



BDI

Gesellschaft, Verantwortung
und Verbraucher



BDI-Praxistipp

Was Unternehmen bei negativen
Testurteilen der Stiftung Warentest
tun können

Was Unternehmen bei negativen Testurteilen der Stiftung Warentest tun können

Hintergrund

Drei von vier Deutschen suchen regelmäßig Rat bei der Stiftung Warentest (im Folgenden: Stiftung), den Verbraucherzentralen und vergleichbaren Organisationen, bevor sie etwas kaufen. Insbesondere die Testurteile der Stiftung werden dabei oft als Entscheidungsgrundlage herangezogen. Während ein positives Qualitätsurteil der Stiftung den Absatz von Waren und Dienstleistungen zu steigern vermag, führt ein schlechtes Testresultat oftmals zum Umsatzrückgang oder zur Imageschädigung.

Die folgenden Praxistipps sollen den Unternehmen Möglichkeiten aufzeigen, wie sie schnell und effektiv auf schlechte Qualitätsurteile der Stiftung reagieren können.

Testanalyse

»Finden Sie zuerst heraus, warum Ihr Produkt »schlecht bewertet wurde!«

Hilfestellung bietet diese Checkliste:

- Wurden auch andere Produkte im Test negativ bewertet (Grad der Betroffenheit)?
- Hatten Sie die Stiftung fristgerecht schriftlich auf Fehler oder Unklarheiten in der sog. Anbietervorinformation (AVI) hingewiesen? Hierin informiert die Stiftung betroffene Anbieter vor der Testveröffentlichung über die jeweiligen Messergebnisse (nicht über die Bewertung und das Testergebnis), um Messfehler und falsch ermittelte Produktmerkmale bei der Testdurchführung auszuschließen.
- Wurde das Testverfahren formal korrekt durchgeführt?
- Wie ist die Testqualität unter objektiven* Gesichtspunkten zu beurteilen?

* Die Verwendung des Begriffs »objektiv« muss in der Begründung für die Eignung des Protokolls sorgfältig geprüft werden. Labormethoden und die Erstellung signifikanter Ergebnisse können z. B. objektiv sein, aber die Daten und die Methode können im Gesamtbild ungeeignet sein, 15 bis 25 Produkte in einer Form zu vergleichen, die für die Verbraucherinformation relevant und geeignet ist (s. künstliche Differenzierung, Methodenwahl nach finanziellen Gesichtspunkten usw.).

Aufgrund der besseren Lesbarkeit wird im Text nur die männliche Form verwendet. Die weibliche Form ist selbstverständlich immer mit eingeschlossen.

-
- Welche Einzelkriterien haben genau zum negativen Ergebnis geführt (z. B. Sensorik, Verpackung, Schadstoffe usw.)?
 - Wie verhalten sich Testergebnisse und Bewertung zu rechtlichen Vorgaben, Normen und den eigenen Qualitätsprüfungen?
 - Wurden bei der notenmäßigen Bewertung sog. Durchschlageffekte angewandt (z. B. führte die mangelhafte Bewertung in einer Kategorie zu mangelhaftem Gesamturteil)?
 - Könnten bei der Testdurchführung möglicherweise technische Fehler unterlaufen sein? Waren diese aus der AVI nicht erkennbar?
 - Nach welchen Prüfmethoden wurde getestet? Liegt Ihnen das entsprechende Prüfprogramm vor?
 - Besteht Verdacht auf eine fehlerhafte Testdurchführung?
 - Wie ist die optische/sprachliche Darstellung der Testergebnisse? Ist diese kritikwürdig?
 - Prüfen Sie über den Fachverband, ob das Stiftungskuratorium und ein Fachbeirat in die Beratungen über die Anlage der Untersuchung (Testdesign) eingebunden waren.

Branchenkontakt

»Nehmen Sie Kontakt mit Ihrem Branchen- bzw. Fachverband auf!«

Unterrichten Sie Ihren Branchen-/Fachverband über das nach Ihrer Meinung nicht korrekte Testurteil und geben ihm möglichst auch schon eine erste Fallanalyse aus Ihrer Sicht an die Hand. Erörtern Sie gemeinsam mit Ihrem Branchen-/Fachverband das Testergebnis und besprechen Sie mögliche weitere Schritte.

Die Verbände können Sie effektiv unterstützen bei der Testanalyse, dem Kontaktaufbau zur Stiftung und der Beurteilung weiterer Maßnahmen. Je nach Betroffenheitsgrad der Branche sollte auch die »Clearingstelle Stiftung Warentest« im BDI über den Vorgang in Kenntnis gesetzt werden.

Kontakt zur Stiftung

»Suchen Sie das Gespräch mit dem zuständigen Testprojektleiter!«

Mit dem zuständigen Testprojektleiter der Stiftung können etwaige Nachfragen zum Testverfahren geklärt und ggf. weiterführende Informationen eingeholt werden. Um die Stiftung für Ihr Anliegen zu sensibilisieren, ist die Vorlage sehr konkreter Argumente, Beispiele und Fakten, wie eigene Messdaten, erfahrungsgemäß hilfreich, auch verbunden mit dem Hinweis auf die wirtschaftlichen Folgen eines negativen Testurteils. Nutzen Sie auch die Möglichkeit zur Einsichtnahme in entsprechende Gutachten der Stiftung.

Wichtige Ansprechpartner bei der Stiftung sind neben dem zuständigen Projektleiter:

Dr. Holger Brackemann, Bereichsleiter Untersuchungen
Elke Gehrke, Wissenschaftliche Leiterin Haus, Energie, Freizeit und Verkehr
Dr. Ursula Loggen, Wissenschaftliche Leiterin Ernährung, Kosmetik und Gesundheit
Jürgen Nadler, Wissenschaftlicher Leiter Multimedia
Stephan Kühnlenz, Wissenschaftlicher Leiter Geldanlage, Altersvorsorge, Kredite und Steuern
Holger R. Rohde, Wissenschaftlicher Leiter Versicherungen und Recht

Kunde

»Gehen Sie pro-aktiv auf Ihre Kunden zu!«

Negative Testurteile der Stiftung berühren auch das Verhältnis zwischen Hersteller und Kunde (Handel), insbesondere dann, wenn Lieferverträge Klauseln über Warentesturteile enthalten. Erläutern Sie Ihrem Kunden die Ursachen für das negative Testergebnis.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Stiftung auch dann Produkte abwerten kann, wenn sich deren Beschaffenheit bzw. Inhaltsstoffe im zulässigen gesetzlichen Rahmen bewegen. Die Stiftung bewertet darüber hinaus nicht nur streng objektive Produktmerkmale, sondern auch (subjektive) Faktoren wie z. B. die Sensorik. Die Vertragsbeziehung zwischen Hersteller und Handel sollte sich deshalb nicht an Warentesturteilen orientieren, sondern an vereinbarten Produktspezifikationen.

Behörden

Bei nicht verkehrsfähigen oder nicht verzehrsfähigen Produkten müssen Hersteller und/oder Handel im Einzelfall auf Basis der gesetzlichen Regelungen abwägen, ob Maßnahmen zu ergreifen sind wie a) öffentlicher Rückruf, b) Zurückholen aus der Lieferkette und Stopp der Auslieferungen, c) Kontakt mit der zuständigen Behörde und Vereinbarung einer Aufbrauchs-/Auslieferungsfrist bis z. B. Umstellung der Verpackung.

Rechtsweg

Unter Berücksichtigung des BDI-Praxistipps »Spielraum der Industrie bei Waren- und Dienstleistungstests der Stiftung Warentest im Licht der Rechtsprechung« sollte der Rechtsweg möglichst nur nach Ausschöpfung aller außergerichtlichen Konfliktlösungsmöglichkeiten gewählt werden. Wie die Erfahrung zeigt, ist die Beschreitung des Rechtswegs für die Unternehmen meist teuer und langwierig, aber wenig erfolgversprechend.

Öffentlichkeit

Die Stiftung genießt in der Öffentlichkeit und bei den Verbrauchern ein sehr hohes Vertrauen. Ihre Publikationen und Testergebnisse finden in Medien und Öffentlichkeit deshalb auch eine große Resonanz. Insbesondere negative Testergebnisse werden in Sekundärpublikationen häufig und plakativ wiedergegeben.

Ob von einem negativen Testergebnis betroffene Branchen und Unternehmen in ihrer Öffentlichkeitsarbeit zu dem Testergebnis Stellung nehmen sollten, z. B. in Form einer Pressemitteilung oder Pressekonferenz, kann nur im konkreten Einzelfall entschieden werden. Um ein Thema nicht »am Kochen zu halten« und damit ggf. weiteren wirtschaftlichen Schaden zu verursachen, kann es ratsam sein, das Thema nicht pro-aktiv anzusprechen und es auf sich beruhen zu lassen.

Fachbeirat und Kuratorium

»Nutzen Sie die satzungsgemäßen Mitwirkungsrechte!«

Die anbietende Wirtschaft hat satzungsgemäß Mitwirkungsrechte im Kuratorium der Stiftung und in den für jedes vergleichende Testvorhaben einberufenen Fachbeiräten (<https://www.test.de/unternehmen/stiftungsgremien/satzung/>). Das Kuratorium und die Fachbeiräte haben eine die Stiftung beratende Funktion. Damit die in diese Gremien entsandten Industrievertreter die Industrieposition optimal wahrnehmen können, sind sie auf Ihre Unterstützung angewiesen. Über die jeweiligen Branchen- bzw. Fachverbände und die »Clearingstelle Stiftung Warentest« des BDI können Sie Ihre Kritikpunkte an konkreten Tests in diese Gremien zielgerichtet einbringen und damit kurz- und langfristig für eine fach- und sachgerechte Durchführung von Testprojekten sorgen.

Weitere Empfehlungen und Hinweise

»Nach dem Test ist vor dem Test!«

Die langjährigen Erfahrungen des BDI und der Branchen- bzw. Fachverbände zeigen deutlich, dass der konstruktive Dialog mit der Stiftung erfolgversprechender ist als die Konfrontation. Die Stiftung wiederum bietet Unternehmen an, über die Branchen- und Fachverbände sowie den BDI stärker mit ihr in den Dialog einzutreten. Um die Stiftung stärker für die Anliegen der Industrie zu sensibilisieren, bedarf es sehr konkreter Argumente und Beispiele, wo Nachbesserungsbedarf bei der Durchführung von Untersuchungen von Waren und Dienstleistungen besteht (z. B. Hinweise zur Marktauswahl und zu geeigneten – unabhängigen – Prüflaboren und/oder -instituten), aber ebenso einer stärkeren Mitarbeit von sehr sachkundigen Industrievertretern in den Fachbeiräten sowie einer genauen Prüfung und zeitnahen Rückmeldung der Unternehmen auf die AVI, insbesondere bei etwaigen Unklarheiten.

Vor diesem Hintergrund sollte das Testergebnis auch aufgefasst werden als konstruktive Kritik, die eine zielgerichtete Verbesserung des Produkts auf der Grundlage des Testergebnisses ermöglicht. Neben der firmeneigenen stetigen Innovation und dem entsprechenden Qualitätsmanagement können die Tests mit dazu beitragen, das Produkt weiter zu verbessern und gleichzeitig das Unternehmen gut für mögliche Folgetests zu rüsten.

Eine konstruktiv-kritische Befassung mit allen Aspekten und Konsequenzen, die sich aus vergleichenden Waren- und Dienstleistungstests ergeben, trägt mit dazu bei, schon vor und während der Durchführung von Testprojekten die Mitwirkung der Anbieterseite im Rahmen der Beratungen über das Untersuchungsvorhaben und dessen Testdesign zu optimieren (s. auch BDI-Praxistipp »Wie berufene Industrieexperten zur Optimierung der Beratung in Fachbeiräten der Stiftung Warentest beitragen können«).

Es bleibt jedem betroffenen Unternehmen selbst überlassen, in welcher Weise ein als »ungerechtfertigt« oder als »nicht zutreffend« empfundenes Urteil in der **Unternehmenskommunikation** aufgegriffen werden soll. Hier ist sorgfältig zu berücksichtigen die Tatsache, dass in der Wahrnehmung der Öffentlichkeit sicherlich die Glaubwürdigkeit der Stiftung höher als die der Hersteller ist - besonders, wenn es um eine Rechtfertigung als Betroffener geht. Grundsätzlich bietet sich die Möglichkeit, in einer ad hoc-Arbeitsgruppe des Branchen-/Fachverbandes eine »Nachlese« der Branche zu einer Veröffentlichung der Stiftung zu machen und die Chancen für eine gemeinsame Kommunikation zu wesentlichen Punkten auszuloten.

Für weiterführende Auskünfte steht Ihnen Ihr Branchen- bzw. Fachverband ebenso wie die »Clearingstelle Stiftung Warentest« im BDI gerne zur Verfügung.

Impressum:

BDI-Drucksache: F0058

Stand: September 2011

Herausgeber:

Clearingstelle Stiftung Warentest im

Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI)

Abteilung Wettbewerb, Öffentliche Aufträge und Verbraucher

Breite Str. 29 · 10178 Berlin

Redaktion:

Marie Luise Eul

Tel.: 030 2028-1590

Fax: 030 2028-2590

m.eul@bdi.eu