

Stiftung Warentest – Werbung mit dem Logo wird teuer

☒ Die Werbung im Online-Shop mit einem Logo und der Note von Stiftung Warentest ist ein gutes Marketing-Instrument, denn Verbraucher können sich dann bei der unabhängigen Stiftung über die Qualität des Produktes informieren. Aber wird es damit bald vorbei sein? Zukünftig soll die Siegel-Verwendung nämlich 7.000 Euro kosten.

Lesen Sie mehr dazu.

Nach einem Bericht von sueddeutsche.de will die Stiftung Warentest ab 1. Juli 2013 Lizenzgebühren für die Werbung mit dem Test-Siegel einführen. Dies sei auch durch die Sprecherin der Stiftung bestätigt worden.

7.000 Euro Lizenzgebühr

Für Online-Händler ist die Werbung dann eine echte Mehrbelastung. 7.000 Euro kostet die Lizenz dann pro Jahr.

Wer dazu noch Werbung im TV oder im Kino schaltet, zahlt ganze 15.000 Euro.

Gültigkeit: 2 Jahre

Die Lizenz soll dann für zwei Jahre gültig sein, sofern das Produkt nicht zwischendurch einem neuen Test unterzogen wird.

RAL, das mit der Lizenzvergabe betraut ist, soll auch darauf achten, wer das Test-Siegel wie und wo einsetzt.

Missbrauchsschutz

Die neu eingeführten Lizenzen sollen dem Missbrauchsschutz dienen, da die Test-Siegel häufig auch bei Produkten angezeigt werden, die gar nicht getestet wurden. Außerdem soll so gewährleistet werden, dass immer mit aktuellem Testergebnissen geworben wird.

Es darf aber bezweifelt werden, dass sich unseriöse Anbieter, die heute schon bewusst das Test-Siegel bei Produkten anbringen, die gar nicht getestet wurden, durch so eine Lizenz abschrecken lassen werden, dies auch künftig zu tun. Sie werden das Test-Siegel dann einfach ohne Lizenz verwenden.

Schon heute bietet das geltende Recht genug Möglichkeiten, gegen solche Anbieter vorzugehen. So dürfte in aller Regel ein Markenverstoß vorliegen. Außerdem ist die Werbung mit veralteten oder gar nicht vorhandenen Test-Siegeln wettbewerbswidrig.

Fazit

Online-Händler dürfen den 1. Juli 2013 als Stichtag nicht aus den Augen verlieren. Bis dahin muss die wirtschaftliche Entscheidung getroffen werden, ob man weiterhin seine getesteten Produkte mit dem Test-Siegel der Stiftung Warentest bewerben will oder ob man auf den Marketing-Effekt lieber verzichtet. (mr)

Update 14.5.2013

Eine Anfrage bei Stiftung Warentest hat ergeben, dass Online-Händler selbst KEINE eigene Lizenz benötigen. Die Hersteller benötigen eine Lizenz, die sie dann kostenlos an die Online-Händler weitergeben können.

Lesen Sie mehr dazu: [Update: Händler benötigen keine eigene Lizenz für Stiftung Warentest Logo](#)