

von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

## Aufgepasst: Werbung mit durchschnittlicher Sternebewertung kann angreifbar sein

In Zeiten starker Konkurrenz im Onlinehandel und sich abkühlender Konsumlaune sind Online-Händler für jedes Alleinstellungs- und Vertrauensmerkmal dankbar. Hier dürften Kundenbewertungen an vorderster Stelle stehen, um sich von anderen Anbietern positiv abgrenzen zu können. Die Werbung mit Kundenbewertungen ist deswegen aber immer auch Gegenstand von Abmahnungen. Wie eine Entscheidung des LG Hamburg zeigt, ist bei der Werbung mit durchschnittlichen Sternebewertungen Vorsicht geboten.

### Die Abmahnung

Treibende Kraft in dem Rechtsstreit, der vom LG Hamburg entschieden werden musste, war ein Wettbewerbsverband.

Dieser nahm die Webseite der späteren Beklagten, über welche diese Immobilienverkäufer an Immobilienmakler zu vermitteln versucht, ins Visier. Genauer gesagt primär die dortige Werbung mit Kundenbewertungen durch die Angabe „Kundenbewertung  $\bar{x}$  4,62/5.00“ unter Nennung von drei exemplarischen Bewertungen mit fünf Sternen. Weitere Angaben, wie dieser Bewertungsschnitt zustande kommt, fanden sich auf der Webseite nicht.

Der Wettbewerbsverband sprach darauf eine Abmahnung aus, weil er der Ansicht war, dass die vorgehaltene Werbung mit den durchschnittlichen Kundenbewertungen unlauter sei.

Es fehle dabei insbesondere an den Angaben der Gesamtzahl der erhaltenen Bewertungen, des relevanten Zeitraums der berücksichtigten Bewertungen sowie einer Aufschlüsselung zur Berechnungsweise. Diese Angaben stellten wesentliche Informationen im Sinne des § 5a Abs. 2 S. 1 UWG a.F. dar und seien für eine informierte Entscheidung des Verbrauchers von wesentlicher Bedeutung.

Da auf die Abmahnung hin keine Unterwerfung erfolgte, verklagte der Verband die Webseitenbetreiberin vor dem LG Hamburg auf Unterlassung der beanstandeten Werbung.

### Die Entscheidung

In der mündlichen Verhandlung beantragte der Wettbewerbsverband Folgendes:

“

Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines vom Gericht für jeden Fall der zukünftigen Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes und für den Fall, dass dieses nicht beigetrieben werden kann, Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu vollziehen an ihren Geschäftsführern, zu unterlassen, im geschäftlichen

Verkehr

- a) mit Kundenbewertungen unter der Angabe einer durchschnittlichen Sternebewertung zu werben, ohne gleichzeitig
  - aa) die Gesamtzahl der angegebenen Kundenbewertungen und/oder
  - bb) den Zeitraum der berücksichtigten Kundenbewertungen und/oder
  - cc) die Aufschlüsselung der Kundenbewertungen je nach Sterneklassen anzugeben,

”

Das Landgericht stellte mit seinem Urteil (Urteil vom 16.9.2022, Az.: 315 O 160/21) zunächst fest, dass die Gesamtzahl der Bewertungen, die der Bildung des Durchschnitts zugrunde gelegt werden, für den Interessenten eine wesentliche Information darstellt:

“

*Die Gesamtzahl der in eine Durchschnittsbewertung einfließenden Bewertungen stellt eine wesentliche Information im Sinne des § 5a Abs. 1 UWG n.F. dar, denn die Bedeutung einer Durchschnittsbewertung steigt erheblich, umso mehr Bewertungen insgesamt vorliegen. Zwar handelt es sich, wie die Beklagte zurecht ausführt, um subjektive Bewertungen, die gerade nicht nach objektiven Kriterien und aus verschiedensten Motiven abgegeben werden, allerdings steigt durch die Anzahl der Bewertungen die Repräsentativität. Bewirbt also ein Unternehmer sein Angebot mit durchschnittlichen Kundenbewertungen, so ist die Anzahl der Bewertungen von erheblichem Gewicht für die Entscheidung des Verbrauchers, denn diese bestimmt maßgeblich, ob und wie stark die Durchschnittsbewertung selbst seine Entscheidung beeinflusst (...).*

”

Weiterhin sah das Gericht auch die Angabe des Zeitraums, in welchem die eingehenden Bewertungen für die Bildung des Durchschnitts berücksichtigt werden, ebenso als wesentliche Information an:

“

*Auch die Angabe des Zeitraums, in dem Bewertungen für eine Durchschnittsbewertung berücksichtigt wurden, stellt eine wesentliche Information im Sinne des § 5a Abs. 1 UWG n.F. dar. Ein Verbraucher wird Bewertungen, die aus aktuellerer Zeit stammen, stärker bei seiner Entscheidung berücksichtigen, während er ältere Bewertungen bei seiner Entscheidung eher vernachlässigen oder sogar komplett ignorieren wird. Es ist daher erforderlich, dass aus der Darstellung der Durchschnittsbewertung in irgendeiner Form erkennbar ist, aus welchem Zeitraum die berücksichtigten Bewertungen stammen, sei es durch Einblendung der eingeflossenen Bewertungen mit ihrem jeweiligen Datum oder durch eine Beschreibung berücksichtigten Zeitraums.*

”

Eine Aufschlüsselung der Bewertungen dahingehend, wie häufig eine Bewertung der jeweiligen

Sternekatgorie abgegeben wurde, sei dagegen nicht erforderlich, da es sich dabei nicht um eine wesentliche Information handele:

“

*Die Aufschlüsselung der Bewertungen, also wie häufig eine Bewertung in der jeweiligen Sternekatgorie vergeben wurde, ist keine wesentliche Information zur Berücksichtigung einer Durchschnittsbewertung im Sinne des § 5a Abs. 1 UWG n.F. Eine Durchschnittsbewertung bildet lediglich das arithmetische Mittel der abgegebenen Bewertungen wieder. Ob die Bewertungen eher auseinanderfallen oder die Leistung in der Regel ähnlich bewertet wird, ist keine Frage, die sich bei der Berücksichtigung der Durchschnittsbewertung stellt, sondern es ließen sich darauf losgelöst von der Durchschnittsbewertung neue Schlüsse ziehen. Die Information ist aber nicht wesentlich, um eine Durchschnittsbewertung bei einer Entscheidung zu berücksichtigen, sodass es dem veröffentlichenden Unternehmer überlassen bleibt, ob er die Aufschlüsselung als zusätzliche Information zur Verfügung stellt.*

”

Das Gericht führte ferner aus, dass ein Durchschnittsverbraucher die zusätzlichen Angabe zur Gesamtzahl der Bewertungen und zum Erhebungszeitraum benötige, um eine informierte geschäftliche (Kauf)Entscheidung zu treffen, da er ohne diese Informationen nicht einschätzen könne, wie stark er die beworbene Bewertung bei seiner Entscheidung gewichten sollte.

Das Vorenthalten dieser Informationen durch die Beklagte ist geeignet, den Verbraucher zu beeinflussen, eine geschäftliche Handlung vorzunehmen.

Die Beklagte wurde in der Konsequenz hinsichtlich der fehlenden Angaben zur Gesamtzahl der Bewertungen sowie zum Bewertungszeitraum zur Unterlassung verurteilt.

## Das ideale Bewertungssystem für Sie zum „Nulltarif“!

Die unzulässige bzw. intransparente Werbung mit Kundenbewertungen führt immer wieder zu Abmahnungen.

Es dürfte nachvollziehbar sein, dass Gerichte Unzulänglichkeiten im Zusammenhang mit der Bewertungsdarstellung in schöner Regelmäßigkeit als unlautere Handlung und abmahnbaren Wettbewerbsverstoß qualifizieren.

Denn: Wer Bewertungen aufhübscht bzw. so präsentiert, dass ein irreführender Eindruck beim Interessenten entsteht oder auch nur wesentliche Informationen zu den erhaltenen Bewertungen vorenthält, der verschafft sich schnell einen unlauteren Wettbewerbsvorteil gegenüber der redlich agierenden Konkurrenz.

Wer als Online-Händler einen eigenen Shop betreibt, kann sich durch die Nutzung eines etablierten und transparenten Bewertungssystems eine Menge rechtlichen Ärger sparen und von dem hohen Werbewert und einer starken Vertrauensbildung von Kundenbewertungen effektiv profitieren.

Die IT-Recht Kanzlei empfiehlt ihren Mandanten die Nutzung des bekannten und vor allem rechtssicher nutzbaren Bewertungssystems [ShopVote](#).

Selbstverständlich stellt ShopVote bei der Bildung des Bewertungsdurchschnitts sowohl Informationen zur Gesamtzahl der erhaltenen Bewertungen als auch Informationen zum relevanten Zeitraum dar, aus welchem erhaltene Bewertungen in die Gesamtbewertung einfließen.

Als [Mandant](#) der IT-Recht Kanzlei (ab Starter-Paket aufwärts) können Sie ShopVote inklusive der sonst kostenpflichtigen Premium-Funktionen (ausgenommen Produktbewertungen) vollkommen kostenfrei nutzen.

Sie profitieren als Mandant insbesondere von den folgenden Vorteilen:

- Sie erhalten unbegrenzten Zugriff auf alle Basis- & Premiumfunktionen für Shopbewertungen
- Ihnen entstehen keinerlei Kosten für Shopbewertungen, solange ein Vertrag über ein [Schutzpaket](#) (ab Starter-Paket) besteht.
- Sie können kostenfrei eine unlimitierte Anzahl von Shopbewertungen sammeln
- Es sind Bewertungssterne verfügbar in Google AdWords™
- Es sind Bewertungssterne verfügbar bei Google Shopping™
- Es sind Bewertungssterne für Produktbewertungen in den organischen Suchergebnissen verfügbar
- Es sind ansprechende Bewertungsgrafiken verfügbar (z.B. schwebendes Badget)
- Es sind vielfältige Darstellungs- & Integrationsmöglichkeiten der Bewertungssterne gegeben
- Nutzen Sie AllVotes: ShopVote-Bewertungen & externe Bewertungen (etwa bei Amazon oder eBay) werden in einer Grafik dargestellt
- Nutzen Sie EasyReviews: Sie sammeln so rechtssicher, vollautomatisch Bewertungen, um möglichst viele Bewertungen zu erhalten
- Sie erhalten eine kostenfreie Importmöglichkeit für externe Kundenbewertungen in das ShopVote Bewertungsprofil

Wie das geht?

Buchen Sie einfach eines der angebotenen [Schutzpakete Starter, Premium oder Unlimited](#) und melden sich in Ihrem [Mandanten-Portal](#) kostenfrei bei ShopVote an.

## Das Fazit

Die Entscheidung des LG Hamburg zeigt, dass Unternehmen in Bezug auf die Darstellung von Kundenbewertungen gewissermaßen ein rechtliches Korsett aufgezwängt wird. Der gestalterische Freiraum bei der Darstellung der Bewertungen ist beschränkt. Jede Irreführung muss vermieden und strenge Transparenzvorgaben müssen eingehalten werden.

Wer sich daher in Eigenregie ein „Bewertungssystem“ erschafft bzw. selbst eine grafische Aufbereitung erhaltener Bewertungen vornimmt, muss zahlreiche Spielregeln einhalten, um nicht in unlauteres Fahrwasser zu geraten bzw. eine Abmahngefahr zu schaffen.

Selbstverständlich muss kein Händler auf etablierte Bewertungssystem zurückgreifen (welche zum Teil auch erhebliche Kosten produzieren), sondern kann Kundenbewertungen auch „selbst“ sammeln und auf seine Weise präsentieren.

Jedoch sind die rechtlichen Hürden, die dabei einzuhalten sind, hoch. Wer hier als Händler den Aufwand geringhalten möchte, greift am besten auf ein etabliertes und vor allem rechtssicheres Bewertungssystem zurück, wie etwa ShopVote.

Profitieren Sie von dem exklusiven Mandanten-Vorteil und nutzen Sie das bekannte Bewertungssystem ShopVote mitsamt aller Premium-Vorteile (ausgenommen Produktbewertungen) als Update-Service-Mandant der IT-Recht Kanzlei in den [Paketen Starter, Premium und Unlimited](#) völlig kostenfrei!

Sie verfügen dann nicht nur über abmahnsichere Rechtstexte inkl. Update-Service für Ihre dauerhafte Rechtssicherheit, sondern zudem auch über ein vollwertiges und zuverlässiges Bewertungssystem ohne jede Mehrkosten.

Autor:

**RA Nicolai Amereller**

Rechtsanwalt