Irreführung durch unvollständige Darstellung von Testergebnissen

Die Werbung mit Testergebnissen stellt für Shopbetreiber ein akzeptables Mittel dar, die angebotenen Produkte oder Dienstleistungen mit einem besonderen Attribut zu bewerben. Jedoch sind auch hier rechtliche Grenzen gegeben, die bei einer Bewerbung einzuhalten sind, wie das LG Bielefeld klarstellte.

Lesen Sie mehr dazu in einem Gastbeitrag von RA Rolf Albrecht.

Im Fall des LG Bielefeld (Urteil vom 09.03.2010 – 15 O 219/09) hatte ein Online-Händler hatte mit den Ergebnissen von zwei Produkttests aus Zeitschriften geworben. Allerdings waren die Angaben zu den Produkttests unvollständig. Durch diese Unvollständigkeit wurden die Produkte eines Mitbewerbers besonders negativ hervorgehoben.

Wettbewerbswidrige Werbung

Gegen diese Bewerbung war der Mitbewerber vorgegangen. Das LG Bielefeld sah die Bewerbung des abgemahnten Onlineshopbetreibers als wettbewerbswidrig an.

Zunächst stellte das Gericht fest, dass es sich bei der Wiedergabe der Testergebnisse um vergleichende Werbung handelt:

> *"Die kommentierende Wiedergabe von Testergebnissen, wie Sie die Beklagte in ihrem Internetauftritt,... vorgenommen hat, sind im Ergebnis vergleichende Werbung. Denn die Beklagte beschränkt sich nicht darauf, Kritik an Produkten zu äußern, die von der Klägerin unter der Bezeichnung „XY" vertrieben werden. Vielmehr zeigt sie auch eine Alternative auf, indem sie auf die von ihr angebotenen Produkte verweist. Die Klägerin als die Betroffene der Werbevergleiche ist auch erkennbar, in dem gemäß Anlage XX ausgedruckten Text wird sie (bzw. ihre Internetadresse) ausdrücklich angeführt („Produkt XY von XX)."*

Verkürzte Darstellung grundsätzlich möglich

Für die rechtliche Bewertung stellte das Gericht des Weiteren fest, dass es grundsätzlich möglich ist, im Rahmen der Darstellung Testergebnisse mit Einzelheiten und nur auszugsweisen Bestandteilen von Produkt- und Dienstleistungstestergebnissen zu werben. Jedoch kommt es im Einzelfall darauf an, ob diese Bewerbung als irreführend anzusehen ist.

So stellte das Gericht fest, dass bei der angegriffenen Werbedarstellung, bei der nur auf das Produkt des abmahnenden Mitbewerbers im Rahmen der Darstellung abgestellt wurde, obwohl zahlreiche weitere Produkte getestet wurden:

> *"Zum einen wird dabei verschwiegen, dass sich der Test auch noch auf drei weitere YZ-komaptible Produkte bewogen hat, von denen Stiftung Warentest gleichfalls die „merklich schlechtere Qualität" attestiert wurde. Zum anderen kommt im kommentierten Test der Beklagten nicht zum Ausdruck, dass das Produkt von XY insgesamt immerhin noch die Note „befriedigend (2,9)" erhalten, gleichauf mit der Bewertung für das von der Beklagten vertriebene Produkt der Marke A.*
>
> *Ein unzutreffender Eindruck wird zusätzlich dadurch hervorgerufen, dass die Tests zu anderen Fabrikaten überhaupt keine Erwähnung finden. Durch den Hinweis auf die Fundstelle, die dem Leser ermöglicht, ggf. den vollständigen Text zur Kenntnis zu nehmen, wird die Irreführung nicht behoben. Die Angabe der Fundstelle hilft nur bei ansonsten den Anforderungen entsprechender Werbung."*

Fazit

Dieses aktuelle Urteil zeigt, dass die Bewerbung von Produkten oder Dienstleistungen mit Testergebnissen auch für Onlineshopbetreiber an rechtliche Voraussetzungen geknüpft sind. Wenn und soweit auch hier mit Einzelheiten und Teilen aus einem Test geworben werden sollte, so darf hierdurch nicht eine irreführender Eindruck für den Verbraucher entstehen.

Über den Autor

RA Rolf Albrecht

Rolf Albrecht ist Rechtsanwalt und Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz sowie Fachanwalt für Informationstechnologierecht in der Kanzlei volke2.0. Rechtsanwalt Albrecht schreibt regelmäßig als Gastautor Beiträge für den Shopbetreiber-Blog.