von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

Werbung mit „laborgeprüft“ ohne weitere Erläuterungen nicht per se unzulässig

In Zeiten eines harten Wettbewerbs im Ecommerce werben Händler gerne schlagwortartig mit besonderen Vorteilen Ihrer Angebote. Gerade wenn es um Prüfungen bzw. Zertifizierungen geht, kann dies schnell wettbewerbsrechtliche Probleme nach sich ziehen, sofern dem Verbraucher keine weiteren Informationen zur Verfügung gestellt werden. Das LG Darmstadt stellte nun fest, dass die schlagwortartige Werbung mit der Aussage „laborgeprüft“ ohne weitere Erläuterungen dennoch zulässig sein kann.

Was war passiert?

Die spätere Beklagte wurde Anfang 2022 von einem bekannten Abmahnverein zunächst im Rahmen einer wettbewerbsrechtlichen Abmahnung wegen deren Angeboten für Nahrungsergänzungsmittel bei eBay.de und der diesbezüglichen Werbung u.a. auf Unterlassung in Anspruch genommen.

Der Abmahner störte sich dabei auch an der pauschalen Werbeaussage der Beklagten zu einer Laborprüfung:

> *Als [...] bieten wir Dir in Deutschland hergestellte und laborgeprüfte Nahrungsergänzungsmittel und dabei setzen wir nicht nur auf das Bedürfnis nach zusatzstofffreien Nahrungsergänzungsmittel.*

Diese Werbung mit einer Laborprüfung, die ohne nähere Informationen zur erfolgten Überprüfung dargestellt wird, sei wettbewerbswidrig und daher zu unterlassen.

Im Tatbestand des Urteils (vom 12.09.2022, Az.: 18 O 11/22) des LG Darmstadt, welches den Streit nach der Abmahnung entscheiden musste, heißt es dazu:

> *„Dadurch, dass bloß das Wort "laborgeprüft" verwendet werde ohne einen Hinweis, von wem nach welchen Kriterien genau die Prüfung durchgeführt wurde bzw. wo diese Informationen für den Verbraucher aufzufinden sind, hatte die Beklagte dem angesprochenen Verbraucher wesentliche Informationen im Sinne von § 5a Abs. 2 UWG vor. Die Fundstelle eines Tests bzw. die Testkriterien seien eine für den Verbraucher wesentliche Information. Durch die Werbung mit der Formulierung "laborgeprüft" werde eine unabhängig durchgeführte Qualitätsprüfung suggeriert, die gerade im Hinblick auf ein sensibles Produkt wie einem Lebensmittel ein besonderes Vertrauen des Verbrauchers*

> erwecke.“

Doch dahingehend folgte das Landgericht nicht der Rechtsansicht des Abmahnvereins.

„Laborgeprüft“ als isolierte Werbeaussage zulässig, wenn auf Unternehmen bezogen

Das LG Darmstadt befand die streitgegenständliche Werbung mit „laborgeprüft“ als nicht wettbewerbswidrig und wies die Klage dahingehend ab.

Dazu wird im Urteil ausgeführt:

> *"Der Begriff "laborgeprüft" beschreibt in dem in Rede stehenden Kontext einzig und allein das Unternehmen "[...]" und nicht das beworbene Produkt. Dabei lässt die von der Beklagten gewählte Formulierung nicht einmal den sicheren Schluss zu, dass sämtliche von ihr vertriebenen Nahrungsergänzungsmittel "laborgeprüft" sind, so dass aus der Unternehmensbeschreibung nicht verlässlich auf die Eigenschaft des beworbenen Produkts geschlossen werden kann. Im konkreten Fall erscheint es mithin ausgeschlossen, dass ein Durchschnittsverbraucher davon ausgeht, dass das Produkt "Glucomannan 500 mg 90 Kapseln zum Abnehmen Made in Germany" (Artikelnummer: 274793954190) von einem neutralen Dritten mit entsprechender Kompetenz nach objektiven und aussagekräftigen Kriterien geprüft wurde (vgl. in diesem Zusammenhang BGH, Urt. v. 21.7.2016 - I ZR 26/15).“*

Fazit:

Auch im Jahr 2022 werden Händler noch wegen schlagwortartiger Werbung für Prüfungen abgemahnt.

Händler sollten weiterhin vorsichtig bei der Bewerbung ihrer Produkte sein, wenn es um einen Bezug zu Überprüfungen, Tests oder Zertifizierungen hinsichtlich der angebotenen Produkte geht.

Hier sollten dem Verbraucher unbedingt weitergehende Informationen zur Verfügung gestellt werden, damit die Werbung den gesetzlichen Transparenzerfordernissen genügt. Es muss erkennbar sein, durch wenn und nach welchen Kriterien das Produkt entsprechend einer Überprüfung, einem Test bzw. einer Zertifizierung unterzogen worden ist.

„Wer hat was wonach wann überprüft, getestet bzw. zertifiziert“ solle hier als Merksatz gelten, um dem Verbraucher die nötigen Informationen an die Hand geben zu können.

Jedenfalls wenn sich die Werbung mit der Aussage „laborgeprüft“ auf das werbende Unternehmen und nicht auf ein einzelnes, konkretes Produkt bezieht, sei die fehlende Angabe weiterer Details zur Prüfung wettbewerbsrechtlich nicht zu beanstanden, so das LG Darmstadt.

Die Begründung der Entscheidung ist dahingehend wenig überzeugend. Die beanstandete Werbeaussage lässt sich nach hiesiger Auffassung auch so verstehen, dass dadurch gerade (auch) ein Bezug der Laborprüfung zu den angebotenen Produkten hergestellt wird („bieten wir Dir [...] laborgeprüfte Nahrungsergänzungsmittel“).

Sofern der Abmahnverein wegen seines Teilunterliegens in die Berufung gegangen ist, dürfte fraglich sein, ob die Entscheidung in der nächsten Instanz dahingehend halten wird.

Sie haben als Online-Händler keine Lust auf Abmahnungen und wünschen sich einen rechtssicheren Auftritt? Die IT-Recht Kanzlei sichert Sie gerne ab. Eine Übersicht der Schutzpakete finden Sie hier.

Autor:
RA Nicolai Amereller
Rechtsanwalt