produkte des Beklagten.

Die Nutzungen beeinträchtigen auch nicht in unzulässiger Weise den Ruf der Marke „FSC“. Sie setzen - wie unter I 1 ausgeführt - die von der Klägerin vergebene FSC-Zertifikat nicht herab. Aus den gleichen Gründen liegt auch keine Beeinträchtigung des Rufs der Marke „FSC“ vor.

3.

Der Klägerin stehen die geltend gemachten Ansprüche auch nicht aus § 4 Nr. 1, Nr. 8 oder Nr. 10 UWG zu.

Hiernach handelt unlauter, wer die Entscheidungsfreiheit der Verbraucher oder sonstiger Marktteilnehmer unter anderem durch sonstigen unangemessenen unsachlichen Einfluss beeinträchtigt, nicht erweislich wahre, negative Tatsachen über die Produkte oder das Unternehmen eines Mitbewerbers verbreitet (Anschwärzung) oder Mitbewerber gezielt behindert.

Sämtliche Voraussetzungen liegen nicht vor. Die Nutzung des Zeichens in der von dem Beklagten verwendeten Art dient gerade dazu, den Verbraucher durch sachlich gehaltene Informationen in die Lage zu versetzen, eine freie und informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen. Sämtliche Informationen sind wahr. Das übliche, lautere Maß an Erzielung eines eigenen Wettbewerbsvorteils wird nicht überschritten.

II.

Markenrechtliche Ansprüche der Klägerin gegen den Beklagten bestehen nicht.

Die Klägerin kann die von ihr geltend gemachten Ansprüche auch nicht auf § 14 Abs. 2 Nr. 2 und 3 MarkenG stützen. Nach diesen Bestimmungen ist es Dritten zwar unter näher bezeichneten Voraussetzungen untersagt, ohne Zustimmung des Inhabers der

Marke im geschäftlichen Verkehr ein mit dieser Marke identisches oder dieser Marke ähnliches Zeichen zu benutzen. Der Inhaber einer eingetragenen Marke ist jedoch nicht berechtigt, einem Dritten die Benutzung eines mit seiner Marke identischen oder ihr ähnlichen Zeichens in einer vergleichenden Werbung zu verbieten, die - wie dies hier der Fall ist - gegen keinen der in § 6 Abs. 2 UWG genannten Verbotstatbestände verstößt (so wörtlich: BGH, Urteil vom 01.1.2009 -1 ZR 134/07, GRUR 2010, 161 - Gib mal Zeitung unter Bezugnahme auf EuGH GRUR 2008, 698 Tz. 45 und 51 - 02 Hol-dings/Hutchinson; GRUR 2009, 756 Tz. 54 - L'Oreal/Bellure; vgl. auch BGHZ 158, 26, 37 - Genealogie der Düfte).

Hier fehlt es per se an dem Vorliegen einer Verwechslungsgefahr auch im markenrechtlichen Sinne. Der markenrechtliche und wettbewerbsrechtliche Begriff der Verwechslungsgefahr sind einheitlich auszulegen. Der EuGH hat in seiner Entscheidung vom 12.06.2008, Az.: C-533/06 - 02 und 02(UK) / H3G (GRUR 2008, 698, Tz 45 und 51) Art. 5 I und II der Richtlinie 89/104 und Art. 3a I der Richtlinie 84/450 dahin ausgelegt, dass der Inhaber einer eingetragenen Marke nicht berechtigt ist, einem Dritten die Benutzung eines mit seiner Marke identischen oder ihr ähnlichen Zeichens in einer vergleichenden Werbung zu verbieten, die alle in Art. 3a der Richtlinie 84/450 genannten Zulässigkeitsbedingungen erfüllt. Gleichzeitig ist es ausgeschlossen, dass wenn die in Art. 5 I lit. b der Richtlinie 89/104 verlangten Voraussetzungen für das Verbot der Benutzung eines mit einer eingetragenen Marke identischen oder ihr ähnlichen Zeichens vorliegen, die vergleichende Werbung, in der das Zeichen benutzt wird, die in Art. 3a I lit. d der Richtlinie 84/450 in der durch die Richtlinie 97/55/EG geänderten Fassung genannte Zulässigkeitsbedingung erfüllt."

b.

Die Beklagten machen sich die vorstehende Begründung aus dem Urteil des Landgerichts Braunschweig vollumfänglich zu Eigen und zum

Gegenstand ihres Vorbringens, denn die Beanstandungen am Geschäftsmodell der Klägerin bzw. der FSC Gruppe haben nach wie vor Gültigkeit.

So gibt es zahlreiche Studien zu erheblichen Missständen in zertifizierten Wäldern am Beispiel der Ukraine, Serbien, Russland, Rumänien, Kanada, Brasilien, Indonesien und Peru. Dazu stützt sich der Beklagte zu 1.) auf diverse Studien, die zusammenfassend dargestellt sind in der als

Anlagenkonvolut B1

beigefügten Zusammenstellung, der entnommen werden kann, dass Kahlschlag, Korruption bis hin zu Kapitalverbrechen in FSC zertifizierten Waldgebieten stattfinden.

Beweis: 1. Wie vor
2. Im Bestreitensfall vorzulegende Einzelstudien und Berichte.

Bereits im Verfahren vor dem Landgericht Braunschweig hat der Beklagte zu 1.) zum Zertifizierungssystem des FSC unter anderem folgende Praxis der Zertifizierung und damit einhergehende Irreführung der Verbraucher vorgetragen, an der sich bis heute praktisch nichts geändert hat:

Unter Verwendung der hier streitigen Wort- und Bildmarke werden von FSC zertifizierte Produkte gekennzeichnet. Bei Einführung des FSC-Labels war die Basis der Produktzertifizierung 100 % Anteil. Das bedeutete, dass die so gekennzeichneten Produkte zu 100% aus FSC zertifiziertem Material gefertigt sein mussten. Schon bald aber begann der FSC sich von diesem hohem Standard, nämlich nur solche Produkte zu kennzeichnen, die zu 100 % aus FSC

zertifizierten Material gefertigt waren, zu distanzieren und begann unterhalb dieses Standards in verschiedene Kategorien diversifizierte Produktkennzeichnungen einzuführen. Es existieren mittlerweile 3 Hauptkategorien des FSC-Labels mit insgesamt 5 Variationen. Diese Kategorien sind FSC-PURE mit 100%ig zertifiziertem Material, "FSC-recycled" und "FSC-mix".

Die Praxis der Produktkennzeichnung durchlief allerdings seit 1993 verschiedene Prozesse mit unterschiedlichen Systemen, bei denen zunächst mit reinen Prozentanteilen, im weiteren Verlauf mit einem Schwellenwertsystem gearbeitet wurde und schließlich seit dem Jahre 2008 ein Bilanzierungssystem für FSC-Produktgruppen Verwendung findet. Bei dem Bilanzierungssystem wird ein FSC-Mengenkonto im betreffenden Betrieb geführt, das den Ein- und Ausgang von FSC-zertifiziertem Material in Produktgruppen dokumentiert und dadurch festlegt, wie viel mit dem Logo gekennzeichnet werden darf. Der fortlaufende Mittelwert eines festgelegten Zeitraums soll dabei mindestens 10 % betragen. Dabei darf das FSC-Label für die betreffende Produktgruppe nur zur Kennzeichnung verwendet werden, solange das Mengenkonto für die jeweilige Produktgruppe gefüllt ist. Folge dieses Bilanzierungssystems ist, dass ein Produkt mit dem FSC-Label gekennzeichnet werden darf, das überhaupt keinerlei FSC-zertifiziertes Material enthalten muss, solange das betreffende Mengenkonto gefüllt ist und der berechnete Mittelwert aller in dem Zeitraum und für die Produktgruppe bearbeiteten Ware gerade einmal 10 % ausmacht.

Mit der Einführung dieser Produktkennzeichnungsmöglichkeiten unter den verschiedenen Labels hat sich der FSC im Ergebnis praktisch von den von ihm verfolgten Prinzipien verabschiedet. Tatsächlich werden mindestens 70 % der Produktkennzeichnungen aus den Kategorien FSC-recycled und FSC-mix verwendet. Nur unter diesen Labels ist es insbesondere den Großunternehmen der

Holzindustrie überhaupt möglich, trotz verschwindend geringer Anteile an FSC zertifiziertem Material in der Gesamtproduktion (im einstelligen Prozentbereich) Produkte mit dem FSC-Label zu kennzeichnen.

Hinzukommt, dass dieses System der Produktkennzeichnung völlig intransparent ist und zudem den Unternehmungen die Möglichkeit einräumt, trotz Verarbeitung aus illegaler Waldbewirtschaftung herrührenden Materials Produkte mit einem der FSC-mixed Label zu kennzeichnen.

Ergebnis dieses Systems der Produktkennzeichnung ist, dass der Verbraucher objektiv in die Irre geführt wird, dadurch das versucht wird den Eindruck zu erwecken, als handle es sich bei den entsprechend gekennzeichneten Produkten um solche mit besonderer Eigenschaft, jedenfalls um Produkte, die nicht aus illegaler oder nicht nachhaltiger Waldbewirtschaftung herrühren. Insbesondere kann der Verbraucher nicht mehr erkennen, woher bei den Mix-Labels nicht zertifizierte Materialanteile herrühren.

c.

Zudem hat der Beklagte sich gegenüber der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) zur Frage der Rückverfolgbarkeit von zertifizierten Holzprodukten zum Einschlagsort und zu Problemen der durch den FSC eingeschalteten Zertifizierungsstellen wie folgt eingelassen:

Im Rahmen der FSC COC (chain of custody) Zertifizierung gibt es unterschiedliche Qualitäten. So gibt es unter anderem die FSC-Zertifizierung unter dem Label "FSC 100%" und es gibt das Zertifikat unter dem Label "FSC Mix".

Idealerweise käme für die Einhaltung der Sorgfaltspflichten nach Art. 6, insbesondere Abs. 1b.) erster Spiegelstrich HolzschutzVO

nur und ausschließlich das FSC-Zertifikat unter dem COC Label "FSC 100%" in Betracht. Nur unter diesem Zertifikat ist nämlich davon auszugehen, dass ein so zertifizierter Marktteilnehmer ausschließlich FSC zertifiziertes Rundholz ("FSC FM" = Forest Management Zertifikat, die Basis aller weiteren Zertifikate) bezieht und verarbeitet.

Nach den Erkenntnissen des Beklagten sind jedoch von den Marktteilnehmern mit FSC COC Zertifikat nur ein Bruchteil (ca. 3 %) unter dem Label FSC 100% zertifiziert. Selbst dieses Zertifikat ist - worauf an dieser Stelle nicht weiter eingegangen werden soll- nicht geeignet, die Sorgfaltspflichtenanforderungen nach Art. 6 der Verordnung nachzuweisen.

Die weitaus überwältigende Mehrheit, nämlich ca. 97 % der zertifizierten Marktteilnehmer sind unter dem Label "FSC Mix" zertifiziert. Diesen zertifizierten Marktteilnehmern ist es gestattet, sowohl FSC zertifiziertes Holz als auch nicht zertifiziertes Holz zu verarbeiten. Schon damit ist jedoch der Sinn und Zweck eines Zertifikates obsolet, denn bereits nach der ersten, spätestens jedoch in der zweiten Verarbeitungs- bzw. Handelsstufe wird die Herkunft des verarbeiteten Holzes nicht mehr verfolgbar sein.

In der einstufigen Verarbeitungstiefe handelt es sich um Rundholz, bei dem der Stamm erhalten bleibt, der entsplintet zur Weiterverarbeitung ausgeliefert wird. Dabei bleiben die gesetzten Markierungen zum großen Teil erhalten, es sei denn es kommt zu Verschnitt.

In der mehrstufigen Verarbeitungstiefe handelt sich um einfaches Schnittholz, nämlich aus Stämmen gewonnene Bretter, unbesäumt, die anschließend zu Hobelware, besäumte und gehobelte Dachbretter, Seiten- und Brüstungsbretter sowie Fußbodenbretter und Keilzinkungen verarbeitet werden. Schon hier ist im

Produktionsablauf die erforderliche Markierung nicht zu erhalten, so dass eine Rückverfolgbarkeit zum Einschlagsort bzw. zum Holzursprung eines einzelnen Brettes und zur Lieferkette alles andere als gewährleistet ist.

Der Nachweis über die Einhaltung der Sorgfaltspflichten nach Art. 6 Abs. 1 der Verordnung kann nach alledem durch ein FSC Zertifikat nur dann und auch nur theoretisch gewährleistet sein, sofern die betreffende Lieferkette ausschließlich Holzprodukte verarbeitet, die unter dem FSC Label "FSC 100%" zertifiziert sind.

Selbst die unter dem FSC-Label "FSC 100%" zertifizierten Marktteilnehmer (darüber hinaus auch nur ein Bruchteil aller FSC zertifizierten Betriebe) erfüllen diese Voraussetzung nicht.

Damit ist zunächst einmal die Feststellung erlaubt, dass mit Art. 6 Abs. 1b.) der Verordnung die Einhaltung der den Marktteilnehmern obliegenden Sorgfaltspflichten durch ein bloßes FSC Zertifikat nicht gewährleistet ist, weshalb der Betroffene erklärtermaßen ein FSC-Zertifikat ablehnt.

...

Hinsichtlich der Mängel bzw. tatsächlichen Unmöglichkeit der Rückverfolgbarkeit von Holzprodukten zum Einschlagsort sieht sich der Betroffene darüber hinaus bestätigt durch eine Stellungnahme des Thünen-Instituts, Dr. Jörg Schweinle, vom 15.08.2022, mit der folgendes ausgeführt wird:

3.3.1 des gemeinsamen Erlasses zur Beschaffung von Holzprodukten:

Die grundsätzlichen Schwierigkeiten, das in Holzprodukten verwendete Holz bis an seinen Einschlagsort

zurückzuverfolgen, waren zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des gemeinsamen Erlasses (Beschaffungsrichtlinie des Bundes und der Länder vom 22.12.2010) bekannt. Seitdem ist noch kein praktikables Verfahren entwickelt und etabliert worden, dass in jedem Fall die eindeutige Rückverfolgung von Holz in Holzprodukten bis zum Einschlagsort ermöglicht. Die COC-Regeln von Zertifizierungsorganisationen sowie die Due Diligence Anforderungen der EUTR sind daher nach wie vor gängige Praxis, mit vertretbarem Aufwand ein Mindestmaß an Rückverfolgbarkeit zu gewährleisten. Im Vergleich zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des gemeinsamen Erlasses ist daher weder eine Verbesserung noch eine Verschlechterung eingetreten.

Beweis: Zeugnis des zu laden über das Thünen-Institut für Waldwirtschaft, Leuschnerstraße 91, 21031 Hamburg

Hierdurch sieht sich der Betroffene in seiner Auffassung bestätigt, dass auch unter den im Holzhandelssicherungsgesetz genannten Zertifikaten die Rückverfolgbarkeit der Holzprodukte nicht im Sinne des Gesetzes gewährleistet ist.

Der Verdacht einer sachlich nicht gerechtfertigten Privilegierung zertifizierter Holzprodukte wird zudem genährt aufgrund eines von der BLE anerkannten und durch GD Holz Service GmbH entwickelten due Diligence Systems.

Dabei handelt es sich um ein Prüfungssystem, das eine unglaubliche Privilegierung von FSC oder PEFC zertifizierten Produkten vorsieht.

Beweis: In Fotokopie anliegendes Formblatt III.1 V 2.5 GD Holz Service GmbH ,

Anlage B2

Anhand des Prüfungsschemas im Rahmen der Risikobewertung nach dem HolzSiG bzw. der EUTR wird ersichtlich, dass trotz schwerwiegendster Bedenken und dementsprechend auch summierter Punktwerte bis zum Zwischenwert C in der letzten Ebene für den Fall einer gültigen Zertifizierung ein Abzug vom Punktestand aus den Ebenen A, B und C von 10 Punkten vorgesehen ist.

Dies hat zur Folge, dass selbst in krassen Fällen und bei Erreichen der Höchstpunktzahl in den Ebenen A, B und C durch den Abzug von 10 Punkten für eine Zertifizierung nur noch das Ergebnis eines vernachlässigbaren Risikos erzielt wird.

Beweis: wie vor

Das vorgenannte Risikobewertungssystem privilegiert somit FSC zertifizierte Holzprodukte und deren Importeure in einer nicht zu rechtfertigenden Weise. Demgegenüber werden an den Beklagten Anforderungen im Rahmen der Risikobewertung gestellt, die aus technischen Gründen weder vom Betroffenen noch von FSC zertifizierten Unternehmen erfüllt werden können, was nicht zuletzt auch vom Thünen-Institut für Waldwirtschaft eingeräumt wird.

...

Weiter ist zu beachten, dass im Rahmen der Zertifizierung nach FSC Standards mit unterschiedlichen Labels zertifiziert wird, die deutlich unterschiedliche Anforderungen stellen. Dabei geht es um das Label "FSC Mix", unter dem auch sogenanntes controlled wood geregelt wird und an die im Rahmen der Zertifizierung deutlich geringere Anforderungen gestellt werden im Verhältnis zu dem Zertifikat "FSC 100".

Nur am Rande sei erwähnt, dass die vom FSC im Rahmen der Zertifizierung eingesetzten Organisationen nicht den Anforderungen nach dem Akkreditierungsgesetz auf der Grundlage der Verordnung Nr. 765/2008 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 09.07.2008 entspricht. Danach dürfen jedenfalls für den hier interessierenden Teil Forest Management nur solche durch die Deutsche Akkreditierungsstellen gGmbH akkreditierte Unternehmen zur Konformitätsbewertung und Überwachung eingesetzt werden. Dies wird vom FSC jedoch ausdrücklich abgelehnt.

Nach Erkenntnissen des Betroffenen ist deswegen auch ein Vertragsverletzungsverfahren gegen die Bundesrepublik Deutschland anhängig.

Der Beklagte zieht daraus den Schluss, dass jedenfalls nach jetzigem Stand der Dinge mangels ausreichender Akkreditierung der Auditoren die vom FSC eingesetzt werden, FSC Zertifikate keine Gültigkeit haben dürften.

...

Zusammenfassend ist dazu festzuhalten, dass der Beklagte zu 1.) sich weder das FSC Zeichen zu Eigen macht, um damit eigene Produkte zu bewerben noch sonst der Unlauterkeitsvorwurf gerechtfertigt ist, angesichts der sachlich fundierten Kritik am Geschäftsmodell der FSC Gruppe.

5. Fehlbezeichneter Link von der Seite der Beklagten zu 2.) (Antrag zu I.2. B):

Auch hier werden zunächst Einwendungen gegen die behauptete Verletzungshandlung auf Grundlage von Screenshots erhoben.

Im Übrigen ist dazu wie folgt vorzutragen:

a.) UWG

Das UWG ist auf die Bekl. zu 2.) nicht anwendbar.

Ein Wettbewerbsverhältnis liegt nicht vor. Die Bekl. 2 ist ausschließlich auf dem serbischen Markt tätig.

b.) Irreführung

Eine Irreführung durch die Textzeile „Informationen über das System FSC finden sie hier. FSC-watch.com.“ kann nicht festgestellt werden. Die Aussage besagt nicht mehr und nicht weniger, als dass auf der Seite FSC-watch.com Informationen über das System FSC zu finden sind (was unstreitig zutrifft).

Der einzige möglicherweise - allerdings bestrittene - unzutreffende Umstand könnte darin gesehen werden, dass die Verlinkung unzutreffend geschaltet gewesen sein soll. Dies allerdings ist kein Umstand, der unter jedweden Aspekten geeignet sein könnte, Verbraucher dazu zu veranlassen, Waren der Bekl. 2 zu erwerben oder in jedweder Weise den Wettbewerb zu beeinflussen.

Die Klägerin geht offenbar selbst nicht von einem zielgerichteten Vorgehen und einer geschäftlichen Handlung der Bekl. Ziff. 2 aus (Klageschrift S. 25 „c) Der fehlbezeichnete Link von der Seite der Beklagten zu 2 zur Seite des Beklagten zu 1.“ Vor diesem Hintergrund ist die Unterstellung eines angeblichen „kommerziellen Zwecks“ der Verlinkung nicht nachvollziehbar.

Es handelte sich ggf. um einen leicht und sofort ersichtlichen redaktionellen Fehler ohne wettbewerbsrechtliche Relevanz (ähnlich

einem Rechtschreibfehler). Ersichtlich wäre die - allerdings bestrittene - Fehlverlinkung auch ohne Sinn, was zwingend die Unterstellung eines zielgerichteten Vorgehens ausschließt.

6. Annex Ansprüche:

Den geltend gemachten Annexansprüche sind zeitlich unbegrenzt gestellt. Hier wird nochmals die Einrede der Verjährung erhoben.

Ungeachtet dessen sind Annexansprüche bereits dem Grunde nach nicht gegeben. Die geltend gemachten Auskunftsansprüche sind darüber hinaus zu weitgehend.

Weiterer Vortrag dazu bleibt vorbehalten.

Munderloh
Rechtsanwalt