

Werbung mit Testergebnis**Ausgangslage**

Positive Testergebnisse werden gern zu Werbezwecken eingesetzt. Dabei werden allerdings häufig die Anforderungen übersehen oder falsch eingeschätzt, die bei dieser Art der Werbung zu beachten sind. Dazu gehören auch die Bedingungen, die an die Prüfbarkeit der verwendeten Testergebnisse durch den Verbraucher zu stellen sind. Welche Anforderungen hierbei gestellt werden hat das OLG Frankfurt kürzlich noch einmal festgestellt.

Entscheidung

Das OLG Frankfurt hat in einer kürzlich ergangenen Entscheidung vom 31.03.2016 (6 U 51/15) noch einmal deutlich gemacht, dass es bei der Werbung mit Testergebnissen zu den Informationspflichten des Anbieters nach § 5 a II UWG gehört, dem Verbraucher eine einfache Möglichkeit zu eröffnen, den Test selbst zur Kenntnis zu nehmen. Nach der Entscheidung des OLG Frankfurt handelt wettbewerbswidrig (unlauter) wer die Entscheidungsfreiheit von Verbrauchern dadurch beeinflusst, dass er eine Information vorenthält die im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände wesentlich ist. Dazu gehört bei der Werbung mit Testergebnissen eine eindeutige und leicht zugängliche Angabe der Fundstelle, an der der Test selbst zur Kenntnis genommen werden kann. Fehlt es hieran, wird der Verbraucher irreführt.

Vorliegend waren zwar die formalen Anforderungen an die Fundstellenangabe erfüllt. Denn es muss nicht zwingend unmittelbar eine Fundstelle angegeben werden, es reicht auch ein Sternchenhinweis oder - wie im vorliegenden Fall - ein Link mit der Bezeichnung „nähere Informationen“. Dieser Sternchenhinweis muss aber so gestaltet sein, dass er eine möglichst einfache Bezugsmöglichkeit für eine Publikation enthält (wie zum Beispiel ein Heft der Stiftung Warentest) und muss zutreffend sein. Beides war vorliegend nicht gegeben, weshalb die Werbung im vorliegenden Fall irreführend war.

Praxistipp

Bei der Werbung mit einem Testergebnis ist - wie ganz allgemein im Rahmen von Werbung - darauf zu achten, dass diese Werbung durch Dritte (Wettbewerber, Verbraucherzentrale u.a.) nicht zu beanstanden ist. Die im Rahmen der Werbung gemachten Angaben müssen zutreffend, inhaltlich vollständig und richtig sein und - wie im vorliegenden Fall - auch weitere Angaben und Informationsmöglichkeiten für den Verbraucher eröffnen. Ist dies nicht der Fall führt dies zur Abmahnung des Verhaltens und ebenso unnötigen wie kostenintensiven Auseinandersetzungen. Sowohl im Vorfeld, wie auch bei behaupteten Verstößen empfiehlt es sich daher in jedem Fall, anwaltliche Hilfe eines spezialisierten Fachanwaltes in Anspruch zu nehmen. Sprechen Sie uns an.

Dresden, im Juli 2016

Rechtsanwalt Volker Backs LL.M. - Fachanwalt für Arbeitsrecht und für gewerblichen Rechtsschutz

Der vorstehende Artikel wurde mit der größtmöglichen Sorgfalt erstellt. Für die Vollständigkeit und Aktualität der Angaben können wir jedoch keine Gewähr übernehmen.