

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Ausgezeichnet: Werbung mit award und Testergebnissen

Wer mit einem verliehenen "Award" für sein Produkt wirbt, der muss auch die genaueren Umstände der Preisvergabe erläutern. Die Angabe einer konkreten Fundstelle ist im Vergleich zur Werbung mit Testergebnissen allerdings nicht erforderlich - so jedenfalls sieht es das LG Nürnberg-Fürth, Urt. v. 22.03.2018 - Az.: 3 HK O 6582/17.

Award-Werbung ohne Fundstelle

Der Fall ist schnell erklärt: Geklagt wurde wegen einer Produktwerbung mit einem vergebenen award (bildlich unterlegt mit einer Oscarstatue) und einem erklärenden verlinkten Text:

"Bereits zum 21. Mal wurden am 25. März 2017 die GALA SPA AWARDS verliehen. Unser Klassiker im neuen rosegoldenen Gewand hat in der Kategorie 'Cult Concepts' gewonnen. Wir freuen uns sehr, dass die Jury der GALA SPA AWARDS 2017 unser Pflegeöl zum Sieger gekürt hat. In der Kategorie 'Cult Concepts' werden besonders ausgefallene Spa-Konzepte, Produkte oder Pflegelinien prämiert, die Akzente setzen und für einen modernen Lifestyle stehen. Es müssen folgende Eigenschaften erfüllt sein:

? Das Produkt/die Serie verfügt über einem außergewöhnlichen Pflegeansatz mit eigener Verwöhnphilosophie und stark ausgeprägtem Lifestyle-Aspekt. Star-Referenzen und Nischendistribution tragen zum exklusiven Charakter bei.

? Optimalerweise enthalten die Produkte natürliche oder naturidentische Inhaltsstoffe und verzichten auf überflüssige Duft- und Konservierungsstoffe.

? Das Produkt zeichnet sich durch eine innovative Kombination der Inhaltsstoffe aus.

Bewertet wurden diese Punkte von einer unabhängigen Jury bestehend aus Ärzten, Redakteuren und Journalisten"

Der Klägerin war dies zu wenig - es sollte zudem bei derartiger Werbung auch die konkrete Fundstelle angegeben werden. Vergleichbar mit der erforderlichen Angabe bei der Bewerbung mit Testsiegen. Deshalb wurde geklagt.

Award vs. Testergebnis: Auf die objektiven Kriterien kommt es an

Das LG Nürnberg-Fürth, Urte. v. 22.03.2018 - Az.: 3 HK O 6582/17 sah dies anders und sah die Werbung als rechtmäßig an.

Nach Ansicht des Gerichts ist eine Fundstellenangabe nur dann erforderlich, wenn für den Verbraucher bei der Werbung der Anschein erweckt werde, dass die Testergebnisse anhand objektiver Kriterien ermittelt wurden und damit qualitäts- oder sicherheitsbezogene Merkmale assoziiert werden. Vorliegend ist eben genau das nicht der Fall - der angesprochene Verkehr nehme nicht an, dass es sich hier um ein Testergebnis handle, sondern nur um eine Auszeichnung.

Diese Meinung dürfte der gängigen Rechtsprechung entsprechen - so hatten sich auch das OLG Köln (Urteil v. 24.05.2017, Az.: 6 U 203/16) und das LG Aachen (Urteil v. 23.02.2018, Az.: 42 O 118/17) in Sachen Award-Werbung ähnlich geäußert.

Exkurs: Werbung mit Testergebnissen

Den Werbenden treffen bestimmte Hinweispflichten bei der Werbung mit Testergebnissen. Es muss klar ersichtlich sein, wer den Test wann durchgeführt hat - es muss insofern klar die Fundstelle ersichtlich sein und es sollte sich um einen aktuellen Test handeln, d.h. es sollte kein neueres Prüfungsergebnis vorliegen. Zudem muss der Test ganz konkret auf das beworbene Produkt Bezug nehmen und es sind generell die Bedingungen des testenden Unternehmens einzuhalten. Im Zweifel lassen Sie Ihre Werbung bitte anwaltlich prüfen.

Nachfolgend einige wichtige Regeln:

1. Verpflichtung zur Kenntlichmachung des Rangs des Testergebnisses
2. Ein Testsieger muss auch tatsächlich ein Testsieger sein
3. Bei Werbung mit "Testsieger" darf die Fundstelle nicht fehlen bzw. muss lesbar sein
4. Einzelbewertung ungleich Gesamtbewertung
5. Bewertung "gut" ohne Verweis auf Magazinausgabe abmahnbar
6. Werbung mit 15 Jahre alten Testergebnis kann wettbewerbswidrig sein
7. Testverfahren darf sich zwischenzeitlich nicht geändert haben
8. Werbung mit überholtem Testergebnis unzulässig
9. Lesbarkeit der Fundstellenangabe bei Werbung mit Testergebnissen - mindestens 6-Punkt-Schrift
10. Auf den Inhalt kommt es an, nicht die Verpackung - selbst wenn diese Teil des Tests war
11. Unzulässige Werbung mit Testsiegel, sollte sich das Siegel nicht auf ein baugleiches Gerät beziehen

Hier finden Sie die ausführliche Übersicht der Rechtsprechung zum Thema.

Autor:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz