



Werbung mit Prüfzeichen – BGH gibt Kriterien vor

Die Werbung mit Gütesiegeln et cetera war bereits Thema eines unserer Beiträge (Juli-Ausgabe der „Hörakustik“ 2014). Wegen einer aktuellen Entscheidung des Bundesgerichtshofes (BGH) möchten wir dieses Thema erneut aufgreifen. Denn der 1. Zivilsenat des BGHs hat in einem Urteil vom 21.07.2016 (Az. I ZR 26/15 – LGA tested) Kriterien für eine zulässige Werbung mit Prüfzeichen benannt. Im konkreten Fall war die Internetwerbung für ein elektrisches Gerät aus dem Kosmetikbereich mit den Zeichen „LGA tested quality“ und „LGA tested safety“ wegen des Fehlens wesentlicher Informationen beanstandet worden (§ 5a Abs. 2 UWG). Die Werbung enthielt keinerlei Informationen zu den Kriterien der Überprüfung sowie zum Zustandekommen der Wertungen – weder unmittelbar noch in Form einer Fundstellenangabe. Bereits das Landgericht (LG) und das Oberlandesgericht (OLG) hatten der Unterlassungsklage stattgegeben beziehungsweise die Berufung zurückgewiesen (LG Duisburg, Urteil vom 24.01.2014, Az. 22 U 54/13 sowie OLG Düsseldorf, Urteil vom 30.12.2014, Az. I 15 U 76/14).

Der BGH hat diese Entscheidungen nunmehr bestätigt und die Revision zurückgewiesen. Zwar hat der BGH in den Urteilsgründen darauf hingewiesen, dass bei der Frage nach der Wesentlichkeit einer Information eine Interessenabwägung vorzunehmen ist, die auch die Belange des werbenden Unternehmers zu berücksichtigen hat. Die Richter haben dem in der Werbung verwendeten Prüfzeichen aber eine erhebliche Bedeutung bei der Kaufentscheidung beigemessen. Deshalb habe der Verbraucher ein vorrangiges Interesse zu erfahren, anhand welcher Kriterien die Prüfung erfolgt ist. Der Werbende müsse – ebenso wie in den Fällen der Werbung mit einem Qualitätsurteil etwa der Stiftung Warentest – Informationen zu den Prüfkriterien zur Verfügung stellen, zumindest in Form einer Fundstellenangabe beziehungsweise eines Links auf eine weiterführende Webseite. Bei der Werbung mit entsprechenden Prüfsiegeln oder Gütezeichen sollte diese Vorgabe auf jeden Fall beachtet werden!

*Sabine Siekmann ·
Wettbewerbszentrale Büro Hamburg*