

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

"Abgeschmiert" – Werbung mit überholtem Testergebnis unzulässig

Die Beklagte stellt Fahrradschlösser her. Eines ihrer Produkte war im Jahr 2007 von der Stiftung Warentest mit „gut“ beurteilt worden. Im Jahr 2008 unterzog die Stiftung Warentest das Schloss einem Nachtest. Im Juli 2009 veröffentlichte sie ihr Ergebnis hieraus unter der Überschrift „S.. schmiert ab“ und revidierte ihre bisherige gute Beurteilung. Gleichwohl bewarb die Beklagte ihr Produkt auch danach noch unter Hinweis auf die im Jahr 2007 erfolgte gute Bewertung.

Der klagende Verbraucherschutzverein hat von der Beklagten u.a. die Unterlassung dieser Werbung verlangt. Vor dem Landgericht Landau in der Pfalz war er hiermit gescheitert. Auf die Berufung des Vereins hat der 4. Zivilsenat des Pfälzischen Oberlandesgerichts Zweibrücken die Beklagte nunmehr zur Unterlassung der Werbung mit dem überholten Testergebnis verurteilt. Zur Begründung hat er ausgeführt, die Werbung mit später ausdrücklich revidierten Testergebnissen sei irreführend. Ein angesprochener Kunde werde ohne weiteres davon ausgehen, dass ihm nicht verschwiegen werde, wenn eine frühere Testbewertung nicht mehr aktuell sei, weil der Tester sie aufgrund einer Nachuntersuchung zurückgezogen habe. Da die Beklagte den Verbrauchern diese wichtige Information unterschlagen habe, sei ihre Werbung irreführend und deshalb zu unterlassen.

Quelle: PM des OLG Zweibrücken

Veröffentlicht von:

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

Rechtsanwalt