

Richtig mit Testergebnissen und Siegeln werben

Wurde ein Produkt bei einem Test ausgezeichnet, möchten Händler natürlich auch damit werben. Denn gute Testergebnisse steigern das Vertrauen der Verbraucher und deren Kaufbereitschaft. Aber bei der Werbung mit solchen Testergebnissen muss man rechtliche Anforderungen beachten, sonst riskiert man schnell Abmahnungen.

Das OLG Düsseldorf (Urt. v. 25.2.2016, I-15 U 58/15) musste sich mit der Aussage in einer Produktbeschreibung eines Online-Händlers beschäftigen. Dieser schrieb an seine Produkte:

„Inkl. Netzteil: CE/TÜV/GS-geprüft“

Dies beanstandete ein Wettbewerbsverband als irreführend.

“Durch den Zusatz „-geprüft“ sowie die Erwähnung des Hinweises „CE“ im unmittelbaren Zusammenhang mit den Hinweisen „TÜV“ und „GS“ werde beim Verbraucher die irri- ge Vorstellung geweckt, auch hinter dem Hinweis „CE“ verberge sich ein Prüfzeichen, mit dem ein unabhängiger Dritter die Qualität des beworbenen Produkts bescheinigt habe und das Produkt neben „TÜV“ und „GS“ über ein zusätzliches besonderes Qualitätssiegel verfüge.

In Wahrheit handele es sich – insoweit unstrittig – bei der CE-Kennzeichnung jedoch um ein reines Verwaltungszeichen, mit dem der Hersteller gemäß seiner gesetzlichen Pflicht selbst erkläre, dass das von ihm hergestellte Produkt den gesetzlichen Sicherheitsmindestanforderungen genüge.“

Irreführende Aussagen

Das Gericht definierte zunächst einmal, wann eine Irreführung vorliegt:

“Für die Bewertung als irreführend ist allein entscheidend, welche Vorstellung die Angabe beim verständigen Durchschnittsverbraucher hervorruft und ob dieser Eindruck mit der Wirklichkeit übereinstimmt.

Richtig i.S.v. § 5 UWG ist eine Angabe nur dann, wenn sie aus der Sicht eines durchschnittlich informierten und verständigen, situationsbedingt aufmerksamen Verbrauchers mit dem übereinstimmt, was die umworbenen Verkehrskreise ihr entnehmen, wobei es auf den Gesamteindruck ankommt, den die Angabe nach dem (Text- oder graphischen) Zusammenhang, in den sie gestellt ist, vermittelt.“

Nach diesen Grundsätzen war die Werbung der Beklagten irreführend und damit wettbewerbswidrig.

CE-Zeichen ist kein Prüfzeichen

Das Gericht stellte fest, dass das CE-Zeichen gerade kein Prüfzeichen ist, weil eine Prüfung nicht stattfindet. Vielmehr ist das Anbringen des CE-Zeichens eine Erklärung des Herstellers, dass das Produkt die gesetzlichen Anforderungen erfüllt und in den Verkehr gebracht werden darf.

“Nur wenn ausnahmsweise (was in Bezug auf das Produkt der Beklagten unstrittig nicht der Fall ist) eine unabhängige Prüfung durch eine behördlich anerkannte Stelle stattgefunden hat und darauf mittels einer entsprechenden Prüfnummer hingewiesen wird, stellt selbst das „CE“-Zeichen ein Prüfsiegel dar.

Im Gegensatz dazu stellt das amtlich bekannt gemachte GS-Zeichen („Geprüfte Sicherheit“) stets ein echtes Gütesiegel dar, weil es durch einen Dritten (scil.: die sog. GS-Stelle) zuerkannt wird, der zuvor eine Prüfung durchgeführt hat.“

Insbesondere bei der Darstellung des CE-Zeichens als Prüfsiegel besteht eine besonders große Gefahr der Irreführung, weil bei den relevanten Verkehrskreisen nicht bekannt sein dürfte, dass es sich nicht um ein Prüfsiegel handelt.

Deswegen betont auch die EU-Kommission in ihren Guidelines zur CE-Kennzeichnung, dass dieses Kennzeichen gerade nicht kommerziellen Zwecken dienen soll.

Man darf zwar darauf hinweisen, dass seine Produkte mit dem CE gekennzeichnet sind, allerdings ist hier schnell die Schwelle zur Werbung mit Selbstverständlichkeiten überschritten.

„Darüber hinaus ist nach Auffassung des Senats allerdings mit Blick auf die erwähnten besonderen Irreführungsgefahren jedwedem „Beiwerk“ zur allein geforderten „neutralen“ Anbringung des CE-Zeichens zu unterlassen, das geeignet ist, irriige Vorstellungen des Durchschnittsverbrauchers betreffend die Natur des CE-Zeichens hervorzurufen bzw. noch zu verstärken.

Vorstehende Maxime wird jedenfalls auch dann missachtet, wenn in einer Werbung das CE-Zeichen in unmittelbarem textlichem, graphischen pp. Zusammenhang mit echten Prüfsiegeln abgedruckt wird.

Denn eine solche Darstellungsform insinuiert, dass auch das CE-Zeichen ein Beleg für durch Dritte geprüfte Qualität sei. Zwar ist dem Publikum bekannt, dass bei der Prüfung von Gütesiegeln nicht notwendig eine staatliche Überwachung erfolgt, sondern diese vielfach auch von privaten Institutionen vergeben werden.

Die Eignung zur Irreführung folgt daher vorliegend zwar nicht aus der konkludenten Vorspiegelung einer amtlichen Prüfung, jedoch aus dem Umstand, dass vom Durchschnittsverbraucher aufgrund der engen räumlichen Nähe zu den echten Prüfsiegeln „GS“ und „TÜV“ auch in Bezug auf das CE-Zeichen eine objektiv nicht gegebene Prüfung durch (mehr oder weniger unabhängige) Dritte vorausgesetzt wird.“

Fundstellen angeben

Auch das OLG Frankfurt (Urt. v. 24.3.2016, 6 U 182/14) musste sich mit der Werbung mit einem Testergebnis beschäftigen.

Dort hatte die Beklagte mit einem besonders günstigen Angebot geworben. Daneben war ein „Testergebnis“ dargestellt, aus dem hervorging, dass das Angebot das „günstigste DSL-Einsteiger Angebot“ sei.

Eine Verlinkung dieses Testergebnisses fand nicht statt. Dies sei aber zwingend erforderlich, so das OLG Frankfurt.

„Bei einer Werbung mit Testergebnissen ist die Fundstellenangabe jedoch erforderlich, um den Verbraucher in die Lage zu versetzen, eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen.

Ein solcher Fundstellenhinweis kann bei einer Werbung im Internet durch einen Link ersetzt werden.

Fehlt es, wie hier, an beidem, liegt ein Verstoß gegen § 5a UWG vor.“

Das OLG Oldenburg (Urt. v. 31.7.2015, 6 U 64/15) entschied in die gleiche Richtung. Dazu sagte dieses Gericht noch, dass eine Fundstellenangabe leicht auffindbar sein müsse. Eine Angabe, die nicht ausreichend deutlich lesbar ist, werde so behandelt, als sei sie gar nicht vorhanden, so das Gericht weiter.

Nicht selbst testen

Wirbt ein Unternehmer mit einem Testsiegel oder einem Testergebnis, erwarte der Verbraucher, dass der Test von einem Dritten durchgeführt wurde und nicht vom Verkäufer oder Hersteller selbst.

Mit einem solchen Fall hatte sich das OLG Rostock (Urt. v. 15.10.2014, 2 U 12/14) zu befassen.

Ein Händler bewarb in dem Fall Bettwäsche für Allergiker. Dabei verwendete er eine Art Prüfsiegel mit der Aufschrift

“Empfohlen von der Deutschen Allergiker-Akademie”.

Dies residierte aber unter der gleichen Anschrift wie der Verkäufer. Es lag also letztlich nur ein Selbsttest vor.

Dies stufte das OLG Rostock als irreführend ein, da so keine unabhängige und neutrale Bewertung der Produkte erfolge. Hinzu kam, dass keine objektive und unabhängige Prüfung erfolgte.

Fazit

Wer mit Testergebnissen oder Siegeln wirbt, darf das tun. Verlinkt werden sollten aber immer die Kriterien, die überprüft wurden. Bei Test ist auch immer eine Fundstelle anzugeben und am besten mit zu verlinken. Handelt es sich nicht um echte Prüfzeichen, darf nicht der Eindruck erweckt werden, als sei es ein solches Prüfzeichen.

Die irreführende Werbung mit Testergebnissen zählte mit zu den häufigsten Gründen, weshalb Online-Händler im Jahr 2015 eine Abmahnung erhalten haben. Wir wollen aktuell wissen: Wie sieht das Abmahn(un)wesen 2016 aus? Deswegen läuft aktuell unsere Fünfte Studie zu Abmahnungen im Online-Handel. Nehmen Sie jetzt noch teil.