

von **Henrike Teitge**

OLG Oldenburg zur Frage: Genügt die Angabe einer Online-Fundstelle bei Werbung mit Testergebnissen?

Werbung ist ein Muss um den Verbraucher auf das eigene Produkt aufmerksam zu machen. Besonders populär ist der Hinweis auf positive Testergebnisse. Darf ein Händler auch mit einem Testergebnis werben, wenn die Fundstelle lediglich auf eine Internetquelle verweist? Das OLG Oldenburg (Az. 6 U 64/15) bejahte dies. Dem heutigen Verbraucher könne durchaus zugemutet werden, sich über das Internet zu informieren. Die Werbung mit einem Online-Testergebnis wird also nicht als wettbewerbswidrig eingestuft.

Zum Sachverhalt

Der beklagte Händler bewarb einen Staubsauger in einem Bestellmagazin mit dem Testergebnis „sehr gut“. Für die Fundstelle verwies der Händler auf ein Internetportal.

Ein Wettbewerbsverband rügte, die Anzeige der Internetadresse sei keine sachgerechte Fundstellenangabe. Werden Waren in einem Printprodukt mit einem Testergebnis beworben, könne es dem Verbraucher nicht zugemutet werden, die Ergebnisse im Internet nachzulesen. Der Wettbewerbsverband forderte den Händler auf, die konkrete Werbung zu unterlassen. Da sich der Händler weigerte seine Werbung einzustellen, klagte der Wettbewerbsverband vor dem LG Oldenburg auf Unterlassung gemäß §§ 8 Abs. 1 S. 1; 5 a Abs. 2; Abs. 3 Nr. 1, 3 Abs. 2 UWG.

Entscheidung der Vorinstanz

In erster Instanz unterlag der Händler. Das Landgericht Oldenburg begründete seine Entscheidung damit, dass der alleinige Hinweis auf eine Fundstelle im Internet unzulässig sei. Die maßgeblichen Anforderungen ergeben sich aus §§ 3 Abs. 2, 4 Nr. 11, 5a Abs. 2 UWG. Der Verbraucher müsse demnach die Möglichkeit haben, das Testergebnis auch ohne Internet nachlesen zu können.

Entscheidung des OLG Oldenburg

Der Händler legte Berufung gegen das erstinstanzliche Urteil ein und hatte Erfolg.

Das OLG Oldenburg entschied, dass der Händler mit dem Internet-Testergebnis werben dürfe.

Die Werbung mit einem Testergebnis sei zulässig, sofern der Verbraucher deutlich auf die Fundstelle hingewiesen werde und leicht auf das Testergebnis zugreifen könne. Die vom LG Oldenburg getroffene Entscheidung werde der zunehmenden gesellschaftlichen Bedeutung des Internets nicht gerecht. Selbst

wenn der Verbraucher über keinen eigenen Internetanschluss verfüge, werde ihm nicht mehr abverlangt, als wenn er sich eine Zeitschrift mit den entsprechenden Testergebnissen kaufen müsse.

Die Entscheidung des OLG Oldenburg ist rechtskräftig.

Fazit

Es ist zu begrüßen, dass die technische Entwicklungen und die immer stärker werdende Bedeutung des Internets durch das Urteil des OLG Oldenburg auch im Wettbewerbsrecht Berücksichtigung finden.

Wollen Onlinehändler mit einem Testergebnis werben, so sollte darauf geachtet werden, dass es sich um ein aktuelles Testergebnis handelt, das zutreffend wiedergegeben wird und die Fundstelle für den Verbraucher leicht aufzufinden ist.

Autor:

Henrike Teitge

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)