

Werbung mit Testergebnissen ohne Angabe des Gesamtergebnisses

Bei Werbung mit Testergebnissen bestehen eine Vielzahl von wettbewerbsrechtlichen Risiken. In einem vom Landgericht Frankfurt am Main zu entscheidenden Fall wurden in der Werbung alle Testergebnisse der Einzelkategorien aufgeführt, nicht jedoch das Gesamtergebnis. Das werbende Unternehmen wurde auf Unterlassung in Anspruch genommen.

Ein Unternehmen, das Matratzen über das Internet vertreibt, wurde vom Dachverband der Verbraucherzentralen abgemahnt. Grund war die Werbung des Unternehmens für eine ihrer Matratzen.

Die Matratze wurde zuvor von der Stiftung Warentest getestet. In der Werbung angegeben wurden die verschiedenen Einzelkategorien des Tests mit dem jeweiligen Ergebnis. Die Angaben waren korrekt. Das Gesamtergebnis - die Note "Ausreichend (4,2)" - wurde nicht aufgeführt. Tatsächlich war das Gesamtergebnis aufgrund des Bewertungssystems schlechter als die Teilnoten vermuten ließen.

Der Dachverband der Verbraucherzentralen hält diese Werbung für irreführend, da beim Kunden der Eindruck erweckt werde, dass die Matratze insgesamt mit guten Ergebnissen bewertet worden sei.

Die Entscheidung des Gerichts

Das LG Frankfurt am Main bejahte mit [Urteil vom 14.06.2017 - Az. 2-03 O 36/17](#) eine Irreführung.

Zwar sei es nicht in allen Fällen erforderlich, das Gesamtergebnis anzugeben. In Rechtsprechung und Literatur sei anerkannt, dass eine Werbung auch mit Einzelergebnissen zulässig sein kann, sofern nicht ein schlechtes Gesamtergebnis kaschiert werde.

Nach Auffassung der Frankfurter Richter verstehe der Verbraucher die Werbung hier aber so, dass der Test umfassend und vollständig wiedergegeben wurde. Tatsächlich fehlt das Gesamtergebnis, in dem sich die Bewertung der Stiftung Warentest wiederfindet. Denn es war nicht erkennbar welche Gewichtung Stiftung Warentest den einzelnen Ergebnissen beigemessen hatte. Verbraucher kommen unter Zugrundelegung der in der Werbung angegebenen Teilnoten zu einem besseren Gesamtergebnis als das beworbene Produkt tatsächlich erzielt hat.

Fazit



KURZ PFITZER WOLF
& PARTNER

Kurz Pfitzer Wolf & Partner

Rechtsanwälte und Fachanwälte, Spezialisten für
Wettbewerbsrecht, Markenrecht, Urheberrecht, IT-Recht,
Medienrecht, Patentrecht, Designrecht und Datenschutzrecht
<https://www.kpw-law.de>

Auch eine Werbung mit Einzelergebnissen ohne Angabe des Gesamtergebnisses kann zulässig sein. Ein schlechtes Gesamtergebnis darf aber nicht kaschiert werden.