

von Axel Stoltenhoff

LG Berlin: Werbung mit abgelaufenem TÜV-Zertifikat ist irreführend

Der Einsatz von Zertifikaten und Gütesiegeln ist eine verbreitete Methode, um die besondere Produktqualität hervorzuheben und sich auf diese Weise von anderen Mitbewerbern abzuheben. An die rechtskonforme Werbung sind aber hohe Anforderungen gestellt, deren Missachtung schnell wettbewerbsrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen kann. Dass die Verwendung eines abgelaufenen TÜV-Zertifikats eine wettbewerbswidrige Irreführung begründet, entschied kürzlich das LG Berlin. Lesen Sie mehr zum Urteil.

I. Was ist passiert?

Ein Energieversorger warb in einem Kundenrundsreiben mit dem Siegel des TÜV Saarland über geprüfte Abrechnungsgenauigkeit. Unter dem Siegel war der Hinweis zu lesen: "Gültig bis 25.6.2020". Das Werbeschreiben war **nach**diesem Datum versandt worden.

Die Wettbewerbszentrale sah hierin eine Irreführung nach § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 UWG sowie einen Verstoß gegen das Verbot aus Anhang 3 Nr. 2 des UWG-Anhangs ("Schwarze Liste") und klagte nach erfolgloser Abmahnung vor dem LG Berlin auf Unterlassung.

Das Unternehmen verteidigte sich mit der Rechtsauffassung, auf die zwischenzeitliche Ungültigkeit der Zertifizierung unzweideutig hingewiesen zu haben, und mithin keine falschen Verbrauchervorstellungen hervorzurufen.

II. Das Urteil

Das LG Berlin gab mit Urteil vom Urteil vom 7.12.2021 (Az. 103 O 110/20) der klagenden Wettbewerbszentrale Recht.

Mit der Herausstellung des TÜV-Zertifikats bringe das Unternehmen zum Ausdruck, dass die durch das Siegel belegte besondere Qualität zum Zeitpunkt des Schreibens noch bestehe und nicht einen vergangenen Zeitraum betreffe.

Die durch das TÜV-Siegel belegte Abrechnungsgenauigkeit könne nicht dauerhaft unterstellt werden,

sondern müsse fortlaufend geprüft und zertifiziert werden.

Auch der Hinweis "Gültig bis 25.6.2020" ändere nichts am Gesichtspunkt der Irreführung. Das TÜV-Logo trete blickfangmäßig hervor und erwecke unabhängig vom Inhalt der Prüfung bei den Verbrauchern abstrakte Gütevorstellungen mit Blick auf die beworbene Abrechnungsgenauigkeit.

Der überwiegende Teil der angesprochenen Verkehrskreise würde die beigefügten klarstellenden Hinweise nicht mehr lesen. Niemand rechne damit, dass mit objektiv nicht mehr gültigen Zertifikaten geworben werde.

III. Fazit

Bei der Werbung für Waren und Dienstleistungen mit Siegeln sollte darauf geachtet werden, dass zum Zeitpunkt der Werbung ein aktuelles gültiges Prüfzertifikat vorliegt, das im Streitfall auch belegt werden kann. Anderenfalls drohen kostspielige Abmahnverfahren.

Welche rechtlichen Vorgaben für die Werbung mit Prüfsiegeln und Zertifikaten gelten und welche Formulierungen/Prüfversprechen rechtliche Probleme bereiten, zeigen wir **in diesem Beitrag**.

Autor:

Axel Stoltenhoff

Rechtsanwalt