

DUPES, CREATOR CONTENT UND FAIRER WETTBEWERB - II BRANCHENFRAGEN

Die Debatte über Duftzwillinge, Creator Marketing und vergleichende Produktkommunikation berührt rechtliche, wirtschaftliche und kulturelle Fragen. Nach unserem Reel vom 10. Oktober 2026 haben wir verschiedene Fragen aus der Community über DMs auf Instagram oder auch Email erhalten. Die folgenden Fragen greifen zentrale Nachfragen und Themen auf und ordnen unsere Position als Fragrance Foundation Deutschland e.V. ein.

Reel:

https://www.instagram.com/reel/DeT2eEQIIB/?utm_source=ig_web_copy_link&srtk=MzRIODBiNWFIZA==

Berlin, 23. Oktober 2026 –

*Wichtig: Die Antworten dienen der allgemeinen Information und Sensibilisierung.
Sie ersetzen keine rechtliche Prüfung oder Beratung.*

I. Auf welche Gerichtsurteile des Bundesgerichtshof wird im Video Bezug genommen?

Für die allgemeine Einordnung sind insbesondere die Entscheidungen des Bundesgerichtshofs „Influencer I“, „Influencer II“ und „Influencer III“ aus den Jahren 2021 und 2022 relevant:

- BGH, I ZR 90/20 - „Influencer I“
- BGH, I ZR 125/20 - „Influencer II“
- BGH, I ZR 35/21 - „Influencer III“

Die genannten Entscheidungen befassen sich unter anderem mit der Frage, unter welchen Voraussetzungen Creator mit ihren Beiträgen im geschäftlichen Verkehr handeln. Die Ausführungen im Video vom 10. Oktober 2026 auf @duftstars geben die daraus abgeleitete allgemeine rechtliche Einordnung der Fragrance Foundation wieder. Sie dienen der Information und Sensibilisierung, ersetzen jedoch keine rechtliche Prüfung oder Beratung im Einzelfall.

2. Wann handeln Creator im sogenannten geschäftlichen Verkehr?

Es gibt in unseren Augen professionelle oder semi-professionelle Content Creator, wobei dies keine starren und rechtlich festgelegte Kategorien sind. Gemeint sind damit sowohl hauptberuflich Tätige als auch Personen, die mit ihrer Content-Arbeit einen Nebenerwerb erzielen oder dies perspektivisch anstreben. Eine starre Abgrenzung zu ausschließlich privat handelnden Personen ist damit nicht verbunden; für eine rechtliche Bewertung sind stets die konkreten Umstände des jeweiligen Einzelfalls maßgeblich.

3. Welche Rolle kann ein Branchenverband bei der Einordnung rechtlicher Entwicklungen übernehmen?

Die Fragrance Foundation und der Verband bieten keine individuelle Rechtsberatung an. Sofern eine individuelle rechtliche Prüfung erforderlich ist, empfehlen wir den Betroffenen, sich eigenständig an eine entsprechend qualifizierte Rechtsanwältin oder einen entsprechend qualifizierten Rechtsanwalt zu wenden. Hierfür stellen wir gerne Kontakte aus unserem juristischen Netzwerk zur Verfügung. Die Auswahl und Beauftragung einer rechtlichen Vertretung erfolgen ausschließlich durch die betreffende Person und in deren eigener Verantwortung.

4. Wo endet die Verantwortung eines Branchenverbandes und wo beginnt die Eigenverantwortung einzelner Unternehmen?

Konkrete Maßnahmen einzelner Mitgliedsunternehmen oder ihrer Vertreter werden von den jeweiligen Unternehmen in eigener Verantwortung getroffen. Sie sind von der Positionierung und Tätigkeit der Fragrance Foundation zu unterscheiden. Der Verband bewertet oder kommentiert solche Einzelfälle nicht. Fragen zu konkreten Maßnahmen können ausschließlich die jeweils beteiligten Unternehmen beantworten.

5. Spielen Herkunft, Preisniveau oder Vertriebsweg einer Duftmarke bei der Bewertung von Duftwillingen eine Rolle?

Wir unterscheiden Marken grundsätzlich nicht nach ihrer Herkunft, ihrem Preisniveau oder ihrem Vertriebsweg. Maßgeblich sind allein die konkrete Gestaltung und Bewerbung des jeweiligen Angebots. Kritisch beurteilen wir die Bewerbung sogenannter Duftwillinge oder Dupes insbesondere dann, wenn dabei Rechte Dritter verletzt werden oder in unzulässiger Weise auf ein Originalprodukt beziehungsweise eine Originalmarke Bezug genommen wird. Eine pauschale Bewertung einzelner Marken oder Markengruppen nehmen wir nicht vor.

6. Gelten für arabische Marken, Lifestyle- und Drogeriemarken sowie reine Online-Marken unterschiedliche Maßstäbe?

Nein. Für alle Marktteilnehmer gelten dieselben grundlegenden Maßstäbe. Maßgeblich ist vielmehr, ob ein Produkt unter Verletzung von Rechten Dritter angeboten oder beworben wird. Ob dies der Fall ist, hängt von der konkreten Ausgestaltung im Einzelfall ab.

7. Bezieht sich die Kritik an Dupes auf die Ähnlichkeit im Duftempfinden oder auf die vergleichende Werbung?

Unsere Kritik richtet sich nicht gegen eine subjektiv wahrgenommene Ähnlichkeit im Duftempfinden. Maßgeblich ist vielmehr, ob ein Produkt unter Verletzung von Rechten Dritter angeboten oder beworben wird, insbesondere durch eine unzulässige unmittelbare oder mittelbare Bezugnahme auf ein Originalprodukt oder eine Originalmarke. Die bloße Wahrnehmung einer Ähnlichkeit ist daher von der rechtlichen Bewertung der konkreten Vermarktung zu unterscheiden.

8. Macht es einen Unterschied, ob ein möglicher Duftzwilling günstig oder hochpreisig angeboten wird?

Weder das Preisniveau noch die Positionierung einer Marke ist der maßgebliche Beurteilungsmaßstab. Entscheidend ist ausschließlich, ob die konkrete Gestaltung und Bewerbung eines Angebots Rechte Dritter verletzt. Dieser Maßstab gilt unabhängig davon, ob ein Produkt günstig oder hochpreisig angeboten wird.

9. Welche Aufgaben übernimmt die Fragrance Foundation beim Thema Originalität, Kreativität und fairer Wettbewerb?

Die satzungsgemäße Aufgabe der Fragrance Foundation besteht darin, Parfum und seine Flakons als Kulturgut zu etablieren. In diesem Rahmen setzt sie sich für Originalität, Kreativität, Markenwerte und fairen Wettbewerb ein und sensibilisiert ihre Mitglieder sowie die Community für diese Themen.



THE FRAGRANCE FOUNDATION

FRAGRANCE FOUNDATION
DEUTSCHLAND E.V.

Knesebeckstraße 33-34, D-10623 Berlin

T +49 170 8160532

INFO@DUFTSTARS.DE

WWW.FRAGRANCEFOUNDATION.DE

10. Welche Aufgaben gehören ausdrücklich nicht zum Tätigkeitsbereich der Fragrance Foundation?

Die Verfolgung konkreter Rechtsverstöße und Entscheidungen über einzelne Vertriebswege obliegen hingegen den jeweils betroffenen Rechteinhabern und Unternehmen.

11. Was zeichnet hochwertigen Duft-Content aus und wie erhalten Creator rechtliche Orientierung?

„Regelmäßig exzellenter Duft-Content“ setzt nicht voraus, dass ein Account ausschließlich Inhalte zum Thema Duft veröffentlicht. Maßgeblich sind eine wiederkehrende, qualitativ hochwertige und glaubwürdige Auseinandersetzung mit Duft sowie die Fähigkeit, das Thema einer breiteren Zielgruppe nachvollziehbar und ansprechend zu vermitteln.

Die DUFTSTARS Kanäle verstehen Duft als Bestandteil von Lifestyle, Kultur und persönlichem Ausdruck – visuell, ästhetisch und kulturell relevant. Das inhaltliche Leitmotiv „Scentcore“ bildet hierfür die redaktionelle Klammer und rückt Duft in den Mittelpunkt. Es verbindet die Haltung zur Duftbranche und die Wertschätzung von Marken mit einer eigenständigen Ästhetik und Persönlichkeit. Durch Storytelling, kulturelle Bezüge und visuelle Trends vermittelt Scentcore nicht nur Informationen, sondern macht Duft in unterschiedlichen inhaltlichen Zusammenhängen erlebbar und zugänglich - über alle Duftkategorien hinweg.

Die Fragrance Foundation und der Verband bieten keine individuelle Rechtsberatung an. Unsere Workshops dienen ausschließlich der allgemeinen Information, Sensibilisierung und Orientierung zu relevanten rechtlichen Themen. Juristische Inhalte werden dabei von qualifizierten externen Rechtsanwältinnen und Rechtsanwälten vermittelt. Eine Prüfung oder Bewertung konkreter Einzelfälle ist nicht Gegenstand dieser Veranstaltungen.

Bei weiteren Fragen stehen wir zur Verfügung.



THE FRAGRANCE FOUNDATION

FRAGRANCE FOUNDATION
DEUTSCHLAND E.V.

Knesebeckstraße 33-34, D-10623 Berlin

T +49 170 8160532

INFO@DUFTSTARS.DE

WWW.FRAGRANCEFOUNDATION.DE

Fragrance Foundation Deutschland e.V.

Der Fragrance Foundation Deutschland gehören Hersteller und Lieferanten der Parfumbranche, Händler und Medien an. Gemeinsames Ziel ist es, das Parfum als kostbares Kulturgut zu pflegen, als luxuriöses Accessoire darzustellen und seine Faszination einer breiten Öffentlichkeit zu präsentieren. Die Idee, Parfums mit einer hochkarätigen Auszeichnung zu ehren, geht auf die US-amerikanische Fragrance Foundation zurück. Die DUFTSTARS werden seit 1993 auch in Deutschland verliehen.

Kontakt Fragrance Foundation Deutschland:

Fragrance Foundation Deutschland e.V.

Knesebeckstrasse 33-34

10623 Berlin

Andreas Fuhlisch

Geschäftsführer

Telefon: 0172 4009229

E-Mail: Andreas.Fuhlisch@fragrancefoundation.de

Franziska Rudolph

Marketing & Communications

Telefon: 0170 8160532

E-Mail: Franziska.Rudolph@kosmetikverband.de