von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

Die Werbung mit den Logos der „Stiftung Warentest“ im Internet

Zum 01.07.2013 hat die Stiftung Warentest das Reglement zur Werbung mit Testsiegeln grundsätzlich umgestellt und gestattet die Verwendung nunmehr nur noch im Rahmen kostenpflichtiger Lizenzverträge, in denen die Voraussetzungen und Grenzen der Nutzung klar definiert sind. Aus diesem Grunde hat die IT-Recht-Kanzlei die wichtigsten Fragen und Antworten zur vertragsgemäßen Werbung mit den Logos der Stiftung Warentest zusammengetragen.

Die Verbraucherorganisation „Stiftung Warentest“ gilt als bekannteste deutsche Institution für unabhängige und umfängliche Qualitätsuntersuchungen und – vergleiche von Produkten und Dienstleistungen. Positiven Testergebnissen kommt so eine große Werbewirksamkeit zu, derer sich nicht nur im Einzelhandel, sondern zunehmend auch im elektronischen Geschäftsverkehr bedient wird.

So gelten insbesondere die Testlogos, die der geprüften Ware eine gewisse Zensur zuweisen und zudem individuelle Angaben des Markeninhabers ermöglichen, als Aushängeschild für besondere Qualität.

Zum 01.07.2013 jedoch hat die Stiftung Warentest das Reglement zur Werbung mit Testsiegeln grundsätzlich umgestellt und gestattet die Verwendung nunmehr nur noch im Rahmen kostenpflichtiger Lizenzverträge, in denen die Voraussetzungen und Grenzen der Nutzung klar definiert sind. Die Lizenvermarktung erfolgt nun über eine GmbH der RAL, dem Deutschen Institut für Gütersicherung und Kennzeichnung. Dies ermöglicht es, die Schranken der Zulässigkeit der einzelnen Werbehandlungen nicht bloß anhand des Lauterkeitsrechts zu bemessen, sondern gegen Zuwiderhandlungen direkt aus dem Lizenzvertrag vorzugehen.

Der Umfang der Anforderungen an den korrekten Einsatz der Testlogos und die Möglichkeiten der zulässigen Verwendung werfen jedoch nach wie vor viele Fragen auf, die im Zweifel zu Verstößen gegen die Lizenzvereinbarung führen können.

Nachfolgend hat die IT-Recht Kanzlei Ihnen eine informative faq zusammen gestellt, welche die gängisten Fragen zur Verwendung der Testlogos der Stiftung Warentest zusammenfasst:

I. Der Erwerb und die Dauer der Nutzungslizenz

1. Wie kann das Testlogo zur Werbung für die entsprechenden Produkte bezogen werden?

Erforderlich ist der Abschluss des Lizenzvertrags der RAL GmbH zur Nutzung des Testsiegels. Direkt nach Vertragsschluss wird das entsprechende Logo in digitalem, druckfähigen Format bereitgestellt und kann verwendet werden.

2. Darf mit den Logos auch online geworben werden?

Ja, die Lizenzvereinbarung gewährt den Einsatz der Testsiegel grundsätzlich direkt auf dem Produkt, der Verpackung oder den Verkaufsstandorten, erlaubt aber auch die optische Werbung in Kommunikationsmedien, solange der Bezug zum getesteten Produkt ersichtlich ist.

3. Wie lange gilt die Nutzungslizenz?

Der Lizenzvertrag befristet die Möglichkeit der Werbung mit Testlogos auf 2 Jahre ab Vertragsschluss.

4. Wann beginnt die Lizenz zu laufen?

Der Nutzungszeitraum beginnt an dem Tag, an dem die RAL GmbH den Abschluss des Lizenzvertrages bestätigt.

5. Wie lange kann die Lizenz nach Veröffentlichung der Testergebnisse beantragt werden?

Eine Beantragung der Lizenz ist innerhalb von 2 ½ Jahren nach Erstveröffentlichung der Testergebnisse möglich. Innerhalb der ersten 6 Monate nach Veröffentlichung bleibt die Dauer der Lizenznutzung von 2 Jahren unberührt. Wird beispielsweise eine Lizenz aber 9 Monate nach der Veröffentlichung der Ergebnisse beantragt, so beläuft sich die zulässige Nutzungsdauer der Lizenz nicht mehr auf 24, sondern nur auf 21 Monate.

6. Kann eine Lizenz verlängert werden?

Weist die Lizenz die reguläre Nutzungsdauer von 2 Jahren aus, kann diese nicht verlängert werden. Wurde eine Kurzlizenz mit einjähriger Laufzeit erteilt, ist eine Verlängerung um 1 weiteres Jahr möglich.

7. Muss für jedes getestete Produkt zum Zwecke der Logo-Werbung eine eigene Lizenz erworben werden?

Ja. Eine Gesamtlizenz existiert nicht. Auch sind Mengenrabatte nicht vorgesehen.

II. Anforderungen und Gestaltungsvorgaben bei der Logo-Verwendung

8. Neben dem Kennzeichen der Stiftung Warentest befindet sich auf dem Testsiegel ein graues Feld. Wer gestaltet dieses?

Die Gestaltung des grauen Feldes obliegt dem Lizenznehmer in eigener Verantwortung. Er muss dieses selbst mit Informationen füllen und haftet für die Lauterkeit seiner Ausführungen eigenständig.

9. Müssen im grauen Feld neben dem endgültigen Qualitätsurteil auch Zwischenurteile angeführt werden?

Verpflichtend ist nur die Angabe des Gesamturteils. Zwischenurteile können angeführt werden, müssen dann aber in ihrer Gesamtheit erscheinen. Eine Auswahl nur der günstigsten oder besten Urteile ist nicht erlaubt.

10. Neben dem Logo der Stiftung befindet sich eine sechsstellige Nummer. Was bedeutet sie?

Bei der sechsstelligen Zahl handelt es sich um eine Lizenznummer, die jedem lizenzierten Produkt individuell zugewiesen wird und anhand derer die Überprüfung der Lizenzgültigkeit von jedermann vorgenommen werden kann.

11. Wo kann die Überprüfung der Gültigkeit anhand der Lizenznummer erfolgen?

Für die Überprüfung ist eine eigene Logo-Lizenz-Suchmaschine eingerichtet worden, die unter Eingabe der Lizenznummer die Gültigkeit der Lizenz ermittelt.
Das Prüfportal ist unter www.ral-logolizenz.com aufrufbar.

12. Wie wird die Lizenznummer bezogen und wo muss diese auf dem Testlogo erscheinen?

Nach Vertragsschluss weist die RAL GmbH dem Lizenznehmer individuell eine Nummer zu und teilt diese sodann mit.
Die korrekte Stelle zur Anführung der Nummer auf dem Logo richtet sich nach dessen Format:
- Querformat: am rechten Außenrand unten in vertikaler Richtung
- Hochformat: am unteren äußeren Rand in horizontaler Richtung

13. Nach welchen Vorgaben hinsichtlich der Schriftgröße, Schriftart und Farbe ist das Testlogo zu gestalten?

- Schriftart: zulässig sind ausschließlich „Linotype Univers BasicRegular“ oder „Linotype Univers BasicBold“ oder alternativ „Arial oder Arial Fett“
- Schriftfarbe: nur die Farbe schwarz ist erlaubt
- Schriftgröße: eine Mindestgröße ist nur für die Lizenznummer vorgesehen. Diese beträgt 6pt.
- Buchstabenart: Die Qualitätsnote muss zwingend in Großbuchstaben angegeben werden, für alle übrigen Angaben gilt die normale Groß- und Kleinschreibung
- Farbe des Stiftungslogos: Diese richtet sich nach dem jeweiligen Stiftungsmedium, in dem der Test veröffentlich wurde. Muster für die Gestaltung sind hier einsehbar.

14. Kann bei Unsicherheit bezüglich der richtige Gestaltung eine Überprüfung der RAL GmbH vor Veröffentlichung erfolgen?

Nein. Eine rechtliche Bewertung der Gestaltung fällt nicht in den Zuständigkeitsbereich der RAL GmbH. Die IT-Recht-Kanzlei bietet eine lauterkeitsrechtliche Vorprüfung aber an.

15. Ist bei Erhalt der besten Gesamtnote die Werbung mit der Bezeichnung „Testsieger“ zulässig?

Innerhalb des Testlogos ist eine solche Werbung nicht gestattet. Erfolgt sie aber außerhalb des Logos, ist sie jenseits der Unlauterkeit zulässig.

III. Die Produktwerbung mit dem Testsiegel

16. Dürfen baugleiche oder rezepturgleiche ohne erneuten Lizenzerwerbt mit dem Logo beworben werden?

Ja, sofern die Bau- oder Rezepturgleichheit tatsächlich besteht. Die Verantwortung hierfür liegt beim Lizenznehmer.

17. Darf ein nachträglich verändertes Produkt mit dem Testlogo weiterhin beworben werden?

Nein, solange die Veränderungen Eigenschaften betreffen, die Gegenstand der Untersuchung der Stiftung Warentest waren. Eine Werbung mit dem Logo ist dann nicht mehr zulässig. Dies betrifft im Zweifel auch die Veränderung der Verpackungsgröße oder dem Packungsaufdruck, wobei die Bewertung dem Lizenznehmer obliegt und er für unzulässige Änderungen haftet.

18. Wie verhält es sich mit der Zulässigkeit der Logo-Werbung, wenn das Produkt nachträglich verbessert wurde?

Hier gilt nicht anderes als bei bloßen Veränderungen. Wird das Produkt in Eigenschaften, die Teil der Untersuchung waren, modifiziert, ist eine Werbung mit dem Testlogo des Produkts unzulässig.

19. Ist eine Werbung mit Testergebnissen auch ohne den Lizenzerwerb möglich?

Die Verwendung des Testlogos ist nur dann zulässig, wenn ein entsprechender Lizenzvertrag geschlossen wurde. Insbesondere darf kein eigenes Logo erstellt werden.
Möglich ist die Werbung mit den Ergebnissen in Textform, sodass ein Zitieren der Urteile der Stiftung Warentest geduldet wird. Dabei ist der Werbende für seine Ausführungen selbst verantwortlich

20. Besteht die Möglichkeit der Werbung nur für den Hersteller oder ist auch Einzelhändlern und Geschäftspartnern die Nutzung des Logos gestattet?

Wurde ein Produkt von der Stiftung Warentest getestet und ein entsprechendes Logo veröffentlich, ist die Werbung mit selbigem auch Händlern gestattet. Dies gilt nur,
- sofern der Hersteller und Markeninhaber per Lizenz zur Nutzung des Logos berechtigt wurde und
- er den jeweiligen Händler zur Verwendung des Logos bevollmächtigt hat

21. Wie kann ein Händler erfahren, ob dem Hersteller bereits eine Lizenz eingeräumt wurde?

Dies muss grundsätzlich individuell beim Hersteller erfragt werden. Zudem kann eine Bevollmächtigung zur Nutzung von Seiten des Herstellers ausschließlich über eine individuelle Kontaktaufnahme durch den Händler erfolgen. Ist bei einem getesteten Produkt die Lizenznummer bekannt, kann die Gültigkeit der Lizenz unter www.ral-logolizenz.com eingesehen werden.

22. Gibt es Fälle, in denen ein Händler selbst eine Lizenz erwerben muss und eine Bevollmächtigung zur Nutzung nicht ausreicht?

Ja. Ein Händler muss insbesondere dann eine eigene Logo-Nutzungslizenz beantragen, wenn er Produkte unter einer eigenen Handelsmarke absetzt. Das gilt selbst dann, wenn die Produkte mit bereits getesteten Produkten bau- und rezepturgleich sind.

23. Haftet der Lizenzträger, wenn der Händler mit dem Testlogo unzulässig wirbt oder dieses über den Lizenzzeitraum hinaus nutzt?

Nein, grundsätzlich haftet jeder Verwender des Testsiegels eigenverantwortlich für dessen potentiellen Missbrauch. Dies betrifft sowohl die konkrete Gestaltung des Logos als auch den Verwendungszeitraum.

24. Ist die Werbung mit dem Testlogo auch im Ausland erlaubt?

Der Lizenzvertrag sieht die Werbung mit Testsiegeln nur für die Bundesrepublik Deutschland vor. In Anbetracht des europäischen Binnenmarkts ist der Vertrieb von Produkten, die mit Testlogos versehen sind, in Europa aber möglich. Eine Werbung in ausländischen Medien ist im Gegenzug jedoch grundsätzlich unzulässig.

25. Weitere Regelung zur Zulässigkeit der Werbung

Weitere Zulässigkeitsvoraussetzungen der Werbung sind den Lizenzvertragsbedingungen der RAL GmbH zu entnehmen, die unter http://www.ral-logolizenz.com/vertragsbedingungen.html abrufbar sind.

IV. Die Werbung nach Ablauf der Lizenz

26. Was muss nach Ablauf der Lizenzzeit mit Produkten geschehen, die das Testlogo noch tragen?

Ein Abverkauf der mit dem Logo versehenen Produkte ist auch nach Lizenzende möglich. Die Werbung in sämtlichen Medien ist dann aber nicht mehr gestattet.

27. Besteht eine zeitliche Befristung für den Abverkauf noch mit dem Siegel bedruckter Ware?

Nein. Im Einzelfall ist jedoch nachzuweisen, dass die Ware noch innerhalb des Lizenzzeitraums produziert wurde.

28. Müssen Produktkataloge, die das Logo nebst dem getesteten Produkt anführen, nach Ablauf der Lizenz zurückgezogen werden?

Nein, die Verwendung der so bedruckten Kataloge ist noch bis zur Herausgabe einer neuen Auflage zulässig.

29. Darf mit dem Logo nach Ablauf der Lizenzzeit für eine gewisse Zeit noch online geworben werden?

Nein, die Erlaubnis zur online-Nutzung des Logos endet automatisch mit Ablauf der Lizenz.

Autor:
RA Phil Salewski
Rechtsanwalt

Copyright © | **IT-Recht Kanzlei München** | Alter Messeplatz 2 | 80339 München | **Tel.** + 49 (0)89 13014330 | **Fax** +49 (0)89 130143360