

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Wettbewerbszentrale: Vorsicht bei gekaufter Kundenbewertung

Kundenbewertungen sind ein beliebtes Mittel der Händler, um Interessenten und Kunden gegenüber Vertrauen aufzubauen. Verständlich daher, dass hier jedes Mittel genutzt wird um an (bestenfalls positive) Bewertungen zu kommen. Stellt der Händler aber für ein solches Feedback geldwerte Vorteile wie Rabatte oder Gutscheine in Aussicht, dann ist schnell eine wettbewerbsrechtlich zulässige Grenze überschritten. Wegen einer gekauften Gutscheinwerbung eines Elektronikhändlers hatte sich hierzu zuletzt auch die Wettbewerbszentrale geäußert. Grund genug einmal genauer hinzuschauen...

Wettbewerbszentrale vs. gekaufte Kundenbewertung

Es geht hier um den Themenkomplex gekaufte Bewertungen - Ausgangspunkt ist diese Pressemitteilung vom 28.11.2018 der Wettbewerbszentrale bzw. der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main e.V.:

“

Die Wettbewerbszentrale hat jüngst die Gutscheinwerbung eines Elektronikhändlers außergerichtlich unterbunden. Dieser hatte auf der Verkaufsplattform Amazon Produkte zum Kauf angeboten und der Ware beim Versand einen Gutschein beigelegt. Darauf stand geschrieben:

„Sie sind zufrieden mit dem Produkt?

Dann bieten wir Ihnen an 15,- Euro zu erstatten, wenn Sie auf der Produktseite eine positive Bewertung für das Produkt hinterlassen ...“

Die Wettbewerbszentrale beanstandete diese Werbung als irreführend. Aus ihrer Sicht ist ein solcher Gutschein geeignet, auf Käufer, einen Anreiz dahingehend auszuüben, dass diese eine positive Produktbewertung abgeben werden. Denn nur für eine positive Produktbewertung erhält der Kunde den Gutschein über 15,00 Euro. Bei einer solchen Bewertung steht dann nicht mehr die Zufriedenheit des Kunden im Vordergrund, sondern allein der finanzielle Anreiz, der durch den Gutschein gesetzt wird. Die damit erteilten Bewertungen sind wiederum geeignet, Kaufinteressenten über die Zufriedenheit anderer Käufer mit dem Produkt zu täuschen. Mit einem solchen Gutscheinanreiz werden Kunden dazu verleitet, im finanziellen Interesse falsche Bewertungen abzugeben. Es handelt sich nicht um einen Einzelfall: In einem anderen Fall hatte eine Patientin nach einer Augenlaser-OP von ihrem Arzt eine hochwertige Sonnenbrille erhalten mit der Bemerkung, die könne sie behalten, wenn sie eine positive Bewertung bei der Bewertungsplattform Jameda abgebe. Die betreffenden Unternehmen haben sich verpflichtet, derartige Werbeaussage

künftig zu unterlassen.

”

Rechtslage: Positive Bewertung gegen Gutscheine

Der Gegner der Wettbewerbszentrale hat hier gut daran getan, sich außergerichtlich zu einigen – denn es gibt durchaus Rechtsprechung, auf die sich die Wettbewerbszentrale stützen kann oder könnte:

Zwar kann grds. mit positiven Bewertungen gegen Gutscheine und Rabatte geworben werden - allerdings ist dies lauterkeitsrechtlich nur dann zulässig, wenn im Zusammenhang mit der Veröffentlichung der so gewonnen Bewertungen deutlich gemacht wird, dass der Bewertende für seine Rezension eine Gegenleistung erhalten hat:

“

"Bei so zustande gekommenen Beurteilungen handelt es sich um wettbewerbswidrige bezahlte Empfehlungen. Wird mit Kundenempfehlungen und anderen Referenzschreiben geworben, darf das Urteil des Kunden grundsätzlich nicht erkaufte sein. Die Verwendung bezahlter Zuschriften ist unzulässig, wenn auf die Bezahlung - wie hier - nicht ausdrücklich hingewiesen wird (Köhler/Bornkamm UWG, 28. Aufl., § 5 Rn 2.164). OLG Hamm, Urteil vom 23.11.2010 – Az. I-4 U 136/10)."

”

Also: Bewertungen, für die als Gegenleistung ein Entgelt oder Rabatt gewährt wird, verstoßen gegen § 5 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 UWG, weil sie dem Verbraucher implizieren, dass es sich um unabhängige, auf freiwilliger Basis aufgrund einer besonderen Zufriedenheit verfasste Rezensionen handelt, bei deren Abgabe der Urheber nicht durch eine Aussicht auf Gewinn fremdbestimmt war.

Gleichzeitig ist regelmäßig der Tatbestand des § 3 Abs. 3 UWG i.V.m. Nr. 11 des Anhangs erfüllt, weil die intransparenten erkaufte Bewertungen einen vom Unternehmer zum Zwecke der Verkaufsförderung finanzierten redaktionellen Inhalt darstellen, bei welchen eine Erläuterung des Zusammenhangs zwischen Geldleistung und Bewertungsmotiv fehlt.

Achtung: Zu beachten ist in diesem Zusammenhang auch, dass nicht erst die Veröffentlichung erkaufte Positivbewertungen, sondern regelmäßig bereits das Inaussichtstellen einer Gegenleistung für solche wettbewerbswidrig sind. Schon durch derartige Versprechen nämlich wird in hinreichender Weise auf die Objektivität des potenziellen Bewerter Einfluss genommen und ein wettbewerbswidriger Anreiz geschaffen, der Aufforderung tatsächlich Folge zu leisten.

Rechtslage: Jegliche Bewertung gegen Gutscheine

Soviel zum Thema **positive** Kundenbewertung gegen Gutscheine. Ebenso verbreitet und auch wettbewerbsrechtlich kritisch ist die Vorteilsgewährung gegen irgendeine Art von Bewertung, egal ob positiv, negativ oder neutral.

Auch hierzu hat sich die Rechtsprechung schon ganz ähnlich geäußert: Das OLG Hamm (Urteil vom 10.09.2013, Az. 4 U 48/13) stellte in diesem Sinne fest, dass auch das Versprechen einer Gegenleistung für Kundenmeinungen unabhängig von deren Inhalt stets eine wettbewerbswidrige Irreführung über die Produkte bzw. das Unternehmen darstelle, weil die angesprochenen Verkehrskreise die Rezensionen fälschlicherweise als freiwillige und unabhängige Meinungsäußerungen verstünden, wenn eine entsprechender klarstellender Zusatz fehlt:

“

Denn hiermit kann eine Irreführung des angesprochenen Verkehrs bewirkt werden (Senat GRUR-RR 2011, 473). Die in Rede stehenden E-Mails zielen letztlich darauf ab, die angeschriebenen Kunden mit den versprochenen Gutscheinen zur Abgabe einer Empfehlung hinsichtlich der von der Antragsgegnerin beworbenen Produkte auf einem der genannten Meinungsportale zu veranlassen. Bei solchermaßen zustande gekommenen Beurteilungen handelt es sich um wettbewerbswidrig bezahlte Empfehlungen. Wird mit Kundenempfehlungen und anderen Referenzschreiben geworben, darf jedoch das Urteil des Kunden grundsätzlich nicht erkaufte sein. Die Verwendung bezahlter Zuschriften ist unzulässig, wenn auf die Bezahlung nicht ausdrücklich hingewiesen wird (Köhler/Bornkamm UWG, 31. Aufl., § 5 Rn 2.164 mwN) (OLG Hamm, Urteil vom 10.09.2013, Az. 4 U 48/13).

”

Fazit: Kundenbewertungsanfragen, egal ob positiv oder freigestellt, sollten nicht in Verbindung mit Gutscheinen oder Rabatten erfolgen – ansonsten sind Kundenbewertungsanfragen aber natürlich zulässig.

Wer mehr zu diesem Themenkomplex wissen will, findet in [diesem](#) ausführlichen Beitrag die Antworten.

Wenn ja - wie?

Wir haben gesehen, dass inhaltlich bei Kundenbewertungsanfragen keine Anreize gemacht werden sollten - davon abgesehen ist es natürlich zulässig den Kunden um eine Bewertung von Produkt oder Händler zu bitten.

Ein weiterer wichtiger Punkt, der von Händlern in diesem Zusammenhang dann noch zu beachten ist: Wie kann ich denn überhaupt rechtssicher eine solche Kundenbewertungsanfrage zusenden? Wir fassen das an dieser Stelle mal kurz zusammen: Wer Kunden dazu bewegen will Bewertungen abzugeben, kann diese nur kontaktieren, wenn eine Einwilligung vorliegt – alles andere ist nicht rechtskonform und

theoretisch und praktisch abmahnggefährdet. Eine solche Einwilligung muss regelmäßig mittels eines Einwilligungstextes durch eine opt-in checkbox eingeholt werden. Am besten ist diese im Bestellprozess zu verorten.

Wer hierzu weitere Infos benötigt, erfährt in diesem [Beitrag](#) mehr.

Tipp für unser dauerhaften Mandanten in Sachen Kundenbewertung: Wer es sich einfach machen will nutzt das Kundenbewertungsportal shopVote – ein [Service, der Mandanten der IT-Recht Kanzlei kostenfrei zur Verfügung steht](#).

EasyReviews von ShopVote – Kundenbewertungen sammeln leicht gemacht

Die abmahnsichere EasyReviews-Funktion im Kundenbewertungssystem unseres Partners ShopVote bietet Online-Händlern eine einfache und automatisierte Möglichkeit Kundenbewertungen zu sammeln. Eine völlig unkomplizierte und für AGB-Mandanten der IT-Recht Kanzlei kostenfreie ShopVote-Premium-Funktion. Wie das ganz einfach und rechtssicher mit der von der IT-Recht Kanzlei geprüften Premium-Funktion EasyReviews funktioniert [zeigen wir in diesem Beitrag](#).

Autor:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement