

von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

Frage des Tages - zur Werbung mit Testergebnissen

Darf ein Online-Händler einen Tennisschläger mit dem (alleinigen) Hinweis "Testsieger" bewerben?

Nein, diese Form der werblichen Ausnutzung von Testergebnissen ist irreführend. So sind bei der Werbung mit Testergebnissen bestimmte Hinweispflichten zu beachten, wie etwa die Angabe der genauen Fundstelle der Testveröffentlichung.

Auszug aus einer aktuellen Abmahnung (des Vereins gegen Unwesen im Handel und Gewerbe Köln e.V.):

“

Da Sie die genaue Fundstelle der Testveröffentlichung nicht angeben, ist der solchermäßen angesprochene Verkehr nicht in der Lage, Ihre Angabe zu überprüfen. Möglicherweise ist das von Ihnen veröffentlichte Testergebnis längst nicht mehr gültig, abgelöst durch eine neue Veröffentlichung, die anderen gleichwertigen Artikel der beworbenen Art ebenfalls das oben zitierte Testurteil zusprechen. Andererseits können in der von Ihnen zugrundegelegten Testveröffentlichung mehrere solche Tennisschläger mit dem gleichen Testurteil versehen sein, wodurch insgesamt Ihre Werbung relativiert wird.

”

Irreführende Werbung mit Testergebnissen

Wirbt ein Hersteller mit Testergebnissen für sein Produkt, so kann darin eine irreführende Werbung liegen. Zur Beurteilung der Frage, ob eine Werbung irreführend ist, ist in erster Linie auf den Wortlaut von § 5 UWG abzustellen. Hilfsweise kann jedoch auch auf die zuvor angesprochenen Empfehlungen der Stiftung Warentest zurückgegriffen werden. Danach dürfen Untersuchungsergebnisse nicht dazu verwendet werden, den Verbrauchern einen Eindruck von der Überlegenheit einzelner Produkte zu vermitteln, den die Untersuchungsergebnisse nicht rechtfertigen. Den Werbenden treffen daher bestimmte Hinweispflichten im Zusammenhang mit seiner Werbung.

Im Einzelnen sind vor allem folgende Punkte zu beachten:

- Der Werbende muss das Testergebnis zutreffend wiedergeben. Er sollte das Testergebnis daher nicht mit eigenen Worten wiedergeben, sondern den tatsächlichen Wortlaut verwenden. Auf negative Testergebnisse muss aber nicht hingewiesen werden.

- Wirbt ein Hersteller mit älteren Testergebnissen, so ist die Werbung irreführend, wenn die Testergebnisse durch eine neuere Untersuchung oder durch eine erhebliche Veränderung der Marktverhältnisse überholt sind. Die Werbung mit älteren Testergebnissen ist aber zulässig, wenn der Zeitpunkt der Veröffentlichung erkennbar gemacht wird und die angebotenen Waren mit den seinerzeit geprüften gleich sind, technisch nicht durch neuere Entwicklungen überholt sind und für solche Waren auch keine neueren Prüfungsergebnisse vorliegen.
- Die Werbung mit Testergebnissen darf nicht über den Rang des beworbenen Produkts im Kreis der anderen getesteten Konkurrenzprodukte hinwegtäuschen. So liegt eine irreführende Werbung vor, wenn ein von der Stiftung Warentest mit „gut“ bewertetes Produkt mit der Werbeaussage „Test Gut“ beworben wird, obwohl dieses Produkt mit dieser Note unter dem Notendurchschnitt der getesteten Produkte geblieben ist und wenn nicht die Zahl und die Noten der besser beurteilten Produkte angegeben wird.
- Hat ein Produkt das Testergebnis „sehr gut“ erzielt, so darf jedoch stets damit geworben werden, ohne darauf hinzuweisen, dass eine Reihe von Konkurrenzprodukten ebenfalls diese Note erzielt haben.
- Das Testergebnis, mit dem geworben wird, muss sich stets auf das beworbene Produkt beziehen. Bezog sich der angegebene Test auf eine andere Ware, so liegt eine Irreführung auch dann vor, wenn die Ware äußerlich ähnlich und technisch baugleich war.
- Wird mit einem Testergebnis geworben, das sich nur auf einen Test mit einer stichprobenartigen Auswahl stützt, so muss in der Werbung auf den Umstand hingewiesen werden, dass der Test nicht auf einer repräsentativen Erhebung beruht. Dies gilt insbesondere für den Fall, dass ein Produkt aus einer nicht repräsentativen Untersuchung als „Testsieger“ bezeichnet wird.

Autor:

RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)

Rechtsanwalt