

von Mag. iur Christoph Engel

Werbung mit ISO 9001-Zertifizierung: Exzessiver Gebrauch kann wettbewerbswidrig sein

Bei der Werbung mit ISO 9001-Zertifizierungen ist Zurückhaltung geboten. Prädikate wie "TÜV-geprüft", "ISO 9001-zertifiziert" etc. dürfen sich stets nur auf diejenigen Prozesse beziehen, die auch tatsächlich geprüft worden sind; ein Unternehmen, das seine internen Arbeitsabläufe nach ISO 9001 hat zertifizieren lassen, darf folglich nicht ungebremst alle seine Produkte als "TÜV-geprüft" vermarkten.

DIN EN ISO 9001

Die DIN EN ISO 9001 ist eine zentrale QM-Norm. Sie legt die Anforderungen an ein QM-System fest, mit dem ein Unternehmen seine Fähigkeit darlegen kann, Produkte und Dienstleistungen nach den Anforderungen der Kunden und nach allfälligen behördlichen Anforderungen zu erstellen.

Die acht Grundsätze eines QM-Systems nach ISO 9001 sind:

- Kundenorientierung
- Verantwortlichkeit der Führung
- Einbeziehung der beteiligten Personen
- Prozessorientierter Ansatz
- Systemorientierter Managementansatz
- Kontinuierliche Verbesserung
- Sachbezogener Entscheidungsfindungsansatz
- Lieferantenbeziehungen zum gegenseitigen Nutzen

ISO 9001 in der Werbung

In der Werbung ist die Zertifizierung nach ISO 9001 jedoch vorsichtig einzusetzen: Die Zertifizierung bezieht sich in der Regel nur auf die Unternehmensprozesse, nicht jedoch auf die vom Unternehmen erstellten Produkte; es darf in der Werbung daher nicht der Eindruck erweckt werden, dass die ISO 9001-Zertifizierung auch eine besondere Qualität der Produkte impliziert.

So hatte z.B. das LG Essen in einem aktuellen **Urteil (11.11.2009, Az. 44 O 96/09)** über die Werbung eines nach DIN EN ISO 9001 zertifizierten Unternehmens zu urteilen, das seine Dienstleistungen als "TÜV-geprüfte Nachhilfe" bewarb. Hierzu fanden die Richter deutliche Worte:

"Die Kammer teilt die Einschätzung des Klägers, dass die Werbung hier irreführend im Sinne des § 5 Abs. 1 Satz 2 UWG ist, weil sie von einem relevanten Teil des angesprochenen Kreises nicht auf das Unternehmen, sondern auf die Dienstleistung 'Nachhilfe' bezogen und angenommen wird, diese selbst sei Gegenstand einer qualitativen Überprüfung durch den TÜV gewesen. Tatsächlich hat der TÜV - unstreitig - nur das Unternehmen und dessen Unternehmensabläufe untersucht, welche die Vorgaben im Rahmen eines Qualitätsmanagementsystems erfüllen müssen. Dass die Beklagte zur Sicherstellung der Zertifizierung gemäß DIN EN ISO 9001 verpflichtet wird, die Qualität ihrer Mitarbeiter durch Weiterbildung und Schulungen zu verbessern und dazu interne Audits durchzuführen ändert nichts daran, dass der TÜV selbst keine Überprüfung des Erfolges solcher Ausbildungs- und Fortbildungsbemühungen vornimmt, also nicht die Dienstleistung 'Nachhilfe' selbst überprüft."

Kommentar

Die ISO 9001-Zertifizierung ist ein wertvolles Instrument zur internen Qualitätskontrolle, als Werbemittel jedoch mit Vorsicht zu genießen. Nachdem die Zertifizierung einige Kosten verursacht, ist sicherlich die Versuchung groß, das erworbene Zertifikat gewinnbringend in der Werbung einzusetzen; dabei sollte jedoch unbedingt darauf geachtet werden, dass die oben skizzierte, irreführende Werbung vermieden wird.

Ähnliche Probleme finden sich übrigens auch bei der Werbung mit anderen QM- und ähnlichen Kennzeichen, man denke nur z.B. an das **CE-Siegel**.

Autor:

Mag. iur Christoph Engel

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)