

Unfair Competition & Compliance Law Portal

NEWSLETTER NR IV/2019 (38), 22.08.2019, PORTAL
PRAWA KONKURENCJI ISSN 2543 5663



Facebook



LinkedIn



Youtube



Szanowni Państwo,

nowe wydanie Newslettera UCLP poświęcone jest zjawisku, które określane jest potocznie jako "greenwashing", a w języku polskim "ekościema". Jest to nic innego jak nierzetelny marketing ekologiczny. Obejmuje on działania, które mają przekonać odbiorców towarów i usług, że zarówno oferta, sam przedsiębiorca, jak i jego przedsiębiorstwo są "eko", "bio", "vegan" i w zgodzie z naturą. Działania, które określa się mianem "ekościemy" mogą w niektórych przypadkach stanowić czyn nieuczciwej konkurencji.

Z tekstów dostępnych na stronie UCLP dowiecie się Państwo więcej na temat tego, czym jest greenwashing, jak może być zakwalifikowany w świetle ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, a także jakie regulacje obecnie obowiązują w zakresie oznakowania produktów ekologicznych i jak przedstawia się praktyka sądów w tym zakresie (polskich, niemieckich i TSUE).

Zapraszamy do odwiedzenia Portalu Prawa Konkurencji UCLP.

Redaktor naczelny - Piotr R. Graczyk, Adwokat
Zastępca redaktora naczelnego - Anna Porębska, LL.M., Adwokat



Greenwashing – na czym



polega zjawisko „ekościemy”?

Wraz z postępującą modą na życie w zgodzie z naturą przedsiębiorcy coraz częściej zachęcają klientów do nabywania towarów lub korzystania z usług poprzez przedstawianie swojej działalności jako przyjaznej dla środowiska. W wielu przypadkach jest to jednak wyłącznie chwyt marketingowy, a udostępniane przez przedsiębiorcę informacje mają niewiele wspólnego z prawdą. Coraz więcej trudności sprawia klientom rozróżnienie pomiędzy prawdziwym zaangażowaniem w ochronę środowiska a praktykami określanymi terminem „greenwashing” („ekościema”). [...]



Greenwashing w świetle przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji?

Greenwashing to innymi słowy nierzetelny marketing ekologiczny, czyli zjawisko polegające na wywoływaniu u klientów mylnego wrażenia, że oferowane im produkty czy usługi są przyjazne dla środowiska naturalnego, co ma zachęcić klientów do zakupu towarów lub skorzystania z usług konkretnego przedsiębiorcy. Działania takie mogą stanowić czyny nieuczciwej konkurencji w rozumieniu ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (UZNK), jeśli są sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, a jednocześnie zagrażają lub naruszają interes innego przedsiębiorcy lub klienta [...]



Kogo obowiązują unijne zasady znakowania produktów ekologicznych?

W wyroku z 12 października 2017 r. w sprawie o sygn. akt C-289/16 Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej (TSUE) dokonał wykładni pojęcia „sprzedaż bezpośrednia” występującego w art. 28 ust. 2 rozporządzenia Rady (WE) nr 834/2007 z dnia 28 czerwca 2007 r. w sprawie produkcji ekologicznej i znakowania

produktów ekologicznych. Orzeczenie zostało wydane w związku z pytaniem prejudycjalnym niemieckiego Federalnego Trybunału Sprawiedliwości (BGH) w sprawie dotyczącej oznakowania produktów przez przedsiębiorcę prowadzącego internetową sprzedaż wysyłkową m.in. przypraw ekologicznych [...]



Woda mineralna może być określana jako „bio” jedynie, gdy spełnia odpowiednie kryteria

W sprawie zawistej przed niemieckim Federalnym Trybunałem Sprawiedliwości (BGH) ocenie podlegała dopuszczalność używania oznaczenia „bio” w stosunku do wody mineralnej. Orzeczenie zostało wydane w sprawie pozwanego producenta wody mineralnej z Neumarktu, który w 2009 r. wprowadził na niemiecki rynek wodę mineralną o nazwie „BioKristall” („bio-kryształ”). Działanie to zostało zakwestionowane przez Centralę ds. zwalczania nieuczciwej konkurencji, która wniosła przeciwko przedsiębiorcy powództwo o zaniechanie [...]

Zapraszamy również do śledzenia strony UCLP na Facebooku oraz na LinkedIn. Znajdą Państwo dodatkowe aktualności z zakresu prawa zwalczania nieuczciwej konkurencji w Polsce i w Niemczech:

<https://www.facebook.com/uclp.portal.prawa.konkurencji/>

<https://www.linkedin.com/company/unfair-competition-&-compliance-law-portal/>



Sehr geehrte Damen und Herren,

die neue Ausgabe des UCLP-Newsletter ist dem Phänomen gewidmet, die in Umgangssprache als "Greenwashing" bezeichnet wird. Es ist nichts anderes als das unredliche Öko-Marketing. Es umfasst Handlungen, die darauf abzielen, die potenziellen Abnehmer der Waren oder Dienstleistungen davon zu überzeugen, dass sowohl das Angebot, der Unternehmer selbst als auch sein Betrieb "öko", "bio", "vegan" und umweltfreundlich ist. Greenwashing kann im Einzelfall eine unlautere Wettbewerbshandlung darstellen.

Aus den auf der ULCP-Seite veröffentlichten Texten können Sie mehr zum Thema "Greenwashing" erfahren: was das eigentlich ist, wie es im Lichte des Gesetzes zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs qualifiziert werden kann, welche Regelungen in Bezug auf die Kennzeichnung der ökologischen Erzeugnisse gelten und wie sich die Rechtsprechung von polnischen, deutschen und europäischen Gerichten in diesem Bereich gestaltet.

Für mehr Infos besuchen Sie unser Portal für Wettbewerbsrecht "UCLP".

Chefredakteur - Piotr R. Graczyk, Adwokat

Stellv. Chefredakteur - Anna Porębska, LL.M., Adwokat



Greenwashing - was verbirgt sich hinter dem Begriff "Grünfärberei"?

[Dem zunehmenden Trend zum Leben im Einklang mit der Natur folgend werben Unternehmen für ihre Produkte oder Dienstleistungen immer häufiger auf die Art und Weise, dass sie sich und ihre Tätigkeit als umweltfreundlich vorstellen. In vielen Fällen ist dies nur eine reine Marketingstrategie und die von dem Unternehmen präsentierten Informationen haben mit der Wahrheit nicht allzu viel zu tun. Es ist den Kunden immer schwieriger, zwischen dem echten Engagement für den Umweltschutz und den als „greenwashing“ \(„Grünfärberei“\)](#)

[bezeichneten Praktiken zu unterscheiden \[...\]](#)



Greenwashing im Lichte des Gesetzes zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs

[Greenwashing bezeichnet unredliche Öko-Marketing-Praktiken. Sie verfolgen den Zweck, bei Kunden einen irrtümlichen Eindruck zu erwecken, dass die angebotenen Waren oder Dienstleistungen umweltfreundlich seien. Dies soll die Kunden zur Wahl der Waren oder Dienstleistungen einer konkreten Firma überzeugen. Solche Handlungen können als unlautere Wettbewerbshandlungen im Sinne des Gesetzes vom 16. April 1993 zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs \(poln. UWG\) angesehen werden, soweit sie rechts- und sittenwidrig sind und gleichzeitig das Interesse eines anderen Unternehmens oder eines Kunden gefährden bzw. verletzen \[...\]](#)



Für wen gelten die unionsrechtlichen Regeln für die Kennzeichnung von ökologischen Produkten?

[Mit Urteil vom 12. Oktober 2017 in der Sache C-289/16 hatte der Europäische Gerichtshof den Begriff „direkter Verkauf an Endverbraucher oder –nutzer“ im Sinne des Art. 28 Abs. 2 der Verordnung \(EG\) Nr. 834/2007 des Rates vom 28. Juni 2007 über die ökologische/biologische Produktion und die Kennzeichnung von ökologischen/biologischen Erzeugnissen auszulegen. Die Entscheidung wurde im Zusammenhang mit der Vorabentscheidungsfrage des Bundesgerichtshofs in dem Verfahren betreffend die Kennzeichnung von „Bio-Gewürzen“ durch den Betreiber eines Internetversandhandels für Kamin- und Grillbedarf erlassen \[...\]](#)



Mineralwasser kann mit dem Zusatz "Bio-" nur dann bezeichnet werden, wenn es entsprechende Kriterien erfüllt

[In einem vor dem Bundesgerichtshof](#)

[anhängigen Verfahren war die Frage der Zulässigkeit der Kennzeichnung eines Mineralwassers als „Bio-“ zu entscheiden. Das Urteil wurde in einem aufgrund einer Unterlassungsklage der Zentrale zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs eingeleiteten Verfahren erlassen. Verklagt war der Hersteller eines Mineralwassers aus Neumarkt, der in 2009 das Mineralwasser mit dem Namen „BioKristall“ auf den deutschen Markt eingeführt hatte \[...\]](#)

Verfolgen Sie auch UCLP-Seite auf Facebook. Sie finden dort zusätzliche Informationen über das Recht des unlauteren Wettbewerbs in Polen und in Deutschland:

<https://www.facebook.com/uclp.portal.prawa.konkurencji/>

<https://www.linkedin.com/company/unfair-competition-&-compliance-law-portal/>



Dear Sir or Madame,

the new issue of the UCLP Newsletter is dedicated to the phenomenon that is commonly referred to as “greenwashing”. This is nothing but unreliable ecological marketing. It comprises activities that are supposed to convince recipients of goods and services that the offer, the entrepreneur himself and his company are “eco”, “bio”, “vegan” and in harmony with nature. Greenwashing may in some cases constitute an act of unfair competition.

From the texts available on the UCLP website you may learn more about what greenwashing is, how it can be classified in the light of the Act on combating unfair competition and what regulations are currently in force in the field of labelling organic products as well as what is the court practice in this respect (Polish, German, CJEU).

We invite you to visit the UCLP Competition Law Portal.

Editor in chief - Piotr R. Graczyk, Adwokat

Vice editor in chief - Anna Porębska, LL.M., Adwokat



Non-competition agreements when selling real estate - what are the limits of freedom of contracts?

[In a case, in which the Supreme Court ruled on 5 March 2019 \(II CSK 58/18\), the owner of a large store chain demanded a developer to pay a contractual penalty for violating the prohibition specified in the contract of sale of perpetual usufruct right to the land with the ownership right to the building in which one of the stores belonging to the chain of stores was located \[...\]](#)



Knowledge, experience and skills acquired by the employee vs trade secrets

[In the course of employment with a given employer, an employee has access to a range of information that is trade secret. At the same time, he acquires knowledge and experience that can be used in his further professional life. Distinguishing the so-called employee know-how from information being trade secret often causes difficulties \[...\]](#)



Who is bound by the EU rules on labelling of organic products?



[The Court of Justice of the European Union in its judgment of 12 October 2017 in case C-289/16 interpreted the concept of 'direct sale' appearing in art. 28 sec. 2 of the Council Regulation \(EC\) no 834/2007 of 28 June 2007 on organic production and labelling of organic products. The ruling was issued due to preliminary question of the German Federal Court of Justice \(BGH\) in a case concerning the labelling of products by an entrepreneur selling products online such as organic spices \[...\]](#)



Mineral water can only be described as 'bio' if it fulfils certain criteria

[In the case before the German Federal Court of Justice \(BGH\), the admissibility of using the "bio" sign in relation to mineral water was assessed. The judgment was issued in the case of the defendant producer of mineral water from Neumarkt who in 2009 introduced mineral water called "BioKristall" to the German market. This action was questioned by the Central Office for combating unfair competition which brought an action for omission against the entrepreneur \[...\]](#)

Follow us on Facebook and LinkedIn where you can find additional information about Polish and German law on combating unfair competition:

<https://www.facebook.com/uclp.portal.prawa.konkurencji/>

<https://www.linkedin.com/company/unfair-competition-&-compliance-law-portal/>

Ten Newsletter został przesłany na adres e-mail, wskazany przez Państwa w procesie subskrypcji Newslettera Portalu UCLP (www.uclp.com.pl, www.uclp.de, www.uclp.eu). Administratorem Państwa danych osobowych jest RGW Finance Sp. z o.o. z

siedzibą w Warszawie, ul. Wspólna 35/11, 00-519 Warszawa, jako wydawca Unfair Competition & Compliance Law Portal. Więcej informacji o przetwarzaniu danych osobowych przez Administratora znajdują Państwo w [Polityce prywatności i cookies](#). Informujemy, że przysługuje Państwu prawo cofnięcia zgody na przetwarzanie danych osobowych, które skutkować będzie usunięciem Państwa adresu e-mail z listy subskrybentów Newslettera UCLP. Żadna z informacji znajdujących się w Newsletterze nie stanowi porady prawnej. W celu rezygnacji z subskrypcji Newslettera Portalu UCLP, należy kliknąć [tutaj](#).

Dieser Newsletter wurde an die von Ihnen bei der Anmeldung auf der UCLP Seite (www.uclp.com.pl, www.uclp.de, www.uclp.eu) angegebene E-Mail Adresse gesendet. Der für die Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten Verantwortliche ist: RGW Finance Sp. z o.o. mit Sitz in Warschau, ul. Wspólna 35/11, 00519 Warschau, als Herausgeber der Unfair Competition & Compliance Law Portal. Mehr Informationen über die Verarbeitung personenbezogener Daten durch den Verantwortlichen finden Sie in der [Datenschutz- und Cookies-Erklärung](#). Wir informieren, dass Ihnen das Recht auf Widerruf der Zustimmung für die Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten zusteht, was die Löschung Ihrer E-Mail-Adresse aus der Liste der Abonnenten des UCLP-Newsletters nach sich ziehen wird. Keine der Information in dem Newsletter stellt eine Rechtsberatung dar. Wenn Sie von der Anmeldung zum Newsletter des UCLP zurücktreten möchten, dann klicken Sie [hier](#).

This Newsletter was sent on an e-mail address, which was given by you during UCLP Newsletter subscription process (www.uclp.com.pl, www.uclp.de, www.uclp.eu). The controller of your data is RGW Finance Sp. z o.o. with its registered office in Warsaw, ul. Wspólna 35/11, 00-519 Warsaw as the publisher of the Unfair Competition & Compliance Law Portal. More information about processing of your data by the Controller may be found in the [Privacy and cookies policy](#). We would like to inform you that you have a right to withdraw your consent to process your personal data, which will result in removal of your e-mail address from the base of UCLP Newsletter subscribers. No information found in the Newsletter constitutes legal aid. In order to resign from UCLP Newsletter subscription please follow the [link](#).
