

von **Dr. Bea Brünen**

# Produktbewertungen bei Amazon: Was ist erlaubt?

Kaum eine andere Plattform bietet online so viele Produkte an wie der Marketplace-Riese Amazon. Aufgrund der großen Konkurrenz versuchen viele Shop-Betreiber den Absatz ihrer Ware durch (positive) Produktrezensionen zu erhöhen. Für Verkäufer ist es deshalb verlockend, ein wenig nachzuhelfen, um für möglichst viele positive Kundenmeinungen zu sorgen. Doch Vorsicht: Nicht alles, was erfolgsversprechend ist, ist auf der Verkaufsplattform Amazon auch erlaubt.

## 1. Positive Kundenrezensionen als Kaufanreiz

Positives Kundenfeedback hat sich inzwischen zu einer echten Währung im Online-Business entwickelt. Denn nichts ist für einen zögernden Kaufinteressenten überzeugender als eine gute Bewertung eines echten Kunden, der das Produkt aus erster Hand beurteilen kann. Es ist jedoch längst kein Geheimnis mehr, dass viele solcher Bewertungen gekauft und gefälscht sind. Nicht alle gekauften Kundenrezensionen sind jedoch rechtswidrig.

## 2. Kundenrezension gegen Rabatte und Gutscheine

Eine Möglichkeit für Händler Kundenfeedback zu generieren, ist dem Kunden dafür eine Gegenleistung, bspw. in Form von Gutscheinen oder Rabatten anzubieten.

Dies ist wettbewerbsrechtlich jedoch nur unter bestimmten Voraussetzungen zulässig. Händler müssen im Zusammenhang mit der Veröffentlichung der Bewertungen deutlich machen, dass der Bewertende für seine Rezension eine Gegenleistung erhalten hat. Erfolgt ein solcher Hinweis nicht, so sieht die Rechtsprechung darin einen Verstoß gegen das Irreführungsverbot aus § 5 Abs. 1 Satz 1, Satz 2 Nr. 1 UWG (OLG Hamm, Urteil vom 23.11.2010, 4 U 136/110). Begründet wird dies damit, dass die mit einer Gegenleistung „gelockten“ Kunden bei der Abgabe ihres Urteils über die Qualität der zu bewertenden Produkte nicht frei und unbeeinflusst seien. Das erwarte der Verkehr jedoch, wenn ihm derartige Äußerungen anderer Verbraucher entgegenstehen. Ist die lobende Äußerung über das Produkt dagegen "erkauft", ohne dass auf die versprochene Gegenleistung hingewiesen worden ist, werde der Verkehr irregeführt.

Die Instanzgerichte lassen zwar teilweise offen, ob eine unlautere Irreführung von Verbrauchern genauso auch dann vorliegt, wenn den Bewertenden die Gegenleistung unabhängig davon gewährt wird, ob die Rezension positiv oder negativ ausfällt. Auf Nummer sicher gehen Händler jedoch, wenn sie auch bei auf diese Weise gewonnenen Bewertungen auf die erfolgte Gegenleistung hinweisen.

### 3. Kundenrezension gegen Teilnahmemöglichkeit an attraktivem Gewinnspiel

Anders fällt die Beurteilung der rechtlichen Zulässigkeit von Kundenrezensionen hingegen für Bewertungen aus, für die der Händler nur mittelbar eine Gegenleistung, bspw. in Form der Möglichkeit zur Teilnahme an einem attraktiven Gewinnspiel, anbietet. Auf diese Weise generierte Kundenbewertungen dürften wohl rechtlich zulässig sein, jedenfalls kann mangels unmittelbarer Gegenleistung nicht von einem „erkauften Lob“ die Rede sein wie beim Erhalt von Gutscheinen oder Rabatten. Somit dürften Bewertungen, die mittels eines Gewinnspiels erlangt worden sind, wohl selbst ohne entsprechenden Hinweis auf die Möglichkeit der Teilnahme an dem Gewinnspiel veröffentlicht werden. Rechtlich unzulässig ist es hingegen, wenn bei dem Gewinnspiel die Gewinnchance unmittelbar oder mittelbar daran geknüpft wird, dass die Bewertung positiv ausfällt; der Transparenz wegen wäre ein entsprechender aufklärender Hinweis an die bewertenden Kunden sicherlich sinnvoll.

### 4. Freies Erfinden von Rezensionen

Das freie Erfinden und Fälschen von Bewertungen ist wegen seines irreführenden Charakters gemäß § 5 UWG unlauter und kann daher abgemahnt werden. Dasselbe gilt natürlich, wenn Online-Händler die von Kunden tatsächlich abgegebenen Bewertungen verfälschen oder unliebsame Rezensionen löschen oder zurückhalten.

### 5. Richtlinien von Amazon zu Kundenbewertungen

Durch Fake-Bewertungen erleidet auch das Bewertungssystem Amazons einen Glaubwürdigkeitsverlust. Aus diesem Grund hat der Marketplace 2015 in den USA gegen mehr als 1000 Verfasser von gefälschten, irreführenden oder nicht authentischen Rezensionen Klage eingereicht.

Auch in Deutschland versucht Amazon die unlauteren Praktiken einzudämmen und hat aus diesem Grunde Richtlinien zur Erstellung von Kundenrezensionen veröffentlicht. Grundsätzlich darf jeder, der ein Amazon-Kundenkonto hat und mindestens ein Produkt oder eine Dienstleistung gekauft hat, eine Bewertung abgeben. Es muss sich jedoch nicht zwangsläufig um das Produkt handeln, das dann später rezensiert wird.

Amazon verbietet jedoch ausdrücklich „gekaufte“ Produktbewertungen. Insoweit heißt es in den Richtlinien Amazons:

“

*„Wir erlauben keine Rezensionen oder "Hilfreich"-Bewertungen von Rezensionen, die gegen Entgelt in jeglicher Art erstellt worden sind. Dies beinhaltet unter anderem Bezahlung (in Form von Geld oder Geschenkgutscheinen), Bonus-Inhalte, Ermöglichen der Teilnahme an einem Wettbewerb oder Gewinnspiel, Rabatte für zukünftige Einkäufe, zusätzliche Produkte oder andere Geschenke.“*

Amazon verbietet demnach nicht nur Kundenbewertungen, für die Händler unmittelbare Gegenleistungen wie Rabatte und Gutscheine anbieten, sondern auch solche, für die Händler lediglich mittelbare Gegenleistungen, wie die oben angesprochene Möglichkeit einer Gewinnspielteilnahme, versprechen.

## 6. Ausnahme: Kostenfreie oder reduzierte Ware für Produkttest durch Kunden

Amazon macht von diesen Grundsätzen jedoch eine Ausnahme, nämlich dann, wenn dem Kunden im Voraus für einen Produkttest kostenlose oder reduzierte Ware angeboten wurde. Doch auch in diesem Fall muss aus der Bewertung hervorgehen, dass die Rezension im Austausch gegen den Erhalt eines kostenfreien oder reduzierten Produkts erstellt wurde. In den Richtlinien Amazons heißt es:

“

*„Die einzige Ausnahme hiervon ist, wenn ein kostenfreies oder preisreduziertes physisches Produkt dem Kunden im Voraus zum Zwecke der Erstellung einer Rezension angeboten wurde. Bietet man Kunden im Voraus ein kostenfreies oder preisreduziertes Produkt im Austausch für eine Rezension an, muss klar ersichtlich sein, dass sowohl positives als auch negatives Feedback willkommen ist. Sollten Sie als Rezensent ein kostenfreies oder preisreduziertes Produkt im Austausch für Ihre Rezension erhalten haben, müssen Sie dies klar und gut ersichtlich deklarieren.“*

”

## 7. Kundenrezensionen von Amazon Vine-Club-Mitgliedern

Amazon lädt zudem die „vertrauenswürdigsten Rezensenten“ zu dem sogenannten Amazon Vine-Club der Produkttester ein. Diese werden dazu aufgerufen, neue und noch nicht veröffentlichte Produkte zu bewerten und ihre Rezensionen zu veröffentlichen. Zu diesem Zweck werden ihnen von Verlagen, Studios, Herstellern oder Anbietern, die am Programm teilnehmen, kostenlose Produkte zur Verfügung gestellt. Amazon weist ausdrücklich darauf hin, dass keine Erwartung besteht, nur positive Rezensionen abzugeben. Der Marketplace stellt zudem klar, dass der Anbieter die Rezensionen nicht beeinflussen, ändern oder bearbeiten könne. Dies wird insbesondere dadurch gewährleistet, dass die Vine-Produkte von den Anbietern an Amazon geliefert und von Amazon an die Vine-Mitglieder verteilt werden. Anbieter haben dementsprechend keinerlei Kontakt zu den Vine-Mitgliedern und keinen Einfluss auf die Rezension der Produkte durch die Vine-Mitglieder.

Die auf diese Weise gewonnenen Rezensionen sind im Übrigen durch einen grünen Streifen mit der Aufschrift „Kundenmeinung aus dem Amazon Vine - Club der Produkttester-Programm“ gekennzeichnet. Wettbewerbsrechtlich ist diese Art der Feedback-Generierung kein Problem, da dadurch die Hintergründe der Produktbewertungen deutlich gemacht werden.

## 8. Bei Unternehmen gekaufte Kundenrezensionen

Auf das Geschäft mit den „gekauften“ Kundenrezensionen springen auch immer mehr Unternehmen auf, die Händler oder Hersteller mit der Durchführung von Produkttests beauftragen können. Diesen Produkttest-Unternehmen werden, wie bei Amazon Vine, kostenlose oder reduzierte, neue Produkte zur Verfügung gestellt. Die Produkttester dürfen die Ware dann testen und bewerten. Unzulässig dürften solche Kundenrezensionen nur sein, wenn die Händler nicht deutlich machen, dass der Produkttester für seine Bewertung eine Gegenleistung erhalten hat. Erfolgt ein solcher Hinweis, ist diese Art der Produktbewertung nach Einschätzung der IT-Recht Kanzlei wettbewerbsrechtlich zulässig.

## 9. Fazit

Das Geschäft mit den gekauften Kundenbewertungen boomt. Händler sollten sich jedoch darüber bewusst sein, dass nicht alles, was möglich ist, rechtlich auch zulässig ist. Amazon geht mit den gekauften Produktrezensionen - auch aus Angst vor einem eigenen Glaubwürdigkeitsverlust - äußerst sensibel um und hält sich insoweit an die bestehenden rechtlichen Grenzen. Die Richtlinien von Amazon geben den Händlern daher ein gutes Hilfsmittel an die Hand, wettbewerbsrechtlich zulässige Kundenrezensionen zu generieren.

Autor:

**Dr. Bea Brünen**

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)