

Abmahnung wegen Testberichten ohne Fundstelle und Datum

☒ Oftmals werden Produkte in Onlineshops mit Testergebnissen von Stiftung Warentest oder anderen Zeitschriften beworben. Dies ist natürlich möglich, es ist aber darauf zu achten, dass jeweils die genaue Fundstelle und vor allem auch das Datum des Tests genannt werden. Diese Angaben müssen auch lesbar sein und dürfen nicht zu klein gestaltet werden. Anderenfalls kann die Werbung mit einem solchen Testergebnis wettbewerbswidrig sein, wie das OLG Hamburg jetzt bestätigte.

Das OLG Hamburg (Beschluss v. 15.1.2007, 3 U 240/06) entschied, dass es grundsätzlich wettbewerbswidrig sei, für eine Ware oder Leistung mit Testhinweisen Dritter zu werben, ohne in der Werbung eine Fundstelle mit Ort und Datum der Veröffentlichung anzugeben.

Werbung mit Testberichten

Der abgemahnte Händler betreibt einen Internetversandhandel und hat für einen PC-Drucker mit dessen Bewertung durch verschiedene Fachzeitschriften geworben, so auch mit der Angabe „FACTS – gut“. In der Werbung fehlte aber der Hinweis, in welcher Ausgabe der Fachzeitschrift FACTS die Bewertung erschienen war. Dies wurde von einem Konkurrenten als unlauter eingestuft und im Wege der **Abmahnung** verfolgt. Da der abgemahnte Händler die Unterlassungserklärung nicht abgab, ging die Sache vor Gericht. Auch hier verlor der Abgemahnte in beiden Instanzen.

Das OLG Hamburg schloss sich der Argumentation des Landgerichts an und begründete noch einmal die Wettbewerbswidrigkeit eines solchen Verhaltens:

„Die angegriffene Werbung der Beklagten ist jedoch als Werbung mit Testergebnissen einer Fachzeitschrift ohne ordnungsgemäße Fundstellenangaben nach § 3 UWG unlauter. ... Durch die fehlende Fundstelle werde es den an dem Test Interessierten nicht nur unerheblich erschwert, sich den Test zu beschaffen.

Zudem stelle die Stiftung Warentest selbst in ihren Empfehlungen zur „Werbung mit Testergebnissen“ das Erfordernis auf, dass die Angaben über Testurteile leicht und eindeutig nachprüfbar sein müssten, wozu auch gehöre, dass in der Werbung Monat und Jahr der Erstveröffentlichung angegeben würden (BGH, GRUR 1991, 679 – Fundstellenangabe).

Zudem stießen die Ergebnisse der Untersuchungen der Stiftung Warentest in der Bevölkerung auf besonderes Interesse und auf Akzeptanz, so dass das Bedürfnis, dem Verbraucher ein Aufsuchen des gesamten Testberichts durch Anführen der Fundstelle zu erleichtern, in besonderem Maße gegeben sei (BGH, GRUR 1991, 679, 680 – Fundstellenangabe).“

Einzelheiten zum Testbericht

Diese vom Bundesgerichtshof aufgestellten Grundsätze ließen sich auf jede Form von Testergebnissen übertragen. Auch hier nehme der Werbende auf die Ergebnisse von Tests eines unabhängigen Dritten Bezug, was den werblichen Angaben ein „quasi objektives“ Gewicht verleihe. Auch insoweit bestehe ein besonderes Bedürfnis, den angegebenen Test im Einzelnen nachzulesen. (cf)

☒ Noch ein Tipp: Eine neuartige und elegante Lösung zur Anzeige der Testberichte aus über 200 Magazinen und Webseiten heißt **testeo**. Testeo hat derzeit 70.000 Testberichte manuell und normiert zusammengefasst und reichert diese noch mit weiteren ca. 100.000 Usern-Meinungen an. Etwa 200 Shops haben die für Shopbetreiber übrigens kostenlose Lösung bereits integriert, ein Beispiel ist der Vobis-Shop. Mehr dazu demnächst hier im shopbetreiber-blog.