Vergleichende Testwerbung für Cremes

Wann handelt es sich bei einer Werbung um vergleichende Werbung? Unter welchen Voraussetzungen ist eine solche Werbung zulässig? Was ist bei der Werbung mit Testergebnissen in diesem Zusammenhang zu beachten? Antworten im Zusammenhang mit Werbung für Feuchtigkeitscremes gab das Oberlandesgericht Köln.

Ein Hersteller von Kosmetikartikel warb für sein Produkt „Olaz Regenerist Daily 3 Zone Treatment Cream „ im Fernsehen mit folgendem gesprochenen Text:

„Ein unabhängiges Labor hat die Feuchtigkeitswirkung einiger der teuersten Prestige-Cremes getestet und eine Olaz-Creme hat alle übertroffen. Die neue Olaz Regenerist Daily 3 Zone Treatment Cream spendet intensiv und nachweislich länger Feuchtigkeit als alle Produkte im Test – sogar als 150 Euro Cremes. Olaz.“

Während der Text „einiger der teuersten Prestige-Cremes getestet“ gesprochen wurde, wurde auf dem Bildschirm eingeblendet: „24h Feuchtigkeitstest gegen die teuersten 100 Euro-Cremes der führenden Prestige-Marken exklusive Internet-Verkäufe“.

Diese Werbung hielt ein Konkurrent für wettbewerbswidrig und ging gerichtlich dagegen vor.

Entscheidung des Gerichts

In seiner Entscheidung (Urteil vom 06.02.2009 – Az. 6 W 5/09) stellen die Kölner Oberlandesrichter zunächst fest, dass es sich bei der Werbung um vergleichende Werbung handele, auch wenn die Namen der Konkurrenten nicht ausdrücklich erwähnt werden. Wer die betreffenden Konkurrenten seien, erschließe sich für den Kunden. Wer bisher eine Creme von einem der führenden Hersteller verwende, müsse die Werbung so verstehen, als sei das beworbene Produkt hinsichtlich der Feuchtigkeitswirkung besser, als das was er bislang benutze.

Vergleichende Werbung muss sich auf überprüfbare Eigenschaften stützen. Dies setze aber auch eine überprüfbarkeit der gemachten Werbeaussage voraus, so das OLG Köln. Sofern das werbende Unternehmen mit einem Test wirbt, hätte die Werbung den Hinweis enthalten müssen, wo dieser Test einsehbar ist um eine überprüfung zu ermöglichen. Dies ist jedoch nicht geschehen, so dass die angegriffene Werbung, auch wenn der Test objektiven Kriterien genügen mag, wettbewerbswidrig ist.

Fazit

Bei vergleichender Werbung sollte darauf geachtet werden, dass nur objektive und vergleichbare Eigenschaften in der Werbung verglichen werden. Bei verweisen auf Ergebnisse, wie hier eines Tests, sollte stets eine Quellangabe erfolgen um eine überprüfung der Aussage zu ermöglichen.