

von Anja Rettig

OLG Frankfurt a.M. zur Werbung mit Testergebnissen im Internet: Pflicht zur umfänglichen Information

Produkte oder Dienstleistungen mit Testergebnissen im Internet zu bewerben ist bei Händlern sehr beliebt. Verbraucher vertrauen zur eigenen Absicherung vor einer geschäftlichen Entscheidung gerne einem solchen objektiven Urteil. Über die Grenzen der Bezugnahme auf Testergebnisse hatte nun jüngst das OLG Frankfurt in einem Urteil zu entscheiden.

Der zugrundeliegende Streitfall: Werbung mit Testergebnis ohne Angabe der Fundstelle und unvollständiger Tarifvergleich

Für einen DSL Tarif machte die Beklagte mit der Angabe "günstigstes DSL-Einsteigerangebot" Werbung. Dabei nahm sie im Angebot Bezug auf einen Testbericht eines Online-Verbraucherportals, das unter anderem Tarife und Preise für Telekommunikation vergleicht. Bei der Werbung wurde mit dem positiven Testergebnis geworben, eine entsprechende Verlinkung auf das Ergebnis oder die Angabe der Fundstelle des Testberichts erfolgten hingegen nicht. Ein Wettbewerber sah in diesem Verhalten einen Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht. Er hielt die Werbung für irreführend und verklagte das werbende Unternehmen auf Unterlassung.

Daneben machte der Kläger geltend, dass auch die Angabe "objektiver Tarifvergleich" wettbewerbswidrig sei, sofern ein Kombinations-Tarif (DSL-Internet und Telefon) beworben wird, im Tarifvergleich jedoch nur Tarife ohne Telefon verglichen wurden.

OLG Frankfurt am Main: Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht

Das Oberlandesgericht Frankfurt am Main hat mit Urteil vom 24.03.2016 (Az.: 6U 182/14) entschieden, dass es die Beklagte zu unterlassen hat, mit dem Testurteil ohne weitere Angabe der vollständigen Fundstelle oder die Verwendung einer Verlinkung zu werben. Die Angabe sei für den Leser irreführend, denn er hätte ohne Verweis auf den Testbericht keine Möglichkeit, sich der Richtigkeit des Testergebnisses zu vergewissern. Eine verbindliche und informierte geschäftliche Entscheidung über den Tarif könne unter diesen Umständen nicht getroffen werden. Es liege daher ein Verstoß gegen § 5 a Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 UWG (Irreführung durch Unterlassen) vor. Die Beklagte darf künftig keine weitere Werbung in dieser Form machen.

Hinsichtlich der Angabe "objektiver Tarifvergleich" sah das Gericht einen wettbewerbswidrigen Verstoß

gegen § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 UWG. Der Verbraucher würde bei einem Tarifvergleich nicht damit rechnen, dass dieser nur ein Element des Tarifs zum Gegenstand hat. Die Handlung sei damit ebenfalls irreführend.

Fazit

Wird mit Testergebnissen geworben, sollten Händler eine Verlinkung oder die Angabe der Fundstelle des Testberichts nicht vergessen. Zudem ist die Angabe "objektiver Tarifvergleich" wettbewerbswidrig, wenn der Test tatsächlich nicht alle Elemente des Tarifs vergleicht.

Autor:

Anja Rettig

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)