

"Testsieger"

Reklame mit diesem Etikett ist unzulässig, wenn im Test mehrere Produkte gleich gut abschnitten

Die Firmen A und O produzieren Blutzuckermessgeräte. Bei einer Untersuchung der Stiftung Warentest (16 Geräte im Test, veröffentlicht in der Zeitschrift "Test" 7/2012) erreichten die Geräte beider Firmen das beste Testurteil "gut" (Gesamtnote 1,7). Ein drittes Blutzuckermessgerät wurde ebenfalls so bewertet.

Wie alle Hersteller nutzte Firma O das gute Testurteil absatzfördernd in der Reklame — schoss dabei allerdings über das Ziel hinaus. Das O-Gerät sei "Testsieger", hieß es da, oder: Das O-Gerät habe "den ersten Platz belegt". Konkurrentin A beanstandete diese Werbung als irreführend.

Das Oberlandesgericht Hamburg gab ihr Recht (3 U 142/12). Ein Sieger sei nach allgemeinem Sprachgebrauch der Bestplatzierte in einem Wettbewerb. Von einem "Testsieger" erwarteten die Verbraucher, dass das betreffende Produkt allein als bestes Produkt bewertet wurde. Mit diesem Etikett beanspruche die beanstandete Reklame also zu Unrecht eine herausragende Stellung für das Blutzuckermessgerät O.

Wenn mehrere Produkte im Test gleich gut abschnitten, müsse der Hersteller in der Werbung darauf hinweisen. Andernfalls täusche er die Verbraucher in Bezug auf den Stand des beworbenen Produkts im "Kreis der Konkurrenzprodukte".

Die Werbung mit dem Etikett "Testsieger" wäre nur zulässig, wenn die Stiftung tatsächlich einen "ersten Platz" vergeben hätte. Sie bezeichne aber das Produkt der Firma O an keiner Stelle des Berichts als Sieger oder als bestes/erstplatziertes Produkt. Die Stiftung begnüge sich vielmehr damit, drei Geräten die gleiche gute Qualität zu bescheinigen und diese drei Produkte in alphabetischer Reihenfolge aufzuzählen.

© Der Juristische Pressedienst Gritschneider UG ist Inhaber sämtlicher Inhalte und Nutzungsrechte. Diese sind urheberrechtlich geschützt. Auf die Nutzungsbedingungen wird verwiesen.

Quelle: <http://www.onlineurteile.de/urteil/testsieger>