

von **Dr. Bea Brünen**

Werbung mit Testergebnissen: Angabe der Internetseite ist ausreichend

Die Werbung mit einem guten Testergebnis ist für Online-Händler besonders vielversprechend. Denn kaum etwas ist für einen zögernden Kaufinteressenten überzeugender als das positive Testergebnis eines vertrauenswürdigen Produkttesters. Doch Vorsicht: Wer mit Testergebnissen werben will, muss bestimmte Informationspflichten erfüllen, damit der Verbraucher eine informierte Kaufentscheidung treffen kann. Eine Verlinkung des Testergebnisses ist jedoch nicht erforderlich, wie der BGH in einer aktuellen Entscheidung klargestellt hat.

I. Abmahnung wegen fehlender Verlinkung auf Testergebnis

Ein Online-Händler warb für eines seiner Produkte mit den Testergebnissen von „billig-tarife.de“. Einen Link zum Testergebnis stellte er den Benutzern seiner Internetseite dabei nicht zur Verfügung. Ein Mitbewerber im Telekommunikationssektor sah in der fehlenden Verlinkung auf das Testergebnis eine Wettbewerbsverletzung und mahnte den Online-Händler ab.

II. Rechtlicher Hintergrund: Wesentliche Informationen dürfen Verbraucher nicht vorenthalten werden

Nach § 5a Abs. 2 Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) handelt unlauter, wer die Entscheidungsfreiheit von Verbrauchern dadurch beeinflusst, dass er eine Information vorenthält, die im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände „wesentlich“ ist.

Welche Informationen konkret als wesentlich einzustufen sind, ist vom Einzelfall abhängig. In jedem Fall müssen wesentliche Informationen aber unzweideutig und leicht zugänglich sein. Dem Verbraucher soll durch den Zugang zu der jeweiligen Information eine informierte geschäftliche Entscheidung ermöglicht werden.

III. OLG Frankfurt am Main: Verlinkung ist Pflicht!

Die Vorinstanz des BGH, das OLG Frankfurt am Main, stufte die fehlende Verlinkung des Shop-Betreibers als Wettbewerbsverstoß ein (Beschluss vom 24.03.2016, 6 U 182/14). Bei einer Werbung mit Testergebnissen sei die Angabe der Fundstelle erforderlich, um dem Verbraucher eine informierte geschäftliche Entscheidung zu ermöglichen. Im Online-Handel sei dafür die Angabe eines Links, der zum Testergebnis führt, notwendig. Diesen Link habe der Online-Händler nicht gesetzt.

IV. ¹BGH: Angabe der URL genügt

Anderer Meinung waren jedoch die Richter vom BGH. Diese betonten mit Beschluss vom 08.12.2016 (I ZR 88/16), dass die Verlinkung auf die Webseite, die das Testsiegel aufgestellt hat, nicht erforderlich sei. Ausreichend sei vielmehr, wenn die URL der Internetseite selbst angegeben würde.

Konkret stellte der BGH fest:

“

"Es wird ferner zu berücksichtigen sein, dass der Bundesgerichtshof im Bereich der Testsiegelwerbung nicht die Schaltung eines elektronischen Verweises (Links) zum Testergebnis verlangt, sondern die Angabe einer Internetseite ausreichen lässt."

”

V. Fazit

Online-Händler, die ihre Kunden mit Testergebnissen überzeugen möchten, müssen sicherstellen, dass sie dem Verbraucher die Testergebnisse zugänglich machen. Eine Verlinkung auf das Testergebnis ist jedoch nicht erforderlich. Ausreichend ist vielmehr die Angabe der URL der Internetseite, auf der sich das Testergebnis einsehen lässt.

Autor:

Dr. Bea Brünen

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)