

Vergleichende Werbung: OLG billigt Testbezug

26.10.2026, 17:12 | Politik, Recht & Gesellschaft

Pressemitteilung von: *MTR Legal Rechtsanwälte Pressearchiv*



Hamburg, 26. Oktober 2026. Eine vergleichende Werbeaussage kann zulässig sein, wenn sie auf zutreffenden Testergebnissen beruht und verständlich erläutert wird. Das zeigt das nicht rechtskräftige Urteil des Hanseatischen Oberlandesgerichts Hamburg vom 2. Juli 2026 – 5 U 25/25.

Werbeanzeige stellt Testergebnisse gegenüber

Gegenstand des Verfahrens war eine im Dezember 2024 veröffentlichte Zeitschriftenanzeige für klassische Geschirrspülmaschinentabs. Der Hersteller hob hervor, dass sein Produkt in einer Untersuchung der Stiftung Warentest besser als ein Konkurrenzprodukt abgeschnitten habe. Ein Sternchenhinweis verwies auf ergänzende Angaben zum Test aus der Ausgabe 2/2024.

Insgesamt waren 15 herkömmliche Geschirrspülmaschinentabs untersucht worden. Das beworbene Produkt belegte mit der Gesamtnote 2,3 den zweiten Platz, während das verglichene Produkt deutlich schlechter bewertet wurde. Dessen Anbieterin sah in der Anzeige eine Irreführung der Verbraucher und eine unzulässige Herabsetzung ihres Produkts.

Das Landgericht Hamburg hatte dem Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung zunächst stattgegeben und diese Entscheidung mit Urteil vom 20. März 2025 bestätigt. Auf die Berufung der werbenden Herstellerin änderte das OLG Hamburg die Entscheidung und wies den Verfügungsantrag zurück. Die Antragstellerin muss nach dem Urteil die Kosten des Rechtsstreits tragen.

Gesamte Gestaltung der Anzeige ist maßgeblich

Nach Auffassung des OLG Hamburg durfte die hervorgehobene Werbeaussage nicht isoliert bewertet werden. Entscheidend sei, wie ein durchschnittlich informierter und verständiger Verbraucher die Anzeige insgesamt wahrnehme. Dabei seien auch deutlich zugeordnete und hinreichend verständliche Erläuterungen in einem Sternchentext zu berücksichtigen.

Die ergänzenden Angaben benannten die geprüfte Produktart und erläuterten die maßgeblichen Bewertungen. Da die

wiedergegebenen Noten dem tatsächlichen Testergebnis entsprachen, erkannte das Gericht keine Verfälschung des Tests. Die pointierte Aussage habe den belegten Leistungsunterschied zusammengefasst, ohne dem Publikum einen unzutreffenden Prüfungsumfang oder ein anderes Ergebnis zu vermitteln.

Auch eine unlautere Herabsetzung im Sinne von § 6 Abs. 2 UWG verneinte das OLG Hamburg. Die Aussage habe zwar die Überlegenheit des beworbenen Produkts betont, sei aber auf einen tatsächlichen und überprüfbaren Vergleich gestützt gewesen. Die Grenze zu einer unsachlichen Abwertung des Konkurrenzprodukts sei deshalb nach Ansicht des Gerichts nicht überschritten worden.

Folgen für Werbung mit Produkttests

„Die Entscheidung macht deutlich, dass Unternehmen bei vergleichender Werbung nicht nur den hervorgehobenen Slogan, sondern die vollständige Darstellung im Blick behalten müssen“, sagt Rechtsanwalt Michael Rainer, MTR Legal Rechtsanwälte. „Für die wettbewerbsrechtliche Einordnung kommt es darauf an, ob der Vergleich sachlich überprüfbar bleibt und ergänzende Informationen für Verbraucher klar zugänglich sind.“

Aus dem Urteil ergeben sich für die Gestaltung testbezogener Werbung mehrere wesentliche Gesichtspunkte:

- Die angegebene Bewertung muss dem veröffentlichten Testergebnis entsprechen.
- Die geprüfte Produktkategorie und der Umfang des Vergleichs sollten eindeutig erkennbar sein.
- Ein Sternchenhinweis muss der hervorgehobenen Aussage klar zugeordnet und verständlich formuliert sein.
- Vergleichende Aussagen dürfen Mitbewerber oder deren Produkte nicht unsachlich herabsetzen.

Ein erläuternder Hinweis kann eine zugespitzte Aussage in ihren tatsächlichen Zusammenhang einordnen, beseitigt aber nicht automatisch jede mögliche Irreführung. Unternehmen sollten deshalb vor einer Veröffentlichung prüfen, ob der Blickfang und die ergänzenden Angaben zusammen ein zutreffendes Gesamtbild ergeben. Da das Urteil noch nicht rechtskräftig ist, bleibt der weitere Verfahrensgang abzuwarten.

MTR Legal Rechtsanwälte bietet Unternehmen Beratung bei Fragen zur Gestaltung vergleichender und testbezogener Werbung an.

Weitere Informationen: <https://www.mtrlegal.com/olg-hamburg-zur-zulaessigkeit-vergleichender-werbung/>

MTR Legal Rechtsanwälte

Breslauer Platz 4
50668 Köln
Deutschland

Michael Rainer

+49 221 9999220

info@mtrlegal.com

www.mtrlegal.com

Portrait

MTR Legal Rechtsanwälte ist eine bundesweit und international tätige Full-Service-Wirtschaftskanzlei. Die Sozietät

berät Unternehmen, institutionelle Investoren und vermögende Privatpersonen in den Bereichen Gesellschafts-, Steuer-, Handels-, Vertrags-, Vertriebs-, Kapitalmarkt- und Bankrecht.

Standorte: Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Köln, Leipzig, München, Stuttgart. Representative Offices: London, Paris, Amsterdam, Singapore.

MTR Legal ist Mitglied im internationalen Netzwerk IR Global und wird regelmäßig von Handelsblatt und Best Lawyers empfohlen.

News-ID: 1328214 • Views: 111 (Stand: 01.11.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1328214/Vergleichende-Werbung-OLG-billigt-Testbezug.html>