

von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

BGH-Urteil erleichtert Löschung unberechtigter Bewertungen

Kundenbewertungen haben inzwischen einen erheblichen Einfluss auf den Erfolg von Unternehmen, vor allem im Ecommerce. Egal ob Online-Händler oder Hotel, positive Bewertungen schaffen Vertrauen und steigern den Umsatz. Ganz im Gegenteil haben negative Bewertungen nicht selten eine erhebliche Schädigung. Der BGH hat nun entschieden, dass Bewertungsportale eine Nachweispflicht in Sachen tatsächlicher Nutzung der Leistung des Bewerteten durch den Bewerter trifft.

Worum geht es?

Vermutlich jeder, der im Internet bewertet werden kann hat damit schon Erfahrungen gesammelt: Negative Bewertungen, die sich nicht nachvollziehen lassen, in der Sache ungerechtfertigt sind oder gar so massiv geschäftsschädigend formuliert wirken, dass der Verdacht einer Manipulation besteht.

So wirkt sich z.B. die Bewertung eines Hotels dahingehend, dass sich der Gast durch den Aufenthalt Bettwanzen eingefangen habe oder die Bewertung eines Restaurants, dessen Gast durch den Besuch eine Lebensmittelvergiftung erlitten haben will, massiv abschreckend auf Interessenten und in der Folge sehr geschäftsschädigend für die Betreiber aus.

Oft steht sogar zu vermuten, dass Mitbewerber gezielt derart geschäftsschädigende Negativbewertungen selbst vornehmen bzw. zumindest durch Einschaltung Dritter veranlassen, um die Konkurrenz zu schädigen. Solche Bewertungen entbehren bereits mangels Bestehen einer Kundenbeziehung jeder rechtlichen Grundlage und müssen vom Bewerteten nicht hingenommen werden. In der Praxis gelingt dem Bewerteten aber so gut wie nie der Nachweis, dass gar keine Geschäftsbeziehung bestanden hat.

Gerade auf Bewertungsportalen (wie sie etwa von Google, Trustpilot, Holidaycheck, Tripadvisor usw. betreiben) ist es ohne weiteres möglich, anonym eine Bewertung für ein Unternehmen abzugeben ohne eine Geschäftsbeziehung zu dem bewerteten Unternehmen nachweisen zu müssen.

Wird ein Unternehmen auf einem solchen Bewertungsportal nun aus seiner Sicht ungerechtfertigt (negativ) bewertet (etwa weil der Verdacht besteht, es handelt sich um eine Fakebewertung), stellt sich die Frage, wie hiergegen effektiv vorgegangen werden kann.

Dies kann sich einfacher als gedacht gestalten, wie eine aktuelle Entscheidung des BGH zur Bewertung eines Ferienparks zeigt.

Die Entscheidung

Mit Urteil vom 09.08.2022 (Az.: VI ZR 1244/20) hat der BGH den Betreiber eines Reiseportals, auf welchem u.a. Bewertungen für Hotels und ähnliche Einrichtungen abgegeben werden können, in die Pflicht genommen.

Der Betreiber des Reiseportals wurde von der Betreiberin eines Ferienparks verklagt. Die Klägerin wendet sich gegen mehrere negative Bewertungen ihrer Leistungen auf dem Portal des Beklagten und behauptet, die Bewertenden seien keine Gäste ihrer Freizeiteinrichtungen gewesen.

Auf dem Portal können Bewertungen für Dritte abgegeben werden, sobald eine Registrierung unter Angabe einer Email-Adresse erfolgt ist. Zum Teil werden abgegebene Bewertungen durch das Portal auch in Form von Flugmeilen als Prämie vergütet.

Die Nutzungsbedingungen des Portals sehen vor, dass eine Leistung von Dritten nur dann bewertet werden darf, wenn diese auch tatsächlich in Anspruch genommen wurde. Ob bzw. in welcher Form dies in der Praxis auch überprüft wird, dazu gibt das Urteil nichts her.

Bereits in der Vorinstanz war das Klagebegehren des Ferienparks in weiten Teil erfolgreich. Das OLG Köln (Urteil vom 27.08.2020, Az.: 15 U 309/19) kam zur Ansicht, der Portalbetreiber hafte als mittelbarer Störer.

Damit gehe zwar keine generelle Prüfpflicht vor einer Veröffentlichung eingereicherter Bewertungen einher. Eine solche Prüfpflicht greife aber jedenfalls dann, wenn der Bewertete das Portal auf eine klare Rechtsverletzung hinweise.

Eine solche Rechtsverletzung liege etwa dann vor, wenn der Bewertende gar kein Gast in der Einrichtung des Bewerteten gewesen ist.

Hier hatte das Reiseportal auf die Beschwerde hin weitere Nachforschungen bei den Bewertenden hinsichtlich deren „Gästeigenschaft“ verweigert.

Das OLG Köln ging für diesen Fall der Verweigerung einer Nachforschung davon aus, dass prozessual die gerügte fehlende Kundenbeziehung als wahr zu unterstellen sei, weil das Portal seiner sekundären Darlegungslast nicht nachgekommen sei. Jedenfalls gelte dies dann, wenn die behauptete fehlende Kundenbeziehung nicht als willkürliche Behauptung ins Blaue hinein erscheint.

Ergibt sich bereits aus der Bewertung selbst, dass der Bewertende Sonderwissen hat, welches zwingend eine Geschäftsbeziehung voraussetzt, besteht eine solche Pflicht jedoch nicht.

Dies könne etwa dann der Fall sein, wenn die beanstandete Bewertungen entsprechende, eindeutige Informationen beinhaltet. Denkbar wäre dies etwa, wenn der Gast im Rahmen der Bewertung ein Foto hochlädt, welches ihn im verschmutzten Hotelzimmer zeigt.

Der BGH bestätigte diese Rechtsansicht der Berufungsinstanz und kam zu der Ansicht, dass sich aus den Streitgegenständlichen Bewertungen nicht ergebe, dass tatsächlich eine Kundenbeziehung bestand. Dem Portalbetreiber kam damit eine entsprechende Prüfpflicht zu, der er jedoch nicht nachgekommen ist.

Aus diesem Grund wurde die Revision des Portalbetreibers durch den BGH zurückgewiesen.

Im Ergebnis wurde der Betreiberin des Ferienparks bereits vom OLG zu Recht ein Anspruch auf Unterlassung einer Verbreitung der Bewertungen durch den Portalbetreiber zugesprochen, weil eine negative Bewertung, die ohne Bestehen einer Kundenbeziehung abgegeben wurde, in rechtswidriger Weise in das Unternehmenspersönlichkeitsrecht des Bewerteten eingreift.

Fazit

Das Urteil des BGH zeigt einmal mehr, dass zu Unrecht Bewertete den negativen Bewertungen nicht schutzlos ausgesetzt sind.

Die Rechte von Bewerteten werden durch diese höchstrichterliche Rechtsprechung deutlich gestärkt.

Nun ist geklärt, dass grundsätzlich die Rüge des Bewerteten, es liege keine Kundebeziehung vor, ausreicht, um Prüfpflichten des Bewertungsportals auszulösen. Nach dem BGH gilt dies auch dann, wenn mit der Bewertung zugleich auch Angaben vorliegen, die für eine Kundenbeziehung sprechen. Denn der Bewertete kann auch anhand solcher Angaben nicht mit Sicherheit feststellen, ob tatsächlich eine Kundenbeziehung bestand.

Etwas anderes wird nur dann gelten, wenn sich die Identität des Bewertenden für den Bewerteten direkt aus der Bewertung ergibt oder wenn die Bewertung sonst eindeutige Angaben enthält, die eine Kundenbeziehung zweifelsfrei nachweisen (z.B. Bild, welches den Hotelbesuch des Bewertenden belegt).

Bewertungsportalbetreibern, die Bewertungen auch ohne nachgewiesene Kundenbeziehung zulassen wird künftig ein rauer Wind entgegenwehen.

Denn Bewertete, die davon ausgehen müssen, zu Unrecht negativ bewertet worden zu sein, werden sich nun verstärkt an die Portalbetreiber wenden und diese zur Erfüllung ihrer Prüfpflichten auffordern bzw. andernfalls die beanstandete Bewertung zu löschen.

Da entsprechende Nachforschungen zeit- und personalintensiv sein dürften, ist damit zu rechnen, dass es künftig zu einer vermehrten freiwilligen Löschung solcher Bewertungen kommen wird, um sich den Aufwand einer Nachforschung zu ersparen.

Damit könne es sich auch für Online-Händler lohnen, in einem solchen Fall den Portalbetreiber zu kontaktieren, auf die fehlende Kundenbeziehung hinzuweisen und unter Setzung einer Frist zur Erbringung des Nachweises einer solchen bzw. alternativ zur Löschung der Bewertung aufzufordern.

Sie möchten rechtssicher im Internet verkaufen? Wir unterstützen Sie mit unseren [Schutzpaketen](#)

Autor:

RA Nicolai Amereller

Rechtsanwalt