

von Rechtsanwalt **Dr. Daniel S. Huber**

Neue Serie der IT-Recht Kanzlei: Bewertungsportale im Internet und ihre Auswirkungen aus rechtlicher Sicht

Menschen kommunizieren gerne miteinander. Dies zeigen nicht zuletzt die sozialen Netzwerke, zu denen auch Bewertungsportale gehören. Darin können Verbraucher ihre Erfahrungen mit Produkten, Dienstleistungen und Unternehmen austauschen. Wo Menschen sich begegnen, kann es aber auch zu Rechtsstreitigkeiten kommen. Kundenrezensionen oder Berichte von Arztbesuchen können falsch oder beleidigend sein. Haftet in solchen Fällen nur die Person, die sich äußert, oder kann auch das Bewertungsportal zur Verantwortung gezogen werden, das die Bewertungen und Meinungen lediglich verbreitet? Die IT-Recht Kanzlei beantwortet diese und weitere Fragen zu Bewertungsportalen im Internet im Rahmen einer groß angelegten Beitragsserie.

I. Gliederung der Serie

1. Teil: Muss man ein Bewertungsportal als Betroffener überhaupt hinnehmen?

Lesen Sie jetzt diesen [Beitrag](#).

2. Teil: Ist die Nutzung von Bewertungsportalen im Internet anonym möglich oder nur unter Verwendung des Klarnamens?

Lesen Sie jetzt diesen [Beitrag](#).

3. Teil: Die Haftung des Betreibers eines Bewertungsportals für eigene/ fremde Inhalte

Lesen Sie jetzt diesen [Beitrag](#).

4. Teil: Habe ich als Verletzter einen Auskunftsanspruch gegenüber einem Bewertungsportal?

Lesen Sie jetzt diesen [Beitrag](#).

5. Teil: Besteht ein Anspruch auf Löschung der persönlichen Daten gegenüber dem Bewertungsportalbetreiber?

Lesen Sie jetzt diesen [Beitrag](#).

6. Teil: Die Ansprüche Betroffener bei Verletzung des Persönlichkeitsrechts durch Äußerungen in Blogs und Bewertungsportalen

Lesen Sie jetzt diesen [Beitrag](#).

7. Teil: Pflichten von Betreibern von Blogs und Bewertungsportalen bei Hinweisen und Rügen von Persönlichkeitsrechtsverletzungen

Lesen Sie jetzt diesen [Beitrag](#).

8. Teil: Besteht ein virtuelles Hausrecht für einen Bewertungsportalbetreiber bzw. Blogbetreiber?

Lesen Sie jetzt diesen [Beitrag](#)

9. Teil: Astroturfing - gefälschte Kundenbewertungen

Lesen Sie jetzt diesen [Beitrag](#)

II. Bewertungsportale – Eine Win-Win-Win-Situation

Bewertungsportale im Internet sind ein Segen – für die bewerteten Unternehmen, die bewertenden Kunden und die Betreiber der Portale.

Für Unternehmen sind **positive Bewertungen von Kunden** für ihre Produkte und Dienstleistungen neben den Produktinformationen auf den unternehmenseigenen Websites sehr wichtig und praktisch Gold wert. Untersuchungen zeigen, dass beispielsweise alleine die Existenz von Bewertungen eines Webshops im Internet zu höherem Traffic und stärkeren Umsätzen bei dem entsprechenden Shop führt.

Viele Verbraucher schätzen die Meinungen und Bewertungen ihrer Vorgänger, die bereits Kunden eines bestimmten Unternehmens sind oder das gewünschte Produkt schon ausprobiert haben. Sie

informieren sich daher häufig auf Verbraucher- und Bewertungsportalen, bevor sie einkaufen gehen, oder lesen Kundenrezensionen. Schon lange ist Mund-zu-Mund-Propaganda vor dem Kauf eines neuen Autos oder dem ersten Besuch eines Restaurants ein beliebtes Mittel, an bislang unbekannte Informationen zu kommen. Sind Freunde oder Verwandte schon einmal dort gewesen oder haben sie mit einem Produkt bereits gute Erfahrungen gemacht, so möchte man dies gerne wissen. Bewertungsportale und Websites, auf denen Nutzer ihre Meinungen zu allen möglichen Produkten, Dienstleistungen und sonstigen Dingen abgeben können, bieten hierfür die passende Plattform.

III. Alles und jeder kann bewertet werden

Ob Waren, Ärzte, Lehrer, Professoren, Werkstätten, Handwerker, Webshops, Reiseveranstalter, Hotels, Restaurants, Bars, Sehenswürdigkeiten oder andere Unternehmen oder Dienstleister, sogar Bordelle und der eigene Arbeitgeber – über fast alles haben die Menschen aufgrund eigener Erfahrungen eine Meinung, die sie auf entsprechenden Bewertungsportalen gerne loswerden wollen und können.

Vor allem dann, wenn ein Nutzer mit etwas Neuem konfrontiert wird, von dem er selbst keine Ahnung hat, etwa die Leistungsstärke einer neuen Digitalkamera oder die Qualität bestimmter Hotels in einer fremden Stadt, so fragt er informierte Freunde – oder das Internet. Gleiches gilt, wenn besonders kostspielige Anschaffungen anstehen, und der Nutzer deshalb eine besonders fundierte Entscheidung treffen möchte. Schließlich kann **gutes Feedback** zu den eigenen Produkten und dem Service den Firmen dabei helfen, sich stetig zu verbessern.

Doch nicht immer sind alle glücklich mit einer Bewertung.

IV. Anprangernde Lügen ruinieren den guten Ruf und das Geschäft

Schwärmt ein Urlauber auf einem Hotelbewertungsportal vom toll gelegenen Luxus-Resort mit feinem Essen und exzellentem Service, so freuen sich alle Beteiligten. Ledert hingegen ein wütender Gast im Netz gegen das schäbige Loch voller Ungeziefer am Stadtrand, für das ihm viel zu viel Geld abgeknöpft worden sei, dann wird der Hotelier kaum darüber erfreut sein. Dies gilt vor allem dann, wenn die angegebenen Tatsachen gar nicht der Wahrheit entsprechen und anonym – vielleicht sogar durch einen Konkurrenten – geäußert worden sind. Da bei Google zum Teil auch **Bewertungen von Bewertungsportalen in der Trefferliste** angezeigt werden, können zudem bereits wenige schlechte Bewertungen zu einer deutlich geringeren Nachfrage führen.

Ähnliches gilt, wenn ein Arzt auf einem Bewertungsportal der Inkompetenz bezichtigt wird und ihm sogar Behandlungsfehler unterstellt werden. Auch er möchte solche Bewertungen möglichst unterbunden wissen, da er ansonsten potentielle Patienten verlieren könnte.

V. Das Netz ist weder anonym noch rechtsfrei

Das Internet ist kein rechtsfreier Raum. Was wer sagen darf und wie sich Personen und Unternehmen ggf. dagegen wehren können, wenn andere durch Äußerungen im Internet ihre Rechte verletzen, regelt – online wie offline – das **Äußerungsrecht**. Mit dem Äußerungsrecht eng verbunden ist das **Persönlichkeitsrecht**, das eine Person u. a. davor und dagegen schützt, dass andere unwahre Behauptungen über sie aufstellen und verbreiten.

Schließlich treten bei Bewertungsportalen auch lauterkeitsrechtliche Fragen auf, beispielsweise wenn ein Unternehmen eine anderes – sei es anonym oder identifizierbar – auf Bewertungsportalen im Internet unberechtigterweise in ein schlechtes Licht rückt.

VI. Beitragsserie zu rechtlichen Fragen im Zusammenhang mit Bewertungsportalen im Internet

Die Betroffenen haben eine Vielzahl rechtlicher Fragen, wie beispielsweise:

- Dürfen Kunden schlechte Bewertungen für ein Produkt oder eine Dienstleistung abgeben, auch wenn sie für **die negative Kritik keine Beweise** haben?
- Können betroffene Unternehmer, Ärzte und andere bewertete Personen und Firmen gegen negative Bewertungen **rechtlich vorgehen**? Falls ja, **welche Voraussetzungen** müssen dafür vorliegen?
- Müssen sich die Bewerteten an den Bewertenden wenden oder haben sie auch eine **Handhabe gegen den Portalbetreiber**, der die schlechten Bewertungen der Nutzer im Internet weiterverbreitet?

Mit diesen und vielen weiteren Rechtsfragen im Zusammenhang mit Bewertungsportalen im Internet befasst sich die IT-Recht Kanzlei in den nächsten Monaten im Rahmen einer wöchentlichen Beitragsserie.

Dabei berichtet sie umfassend über die dazugehörige aktuelle Rechtsprechung. Zudem wird sie eine Rechtsprechungsübersicht mit allen bekannten Gerichtsentscheidungen zu diesem Thema veröffentlichen, die laufend weiter ergänzt wird.

Der erste Beitrag wird sich mit der Frage befassen:

„Muss ich als betroffener Bewerteter ein Bewertungsportal und die darüber öffentlich geäußerten Bewertungen zu meiner Person oder meinem Unternehmen überhaupt hinnehmen?“

VII. Fazit

Bewertungsportale im Internet gewinnen zunehmend an Bedeutung. Ihnen unterliegen grundsätzlich alle, die am Markt aktiv sind. Somit gelten gleichfalls für alle dieselben Regeln, sowohl die Vor- als auch die Nachteile.

Unternehmen und Dienstleistern sollte allerdings bewusst sein, dass schlechte Kritik – vielleicht sogar mit „Wut im Bauch“ geschrieben – schneller geäußert ist als positives Feedback, denn der Kunde erwartet grundsätzlich ja eine gute Leistung mit passendem Service. Daher sollten Unternehmen Anreize für die Abgabe positiver Bewertungen bei ihren zufriedenen Kunden schaffen. Hagelt es negative Kritiken, sollten die Bewerteten im eigenen Interesse sofort reagieren. Ist die Kritik zutreffend, so sollten sie die aufgezeigten Mängel umgehend beseitigen. Ist die Kritik hingegen unzutreffend oder gibt es sonstige Probleme, so sollten sie mit rechtlichen Mitteln dagegen vorgehen.

Die IT-Recht Kanzlei informiert Sie über die wichtigsten Rechtsfragen zu der Thematik im Zuge einer umfangreichen Beitragsserie.

Autor:

RA Dr. Daniel S. Huber

Rechtsanwalt