

von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

LG Köln verbietet Bewertungswidgets mit "Sammelbewertungen" - Bewertungssystem ShopVote nicht betroffen

Zwei Mitbewerber stritten sich kürzlich vor dem LG Köln über die Zulässigkeit der Darstellung des Widgets eines Bewertungssystems, welches Gesamtanzahl und Durchschnittswertung der Bewertungen zusammengefasst darstellt, die der Händler auf mehreren Verkaufsplattformen erzielt hatte. Das LG Köln sah darin eine irreführende Werbung. Das Bewertungssystem ShopVote ist nicht betroffen.

Was war passiert?

Ein Händler stellte in seinem Onlineshop das Logo des von ihm genutzten Bewertungssystems dar.

Auf diesem Logo wurden folgende Angaben dargestellt:

"[Name des Bewertungssystems]*****SEHR GUT4.94 / 5.0031.819 Bewertungen von mehreren Portalen"

Tatsächlich hatte der Händler für den Onlineshop, in welchem das Siegel dargestellt wurde, erst 27 Bewertungen im Rahmen des von ihm genutzten Bewertungssystems erhalten. Die restlichen 31.792 Bewertungen hatte Händler auf einer anderen Verkaufsplattformen, u.a. eBay.de, erzielt.

Das vom Händler genutzte Bewertungssystem errechnet also eine zusammengefasste Darstellung der vom Händler im eigenen Onlineshop und anderen Verkaufsplattformen erzielten Bewertungen, die dann wie oben ausgeführt dargestellt wird.

Abmahnung folgte

Ein Mitbewerber des Händlers störte sich an dem von seinem Konkurrenten verwendeten Bewertungswidget. Er ist der Ansicht, im Rahmen des Widgets werbe der Konkurrent in irreführender Weise mit den Bewertungen und mahnte diesen wettbewerbsrechtlich ab.

Nach Ansicht des Abmahners würde der Verkehr das Widget dahingehend (miss)verstehen, als sei der Onlineshop des Konkurrenten 31.819 Mal bewertet worden und es sei dabei eine "Durchschnittsnote" von 4.94 Sternen erzielt worden.

Der Abgemahnte vertrat dagegen die Ansicht, das Widget spiegle die erhaltenen Bewertungen zutreffend und in nicht irreführender Weise wider. Es sei klar erkennbar, dass die Bewertungen nicht nur für den Onlineshop abgegeben worden sind, sondern diese auch im Rahmen der weiteren Verkaufspräsenzen erzielt wurden.

Da keine Unterwerfung durch den Abgemahnten erfolgt ist, ging die Sache letztlich vor Gericht.

Das Urteil des LG Köln

Den Wettbewerbsstreit musste das LG Köln juristisch aufarbeiten und sprach unter dem Aktenzeichen 33 O 159/16 am 01.08.2017 sein Urteil.

Das Gericht schloss sich der Ansicht des klagenden Mitbewerbers an und verurteilte den abgemahnten Konkurrenten in die Unterlassung und Kostenerstattung.

Die entscheidende Kammer - nach eigenen Ausführungen zur Zielgruppe des angegriffenen Onlineshops gehörend und daher hier auch aus eigener Verbrauchersicht urteilend - vertrat die Meinung, der Verkehr verstehe in relevanten Teilen das beanstandete Widget so, als seien alle dort beworbenen 31.089 Bewertungen für den eigenen Onlineshops des Beklagten abgegeben worden.

Dies war aber tatsächlich gar nicht der Fall, da sich nur 27 der Bewertungen auf den eigenen Onlineshop des Beklagten beziehen.

Zur Begründung ihrer Ansicht führt die Kammer an, dass Verbraucher im Rahmen eines bestimmten Onlineshops dargestellte Abbildungen regelmäßig als auf diesen bezogen verstünden, sofern sich aus der Darstellung nichts anderes ergebe.

Mangelnde Aufklärung problematisch

Dies sei vorliegend aber nicht der Fall, da der Zusatz "von mehreren Portalen" bei der Angabe der Bewertungsanzahl hier lediglich so verstanden werde, als würden auf der Plattform des Bewertungssystemanbieters mehrere Bewertungsportale im Hinblick auf den streitgegenständlichen Onlineshop ausgewertet.

Das Widget sei zu intransparent gestaltet, so dass der Verkehr nicht davon ausgehe, dass die dortigen Angaben sich auf mehrere bewertete Webseiten des Beklagten beziehen.

Auch dürften nach Ansicht des Gerichts die auf verschiedenen Webseiten erzielten Bewertungen aufgrund der oftmals abweichenden Verkaufsbedingungen nicht einfach addiert werden, jedenfalls nicht ohne weitere Erläuterungen. Die erzielte einzelne Bewertung sei jeweils nur im Zusammenhang mit der konkreten Webseite aussagekräftig - eine Übertragbarkeit auf andere Webseiten sei nicht gegeben.

Irreführende geschäftliche Handlung des Händlers

In der Darstellung des Bewertungswidgets sah das LG Köln eine nach den §§ 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 1, Nr. 3 und 5a Abs. 1, Abs. 2 S. 2 Nr. 2, Abs. 3 Nr. 4 UWG irreführende geschäftliche Handlung und bejahte somit einen abmahnbaren Wettbewerbsverstoß.

Das LG Köln führte in diesem Zusammenhang aus, dass eine geschäftliche Handlung dann im Sinne des § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 1 UWG irreführend sei, wenn sie zur Täuschung geeignete Angaben über wesentliche Merkmale der Ware enthält. Hierzu teilte das Gericht mit:

■ *"Dazu gehören auch die Ergebnisse von Bewertungen auf Bewertungsportalen."*

Dabei stellt sich die Frage, ob das LG Köln überhaupt den zugrundeliegenden Sachverhalt zutreffend erfasst hat, sind doch streitgegenständlich alleine Bewertungen des Verkäufers und nicht Bewertungen von dessen Waren.

Muss ich mir bei meinem Bewertungssystem Sorge machen?

Bei Bewertungssystemen, die eine zusammengefasste Darstellung von Bewertungen die auf mehreren Verkaufskanälen erzielt worden ermöglichen, ist Vorsicht geboten.

Die zusammengefasste Darstellung von Bewertungen, die an verschiedenen Stellen "eingesammelt" worden sind, ist nicht per se unzulässig. Allerdings gelten dabei - wie das Urteil des LG Köln deutlich aufzeigt - gesteigerte Transparenzerfordernisse.

Sofern das vom Händler genutzte Bewertungssystem nicht eindeutig erkennen lässt, dass die angeführten Bewertungen (sowohl von der Anzahl als auch vom "Notenschnitt" her) nicht (alleine) die Verkaufspräsenz betreffen auf welcher damit geworben wird, hat der Werbende ein Problem.

Denn es darf bei der Darstellung zusammengefasster Bewertungen in keinem Fall der Eindruck entstehen, die Bewertungen würden ausschließlich die Verkaufspräsenz betreffen, auf der diese Werbung erfolgt.

Was gilt für das Bewertungssystem ShopVote?

Auch das bekannte **Bewertungssystem ShopVote** ermöglicht seinen Nutzern eine zusammengefasste Darstellung von Bewertungen im Rahmen der Funktion "AllVotes".

Durch diese Funktion können ShopVote-Nutzer bequem Bewertungen aus bis zu 4 verschiedenen Präsenzen in ihre ShopVote- Bewertungsprofil integrieren.

Das Widget von ShopVote AllVotes ist wie folgt ausgestaltet:



Keine Abmahngefahr bei ShopVote

Nach Ansicht der IT-Recht Kanzlei ist das Widget von ShopVote AllVotes im Hinblick auf das Urteil des LG Köln als unkritisch zu betrachten.

Dafür sprechen die folgenden Gründe:

Zunächst wird bei dem Widget von ShopVote schon nicht der Eindruck erweckt, die Bewertungen bezögen sich auf die Seite, auf der das Widget dargestellt wird. Denn im Widget heißt es:

■ *""aus x Bewertungen dieses Anbieters bei: Plattform Y, Plattform Z usw.""*

Objekt der Bewertungen ist damit ganz eindeutig der jeweilige Anbieter der Seite, und nicht die Seite selbst oder die dort angebotenen Waren. Ausweislich der Werbung ist Adressat der beworbenen Bewertungen also der Verkäufer, der den Shop betreibt und nicht der Onlineshop oder die Verkaufspräsenz auf der das Widget prangt.

Ferner wird durch die Angabe "Plattform Y, Plattform Z usw. Präsenzen" transparent und auf den ersten Blick klargestellt, dass es nicht (nur) um Bewertungen geht, die im Zusammenhang mit der aktuellen Präsenz stehen bzw. erzielt wurden, sondern die Bewertungen des Anbieters auf unterschiedlichen Präsenzen erzielt wurden.

Damit ist auf den ersten Blick erkennbar, dass nicht etwa Bewertungen auf unterschiedlichen Bewertungsportalen für eine bestimmte Seite "gesammelt" wurden, sondern dass die im Widget dargestellten Bewertungen vom selben Anbieter auf unterschiedlichen Präsenzen "gesammelt" wurden.

Weiterhin findet sich direkt im Widget auch noch ein "Infosymbol" mit einem Mouseovereffekt platziert. Fährt der Seitenbesucher mit der Maus darüber, erscheint folgende Ansicht:



Bewertungsquellen

shopvote.de	★★★★★ 1 Bewertungen	5.00 / 5
facebook.com	★★★★★ 122 Bewertungen	4.8 / 5
google.de	★★★★★ 21 Bewertungen	4.8 / 5

Informationen zur Berechnungsweise, Notenbildung und zu den Bewertungsquellen finden Sie [hier](#).

 **SHOPVOTE®** [Bewertungsprofil ansehen ▶](#)

Schließlich ist das gesamte Widget anklickbar ausgestaltet und führt beim Anklicken auf eine umfassende Erläuterungsseite. Dort werden dann die "Spielregeln" erläutert und die Präsenzen, auf denen der Anbieter seine genannten Bewertungen "sammeln" konnte, genannt und wiederum verlinkt. Es herrscht damit maximale Transparenz.

Zudem wird konkret erläutert, worum es sich bei dem Online-Reputationsprofil, das im Widget abgebildet wird, handelt:

"Was ist das Online-Reputationsprofil?#Das Online-Reputationsprofil wird aus den einzelnen Bewertungsnoten unterschiedlicher Präsenzen errechnet, auf denen der Händler seine Waren oder Dienstleistungen zum Verkauf anbietet. Dabei kann es sein, dass der Händler seine Waren nicht unbedingt unter dem Namen [...] anbietet. Daher stellen die im Online-Reputationsprofil erfassten Bewertungsnoten und Bewertungsmengen die jeweilige Verkäuferbewertung des Anbieters bei den aufgelisteten Präsenzen dar. Aus den Bewertungsnoten aller Präsenzen und der ShopVote-Note wurde eine entsprechende Durchschnittsnote berechnet, die als Gesamtnote des Online-Reputationsprofils dargestellt wird."

Fazit zu ShopVote AllVotes

Das Fazit der IT-Recht Kanzlei:

ShopVote bietet hier eine durchdachte und rechtssichere Lösung für eine sorgenfreie Werbung mit zusammengefassten Bewertungen.

Kostenfreie Nutzung der ShopVote Premium-Features für Update-Service-Mandanten der IT-Recht Kanzlei

Update-Service-Mandanten der IT-Recht Kanzlei profitieren nicht nur von einer dauerhaften Rechtssicherheit, sondern können auch die Premium-Features des Bewertungssystem ShopVote kostenfrei nutzen. Details [erfahren Sie hier](#).

Tipp: ShopVote kann jetzt auch Produktbewertungen

Mit dem Bewertungsportal ShopVote können neben Shopbewertungen nun auch **Produktbewertungen** gesammelt werden.

Autor:

RA Nicolai Amereller

Rechtsanwalt