

## Individualisierung digital

Technologietransfer im E-Commerce für kleine und mittlere Unternehmen in Unterfranken



# BGH schränkt die Verwendbarkeit von Testsiegeln ein

Testsiegel helfen bei der Online-Vermarktung von Produkten, denn Verbraucher und Händler vertrauen den Bewertungen von „Stiftung Warentest“, „Öko-Test“ und ähnlichen Anbietern. Die Test-Unternehmen versprechen „objektive, neutrale und sachkundige“ Bewertungs- und Vergleichsverfahren um dem Endkunden die Produktauswahl zu erleichtern. Dabei werden für die getesteten Produkte meist Noten von „sehr gut“ bis „ungenügend“ vergeben. Die Testkriterien, die meist über den gesetzlichen Anforderungen liegen (etwa bei Grenzwerten für chemische Inhaltsstoffe) bestimmt das testende Unternehmen. Außerdem werden die detaillierten Testergebnisse meist im Internet veröffentlicht, mit der Möglichkeit auf diese zu verlinken. Unternehmer haben die Möglichkeit eigene Produkte testen zu lassen und mit dem Testergebnis die Qualität ihrer Produkte besonders hervorzuheben. Insbesondere im Webshop bietet sich ein zusätzliches Gütesiegel an, da der Verbraucher weniger Möglichkeiten hat das Produkt zu testen als im Einzelhandel.

Die Test-Anbieter schützen ihren Namen und das Logo, das die Testnote enthält, als Marken. Damit unterliegt die Abbildung des Testergebnisses zu Werbezwecken dem Markenrecht. Für die Nutzung dieser Markenrechte werden daher Lizenzverträge geschlossen, also Verträge in denen der Markenrechtsinhaber dem werbenden Unternehmen die Nutzung seiner Marke erlaubt. Dabei fallen für den Zeitraum, über den der Lizenzvertrag geschlossen wird, unterschiedlich hohe Kosten an. Beispielsweise verlangt Öko-Test für einen Zeitraum von zwei Jahren eine Vergütung von 5.000 €,<sup>1</sup> Stiftung Warentest verlangt zwischen 11.000 und 30.000 Euro für denselben Zeitraum.<sup>2</sup> Daneben bestehen auch weniger bekannte Testsiegel, die entweder nur auf einzelne Aspekte, wie die Service-Qualität,<sup>3</sup> oder branchenspezifisch für den Hard- und Softwarebereich.<sup>4</sup> Diese sind zu günstigeren Konditionen erhältlich. Außerdem besteht eine Vielzahl von staatlichen Siegeln wie das „Bio-Label“, der „Blaue Engel“,<sup>5</sup> auf deren Verwendung in der Werbung hier nicht näher eingegangen werden soll. Teilweise kann neben dem Siegel das gesamte Testergebnis in Druck- oder elektronischer Form für die Produktwerbung erworben werden.<sup>6</sup> Im Fall von Lizenzverträgen werden umfassend die Regeln zur Werbung mit Testergebnissen aufgelistet und die weiteren Pflichten des Test-Nutzers, wie beispielsweise Kontrollen und Nachtests bezüglich der Produktqualität geregelt.<sup>7</sup>

<sup>1</sup> [https://www.oekotest.de/media/Oeko-TEST-Label\\_210.html](https://www.oekotest.de/media/Oeko-TEST-Label_210.html).

<sup>2</sup> <https://www.ral-logolizenz-warentest.de/1/lizenzoptionen>.

<sup>3</sup> <https://disq.de/>.

<sup>4</sup> <https://www.chip.info/testsiegel/>.

<sup>5</sup> <https://www.umweltbundesamt.de/themen/durchblick-im-siegelschungel>.

<sup>6</sup> Z.B. bei der „Stiftung Warentest“: <https://www.test.de/unternehmen/werbung-5016972-5016980/>.

<sup>7</sup> Z.B. bei der „Stiftung Warentest“: <https://www.test.de/unternehmen/werbung-5016972-5016979/>.

In drei aktuellen Urteilen hat der BGH zur Verwendung von Testsiegeln in der Produktwerbung entschieden. Mehrere Versandhändler hatten einen Produkttest durchführen lassen und später auch Produkte beworben, die von den getesteten Produkten in Farbe oder Größe abwichen.<sup>8</sup> Dagegen war der klagende Testanbieter „Öko-Test“ vorgegangen, da er die Vertrauenswürdigkeit seiner Testergebnisse gefährdet sah, wenn diese für andere als die tatsächlich getesteten Produkte verwendet werden. Das „Öko-Test“-Siegel ist als Unionsmarke eingetragen. „Öko-Test“ erlaubt seinen Kunden die Verwendung des Siegels aufgrund eines Lizenzvertrages.

Das Gericht entschied, dass das „Öko-Test“-Label nur für ein konkret getestetes Produkt verwendet werden darf. Wer den Ruf der Marke „Öko-Test“ ohne finanzielle Gegenleistung ausnutzt, verstößt gegen das Markenrecht. Damit dürfen Unternehmen nur dann mit Siegeln werben, wenn die Nutzung vom Lizenzvertrag abgedeckt ist. Es ist davon auszugehen, dass Unternehmen den korrekten Gebrauch ihrer Siegel überwachen und im Missbrauchsfall per Abmahnung und Klage gegen die missbräuchliche Verwendung vorgehen.

### **Weitere Praxistipps zum Umgang mit Testsiegeln:**

#### **1. Das vergebende Unternehmen prüfen**

Die Werbung mit weniger bekannten Test- und Siegel-Anbietern kann Risiken bergen. Beispielsweise hatte sich ein Möbelhaus mit einem Testsiegel des „Deutschen Institut(s) für Service-Qualität“ als „Bestes Möbelhaus“ beworben. Das LG Potsdam hatte daraufhin entschieden, dass Testsiegel irreführend sei, weil der Test erhebliche methodische Mängel aufweise und das Siegel den falschen Eindruck erwecke, das Testinstitut sei eine staatliche oder staatlich anerkannte Einrichtung.<sup>9</sup> Der Testanbieter hatte im wesentlichen subjektive Kriterien verwendet, beispielsweise die „Raumatmosphäre“ und das „Erscheinungsbild der Mitarbeiter“, die als bloße Meinungen der Tester kaum nachprüfbar waren. Da das Möbelhaus mit dem fehlerhaften Test Werbung machte, war es auch der Kostenschuldner der Abmahnung. Unternehmen ist daher zu raten eigene Recherchen über das Test-Unternehmen vorzunehmen und die Testkriterien auf Objektivität zu überprüfen.

#### **2. Werbung mit Konsumententests**

Auch die Werbung mit Konsumententests, die von Marktforschungsinstituten durchgeführt werden, können den Verbraucher irreführen und daher nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) unzulässig sein. Das OLG Köln hatte einen Fall zu entscheiden, in dem ein Konkurrent eines von der „Stiftung Warentest“ als besser bewerteten Produkts mit der Aussage: „Von Verbrauchern zu Hause getestet: 91% der Verbraucher bewerten: Reinigungsleistung SEHR GUT“ warb. Dabei verschwieg er allerdings, dass dem Ergebnis „Sehr Gut“ nur eine von den Verbrauchern entweder mit „Ja“ oder „Nein“ zu beantwortende Frage zu Grunde lag und keine Notenskala von „Sehr gut“ bis „Unbefriedigend“. Unternehmen ist daher anzuraten auch den Testablauf zu prüfen und die Transparenz für Kunden sicherzustellen.

---

<sup>8</sup> Bundesgerichtshof, Urteilen vom 12.12.2019 Az.: I ZR 173/16, I ZR 174/16 und I ZR 117/17.

<sup>9</sup> LG Potsdam, Urteil vom 06.05.2011 Az.: 51 O 65/10; OLG Brandenburg, Urteil vom 26.06.2012, Az.: 6 U 34/11.