

OLG Bremen: Werbung mit Prüfzeichen erfordert Angabe der Prüfkriterien

Wer mit einem Prüfzeichen wirbt, muss in der Werbung auf die Prüfkriterien oder eine entsprechende Fundstelle hinweisen, um Verbrauchern eine informierte geschäftliche Entscheidung zu ermöglichen. Wer Verbrauchern die entsprechende Information vorenthalte, handle unlauter, stellte nun noch einmal das OLG Bremen (Hinweisbeschl. v. 24.1.2024 - 2 U 60/23) klar. Zudem äußerte sich das Gericht zu den Anforderungen an den Link zu einem Prüfzertifikat.

Die Beklagte betreibt eine Internetplattform, auf der sie Betriebs- und Lagerausstattung anbietet. Am 9.8.2022 bewarb die Beklagte dort einen Topstar Fitness-Hocker. In der Produktbeschreibung befand sich die Angabe „Stufenlose Sitzhöhenverstellung mit Toplift (LGA geprüft)“ ohne näheren textlichen Hinweis zu den Prüfkriterien oder einer entsprechenden Fundstelle, wo diese auffindbar wären. Der Kläger ist ein Wettbewerbsverband, der in die Liste der qualifizierten Wirtschaftsverbände beim Bundesamt für Justiz eingetragen ist. Er behauptet, der Begriff „LGA“ sei in dem streitgegenständlichen Angebot nicht als Link ausgestaltet gewesen. Die Beklagte hat behauptet, die Buchstaben „LGA“ in der Produktbeschreibung seien in grauer Farbe gestaltet gewesen und der Verbraucher habe bei einem Klick auf diese Buchstabenfolge zu einem Prüfzertifikat mit weiteren Informationen gelangen können.

Das LG Bremen hat der Klage auf Unterlassung vollumfänglich stattgegeben. Die Beklagte habe dem Verbraucher wesentliche Informationen im Sinne von § 5a Abs. 2 UWG vorenthalten, indem sie mit der Angabe „LGA geprüft“ geworben habe, ohne dem Verbraucher die Prüfkriterien oder zumindest eine Fundstelle, wo er diese nachlesen könnte, mitzuteilen. Gegen diese Entscheidung richtete sich die Berufung der Beklagten, die das OLG Bremen beabsichtigte, zurückzuweisen. Die Berufung habe keine Aussicht auf Erfolg. Daraufhin nahm die Beklagte die Berufung zurück.

Prüfkriterien sind wesentliche Information

Zunächst stellte das Gericht fest, dass sich das Angebot der Beklagten auch an Verbraucher richte. Bei den Prüfkriterien eines beworbenen Produkts handle es sich um wesentliche Informationen nach § 5a Abs. 1 UWG. Diese habe die Beklagte den Verbrauchern vorenthalten. Ein Prüfzeichen liefere dem Verbraucher in kompakter und vereinfachter Form eine Information zu dem damit gekennzeichneten Produkt.

*Die Beklagte richtet ihr Angebot auch an Verbraucher. [...] Die Beklagte hat dem Verbraucher auch wesentliche Informationen vorenthalten. **Die Prüfkriterien eines beworbenen Testergebnisses oder einer sonstigen Prüfung sind wesentliche Informationen im Sinne des § 5a Abs. 1 UWG.** Eine allgemeine Aufklärungspflicht des Werbenden besteht zwar, sofern sie nicht schon aus gesetzlicher oder vertraglicher Verpflichtung oder aus vorangegangenen Tun folgt, im Wettbewerb nicht generell (vgl. Sosnitza, in: Ohly/Sosnitza, UWG, 8. Auflage 2023, § 5b Rn. 7). **Eine Information ist aber dann wesentlich, wenn ihre Angabe unter Berücksichtigung der beiderseitigen Interessen durch den Unternehmer erwartet werden kann und ihr für die geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers zudem ein erhebliches Gewicht zukommt.***

***Ein Prüfzeichen liefert dem Verbraucher in kompakter und vereinfachter Form eine Information zu dem damit gekennzeichneten Produkt.** Es ist ein Zeichen dafür, dass ein neutraler Dritter mit entsprechender Kompetenz die beworbene Ware nach objektiven und aussagekräftigen Kriterien geprüft hat. Der Verbraucher erwartet deshalb, dass das mit dem Prüfzeichen versehene Produkt von einer neutralen und fachkundigen Stelle auf die Erfüllung von Mindestanforderungen anhand objektiver Kriterien geprüft worden ist. Aus der Sicht des Verbrauchers bietet ein Prüfzeichen die Gewähr, dass ein mit ihm gekennzeichnetes Produkt bestimmte, vom Verbraucher für die Güte und Brauchbarkeit der Ware als wesentlich angesehene Eigenschaften aufweist (vgl. BGH, Urteil vom 21.07.2016 - I ZR 26/15 -, Rn. 39, juris - LGA tested).*

Bloße Angabe genügt zum Auslösen der Informationspflicht

Um die Informationspflicht auszulösen, genüge bereits die bloße Angabe der Prüfung. Eine Werbung mit dem Prüfzeichen selbst sei nicht erforderlich. Ebenso sei unerheblich, ob das Testergebnis in den Fließtext der Produktbeschreibung eingebettet oder werblich besonders herausgestellt ist. Hierzu verwies das Gericht auf eine bereits zu Testsiegerwerbung ergangene Entscheidung des BGH.

Nichts Anderes kann gelten, wenn statt eines Prüfzeichens bloß mit der Angabe „LGA geprüft“ geworben wird. Die Angabe steht in ihrem Informationsgehalt einem entsprechenden Prüfzeichen nicht nach. Auch wenn dem Verbraucher die konkrete Bedeutung des Begriffs „LGA geprüft“ unbekannt sein sollte, so erkennt er doch anhand des Wortes „geprüft“, dass hier eine Prüfung stattgefunden haben soll. Er geht auch hier davon aus, dass das Produkt von einer neutralen und fachkundigen Stelle geprüft wurde. Genau wie bei einem Prüfzeichen sind auch hier die Prüfkriterien für den Verbraucher von wesentlichem Interesse (vgl. OLG München, Urteil vom 14.11.2019 - 29 U 1507/19 - nicht veröffentlicht).

Ebenso spielt es keine Rolle, dass das Testergebnis in der Produktbeschreibung im Fließtext eingebettet wurde, ohne dass es besonders hervorgehoben wurde. Es ist nicht erforderlich, dass ein Testergebnis besonders herausgestellt wird. Es kommt allein darauf an, dass dem betroffenen Verkehr signalisiert wird, dass eine Prüfung stattgefunden hat (vgl. BGH, Urteil vom 15.04.2021 - I ZR 134/20 -, Rn. 15, juris - Testsiegel auf Produktabbildung, m.w.N.). Dies ist aufgrund der Angabe „LGA geprüft“ schon wegen des Wortes „geprüft“ der Fall. Der Verkehr erkennt daran, dass eine Prüfung durch einen Dritten stattgefunden haben soll.

Angabe in klarer, verständlicher und eindeutiger Weise

Ob eine Verlinkung stattgefunden habe, könne letztendlich offen bleiben, so das Gericht. Denn selbst wenn die Buchstabenfolge hier verlinkt gewesen sein sollte, habe sie keine entsprechende Formatierung aufgewiesen, die typischerweise auf das Vorhandensein eines Links schließen lasse, sodass die entsprechende Information für den Verbraucher nicht wahrnehmbar war.

Es kann offenbleiben, ob die Buchstabenfolge „LGA“ in der Produktbeschreibung als Link ausgestaltet gewesen ist, der zu einem Prüfzertifikat führe. Die von der Beklagten behauptete Gestaltung gilt jedenfalls als Vorenthalten wesentlicher Informationen. Gemäß § 5a Abs. 2 Nr. 2 UWG gilt als Vorenthalten auch die Bereitstellung wesentlicher Informationen in unklarer, unverständlicher oder zweideutiger Weise. Unklarheit kann im Hinblick auf die Wahrnehmbarkeit der Information gegeben sein. Dies ist etwa der Fall, wenn die Gefahr besteht, dass der Durchschnittsverbraucher die Information nicht vollständig oder nicht richtig liest oder hört (vgl. Feddersen, in: Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 42. Auflage 2024, § 5a Rn. 2.32). Diese Gefahr liegt hier vor. Anhand der seitens des Klägers vorgelegten Screenshots, die aus dem Tenor des angefochtenen Urteils ersichtlich sind, ist erkennbar, dass die Buchstabenfolge „LGA“ keine besondere Formatierung aufweist, insbesondere keine Unterstreichung, keinen Fett- und Kursivdruck und auch sonst keine Merkmale, die typischerweise auf das Vorhandensein eines Links schließen lassen. Die Beklagte behauptet zwar, die Buchstabenfolge habe eine abweichende Farbgestaltung - hellere graue Farbe - gehabt, dies ist auf den mit der Klageschrift in Farbe eingereichten Screenshots jedoch nicht erkennbar. Dass es sich bei den vorgelegten Screenshots nicht um eine Aufnahme der Internetseite der Beklagten handelt, wurde von ihr nicht behauptet. Ferner hat die Beklagte auch nicht dargelegt, worauf bereits das Landgericht hingewiesen hat, welche konkreten Informationen zu dem Produkt über den Link erreichbar gewesen wären. Davon abgesehen ist die Kennzeichnung als Link nicht ausreichend, weil auch nach dem Vorbringen der Beklagten nicht von einer ausreichenden Kennzeichnung auszugehen ist.

Selbst wenn der Verbraucher den Link erkennen würde, sei hier jedoch zudem zu befürchten, dass die Verlinkung nur der Buchstaben „LGA“ als Verweis auf das Prüfinstitut und nicht als Link auf das Prüfzertifikat verstanden werden.

*Zum einen handelt es sich um eine bloß geringfügige Farbabweichung, die nicht ausreicht, um die Gefahr zu beseitigen, dass der Durchschnittsverbraucher die Information nicht wahrnimmt, **zum anderen ist bei Kennzeichnung nur des Namens „LGA“ zu befürchten, dass ein Verbraucher, selbst wenn er die unterschiedliche Farbgebung erkennen sollte, dies nicht als Link auf das Prüfzertifikat auffassen würde, sondern als Verweis auf eine Internetseite des Prüfinstitutes, auf der lediglich allgemeine Information über das Prüfinstitut zu erlangen sind.***

Auf den Hinweisbeschl. des Gerichts hin hat die Beklagte die Berufung zurückgenommen.

Alexander Kirch/Shutterstock.com