

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

LG Bielefeld: Namentliche Nennung von Unternehmen als „Referenzkunden“ im Internet kann ohne Einwilligung zulässig sein

Im Online-Handel kann die Werbung mit der Kundenzufriedenheit ein effektives Mittel der Absatzförderung sein und gegenüber Neukunden Vertrauen schaffen. Besonders werbewirksam ist hierbei die Benennung bekannter Unternehmen als „Referenzkunden“. Dass die ungefragte Erwähnung fremder Firmen für die Werbung mit dem Kundenkreis aber als Persönlichkeitsrechtsverletzung unzulässig sein kann, entschied das LG Bielefeld.

I. Der Sachverhalt

Ein Unternehmen benannte auf seiner Website innerhalb einer Rubrik „Kunden und Referenzen“ bestimmte Firmen namentlich, welche in der Vergangenheit vermeintlich angebotene Dienstleistungen in Anspruch genommen hatten.

Ein dort als „Referenzkundschaft“ gelistetes Versicherungsunternehmen störte sich an der Erwähnung und verlangte vom Dienstleister zunächst außergerichtlich die Entfernung der Benennung von der Website.

Es bestritt insoweit, dass Geschäftsbeziehungen zum Werbenden jemals bestanden hätten.

Nachdem das aufgeforderte Unternehmen der Entfernung zunächst nachkam, in der Folgezeit die Benennung aber wieder veröffentlichte, mahnte das Versicherungsunternehmen ab, verlangte die Abgabe einer Unterlassungsverpflichtungserklärung aber vergeblich.

Mit der Klage zum LG Bielefeld verfolgte das Versicherungsunternehmen sein Rechtsschutzziel weiter.

Dessen Vertreter sind der Ansicht, die ungefragte Erwähnung als „Referenzkunde“ auf der Website des beklagten Dienstleistungsunternehmens verletze das Unternehmenspersönlichkeitsrecht aus Art. 1 Abs. 1 i.V.m. Art. 2 Abs. 1 und Art. 19 Abs. 3 des Grundgesetzes. Immerhin hätte das Unternehmen ein Entscheidungsrecht darüber, Geschäftsbeziehungen nach Belieben offen zu legen oder geheim zu halten.

II. Die Entscheidung

Mit kürzlich veröffentlichtem Urteil vom 23.11.2023 (Az. 15 O 104/20) entschied das LG Bielefeld, dass die namentliche Nennung eines Unternehmens als Referenzkunde zwar grundsätzlich einen Eingriff in das Unternehmenspersönlichkeitsrecht darstelle und den sozialen Geltungsanspruch beeinträchtige.

Dieses Recht sei ein absolutes und nach § 823 Abs. 1 BGB geschütztes Recht, bei dessen Verletzung dem Geschädigten Unterlassungsansprüche nach § 1004 Abs. 1 Satz 2 BGB analog erwachsen.

Um rechtswidrig und damit juristisch angreifbar zu sein, müssten bei dieser Beeinträchtigung aber die schutzwürdigen Interesse des referenzierten Unternehmens überwiegen.

Dieses habe zwar ein intrinsisches Recht darauf, seine soziale Geltung selbst zu definieren und frei darüber zu entscheiden, für welche Zwecke sein Name verwendet werde. Dies gelte insbesondere dann, wenn die Referenzierung geeignet sei, sich aufgrund der Art der angebotenen Tätigkeit des Werbenden negativ auf die Reputation auszuwirken.

Diesem Recht stehe aber die Berufsausübungsfreiheit des Werbetreibenden aus Art. 12 Abs. 1 des Grundgesetzes gegenüber, in deren Anwendungsbereich auch die Werbung mit Geschäftsbeziehungen zur Absatzförderung falle.

Eine rechtswidrige Verletzung des Persönlichkeitsrechts ergebe sich in Abwägung beider Interessenstandpunkte insofern nur, wenn durch die Erwähnung als Referenzkunde eine vorangegangene Geschäftsbeziehung der Wahrheit zuwider behauptet werde oder wenn die Leistungen des Unternehmens ihrer Art nach dem Image des als Kunde benannten Unternehmens schaden könnten.

Habe das werbende Unternehmen demgegenüber aber tatsächlich die beworbenen Leistungen nachweisbar in Anspruch genommen und seien diese der Art und dem Umfang nach unverfänglich und bezugstypisch, so müsse das benannte Unternehmen die namentliche Erwähnung grundsätzlich hinnehmen.

Weil Geschäftsbeziehungen keiner allgemeinen Geheimhaltungspflicht unterlägen, komme es dann auch nicht auf eine ausdrückliche Einwilligung des referenzierten Unternehmens an.

III. Fazit

Nach dem LG Bielefeld steht das Unternehmenspersönlichkeitsrecht der ungefragten namentlichen Erwähnung als Referenzkunde bei B2B-Geschäftsbeziehungen grundsätzlich entgegen, wenn nicht im Einzelfall das Interesse des Werbenden die schutzwürdigen Belange des Referenzierten überwiegen.

Sollen dahingegen Privatkunden als Referenzen mit Vor- und Nachnamen benannt werden, ist dies aufgrund datenschutzrechtlicher Anforderungen stets und ausschließlich bei Vorliegen einer ausdrücklichen und jederzeit für die Zukunft widerruflichen Einwilligung zulässig.

Autor:

RA Phil Salewski

Rechtsanwalt