



Fragen und Antworten

Fragen zum LOGO LIZENZ-System der Stiftung Warentest

Mit welchen Aufgaben wurde die RAL gGmbH von der Stiftung Warentest beauftragt?

Die Stiftung Warentest hat der RAL gGmbH das Recht zur Vergabe der entgeltlichen LOGO LIZENZEN zur Nutzung der Marken der Stiftung Warentest für die Werbung mit ihren Testergebnissen übertragen. Darüber hinaus ist die RAL gGmbH beauftragt, die Nutzung des Logos der Stiftung Warentest zu überwachen und eine vertragswidrige, bzw. missbräuchliche Verwendung zu verfolgen und zu ahnden.

Wann wurde das LOGO LIZENZ-System der Stiftung Warentest eingeführt?

Das LOGO LIZENZ-System wurde am 1. Juli 2013 eingeführt. Für alle Produkte und Dienstleistungen, deren Tests nach diesem Stichtag von der Stiftung Warentest veröffentlicht wurden, kann eine LOGO LIZENZ mit einer einjährigen oder zweijährigen Laufzeit erworben werden. Bei bestimmten Produktgruppen ist eine Beschränkung der Laufzeit auf ein Jahr oder eine erweiterte Laufzeit von drei Jahren möglich.

Was ist das Ziel des LOGO LIZENZ-Systems?

Ziel ist, den Verbraucher vor missbräuchlicher Verwendung des Logos zu schützen. Mit dem LOGO LIZENZ-System wird die Nutzung kontrolliert und ein Missbrauch unterbunden. Die Werbung mit Testurteilen ist nur maximal eineinhalb oder zweieinhalb Jahre, für bestimmte Produktgruppen dreieinhalb Jahre nach der Testveröffentlichung möglich. Durch diese Regelung wird gewährleistet, dass nicht mit veralteten, für den Verbraucher irreführenden, Testergebnissen geworben wird.

Wieso hat die Stiftung Warentest die RAL gGmbH mit der Vergabe der LOGO LIZENZEN beauftragt?

Die RAL gGmbH ist eine gemeinnützige und unabhängige Tochtergesellschaft von RAL Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung e. V. Sie ist wie die Stiftung Warentest im Verbraucherschutz tätig und sowohl Vergabestelle des Umweltzeichens „Blauer Engel“, als auch des Europäischen Umweltzeichens „EU Ecolabel“. Indem die Stiftung Warentest die RAL gGmbH mit der Vermarktung und Überwachung der LOGO LIZENZEN beauftragt hat, stellt sie weiterhin ihre Neutralität im Hinblick auf die von ihr durchgeführten Tests sicher.

Wozu dient die mobile RAL LOGO LIZENZ-WebApp?

Mit der mobilen WebApp können Verbraucher und Mitarbeiter von Unternehmen jederzeit, insbesondere auch direkt am PoS (Point of Sale), die Gültigkeit einer LOGO LIZENZ zur Nutzung der Marken der Stiftung Warentest für die Werbung mit dem Testlogo überprüfen.

Frage zu den Übergangsregelungen

Ich habe vor der Designumstellung der Testlogos zum 19. Februar 2025 bereits von der RAL gGmbH eine LOGO LIZENZ erworben. Darf ich dann mein Produkt/meine Dienstleistung weiterhin mit der alten Designvariante des Testlogos bewerben?

Ja. Alle Produkte/Dienstleistungen, deren LOGO LIZENZ vor dem 19. Februar 2025 erworben wurden, also vor dem Start der neuen Designvarianten, dürfen im Rahmen der Übergangsregelung noch bis zum Ende der Lizenzlaufzeit mit der „alten“ Designvariante des Testlogos gekennzeichnet und beworben werden. Auch der Abverkauf von mit der „alten“ Designvariante gekennzeichneten Produkten, die innerhalb der Lizenzlaufzeit produziert wurden, ist weiterhin erlaubt. Produkte/Dienstleistungen, für die ab dem 19. Februar 2025 LOGO LIZENZEN erworben wurden, ist ausschließlich die neue Designvariante des Testlogos zu verwenden.

Fragen zur LOGO LIZENZ-Beantragung

Wo und wie kann ich eine LOGO LIZENZ zur Nutzung der Marken der Stiftung Warentest erhalten?

Eine LOGO LIZENZ kann ausschließlich auf der RAL-Webseite <https://www.ral-logolizenz-warentest.de> online beantragt werden.

Wann genau beginnt die Laufzeit meiner LOGO LIZENZ?

Die Laufzeit Ihrer LOGO LIZENZ beginnt mit dem Tag, an dem die RAL gGmbH Ihnen – nach Prüfung Ihres LOGO LIZENZ-Antrages – den Abschluss des Lizenzvertrages per E-Mail bestätigt.

In einem Test der Stiftung Warentest wurden mehrere von mir angebotene Produkte/Dienstleistungen untersucht und bewertet. Muss ich für jede/s einzelne Produkt/Dienstleistung eine LOGO LIZENZ erwerben?

Wenn ja, erhalte ich dann Rabattierungen?

Für jedes Produkt/jede Dienstleistung, welche(s) von der Stiftung Warentest getestet wurde, muss eine eigene LOGO LIZENZ erworben werden. Rabattierungen bei mehreren LOGO LIZENZEN werden nicht gewährt.

In der Online-Antragsstrecke finde ich weder mein Produkt/meine Dienstleistung, noch mich als Anbieter/Hersteller, obwohl die Stiftung Warentest es/sie getestet und ein Qualitätsurteil oder eine zusammenfassende Bewertung vergeben hat. Warum?

Am Veröffentlichungstag des Tests kann es vorkommen, dass die Daten Ihres Produktes/Ihrer Dienstleistung von der Stiftung Warentest noch nicht in unser System übertragen wurden. Wenn Sie Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung in der Auswahl nicht finden, klicken Sie bitte auf: „Ich habe mein Produkt oder meine Dienstleistung nicht gefunden“. Dort tragen Sie Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung bitte manuell ein und füllen den Online-Antrag weiter aus.

Wie erhalte ich das Testlogo der Stiftung Warentest zur Nutzung in der Werbung für mein Produkt/meine Dienstleistung?

Das Blanko-Testlogo der Stiftung Warentest steht Ihnen unmittelbar nach Vertragsschluss in einer druckfähigen Datei (EPS-Datei) zum Download zur Verfügung und kann – nach Gestaltung des grauen Textfeldes sowie Einfügung der zugewiesenen sechsstelligen Lizenznummer in den weißen seitlichen oder unteren Balken – sofort in der Werbung verwendet werden.

Wie lange nach Veröffentlichung des Testergebnisses kann ich eine LOGO LIZENZ erwerben?

Die Nutzung des Logos der Stiftung Warentest ist – unabhängig vom Zeitpunkt des Lizenzerwerbs und der Dauer der gewählten Lizenzlaufzeit – nur in einem Zeitraum von zweieinhalb Jahren nach Erstveröffentlichung des Testergebnisses zulässig. Sollten Sie also zehn Monate nach Veröffentlichung des Testergebnisses Ihres Produktes/Ihrer Dienstleistung eine zweijährige LOGO LIZENZ erwerben (regelmäßige Nutzungsdauer), so wäre diese anstatt 24 nur 20 Monate gültig. Für bestimmte Produkte und Dienstleistungen, für die eine dreijährige Nutzung zulässig ist (erweiterte Nutzungsdauer), verlängert sich der Zeitraum auf dreieinhalb Jahre. Bei Produkten/Dienstleistungen deren Laufzeit auf ein Jahr beschränkt ist (ausschließlich kurze Nutzungsdauer) verkürzt sich dieser Zeitraum auf eineinhalb Jahre.

In der Kategorie meines Produktes/meiner Dienstleistung wurde von der Stiftung Warentest ein weiterer Folgetest durchgeführt, in dem mein bereits getestetes Produkt/meine Dienstleistung – für das/die ich eine LOGO LIZENZ erworben habe – erneut getestet wurde. Das Qualitätsurteil meines Produkts/meiner Dienstleistung hat sich jedoch geändert und die Laufzeit meiner LOGO LIZENZ ist noch nicht beendet. Darf ich mein Produkt/meine Dienstleistung weiter mit dem Testlogo bewerben? Und wenn ja, mit dem neuen oder alten Testergebnis?

Das Produkt/die Dienstleistung darf weiter bis zum Ende der LOGO LIZENZ-Laufzeit beworben werden. Da die LOGO LIZENZ für ein Produkt/eine Dienstleistung und nicht für ein Testurteil erworben wurde, ist fortan mit dem neuen Testurteil und den neuen Quellenangaben zu werben (bleibt das Qualitätsurteil gleich, sind die Quellenangaben zu aktualisieren). Online-, TV- und Printwerbung, sowie die Kennzeichnung auf dem Produkt sind in diesem Fall dementsprechend umzustellen. Produkte, die mit dem alten Testergebnis gekennzeichnet sind, dürfen abverkauft werden (siehe FAQ zu Abverkauf). Nach Ablauf der Lizenzlaufzeit kann für das neue Testergebnis eine neue LOGO LIZENZ erworben werden. Dabei ist die Begrenzung der Laufzeit (eineinhalb Jahre = ausschließlich kurze Nutzungsdauer, zweieinhalb Jahre = regelmäßige Nutzungsdauer und dreieinhalb Jahre = erweiterte Nutzungsdauer) nach Veröffentlichung zu beachten (siehe FAQ dazu). Sollte sich nach dem Folgetest das Qualitätsurteil derart verschlechtert haben, dass eine Werbung damit nicht mehr vorteilhaft ist, storniert die RAL gGmbH auf Antrag die LOGO LIZENZ und erstattet das Lizenzentgelt der restlichen Laufzeit taggenau.

Muss ich auch als Händler oder Vertriebspartner eine LOGO LIZENZ zur Nutzung der Marken der Stiftung Warentest in der Werbung erwerben?

Nein, nur der Markeninhaber eines Produktes/einer Dienstleistung muss zur Nutzung in der Werbung eine LOGO LIZENZ erwerben. Händlern oder Vertriebspartnern kann vom Markeninhaber formlos im Wege der Unterlizenzierung das Nutzungsrecht eingeräumt werden.

Kann ich z. B. als Werbeagentur für den Markeninhaber des getesteten Produktes/der getesteten Dienstleistung eine LOGO LIZENZ beantragen?

Ja. Hierzu ist es notwendig, dass Sie sich von dem Markeninhaber bevollmächtigen lassen und uns dies im Online-Lizenzantrag bestätigen. Dazu setzen Sie bitte den Haken in das entsprechende Feld unter den Angaben zu „4. Abweichender Ansprechpartner“. Bitte tragen Sie zudem den Markeninhaber unter „1. Antragsteller“ und sich selbst als Bevollmächtigter unter „4. Abweichender Ansprechpartner“ ein.

Kann auch mit dem Testlogo geworben werden, wenn mein Produkt/meine Dienstleistung auf einem Rangplatz in einer Marktübersicht auf www.test.de veröffentlicht oder redaktionell in einem Artikel erwähnt wurde?

Nein, eine LOGO LIZENZ kann nur für ein Produkt/eine Dienstleistung erworben werden, zu dem die Stiftung Warentest ein Untersuchungsergebnis veröffentlicht hat (z. B. test- oder Finanztest-Qualitätsurteil, zusammenfassende Bewertung wie „empfehlenswert“ oder „dauerhaft gut“, Kommentar bei Schnelltests). Ein Rangplatz in Marktübersichten (z. B. von Festgeld oder Telekommunikationstarifen) oder eine redaktionelle Erwähnung eines Produktes/einer Dienstleistung berechtigt nicht zum Lizenzerwerb.

Zwischen welchen Laufzeiten kann ich wählen?

Sie können zwischen einer Laufzeit von einem Jahr (kurze Laufzeit) oder einer Laufzeit von zwei Jahren (regelmäßige Laufzeit) wählen. Bei bestimmten Produkten/Dienstleistungen, wie bei Software-Produkten/Smartphone Applikationen und Baufinanzierung/Immobilienkredite sowie weiteren Produktgruppen, die Sie unserer elektronischen Antragsstrecke entnehmen können, ist die Laufzeit auf ein Jahr (ausschließlich kurze Nutzungsdauer) beschränkt. Bei bestimmten Produkten/Dienstleistungen ist eine Verlängerung oder Reaktivierung um ein weiteres drittes Jahr möglich (erweiterte oder reaktivierte Nutzungsdauer), wenn mindestens eineinhalb Jahre nach Erstveröffentlichung des Testergebnisses vergangen sind (siehe nächste FAQ).

Kann ich die Laufzeit meiner LOGO LIZENZ verlängern?

Eine LOGO LIZENZ mit einer Kurzlaufzeit von einem Jahr kann ein weiteres Mal um ein Jahr verlängert werden. Läuft eine LOGO LIZENZ mit einer Regellaufzeit von zwei Jahren aus (regelmäßige Nutzungsdauer), so kann diese nur auf Antrag dann verlängert werden, wenn das getestete Produkt oder die getestete Dienstleistung besondere Kriterien erfüllt (erweiterte Nutzungsdauer). Eine Verlängerung Ihrer LOGO LIZENZ um ein zweites Jahr können Sie im Mitgliederbereich beantragen. Dazu loggen Sie sich bitte in Ihrem Account ein und wählen die zu verlängernde LOGO LIZENZ in Ihrer Lizenzübersicht aus. Anträge auf Verlängerung um ein drittes Jahr stellen Sie bitte formlos per E-Mail an die RAL gGmbH. Eine Verlängerung der Lizenzlaufzeit über diese drei Jahre hinaus ist nicht möglich. Ebenso ist die Verlängerung einer LOGO LIZENZ, die auf ein Jahr befristet ist (ausschließlich kurze Nutzungsdauer) nicht möglich.

Kann ich meine zweijährige Laufzeit meiner LOGO LIZENZ noch einmal verlängern?

In bestimmten Fällen kann Ihre LOGO LIZENZ um ein drittes Jahr verlängert werden. Voraussetzung ist, dass Ihr getestetes Produkt/Ihre getestete Dienstleistung zu einer bestimmten Produktgruppe gehört, bereits ein Lizenzvertrag für Ihr getestetes Produkt/Ihre getestete Dienstleistung besteht oder bestanden hat und mindestens eineinhalb Jahre seit der erstmaligen Veröffentlichung des Testergebnisses vergangen sind. Anträge hierzu stellen Sie bitte formlos per E-Mail an die RAL gGmbH. Nähere Informationen hierzu finden Sie auf unserer Webseite unter: [Informationen zur Verlängerung der LOGO LIZENZ-Regellaufrzeit von zwei auf drei Jahre](#)

Die Laufzeit meiner LOGO LIZENZ ist bereits seit einiger Zeit abgelaufen. Ich möchte mein Produkt/meine Dienstleistung nun doch wieder mit dem Testlogo bewerben. Kann ich das?

Die Laufzeit Ihrer LOGO LIZENZ kann reaktiviert werden, sofern die maximale Nutzungsdauer noch nicht abgelaufen ist. Diese beginnt mit der Erstveröffentlichung des Testergebnisses Ihres Produktes/Ihrer Dienstleistung durch die Stiftung Warentest und endet bei der ausschließlich kurzen Nutzungsdauer nach 1 ½ Jahren, bei der regelmäßigen Nutzungsdauer nach 2 ½ Jahren und bei der erweiterten Nutzungsdauer nach 3 ½ Jahren. Die Laufzeit der reaktivierten LOGO LIZENZ beginnt mit erneutem Abschluss des Lizenzvertrages. Die sechsstellige Lizenznummer der ursprünglich abgelaufenen LOGO LIZENZ bleibt für die neue Laufzeit bestehen. Eine Reaktivierung Ihrer LOGO LIZENZ können Sie nach erfolgtem Log-In im Mitgliederbereich online beantragen.

Meine LOGO LIZENZ ist abgelaufen, Ich habe weiter mit dem Testlogo mein Produkt/meine Dienstleistung beworben aber vergessen diese zu verlängern. Was kann ich tun?

Sofern die maximale Nutzungsdauer noch nicht abgelaufen ist (siehe vorherige FAQ), müssen Sie die Laufzeit Ihrer LOGO LIZENZ rückwirkend verlängern. Einen Antrag hierzu können Sie online im Mitgliederbereich stellen. Sofern die maximale Nutzungsdauer erreicht ist und eine Verlängerung nicht mehr möglich ist, ist die Werbung mit dem Testlogo in allen Medien einzustellen. Zudem ist die RAL gGmbH darüber zu informieren.

Ist ein Upgrade vom Basismodell oder vom Standardmodell zum Premiummodell sowie vom Basismodell zum Standardmodell während der Lizenzlaufzeit möglich?

Ja, ein Wechsel vom Basismodell oder vom Standardmodell zum Premiummodell sowie vom Basismodell zum Standardmodell ist jederzeit möglich. Dazu loggen Sie sich bitte in Ihrem Account ein und wählen die LOGO LIZENZ, die Sie upgraden möchten, in Ihrer Lizenzübersicht aus. Im elektronischen Antragsformular können Sie zudem ein Wunschdatum angeben, ab dem das Upgrade erfolgen soll. Bei dem Upgrade findet eine taggenaue Berechnung des Lizenzentgeltes für die Laufzeit des jeweils erworbenen Upgrademodells statt. Die bereits in Rechnung gestellten Kosten des Ursprungsmodells werden bei der Rechnungstellung abgezogen. Ein Downgrade vom Premiummodell zum Basis- oder Standardmodell, bzw. vom Standard- zum Basismodell ist nicht möglich.

Kann ich während der Laufzeit meiner LOGO LIZENZ meine Daten einsehen und verwalten?

Jeder Lizenznehmer kann seine erworbene(n) LOGO LIZENZ(EN) online im Log-In-Bereich in der Lizenzübersicht einsehen, verlängern und upgraden sowie seine Nutzerdaten aktualisieren.

Muss ich eine eigene LOGO LIZENZ erwerben, wenn mein Produkt/meine Dienstleistung produktgleich zu einem Produkt ist, das von der Stiftung Warentest getestet wurde?

Ja, Anbieter von Produktgleichheiten, die unter einem anderen Markennamen als das/die getestete Produkt/Dienstleistung vertrieben werden, müssen eine eigene weitere LOGO LIZENZ zur Nutzung der Marken der Stiftung Warentest in der Werbung erwerben. Dafür muss der Anbieter das getestete Produkt und seine Produktgleichheit bei der Online-Antragstellung benennen und gegenüber der RAL gGmbH versichern, dass es sich um eine Produktgleichheit handelt. Für seine Angaben hat der Antragsteller rechtlich einzustehen.

Wann liegt eine lizenzpflichtige Produktgleichheit vor?

Eine solche liegt dann vor, wenn ein/e Produkt/Dienstleistung unter einem anderen Markennamen als das/die von der Stiftung Warentest untersuchte Produkt/Dienstleistung von einem anderen oder dem gleichen Anbieter vertrieben wird (horizontale Produktgleichheit). Eine solche liegt z. B. vor, wenn die Energiesparlampe des Herstellers A unter dem Markennamen „A-Lampe“ vertrieben wird oder wenn Hersteller A die produktgleiche Energiesparlampe auch an die Baumarktkette B, die diese unter dem Markennamen „B-Lampe“ vertreibt, liefert. Oder der Konzern A verkauft die produktgleiche Spülmaschine unter der Marke B und C. Der Anbieter oder Rechteinhaber der Produktgleichheit muss, um ebenfalls mit dem Testurteil der Stiftung Warentest werben zu dürfen eine eigene bzw. eine weitere LOGO LIZENZ erwerben. Im Falle einer solchen horizontalen Produktgleichheit, ist auf das tatsächlich untersuchte Produkt im grauen Textfeld des Testlogs hinzuweisen.

Mein von der Stiftung Warentest getestetes Produkt wird unter dem gleichen Markennamen, aber mit verschiedenen Produktbezeichnungen (weil z.B. in verschiedenen Designvariationen) vertrieben. Muss ich für diese Varianten jeweils auch eine LOGO LIZENZ erwerben?

Soweit das in verschiedenen Designvarianten und/oder Produktbezeichnungen, aber unter dem gleichen Markennamen vertriebene Produkt, in allen testrelevanten Eigenschaften produktgleich zu dem von der Stiftung Warentest untersuchten Produkt ist, liegt eine vertikale oder interne Produktgleichheit vor. Diese Art von Produktgleichheit ist vom Lizenzwerb umfasst und muss – anders als die horizontale Produktgleichheit (siehe FAQ oben) – nicht zusätzlich lizenziert werden. Damit die Werbung mit dem Untersuchungsergebnis nicht mit einem Produkt in Zusammenhang gebracht wird, für die sie nicht gilt und der Verbraucher anhand der angegebenen Fundstelle den Test des Produktes auch finden kann, ist im Falle einer vertikalen Produktgleichheit – entsprechend wie bei einer horizontalen Produktgleichheit, auf das tatsächlich untersuchte Produkt bzw. die Produktvariante im grauen Textfeld des Testlogos hinzuweisen. Um eine vertikale Produktgleichheit im Rahmen unserer Marktüberwachung berücksichtigen zu können, bitten wir Sie, uns bei Abschluss des Lizenzvertrages die genaue Produktbezeichnung Ihrer vertikalen Produktgleichheit mitzuteilen. Sofern das Produkt lediglich in verschiedenen Designvarianten, aber unter der gleichen Produktbezeichnung vertrieben wird und produktgleich zu dem von der Stiftung Warentest untersuchten Produkt ist, ist ein Hinweis auf die Produktgleichheit nicht erforderlich.

Wie lange dauert es nach Beantragung der LOGO LIZENZ, bis ich mein Produkt/meine Dienstleistung mit dem Testlogo bewerben darf?

Nach Eingang des elektronisch rechtsverbindlich eingereichten Antrages prüfen wir diesen umgehend und bestätigen Ihnen den Vertragsschluss per E-Mail. Mit dieser E-Mail erhalten Sie auch einen Link, unter dem Sie das Blanko-Testlogo herunterladen können. Ferner erhalten Sie die sechsstellige Lizenznummer, die an das Testlogo anzubringen ist. Mit Eingang dieser Vertragsbestätigung ist es Ihnen – nach Gestaltung des grauen Textfeldes sowie Einfügung der zugewiesenen sechsstelligen Lizenznummer in den weißen Balken – gestattet, Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung für die Dauer der Lizenzlaufzeit mit dem Testlogo zu bewerben.

Wann erhalte ich die sechsstellige Lizenznummer, die ich in den weißen Balken am Rand des Testlogos einfügen muss?

Diese erhalten Sie mit der Vertragsbestätigungs-E-Mail, mit der Ihnen auch das Blanko-Testlogo zum Download zur Verfügung gestellt wird.

Fragen zur Nutzung des Testlogos der Stiftung Warentest in der Werbung

Wie kann ich die Laufzeit oder die Gültigkeit einer LOGO LIZENZ überprüfen?

Die Laufzeit und die Gültigkeit einer erworbenen LOGO LIZENZ können Sie über unsere Webseite oder mit unserer mobilen WebApp mit dem Logocheck überprüfen. Geben Sie hierzu einfach die sechsstellige Lizenznummer ein.

Darf ich als Einzelhändler oder Vertriebspartner ein Produkt/eine Dienstleistung mit dem Testlogo bewerben, wenn es von der Stiftung Warentest getestet und veröffentlicht wurde?

Ja, wenn der Hersteller und Markeninhaber des/der von der Stiftung Warentest getesteten Produktes/Dienstleistung eine LOGO LIZENZ zur Nutzung des Testlogos erworben hat. Händlern kann dann formlos vom Hersteller im Wege der Unterlizenzierung das Nutzungsrecht eingeräumt werden. Ob ein Produkt/eine Dienstleistung lizenziert ist, ist anhand der sechsstelligen Lizenznummer, die am seitlichen oder unteren Rand des Testlogos angefügt ist, zu erkennen sowie auf unserer Webseite <https://www.ral-logolizenz-warentest.de> und mit unserer mobilen WebApp mithilfe des Logochecks online überprüfbar. Für die Lauterkeit Ihrer Werbung sind Sie als Einzelhändler oder Vertriebspartner selbst verantwortlich.

Muss ich auch als Händler oder Vertriebspartner eine LOGO LIZENZ zur Nutzung der Marken der Stiftung Warentest in der Werbung erwerben?

Nein, nur der Markeninhaber eines Produktes oder einer Dienstleistung muss zur Nutzung in der Werbung eine LOGO LIZENZ erwerben. Händlern oder Vertriebspartnern kann vom Markeninhaber formlos im Wege der Unterlizenzierung das Nutzungsrecht eingeräumt werden.

Wie kann ich als Händler oder Vertriebspartner erfahren, ob für das Produkt/die Dienstleistung, das/die ich vertreibe, eine gültige LOGO LIZENZ besteht?

Inwieweit ein Produkt/eine Dienstleistung zur Werbung mit dem Testlogo lizenziert ist, kann entweder beim Hersteller/Anbieter erfragt werden oder anhand der an das Testlogo angefügten sechsstelligen Lizenznummer unter <https://www.ral-logolizenz-warentest.de> und mit unserer mobilen WebApp mit dem Logocheck überprüft werden. Ist an das Testlogo keine Lizenznummer angefügt, ist in der Regel von einer fehlenden Lizenzierung auszugehen.

Muss ich das graue Textfeld neben dem Testlogo der Stiftung Warentest selber gestalten oder gibt mir die RAL gGmbH den Text vor?

Der Lizenznehmer hat in eigener Verantwortung den Text in das dafür vorgesehene graue Feld einzufügen. Er ist für seine Werbung selbst verantwortlich. Die RAL gGmbH übernimmt keine Überprüfung, Textformulierung oder Logogestaltung. Beispiele und Vorgaben, wie das Testlogo in der Werbung zu gestalten ist, finden Sie in der [Anlage 1](#) der Allgemeinen LOGO LIZENZ-Vertragsbedingungen, die Ihnen mit der Vertragsbestätigung übersandt werden und Ihnen auf unserer Webseite <https://www.ral-logolizenz-warentest.de> zur Ansicht und zum Download zur Verfügung stehen.

Kann oder muss ich bei meiner Werbung mit dem Testlogo im Textfeld neben dem Gesamtqualitätsurteil auch alle übrigen Zwischenurteile angeben?

Im grauen Textfeld des Testlogos muss nur zwingend das Gesamtqualitätsurteil aufgeführt werden. Die übrigen Zwischenurteile können zusätzlich angegeben werden, müssen dann allerdings alle ausnahmslos aufgeführt werden. Beispielsweise nur die Angabe der besten Zwischenurteile ist nicht zulässig.

Wann und wie muss ich bei meiner Werbung mit dem Testlogo im grauen Textfeld auf eine Produktgleichheit hinweisen?

Insgesamt sind zwei verschiedene Arten von Produktgleichheiten zu unterscheiden:

1. Produktgleichheiten gem. § 4 Abs. 2 lit. c der Allgemeinen LOGO LIZENZ-Vertragsbedingungen, die nicht in die Untersuchung einbezogen wurden (horizontale und vertikale Produktgleichheiten, siehe FAQ oben) und auf die auch nicht in der Testveröffentlichung hingewiesen wird. Hier ist auch das tatsächlich in die Untersuchung einbezogene (getestete) Produkt im grauen Textfeld anzugeben.
2. Produktgleichheiten gem. § 4 Abs. 2 lit. d der Allgemeinen LOGO LIZENZ-Vertragsbedingungen, auf die zwar in der Testveröffentlichung (www.test.de oder Zeitschrift „Stiftung Warentest“/„Stiftung Warentest Finanzen“) hingewiesen wird, die aber nicht von der Stiftung Warentest untersucht wurden. In diesem Fall ist ebenfalls das tatsächlich untersuchte Produkt im grauen Textfeld anzugeben.

Ein Beispiel, wie der Hinweis auf eine Produktgleichheit in der Werbung erfolgen kann, finden Sie in der [Anlage 1](#) der Allgemeinen LOGO LIZENZ-Vertragsbedingungen.

Kann ich der RAL gGmbH meine Werbung mit dem Logo der Stiftung Warentest zur Prüfung vorlegen?

Der RAL gGmbH ist es nicht gestattet, rechtliche Beratung hinsichtlich der Art und Weise Ihrer Werbung zu erteilen. Auskunft darüber, ob der Texthinweis oder die Werbung wettbewerbsrechtlich zulässig ist, kann die RAL gGmbH daher nicht geben. Hierzu wäre ggf. ein mit dem Wettbewerbsrecht vertrauter Rechtsanwalt zu befragen.

Was hat es mit der sechsstelligen Nummer auf sich, die sich neben dem Logo der Stiftung Warentest befindet?

Die sechsstellige Nummer wird jeder erworbenen LOGO LIZENZ zugewiesen. Anhand dieser Lizenznummer kann auf unserer Webseite <https://www.ral-logolizenz-warentest.de> sowie mit unserer mobilen WebApp mit dem Logocheck überprüft werden, ob für das Produkt/die Dienstleistung eine gültige LOGO LIZENZ besteht.

Wo finde ich die sechsstelligen Lizenznummer?

Die sechsstelligen Lizenznummer befindet sich außerhalb des Testlogos der Stiftung Warentest, entweder am unteren oder am rechten Rand.

Eine lesbare Darstellung des Testlogos auf meiner Webseite ist aus technischen Gründen nicht möglich. Was kann ich tun?

Sollte es Ihnen nicht möglich sein, das Logo deutlich lesbar in Ihrer Werbung online einzubinden, besteht die Möglichkeit, das Testlogo mit einer Mouse-Over-Funktion zu versehen (Logo vergrößert sich, wenn mit der Mouse darübergefahren wird). Ferner ist es zulässig, das Testlogo mit einer vergrößerten Darstellung zu verlinken (Anklicken des Testlogos). Gestaltungsbeispiele finden Sie in der [Anlage 1](#) der Allgemeinen LOGO LIZENZ-Vertragsbedingungen.

Ich möchte nicht nur mit dem Testurteil, sondern mit dem gesamten Testbericht werben. Kann ich den von der Stiftung Warentest veröffentlichten Testartikel oder die Testtabelle in meiner Werbung verwenden?

Die von der Stiftung Warentest in ihren Heften „test“ und „Finanztest“ sowie online auf www.test.de veröffentlichten Artikel sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht unerlaubt vervielfältigt oder in der Werbung verwendet werden. Die Stiftung Warentest bietet jedoch Sonderdrucke an und druckt auf Bestellung einzelne Tests im Original Stiftung Warentest- oder Stiftung Warentest Finanzen-Layout ab einer Mindestauflage von 5.000 Stück. Da die RAL gGmbH nur mit der Vergabe der Testlogos beauftragt ist, bitten wir Sie, sich hierzu an die Stiftung Warentest zu wenden. Weitere Informationen zu den Sonderdrucken und Ansprechpartner finden Sie auf der Webseite <https://www.test.de/unternehmen/werbung/sonderdrucke/>.

Darf mit den Testurteilen auch im Ausland geworben werden?

Grundsätzlich ist eine Lizenzierung zur Nutzung der Marken der Stiftung Warentest für die Werbung mit den Testergebnissen der Stiftung Warentest nur für das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland möglich (§ 2 Abs. 1 der Allgemeinen LOGO LIZENZ-Vertragsbedingungen). Dementsprechend ist nur eine solche aktive Nutzung zur Werbung mit dem lizenzierten Testlogo zulässig, die zielgerichtet für den bundesdeutschen Markt bestimmt ist. In Anbetracht des grenzüberschreitenden Warenverkehrs wird der Vertrieb von für den deutschen Markt lizenzierten Produkten, die auf ihrer Verpackung mit dem lizenzierten Testlogo der Stiftung Warentest gekennzeichnet sind, im Ausland geduldet. Eine aktive Nutzung zur Bewerbung von Produkten oder von Dienstleistungen mit dem Testlogo ist jedoch im Ausland, in allen Medien, am PoS (Point of Sale) sowie in Werbeprospekten und Werbeflyern, nicht zulässig.

Müssen Produkte, die mit dem Testlogo der Stiftung Warentest gekennzeichnet sind, nach Ablauf der Lizenzlaufzeit aus dem Handel oder Vertrieb zurückgerufen werden?

Nein, mit dem Testlogo gekennzeichnete Produkte (Waren), die bis zum Ende der Lizenzlaufzeit produziert wurden, dürfen nach Ende der Lizenzlaufzeit weiter im Handel abverkauft werden. Dies bezieht sich nur auf solche Produkte und deren Verpackung, die nachweislich innerhalb der Lizenzlaufzeit des Lizenzvertrages hergestellt wurden. Diese Regelung gilt nicht für Verpackungen, die nach Lizenzende befüllt werden sowie für angebotene Dienstleistungen und Versicherungstarife. Alle sonstige aktive Werbung mit dem Logo der Stiftung Warentest ist in allen Medien und am PoS (Point of Sale) einzustellen. Insbesondere sind Werbeflyer oder Werbeprospekte, die mit dem Testlogo versehen sind, aus dem Verkehr zu ziehen.

Müssen Gesamtproduktkataloge, in denen mit dem Testlogo geworben wird, zurückgerufen und neu gedruckt werden, wenn sie eine längere Laufzeit als die LOGO LIZENZ haben?

Nein, Gesamtproduktkataloge dürfen noch bis zum Erscheinen der neuen Auflage verwendet werden. Alle sonstige aktive Werbung mit dem Logo der Stiftung Warentest ist nach Ende der Lizenzlaufzeit in allen Medien einzustellen. Dies gilt auch für Online-Medien mit und ohne Bewegtbild sowie für alle Printmedien (Werbeflyer und Werbeprospekte, etc.).

Gibt es eine Frist, bis wann nach Ende der Lizenzlaufzeit der Abverkauf von Produkten, die noch mit dem Testlogo versehen sind, beendet sein muss?

Eine Befristung, bis wann der Abverkauf beendet sein muss, gibt es nicht. Ausschlaggebend – und im Zweifel nachzuweisen – ist, ob das Produkt und dessen Verpackung während der Lizenzlaufzeit produziert wurde.

Bin ich als Anbieter eines Produktes/einer Dienstleistung dafür verantwortlich, wenn ein Händler oder ein Vertriebspartner falsch oder nach Ablauf der Lizenzlaufzeit mit dem Logo wirbt?

Grundsätzlich muss jeder Hersteller, Anbieter, Händler oder Vertriebspartner, der das Logo der Stiftung Warentest zur Werbung verwendet, selbst überprüfen, ob eine gültige Lizenz besteht oder nicht. Zudem ist er selbst dafür verantwortlich, welches Logo er verwendet und wie er es gestaltet. Inwieweit ein Produkt zur Werbung mit dem Testlogo lizenziert ist, muss grundsätzlich beim Hersteller oder Anbieter erfragt werden oder muss anhand des Logochecks überprüft werden.

Inwiefern darf ich mein Produkt/meine Dienstleistung, für das/die ich eine LOGO LIZENZ erworben habe, verändern oder in anderen Variationen anbieten? Was darf ich daran nicht verändern?

Ein Produkt/eine Dienstleistung, für das/die eine LOGO LIZENZ erworben wurde, darf nicht in Eigenschaften verändert werden, die Gegenstand der Untersuchung durch die Stiftung Warentest waren. Zum Beispiel ist die Farbe eines Waschautomaten nicht Gegenstand der Testuntersuchung und darf daher variiert werden. Werden jedoch Bedienelemente verändert bzw. einzelne entfernt oder hinzugefügt, kann dies Auswirkungen auf die getestete „Handhabung“ haben. Wird ein Produkt in einer anderen Packungsgröße angeboten, kann dies – wenn die Schriftgrößen variieren – Einfluss auf die untersuchte „Deklaration“ haben oder auch die Eigenschaften „Öffnen und Entnehmen“ verändern. Die Beurteilung, ob sich das lizenzierte Produkt/die Dienstleistung in den prüfrelevanten Eigenschaften verändert hat, liegt allein in der Verantwortung des Lizenznehmers. Nach welchen Kriterien die Stiftung Warentest ein Produkt oder eine Dienstleistung getestet hat, ist in der jeweiligen Testveröffentlichung der Rubrik „So haben wir getestet“ zu entnehmen.

Nach dem Erwerb einer LOGO LIZENZ wurden Details oder Eigenschaften meines Produktes/meiner Dienstleistung verbessert. Darf ich es/sie auch weiter mit dem Logo der Stiftung Warentest bewerben?

Wenn Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung sich seit der Veröffentlichung der Untersuchung durch die Stiftung Warentest in Merkmalen geändert hat, die Gegenstand der Untersuchung der Stiftung Warentest waren, darf das Produkt nicht weiter mit dem Testlogo beworben werden. Dies gilt auch bei Verbesserungen des Produktes/der Dienstleistung. Welche Merkmale und Kriterien eines Produkts oder einer Dienstleistung die Stiftung Warentest getestet hat, ist in der jeweiligen Testveröffentlichung der Rubrik „So haben wir getestet“ zu entnehmen.

Wie erfahre ich, wie ich das Testlogo der Stiftung Warentest textlich zu gestalten habe?

In der [Anlage 1](#) der Allgemeinen LOGO LIZENZ-Vertragsbedingungen, die auf unserer Webseite online einsehbar ist und dort auch zum Download bereitsteht, finden Sie Beispiele und Vorgaben, wie das Textfeld des Testlogos zu gestalten ist. Der Lizenznehmer hat in eigener Verantwortung den Text in das dafür vorgesehene graue Textfeld einzufügen. Er ist für die Lauterkeit seiner Werbung selbst verantwortlich.

Wie lange dauert es nach Beantragung der LOGO LIZENZ, bis ich mein Produkt/meine Dienstleistung mit dem Testlogo bewerben darf?

Nach Eingang des elektronisch rechtsverbindlich eingereichten Antrages prüfen wir diesen umgehend und bestätigen Ihnen den Vertragsschluss per E-Mail. Mit dieser E-Mail erhalten Sie auch einen Link, unter dem Sie das Blanko-Testlogo zur Werbung herunterladen können. Ferner erhalten Sie die sechsstellige Lizenznummer, die an das Testlogo anzubringen ist. Mit Eingang dieser Vertragsbestätigung ist es Ihnen – nach Gestaltung des grauen Textfeldes sowie Einfügung der zugewiesenen sechsstelligen Lizenznummer in den weißen seitlichen oder unteren Balken – gestattet, Ihr Produkt/ Ihre Dienstleistung für die Dauer der Lizenzlaufzeit mit dem Testlogo zu bewerben.

Gibt es Vorgaben mit welcher Schriftart, welcher Schriftgröße oder mit welchen Farben das Testlogo zu gestalten ist?

Vorgaben sowie diverse Beispiele, wie das Testlogo zu gestalten ist, finden Sie in der [Anlage 1](#) der Allgemeinen LOGO LIZENZ-Vertragsbedingungen. In § 3 Absatz 1 c) der Allgemeinen LOGO LIZENZ-Vertragsbedingungen finden Sie Angaben zu den Schriftarten, die bei der Textgestaltung verwendet werden dürfen. Die am Rande des Testlogos anzufügende Lizenznummer ist unabhängig vom Medium in einer Mindestgröße von 6 pt und entsprechend ausreichend lesbar darzustellen (Vgl. § 4 Absatz 1 j) der Allgemeinen LOGO LIZENZ-Vertragsbedingungen). Ferner ist sicherzustellen, dass die Quellenangaben im grauen Textfeld in allen verwendeten Medien ausreichend deutlich lesbar sind.

Darf ich das Testlogo auch in schwarz/weiß, z. B. in einer Zeitung abbilden und gibt es Vorgaben für die Graustufen?

Ja, das Logo kann auch in schwarz/weiß abgebildet werden. Von dem farbigen Testlogo ist hierzu eine schwarz/weiß Kopie anzufertigen, sodass die schwarz/weiß – bzw. Graustufen 1:1 den drei Farbvarianten entsprechen.

Woher bekomme ich die sechsstellige Lizenznummer und wo muss ich diese am Testlogo anbringen?

Die Lizenznummer wird jedem Lizenznehmer mit Vertragsschluss von der RAL gGmbH per E-Mail zu- und mitgeteilt. Sie ist vom Nutzer bei Testlogos im Querformat außen – am unteren rechten Rand – vertikal und bei Testlogos im Hochformat außen unten horizontal, jeweils ausreichend lesbar, mit einer Mindestgröße von 6 pt anzubringen. Beispiele dafür finden sich in der [Anlage 1](#) der Allgemeinen LOGO LIZENZ-Vertragsbedingungen, die auf der RAL-Webseite online einsehbar ist und dort auch zum Download bereitsteht.

Mein Produkt/meine Dienstleistung hat im Test der Stiftung Warentest die beste Gesamtnote erhalten. Darf ich dann mit dem Wort „Testsieger“ werben und wenn ja, wie?

Die Werbung mit der Bezeichnung „Testsieger“, „Preis-Leistungs-Sieger“ oder ähnlichen Bezeichnungen oder den im Test erzielten Rangplatz ist nach den Allgemeinen LOGO LIZENZ-Vertragsbedingungen nicht vorgesehen, wird aber, wenn sie außerhalb des Testsiegels – insbesondere nicht im grauen Textfeld – erwähnt wird, geduldet. Grundsätzlich liegt die Verwendung dieses Begriffs einzig in der eigenen Verantwortung des Lizenznehmers.

In einem Test der Stiftung Warentest wurde eine Produktkombination/mein Produkt mit Zubehör untersucht und bewertet. Kann ich hier auch die einzelnen Produktkomponenten mit dem Testlogo bewerben?

Ja, dies ist grundsätzlich möglich, wenn aus Ihrer Werbung klar hervorgeht, dass sich das Testergebnis der Stiftung Warentest auf die Produktkombination/Ihr Produkt mit Zubehör bezieht.

Wann liegt eine sog. Produktkombination vor?

Eine Produktkombination ist eine Kombination von zwei oder mehreren Produkten, die jeweils voneinander unabhängig im Handel angeboten werden und von der Stiftung Warentest zu der zu untersuchenden und zu bewertenden Kombination zusammengefügt wurden. Die beiden separat erhältlichen Komponenten werden in der Regel nicht in der untersuchten und bewerteten Kombination im Handel angeboten, sondern für den Test kombiniert und als Produktkombination untersucht. Ausdrücklich nicht um eine Produktkombination handelt es sich bei Verbrauchsmaterial, wie z.B. bei Bürstenköpfen von elektrischen Zahnbürsten oder bei Ersatzklingen von Nassrasierern, das von der Stiftung Warentest zur Durchführung des Tests zugekauft wurde. Hierbei war das Verbrauchsmaterial schon Bestandteil des ursprünglich für die Untersuchung beschafften (einzelnen) Produktes, allerdings nicht in der für die Testdurchführung erforderlichen Menge.

Wie kann ich erkennen, dass die Stiftung Warentest eine Produktkombination untersucht hat?

Das eine Produktkombination von der Stiftung Warentest untersucht wurde, wird in der Testveröffentlichung kenntlich gemacht. Dies z. B. entweder indem beide kombinierten Produkte jeweils mit Produktbezeichnung genannt werden oder in der Testtabelle eine Zeile „geprüft mit...“ aufgeführt wird oder die Produktkomponenten in einer Fußzeile genannt werden.

Was muss ich bei einer Produktkombination bei der Nutzung des Testlogos in der Werbung beachten?

Bei einer Produktkombination gem. § 3 Abs. 2 und 4 Abs. 1 lit. g der Allgemeinen LOGO LIZENZ-Vertragsbedingungen darf das Testlogo nur zur Bewerbung der getesteten und beurteilten Produktkombination genutzt werden. Die beiden kombinierten Produkte können zwar einzeln mit dem Testlogo beworben werden, es muss aber in der Werbung entweder im grauen Textfeld des Testlogos oder in dessen unmittelbarer Nähe zwingend darauf hingewiesen werden, dass sich das Testurteil allein auf diese Produktkombination bezieht.

Ich möchte mein Produkt/meine Dienstleistung in einen Werbespot mit dem Testlogo der Stiftung Warentest bewerben. Muss ich hierzu besondere Vorgaben beachten?

Ja, sowohl die Angaben im Textfeld als auch die sechsstelligen Lizenznummer müssen im Werbespot in allen ausgestrahlten Medien und auf allen Endgeräten ausreichend deutlich lesbar sein. Darüber hinaus muss das Testlogo mindestens 3 Sekunden im Bild eingeblendet sein.

Darf ich mein Produkt/meine Dienstleistung ohne Erwerb einer LOGO LIZENZ in Textform bewerben?

Die Marken der Stiftung Warentest genießen eine überragende Bekanntheit. Sie sind daher auch vor unerlaubter Rufausbeutung geschützt, dazu gehört insbesondere die Verwendung von selbsterstellten Logos und die werbliche Herausstellung der Wortmarke „Stiftung Warentest“. Die Stiftung Warentest allein ist berechtigt, die von ihr veröffentlichten Artikel und Testergebnisse zu nutzen. Dies gilt sowohl für die Veröffentlichung von Artikeln und Testergebnissen in Printmedien als auch in Online-Medien. Derartige Nutzungen sind grundsätzlich nur mit Zustimmung der Stiftung Warentest zulässig. Hiervon ausgenommen sind lediglich Veröffentlichungen, in denen Auszüge von Artikeln der Stiftung Warentest entsprechend des urheberrechtlichen Zitatrechts gem. § 51 des Urheberrechtsgesetzes (UrhG) genutzt werden. Allerdings gilt das Zitatrecht nur in sehr engen Grenzen. So ist beispielsweise eine teilweise Übernahme von Artikeln der Stiftung Warentest nur zulässig, wenn dies in einem selbstständigen Werk lediglich zur Erläuterung oder als Nachweis dient. Keinesfalls ist die Übernahme ganzer Artikel oder Tests erlaubt. Bei einem zulässigen Zitat muss immer die Quelle (Link oder Heftausgabe) angegeben werden. Für ein Zitat ist ein Anbieter selbst verantwortlich, mithin hat er die wettbewerbsrechtlichen Regeln zu beachten.

Wird das Lizenzentgelt zurückerstattet, wenn ich mein Produkt/meine Dienstleistung aufgrund gesetzlicher Vorgaben derart verändern muss, so dass es/sie sich in prüfrelevanten Eigenschaften verändert, die Gegenstand der Untersuchung durch die Stiftung Warentest waren und daher nicht mehr mit dem Testlogo beworben werden darf?

Da eine Änderung von gesetzlichen Vorgaben regelmäßig nicht durch die Stiftung Warentest begründet ist, kommt eine Verrechnungsmöglichkeit von bereits gezahlten Lizenzentgelten nicht in Betracht.