

von Rechtsanwalt **Jan Lennart Müller**

## Verspricht ein Bewertungsportal "garantiert echte Kundenmeinungen", müssen alle Kundenmeinungen ungefiltert veröffentlicht werden, andernfalls liegt eine Irreführung vor

**Viele Händler verwenden Bewertungssysteme, um potentielle Kunden vor allem mit positiven Kundenbewertungen für die eigene Leistung zu interessieren und ein Vertrauensverhältnis aufzubauen. Problematisch wird das Ganze allerdings, wenn der Händler ein Bewertungssystem einschaltet, welches lediglich positive Kundenbewertungen sofort freischaltet, während neutrale bzw. negative Kundenbewertungen nicht uneingeschränkt veröffentlicht werden.**

### Was war geschehen?

Ein sehr bekannter webbasierter Social Commerce SaaS (= software as a service) Kundenbewertungsanbieter veröffentlicht Werbebanner auf Internetseiten seiner Händler-Kunden, in welchem mit (vordringlich positiven) Kundenbewertungen für den jeweiligen Händler geworben wird. Der eingeblendete Werbebanner enthält neben Bewertungs-Sternen auch Kundenbewertungen in textlicher Form. Klickt ein Internetnutzer auf den Werbebanner, gelangt er auf den Internetauftritt des Kundenbewertungsanbieters. Auf dieser Seite kann der Internetnutzer sodann die gesamten Bewertungen für den jeweiligen Händler einsehen.

Hierbei werden positive Kundenbewertungen sofort veröffentlicht, neutrale oder negative Kundenbewertungen, welche die Faktoren Liefergeschwindigkeit, Kunden-Service und Transparenz des Händlers betreffen, werden hingegen weder unmittelbar noch umfassend veröffentlicht.

## Urteil des LG Duisburg

Das **LG Duisburg (Urteil vom 21.03.2012, Az.:25 O 54/11)** attestierte dem Händler (welcher den Kundenbewertungsanbieter verwendete) die rechtswidrige Irreführung, da mit einer Kundenbefragung bzw. Kundenbewertungen unter dem Hinweis "garantiert echte Kundenmeinungen" geworben wird und Negativbewertungen von Kunden nicht uneingeschränkt veröffentlicht werden.

Das LG Duisburg stellte damit klar, dass ein Bewertungsportal solange als irreführend angesehen werden müsste, wie in diesem Portal nicht alle Kundenmeinungen ungefiltert veröffentlicht werden.

Darüber hinaus liegt eine Irreführung nach Auffassung der Kammer auch dann vor, wenn - wie hier - nach den Bewertungsrichtlinien des Bewertungsportals neutrale und negative Anbieter-Bewertungen - anders als positive - zunächst einer intensiven Prüfung unterzogen werden. Nach dem (...) vorgegebenen Verfahren werden nicht zwangsläufig alle dort abgegebenen Kundenbewertungen auch veröffentlicht. Dies erfolgt nur hinsichtlich der Produktbewertungen, also insbesondere der Bewertungen von Produkt-Qualität, Preis-Leistungsverhältnis, Funktionalität und Beständigkeit. Diese werden ohne Unterscheidung zwischen positiver und negativer Bewertung veröffentlicht. Demgegenüber werden negative Anbieter-Bewertungen, also Bewertungen der Faktoren Liefergeschwindigkeit, Kunden-Service und Transparenz weder unmittelbar noch umfassend veröffentlicht. Vielmehr erfolgt ein vorgeschaltetes Schlichtungsverfahren und es besteht die Möglichkeit, dass entweder auf Wunsch oder infolge Nichtreaktion des Kunden oder auch - nach Durchführung des Schlichtungsverfahrens - auf Entscheidung durch einen F-Mitarbeiter die negative Anbieterbewertung nicht veröffentlicht wird. **Nach dem Verständnis der Kammer erwartet der situationsadäquat aufmerksame, durchschnittlich informierte und verständigen Verbraucher (...) von einem Bewertungsportal, das sich als unabhängig darstellt und das mit "garantiert echte Kundenmeinungen" wirbt, nicht nur, dass die Kundenmeinungen tatsächlich unbeeinflusst ausschließlich von tatsächlichen Kunden des bewerteten Unternehmens abgegeben werden. Vielmehr gehört dazu auch, dass alle Kundenmeinungen unmittelbar und unverändert veröffentlicht werden.** Durch die Vorschaltung eines Schlichtungsverfahrens besteht schon deshalb die Gefahr eines verfälschten Eindrucks, weil der unzufriedene Kunde - etwa weil seine Beanstandung in zufriedenstellender Weise (§ 4 der Richtlinie) gelöst wurde - dazu bewegt werden kann, seine Negativbewertung zurückzuziehen. (Hervorhebungen durch den Zitierenden)

## Fazit

Die Urteilsgründe des LG Duisburg überzeugen. Bei der Werbung mit Kundenbewertungen ist sehr genau darauf zu achten, dass kein "geschöntes" Bild der Realität veröffentlicht wird, um den potentiellen Kunden vorzuspielen, der werbende Händler hätte (fast) ausschließlich positive Kundenbewertungen vorzuweisen. Entweder man veröffentlicht alle Kundenbewertungen vorbehaltlos oder der werbende Händler ist gehalten den angesprochenen Kunden darauf hinzuweisen, dass nicht alle Kundenbewertungen veröffentlicht werden und vor allem Bewertungen mit negativen Inhalt ausgespart werden.

Autor:

**RA Jan Lennart Müller**

Rechtsanwalt