

Werben als Testsieger

Mit Testergebnissen wird oft und gerne geworben. Allerdings gibt es hierbei zahlreiche wettbewerbsrechtliche Vorgaben zu beachten. In einem vom OLG Köln zu entscheidenden Fall, hatte ein Unternehmen mit dem Begriff "Testsieger" geworben und wurde deswegen von einem Wettbewerber auf Unterlassung in Anspruch genommen.

Ein Unternehmer hatte in einem Faltblatt mit der Aussage "Als eines von nur drei Instituten erhielten wir für die Kreditberatung das Urteil GUT – und gehören damit zu den Testsiegern." geworben. In dem betreffenden Test erreichten tatsächlich drei Unternehmen gut, allerdings bekam das so werbende Unternehmen die Note 2,4, während ein Konkurrent die Note 1,6 erhielt. Hierin sah ein Konkurrent eine irreführende Werbung, da hier eine Spitzenposition behauptet werde, die in Wahrheit nicht besteht.

Das Oberlandesgericht Köln ([Urteil vom 28.05.2008 - Az. 6 U 19/08](#)) lehnte einen Unterlassungsanspruch jedoch ab. Die Kölner Richter urteilten, dass der Verbraucher in Kenntnis der üblichen Werbesprache sehr wohl den Unterschied erkenne, ob jemand damit wirbt zu einer Spitzengruppe zu gehören oder für sich die absolute Spitzenposition beansprucht. Die Werbung mit der Aussage "... gehören damit zu den Testsiegern" bedeute gerade eben nicht das gleiche wie die Aussage "ist Testsieger".

Fazit

Bei Werbung mit Testergebnissen bestehen eine Vielzahl an wettbewerbsrechtlichen Risiken. Insbesondere aufgrund der großen Bedeutung die der Verbraucher solchen Tests scheinbar beimisst und der daraus resultierenden Werbewirkung ist hier besondere Vorsicht geboten.