

von **Susanna Milrath**

OLG Düsseldorf zur Werbung mit Warentestergebnissen: Was muss wo angegeben werden?

Schneidet ein Produkt in einem Warentest gut ab, steigen auch die Verkaufschancen. Somit werden derartige Testergebnisse oft und gerne als Werbung eingesetzt. Was genau bezüglich des Warentests in der Werbung wo offengelegt werden muss, entschied das OLG Düsseldorf am 07.02.2019 (AZ: 20 U 101/18). Lesen Sie mehr zur Entscheidung.

I. Der Sachverhalt

Die Antragsgegnerin inserierte Sportgeräte auf eBay und warb in diesem Zuge mit Tests, ohne dabei den Tester, das Testdatum, die Fundstelle des Tests und die Anzahl der getesteten Produkte zu erwähnen. Nach erfolgloser Abmahnung beantragte sie daraufhin den Erlass einer einstweiligen Verfügung, da sie der Auffassung war, die entsprechenden Informationen müssten schon in der Werbung offengelegt werden.

II. Die Entscheidung

Am 07.02.2019 entschied das OLG Düsseldorf (AZ: 20 U 101/18) nur teilweise zugunsten der Antragstellerin. Der geltend gemachte Anspruch bestehe nur teilweise.

1.) Angabe der verantwortlichen Teststelle

Wer den Test verantwortet, sei direkt in der Werbung selbst anzugeben, eine Offenlegung in der Fundstelle reiche nicht aus, so das OLG Düsseldorf. Begründet wird dies damit, dass gem. § 5a UWG die Offenlegung des Testers für den Verbraucher wesentlich sei.

Daraus könne der Verbraucher nämlich erkennen, ob es sich um einen unparteiischen Test einer seriösen, neutralen Stelle handle oder nur um einen Auftragstest des Herstellers, der von einer dem Hersteller nahestehenden Organisation durchgeführt wurde.

Aus Platzgründen ließe der BGH gem. § 5a Abs. 3 UWG zwar teilweise zu, dass bestimmte, für den Verbraucher als wesentlich eingestufte Informationen nur in der Fundstelle offengelegt werden müssen. Bezüglich der Angabe der Teststelle bestehe dazu jedoch kein Anlass, da diese Angabe in der Regel recht kurz sei und sich eine Platzproblematik schon nicht ergebe.

2.) Angabe des Testdatums

Laut OLG Düsseldorf ist das Datum, an welchem der Test durchgeführt wird, in der Werbung mit dem Testergebnis – entgegen der Auffassung der Antragstellerin – nicht anzugeben.

Das Testdatum müsse zu Klarstellungszwecken nur dann angegeben werden, wenn es weiter in der Vergangenheit läge, als der angesprochene Verkehr es gegebenenfalls erwarte.

Einschränkend fügte das OLG Düsseldorf hinzu, dass die Werbung mit einem Testergebnis, das durch eine aktuelle Testung bereits überholt sei, bereits per se unzulässig sei.

3.) Angabe der Fundstelle

Die Fundstelle sei zwingend in der Werbung selbst anzugeben.

4.) Angabe der Anzahl der getesteten Geräte

Ein Anspruch auf Mitteilung der Anzahl der getesteten Geräte bestehe dahingegen nicht. Das Offenlegen des Abschneidens anderer Geräte sei nur dann erforderlich, wenn aufgrund der dargelegten Testergebnisse des eigenen Gerätes ein unzutreffender Eindruck über dessen Platzierung entstehe. Dies sei etwa dann der Fall, wenn das eigene Testergebnis „gut“ dargelegt wird, andere Geräte aber mit „sehr gut“ abschnitten.

III. Fazit

An die korrekte Werbung mit Testergebnissen werden [nicht unerhebliche Anforderungen](#) gestellt, die auf eine weitreichende Kasuistik der instanzlichen Rechtsprechung zurückgehen.

In unmittelbaren Zusammenhang mit der Werbung müssen zwingend die verantwortliche Teststelle und die Fundstelle des Testergebnisses angegeben werden.

Ein Datum der Durchführung des Tests ist dahingegen nur anzugeben, wenn dieses weiter zurückliegt, als es die Werbung suggeriert.

Auch ein Hinweis auf die Anzahl der getesteten Artikel ist grundsätzlich nicht erforderlich, es sei denn, sein Außerachtlassen weckt falsche Verbrauchervorstellungen über den konkreten Rang des getesteten Produkts im Gesamtergebnis.

Autor:

Susanna Milrath

Wissenschaftliche Mitarbeiterin