

I-20 U 38/25
12 O 280/23
LG Düsseldorf



OBERLANDESGERICHT DÜSSELDORF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

In dem Rechtsstreit

des Bundesverbandes der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., vertreten durch die Vorständin , Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin,

Klägers und Berufungsklägers,

- Prozessbevollmächtigte:

I-

g e g e n

die Eurowings GmbH, vertreten durch die Geschäftsführer (Vorsitzender),
und , Terminal-Ring 1, Zentralgebäude Ost, Flughafen Düsseldorf, 40474 Düsseldorf,

Beklagte und Berufungsbeklagte,

- Prozessbevollmächtigte:

hat der 20. Zivilsenat des Oberlandesgerichts Düsseldorf
auf die mündliche Verhandlung vom 04.11.2025
durch den Vorsitzenden Richter am Oberlandesgericht ,
den Richter am Oberlandesgericht
und die Richterin am Oberlandesgericht

für **R e c h t** erkannt:

Auf die Berufung des Klägers wird das am 12.03.2025 verkündete Urteil der 12. Zivilkammer des Landgerichts Düsseldorf – Az.: 12 O 280/23 – unter Zurückweisung des weitergehenden Rechtsmittels teilweise abgeändert und wird die Beklagte verurteilt

1. es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 EUR, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, die Ordnungshaft zu vollziehen an ihren gesetzlichen Vertretern, zu unterlassen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen

a) bei der Buchung auf der Internetseite www.eurowings.com mit einer Kompensation der CO2-Emissionen durch Zahlung der Kosten der berechneten Emissionen zu werben bzw. werben zu lassen, wenn dies geschieht, wie in **Anlagen K 3 bis K 5** abgebildet;

und/oder

b) bei der Buchung von Flügen im Internet unter www.eurowings.com mit folgender Aussage zu werben bzw. werben zu lassen:

„Unser Nachhaltigkeitsversprechen: Wenn Sie die CO2-Emissionen Ihres Eurowings-Fluges kompensieren, [unterstützen Sie zertifizierte Klimaschutzprojekte mit den höchsten Qualitätsstandards – in Deutschland und in aller Welt.] Die Zukunft des CO2-neutralen Fliegens ist nur einen Klick entfernt. [...]“, wie aus **Anlage K 4** ersichtlich;

2. an den Kläger 260,00 € nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 24.11.2023 (Rechtshängigkeit) zu zahlen.

Die Kosten des Rechtsstreits tragen der Kläger zu 1/3 und die Beklagte zu 2/3.

Dieses und das angefochtene Urteil – soweit es nicht abgeändert wird – sind vorläufig vollstreckbar.

Der Beklagten wird nachgelassen, eine Vollstreckung des Klägers hinsichtlich der Unterlassungsansprüche durch Sicherheitsleistung oder Hinterlegung in Höhe von 20.000,00 € abzuwenden, wenn nicht der Kläger vor Beginn der Vollstreckung Sicherheit in gleicher Höhe leistet. Im Übrigen wird den Parteien nachgelassen, eine Vollstreckung der anderen Partei durch Sicherheitsleistung oder Hinterlegung in Höhe von 110% des beitreibbaren Betrages abzuwenden, wenn nicht die vollstreckende Partei vor Beginn der Vollstreckung Sicherheit in Höhe von 110% des jeweils beizutreibenden Betrages leistet.

Gründe

A)

Der Kläger ist der Dachverband aller 16 Verbraucherzentralen. Mehr als 25 Verbraucherverbände sind Mitglied im Verband des Klägers. Der Kläger ist in der vom Bundesamt für Justiz in Bonn geführten Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 UKlaG eingetragen.

Er nimmt die Beklagte, eine Fluggesellschaft, unter wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten wegen aus seiner Sicht irreführender Werbung hinsichtlich der von der Beklagten angebotenen Kompensation von CO2-Emissionen im Zusammenhang mit der Buchung von Flügen auf Unterlassung und Erstattung von Abmahnkosten in Anspruch.

Mit dem angefochtenen Urteil, auf dessen tatsächliche Feststellungen hinsichtlich des Sach- und Streitstandes erster Instanz gemäß § 540 Abs. 1 Nr. 1 ZPO Bezug genommen wird, hat das Landgericht die Klage abgewiesen, die darauf gerichtet war,

die Beklagte zu verurteilen,

1. es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 EUR, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, die Ordnungshaft zu vollziehen an ihren gesetzlichen Vertretern, zu unterlassen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen

a) bei der Buchung auf der Internetseite www.eurowings.com mit einer Kompensation der CO2-Emissionen durch Zahlung der Kosten der berechneten Emissionen zu werben bzw. werben zu lassen, wenn dies geschieht, wie in Anlagen K 3 bis K 5 abgebildet,

und/oder

b) bei der Buchung von Flügen im Internet unter www.eurowings.com mit folgenden Aussagen zu werben bzw. werben zu lassen:

aa) „Unser Nachhaltigkeitsversprechen: Wenn Sie die CO2-Emissionen Ihres Eurowings-Fluges kompensieren, [unterstützen Sie zertifizierte Klimaschutzprojekte mit den höchsten Qualitätsstandards – in Deutschland und in aller Welt.] Die Zukunft des CO2-neutralen Fliegens ist nur einen Klick entfernt. [...]\", wie aus Anlage K4 ersichtlich, und/oder

bb) „Wieso mit Sustainable Aviation Fuel fliegen? [Sustainable Aviation Fuel (SAF) ist nachhaltiges Kerosin und die erste richtige Alternative zu fossilem Flugkraftstoff.] Im Vergleich zu fossilen Kraftstoffen reduziert SAF die CO2-Emissionen um mindestens 80 %. Um Ihre flugbezogenen CO2-Emissionen mit SAF zu reduzieren, errechnen wir diese und setzen die hierfür erforderliche Menge SAF auf künftigen Flügen der Lufthansa Group ein.\", wie aus Anlage K6 ersichtlich, und

2. an den Kläger 260,00 EUR nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit zu bezahlen.

Das Landgericht hat zur Begründung seiner Entscheidung ausgeführt, die unter 1 a) angegriffene Aussage erwecke nicht den Eindruck, dass sich der Verbraucher durch die Zahlung von 9,00 € völlig klimaneutral verhalte. Vielmehr sei klar ersichtlich, dass sich die Angabe nur auf die Kompensation der CO2-Emissionen beziehe. Es würden keine Angaben zum Zeitpunkt und dem Umfang der Kompensation gemacht. Weder bewerbe die Beklagte eine „Klimaneutralität“, noch beziehe sie andere Treibhausgase als CO2 in die angegriffene Werbung ein.

Die gemäß § 5a UWG erforderliche "Aufklärung über grundlegende Umstände" sei erfolgt. Die Beklagte mache für ihre Kundinnen und Kunden in der angegriffenen Werbung

hinreichend deutlich, dass Gegenstand der beworbenen Zusatzleistung die Kompensation von CO2-Emissionen ihres Fluges durch Unterstützung von Klimaschutzprojekten sei. Weitere Detailinformationen, wie die CO2-Emissionen im Einzelnen berechnet werden, benötigten und erwarteten die Kundinnen und Kunden der Beklagten nicht.

Gleiches gelte für das mit dem Antrag zu 1. b) aa) angegriffene Nachhaltigkeitsversprechen. Auch aus dieser Äußerung gehe klar und eindeutig hervor, dass es allein um die CO2-Emissionen des Fluges ginge.

Die Aussage zu 1. b) bb) in Bezug auf das „Sustainable Aviation Fuel“ sei ebenfalls nicht irreführend. Die Beklagte weise zutreffend darauf hin, dass es sich um eine Alternative zu herkömmlichen Flugkraftstoffen handele. Die Nachhaltigkeit werde dadurch konkretisiert, dass der CO2-Ausstoss um 80% reduziert werde. Dass dies unrichtig sei, behauptete der Kläger nicht. Hinzu komme, dass sich durch die von der Beklagten angeführte Nutzung des Begriffs „nachhaltige Flugkraftstoffe“ oder des Begriffs der Nachhaltigkeit im Zusammenhang mit „SAF“ durch den europäischen Gesetzgeber eine sogenannte geläuterte Verkehrsauffassung ergebe, nach der dieser Kraftstoff insofern als nachhaltig verstanden werde, als dass sein Einsatz die CO2-Emissionen im Vergleich zum herkömmlichen Kerosin erheblich reduziere.

Gegen dieses Urteil wendet sich der Kläger mit seiner form- und fristgerecht eingelegten und begründeten Berufung.

Er macht geltend, der Verbraucher verstehe die Aussage, wonach „die CO2-Emissionen“ kompensiert würden, dahin, dass der Flug damit klimaneutral erfolge. Verbraucher seien keine Experten und wüssten daher nicht, dass neben CO2 auch in erheblichem Umfang weitere klimaschädliche Gase ausgestoßen würden. Jedenfalls fehle Verbrauchern die notwendige Information, welche Treibhausgase unberücksichtigt blieben.

Dies gelte auch für die Aussage bezüglich der Nachhaltigkeit.

Der Begriff „nachhaltig“ im Zusammenhang von „Sustainable Aviation Fuel“ sei gleichfalls irreführend. „Nachhaltig“ bedeute in Bezug auf das Klima „emissionsfrei“.

Der Kläger beantragt,

das angefochtene Urteil abzuändern und nach seinen erstinstanzlichen Anträgen zu erkennen.

Die Beklagte beantragt,
die Berufung zurückzuweisen.

Sie verteidigt das erstinstanzliche Urteil unter Wiederholung ihres erstinstanzlichen Sachvortrags.

Hinsichtlich aller weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf die gewechselten Schriftsätze der Parteien nebst Anlagen Bezug genommen.

B)

Die zulässige Berufung des Klägers hat in dem aus dem Tenor ersichtlichen Umfang auch in der Sache Erfolg.

Der Kläger hat nach § 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 3, § 5 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 1 UWG einen Anspruch darauf, dass die Beklagte es unterlässt, mit einer Kompensation der CO2-Emissionen durch Zahlung der Kosten der berechneten Emissionen zu werben bzw. werben zu lassen, wenn dies geschieht, wie in **Anlagen K 3 bis K 5** abgebildet sowie mit der Kompensation der CO2-Emissionen wie in der Anlage K4 ersichtlich zu werben (oder werben zu lassen). Ein Anspruch auf Unterlassung der Werbung in Bezug auf „Sustainable Aviation Fuel“ (SAF) wie aus der Anlage K6 ersichtlich steht dem Kläger indes unter keinem rechtlichen Gesichtspunkt zu.

Nach § 5 Abs. 1 S. 1 UWG handelt unlauter, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt, die geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Eine geschäftliche Handlung ist gemäß § 5 Abs. 2 UWG irreführend, wenn sie unwahre Angaben oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über – nachfolgend aufgezählte – Umstände enthält. Nach Nr. 1 der Aufzählung ist u.a. eine geschäftliche Handlung irreführend, wenn sie zur Täuschung geeignete Angaben über die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung enthält.

Eine Irreführung liegt vor, wenn das Verständnis, das eine Angabe bei den Verkehrskreisen erweckt, an die sie sich richtet, mit den tatsächlichen Verhältnissen nicht übereinstimmt. Dabei kommt es darauf an, welchen Gesamteindruck die geschäftliche Handlung bei den angesprochenen Verkehrskreisen hervorruft (st. Rspr.; vgl. nur BGH, GRUR 2025, 840 Rn. 57 – Doppeltarifzähler II, m.w.N.)

Nach ständiger Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs kann auch eine objektiv richtige Angabe irreführend sein, wenn sie beim Verkehr, an den sie sich richtet, gleichwohl zu einer Fehlvorstellung führt. In einem solchen Fall, in dem die Täuschung des Verkehrs lediglich auf dem Verständnis einer an sich zutreffenden Angabe beruht, ist für die Anwendung des § 5 UWG grundsätzlich eine höhere Irreführungsquote als bei einer Täuschung mit objektiv unrichtigen Angaben erforderlich (offen gelassen in BGH Urt. v. 11.9.2025 – I ZR 14/23, GRUR-RS 2025, 27844 Rn. 21 – Bequemer Kauf auf Rechnung II, unter Hinweis auf Koch, WRP 2024, 1196 Rn. 20); außerdem ist eine Interessenabwägung vorzunehmen (BGH, GRUR 2021, 1315 Rn. 31 – Kieferorthopädie; GRUR 2010, 1024 Rn. 25 – Master of Science Kieferorthopädie; GRUR 2015, 286 Rn. 20 – Spezialist für Familienrecht).

Wie eine Angabe zu verstehen ist, kann der Senat selbst ermitteln. Gehören die Mitglieder des Gerichts – wie im Streitfall – selbst zu den angesprochenen Verkehrskreisen, bedarf es im Allgemeinen keines durch eine Meinungsumfrage untermauerten Sachverständigungsgutachtens, um das Verkehrsverständnis zu ermitteln (st. Rspr.; vgl. nur BGH GRUR 2015, 286 Rn. 15 – Spezialist für Familienrecht; GRUR 2021, 1315 Rn. 18 – Kieferorthopädie, jew. m.w.N.).

Zur Ermittlung des Bedeutungsgehalts einer Angabe ist zu fragen, wie der durchschnittlich informierte und verständige Verbraucher eine Werbung bei einer der Situation angemessenen Aufmerksamkeit versteht. Dies ist von den jeweiligen Umständen der Wahrnehmung und von der Bedeutung abhängig, die die beworbene Ware oder Dienstleistung für ihn hat (st. Rspr.; vgl. nur BGH GRUR 2018, 431 Rn. 27 – Tiegelgröße). Aus diesen auf die Wahrnehmungssituation und den Gegenstand der Werbung bezogenen Kriterien ergibt sich, welche Anforderungen das Irreführungsverbot an die Richtigkeit, Eindeutigkeit und Klarheit einer Werbeaussage stellt (BGH, GRUR 2024, 1122 Rn. 22 - klimaneutral).

Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes gelten die für die gesundheitsbezogene Werbung maßgeblichen besonders strengen Anforderungen an die Richtigkeit, Eindeutigkeit und Klarheit der Werbeaussage regelmäßig auch für die Werbung mit Umweltschutzbegriffen und -zeichen (BGH, GRUR 2024, 1122 Rn. 24 – klimaneutral m.w.N.).

Gemessen an diesen Maßstäben ist die Werbung mit einer Kompensation der CO2-Emissionen durch Zahlung der Kosten der berechneten Emissionen, wenn dies geschieht, wie in Anlagen K 3 bis K 5, eine sonstige zur Täuschung geeignete Angabe.

Allerdings ist die gesamte Darstellung im Wortsinne wahr. Die Beklagte verspricht, durch die Zahlung eines (geringen) Betrages den auf den einzelnen Verbraucher entfallenden CO2-Ausstoß zu kompensieren. Hierzu berechnet sie die CO2-Emmissionen und fördert im berechneten Umfang näher beschriebene Klimaschutzprojekte.

Der Senat ist aber mit dem Kläger der Überzeugung, dass ein erheblicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise die Kompensation des CO2-Ausstosses so verstehen wird, dass damit sämtliche klimaschädlichen Emissionen der Flugreise kompensiert werden. In diesem Sinne ist die Angabe aber unrichtig, weil tatsächlich – anders, als bei der von verschiedenen Anbietern unabhängig von der Beklagten angebotenen Kompensation – nur die tatsächlichen CO2-Emissionen kompensiert werden.

Für dieses Verständnis der Angabe „CO2-Neutral“ als „klimaneutral“ spricht zunächst, dass der CO2-Ausstoss in der öffentlichen Diskussion außerhalb von Fachkreisen überwältigend im Vordergrund steht. Es kann daher nicht vorausgesetzt werden, dass dem durchschnittlich informierten Verbraucher die Existenz nennenswerter anderer klimaschädlicher Emissionen bewusst ist.

Abgesehen davon, dass aus den vorgenannten Gründen die Begrifflichkeiten CO2-neutral und klimaneutral jedenfalls im allgemeinen Sprachgebrauch synonym verwendet werden, ergibt sich dieses Verständnisses auch, wenn man Sinn und Zweck der Kompensationszahlung und deren Angebot durch die Beklagte in den Blick nimmt. Die Werbung mit der Möglichkeit einer Kompensation zielt ersichtlich darauf ab, dem Verbraucher ein ruhiges Gewissen zu verschaffen, dass er durch den Flug im Endeffekt nicht zur Verschärfung des Klimawandels beigetragen hat (Stichwort: „Flugscham“). Dieses Ziel wird aber nicht erreicht, wenn der Verbraucher wüsste, dass durch die Zahlung nur ein Teil der

klimaschädlichen Emissionen kompensiert wird. Gerade wenn – wie auch das Landgericht angenommen hat – der Verbraucher sich regelmäßig keine Gedanken darüber machen wird, welche Emissionen im Einzelnen verursacht werden, wird er davon ausgehen, mit der von der Beklagten angebotenen CO2-Kompensation alle schädlichen Emissionen kompensiert zu haben.

Dafür, dass der Verkehr regelmäßig den Begriff „CO2-neutral“ mit „klimaneutral“ gleichsetzt, sprechen auch die Werbeaussagen, die Gegenstand der von der Beklagten in der mündlichen Verhandlung angeführten Entscheidungen des Landgerichts Berlin und des OLG Hamburg waren.

Das Landgericht Berlin (Urt. v. 10.10.2023, Az. 102 O 15/23, abrufbar unter https://www.duh.de/fileadmin/user_upload/download/Urteile/2023-10-11_Urteil_Hello-Fresh.pdf) hatte sich mit der Werbeaussage „Das erste globale klimaneutrale Kochbox-Unternehmen“ neben einem logomäßig gestalteten „CO2 neutral“ und der Erläuterung „Wir kompensieren 100% unserer direkten CO2-Emissionen“ zu befassen. In dieser Aussage werden also gerade die Begriffe „CO2-neutral“ und „klimaneutral“ synonym verwendet.

Nichts anderes gilt für den dem Urteil des OLG Hamburg (Urt. v. 26.02.2025, Az. 5 U 11/24, GRUR-RS 2025, 9364) zugrunde liegenden Sachverhalt. Dort wurde „klimaneutrales Gas“ beworben, wobei die Werbetreibende den durch den Vertrieb des Erdgases entstehenden CO2-Ausstoß über den Erwerb und die Stilllegung von Zertifikaten ausglich.

Nach beiden von der Beklagten angeführten Entscheidungen ist daher davon auszugehen, dass der Verbraucher in den Begriffen „CO2-neutral“ und „klimaneutral“ Synonyme sieht. Für ihn ist CO2 der Begriff für „klimaschädliche Emissionen“.

Der Verbraucher wird daher mangels jeglichen anderslautenden Hinweises davon ausgehen, mit der beworbenen CO2-Kompensation alle klimaschädlichen Emissionen kompensiert zu haben, was unstreitig nicht der Fall ist.

Die erforderliche Interessenabwägung fällt ebenfalls zum Nachteil der Beklagten aus. Die Werbewirkung eines besonders umweltfreundlichen Verhaltens ist erheblich. Der Beklag-

ten wäre es ohne weiteres möglich und zumutbar, in geeigneter Form darauf hinzuweisen, dass mit der Kompensation nur ein Teil der klimaschädlichen Emissionen kompensiert wird.

Die Relevanz dieser Irreführung liegt angesichts der großen Bedeutung umweltbezogener Angaben auf der Hand.

Nichts Anderes gilt für die Angabe „Unser Nachhaltigkeitsversprechen: Wenn Sie die CO2-Emissionen Ihres Eurowings-Fluges kompensieren, [unterstützen Sie zertifizierte Klimaschutzprojekte mit den höchsten Qualitätsstandards – in Deutschland und in aller Welt.] Die Zukunft des CO2-neutralen Fliegens ist nur einen Klick entfernt. [...]“, wie aus Anlage K 4 ersichtlich. Auch hier wird der Verbraucher die Begriffe CO2-neutral und „klimaneutral“ synonym verstehen und daher die Fehlvorstellung einer vollständigen Kompensation entwickeln.

Nicht irreführend ist demgegenüber die Werbung mit „Sustainable Aviation Fuel“. Der Senat vermag nicht zu erkennen, dass dieser der Rechtsordnung entstammende Begriff, der zudem in der Werbung selbst dahingehend erläutert wird, gegenüber herkömmlichen Kerosin würden 80% weniger CO2-Emissionen verursacht, irrig als vollständig emissionsfreier Flugkraftstoff verstanden wird, wie der Kläger meint. Das Landgericht hat hierzu ausgeführt:

„[Auch] hinsichtlich der mit dem Klageantrag zu 1. b)bb) angegriffenen Aussagen ist eine Irreführung nicht feststellbar. Zutreffend weist die Beklagte in der angegriffenen Aussage darauf hin, dass es sich bei dem sogenannten „Sustainable Aviation Fuel (SAF)“ um eine Alternative zum fossilen Flugkraftstoff handelt. Soweit sich der Kläger darauf beruft, „SAF“ sei nicht nachhaltig, vermag dies nicht durchzudringen. Im Kontext der angegriffenen Aussage wird Nachhaltigkeit im Zusammenhang mit SAF unzweideutig dahingehend konkretisiert, dass der CO2-Ausstoß durch den Einsatz von SAF im Vergleich zu fossilen Kraftstoffen um mindestens 80 % reduziert wird. Dass diese Aussage falsch ist, behauptet der Kläger nicht. Hinzu kommt, dass sich durch die von der Beklagten angeführte Nutzung des Begriffs „nachhaltige Flugkraftstoffe“ oder des Begriffs der Nachhaltigkeit im Zusammenhang mit „SAF“ durch den europäischen Gesetzgeber eine sogenannte geläuterte Verkehrsauffassung ergibt, nach der dieser Kraftstoff insofern als nachhaltig verstanden wird, als dass sein Einsatz die CO2-Emissionen im Vergleich zum herkömmlichen Kerosin erheblich reduziert. Im Kontext von SAF wird Nachhaltigkeit ausschließlich unter dem Aspekt der Verringerung von CO2-Emissionen verstanden. Vor diesem Hintergrund ist die angegriffene Aussage nicht

irreführend. Es kann auch nicht festgestellt werden, dass wesentliche Informationen vorenthalten werden. Aus Sicht des Verbrauchers ist nachvollziehbar, dass sich die nachträgliche „Buchung einer Kompensation durch SAF“ nicht auf den getätigten oder noch zu tätigen Flug beziehen kann, sondern sich auf zukünftige Flüge beziehen muss. Dass die von der Beklagten in der angegriffenen Aussage beschriebene Kompensation nicht vorgenommen wird, behauptet der Kläger nicht. Weitergehende Informationen zur Art der eingesetzten Kraftstoffe und zum Umfang deren Einsatzes erwartet der angesprochene Verbraucher aus Sicht der Kammer nicht.“

Dem tritt der Senat bei. Hinzu kommt noch, dass der Begriff „Nachhaltig“ eher ein Werturteil beinhaltet, als eine tatsächliche Beschaffenheitsangabe. Anders, als der Begriff „klimaneutral“, kann sich die Beurteilung einer Sache als „nachhaltig“ aus der Bewertung einer Vielzahl von Umständen ergeben.

Da die Abmahnung des Klägers danach jedenfalls teilweise berechtigt war, steht ihm nach § 13 Abs. 3 UWG auch ein Anspruch auf Erstattung der Abmahnkostenpauschale zu.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 92 Abs. 1, die Entscheidung zur vorläufigen Vollstreckbarkeit auf § 708 Nr. 10, § 711 ZPO.

Es besteht keine Veranlassung, die Revision zuzulassen. Die hierfür in § 543 Abs. 2 ZPO niedergelegten Voraussetzungen sind nicht gegeben. Als reine Einzelfallentscheidung hat die Rechtssache weder grundsätzliche Bedeutung im Sinne des § 543 Abs. 2 Nr. 1 ZPO, noch erfordert die Fortbildung des Rechts oder die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine revisionsgerichtliche Entscheidung im Sinne des § 543 Abs. 2 Nr. 2 ZPO.

Die Frage des Verkehrsverständnisses der Angabe „CO2-neutral“ wirft keine zulassungsrelevanten Rechtsfragen auf. Im Übrigen tritt mit der Umsetzung der Richtlinie (EU) 2024/825 („Greenwashing-Richtlinie“) hinsichtlich von Aussagen, die sich auf der Kompensation von Treibhausgasemissionen begründen und wonach ein Produkt hinsichtlich der Treibhausgasemissionen neutrale, verringerte oder positive Auswirkungen auf die

Umwelt hat, ein per se-Verbot in Kraft, weshalb die streitgegenständliche Werbung danach ohnehin verboten wäre.

Streitwert: 30.000,00 € (entsprechend der von den Parteien nicht angegriffenen erstinstanzlichen Festsetzung)

Weitere Optionen



Fliegen Sie nachhaltiger

+9 €



Zusammen machen wir Fliegen nachhaltiger: Sie können jetzt die CO2-Emissionen Ihres Fluges durch den Beitrag zu hochwertigen Klimaschutzprojekten kompensieren.

[Mehr erfahren](#)

Unser Nachhaltigkeitsversprechen



Fliegen bedeutet für Eurowings: Menschen, Kulturen und Märkte quer über den Globus miteinander zu vernetzen. Unsere Leidenschaft für das Fliegen ist eng verbunden mit unserer Verantwortung gegenüber der Umwelt. Wir wissen, dass die Zukunft der Luftfahrt auf einem starken Engagement für den Klimaschutz fußen muss. Deswegen arbeiten wir intensiv daran, die CO2-Emissionen kontinuierlich zu reduzieren. So investieren wir schon heute in treibstoffeffiziente Flugzeuge und in den Einsatz von nachhaltigem Treibstoff, optimieren den Flugbetrieb und nutzen leichte Materialien.

Zusammen können wir sogar noch mehr erreichen

Wenn Sie die CO2-Emissionen Ihres Eurowings Flugs kompensieren, unterstützen Sie zertifizierte Klimaschutzprojekte mit den höchsten Qualitätsstandards – in Deutschland und in aller Welt. Die Zukunft des CO2-neutralen Fliegens ist nur einen Klick entfernt.

[Mehr Informationen zu den Projekten](#)

The screenshot shows a Firefox browser window with the following details:

- Address Bar:** https://eurowings.compensaid.com/de/projects/portfolio
- Tab Bar:** Startseite, Empfehlungen und Informationen, Bezahlung - Eurowings, Compensaid - Jetzt nachhaltiger fliegen (active tab).
- Header:** Eurowings, compensaid, Werte, Tracking, Projekte, DE, Jetzt nachhaltiger fliegen, User icon.
- Main Content:** A list of countries supported by SDG projects:
 - Deutschland (Königsmoor)
 - Schweiz
 - Nepal
 - Deutschland (Bayern) (highlighted with a cursor icon)
 - Nigeria
 - Madagaskar
 - Uganda
- Page Bottom:** https://eurowings.compensaid.com/de/projects/portfolio#di

https://eurowings.compensaid.com/de/projects/portfolio

DE  Jetzt nachhaltiger fliegen

Nigeria

Madagaskar

EFFIZIENTE KOCHER, SOLAR

Mit Energiespar- und Solarkochern zurück zur grünen Insel auf Madagaskar

Um CO₂ zu reduzieren und der rasanten Abholzung auf Madagaskar entgegenzuwirken, unterstützt dieses Projekt die Herstellung und Verbreitung effizienter Kocher und klimafreundlicher Solarkocher. Die Sensibilisierung von Schulklassen für Umweltschutz und klimafreundliches Kochen sowie die Aufforstung eines Baumes pro verkauftem Kocher zeichnen dieses Projekt zusätzlich aus.

[Zum Projekt PDF](#)



1 Klima
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15

Uganda

Burundi