

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

Kundenbewertungen im Online-Shop: sind Gegenleistungen hierfür zulässig?

Produkt- und personenbezogene Kundenbewertungen sind im Internet eine starke Währung, weil ihnen eine hohe Werbekraft zukommt. So wundert es nicht, dass viele Händler Bewertungsanreize schaffen wollen, indem sie ihren Kunden geldwerte Vorteile in Form von Gutscheinen oder Rabatten für ihr Feedback versprechen. Doch dürfen derartig "erkaufte" Bewertungen überhaupt zulässig verwendet werden? Lesen Sie im Folgenden mehr.

I. Gegenleistungen für positive Bewertungen immer unzulässig

"25% für Ihren nächsten Einkauf, wenn Sie Ihre Zufriedenheit mit anderen teilen" oder ähnliche Formulierungen versprechen dem Kunden eine geldwerte Gegenleistung für eine positive Bewertung, mit der Händler sodann werbewirksam ihre Leistungen präsentieren könnten.

Rechtlich handelt es sich bei Vorteilsversprechen für Positivbewertungen allerdings um Angebote für einen Rezensionseinkauf, die stets gegen das deutsche Lauterkeitsrecht verstoßen.

Wird nämlich eine Vergütung für eine rein wohlwollende Kundenmeinung versprochen, wird unmittelbar der Ton und Ausfall der Bewertung beeinflusst und wird der Bewertungsinhalt manipuliert. Dies verzerrt die objektive Bewertungsbilanz und kann dem Händler somit einen Wettbewerbsvorteil einräumen, den er eigentlich nicht verdient hätte.

Einträgliche Bewertungen, für die als Gegenleistung ein Entgelt gewährt wird, berühren damit das Irreführungsverbot des §5 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 UWG, weil sie dem informationsbedürftigen 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 (vgl. nur OLG Hamm, Urteil vom 23.11.2010 - Az. I-4 U 136/10).

Einen Wettbewerbsverstoß ausschließen kann der Händler nur, wenn er im Rahmen der Bewertungsanzeige eindeutig darauf hinweist, dass der Bewerter für seine Rezension eine Gegenleistung erhalten hat.

Wird die Bewertung aber ohne aufklärenden Hinweis angezeigt, verstößt der Händler gegen das lauterkeitsrechtliche Irreführungsverbot.

Gleichzeitig erfüllt er dann auch den Verbotstatbestand des §3 Abs. 3 UWG i.V.m. Nr. 11 des Anhangs erfüllt ("als Information getarnte Werbung"), weil der Händler für die erkaufen (die von ihm zum Zwecke der Verkaufsförderung finanziert wurden) den Zusammenhang zwischen Geldleistung und Bewertungsmotiv nicht offenlegt.

II. Vergütungen für irgendwie geartete Kundenmeinungen unlauter?

Ist die Vergütung für positive Bewertungen ohne entsprechende Kenntlichmachung im Online-Shop stets unzulässig, ist fraglich, ob dasselbe bei einer Gegenleistung für eine irgendwie geartete Bewertungen gilt, also unabhängig davon, ob sie positiv, neutral oder negativ ausfällt.

Tatsächlich versprechen derzeit viele Online-Händler "10% Rabatt für Ihre Meinung!" oder "5€, wenn Sie uns bewerten!"

Für eine wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit dieses Vorgehens spricht zwar, dass der Händler den Kontext der Bewertung nicht unmittelbar von der Vergütung abhängig macht und insofern nicht von vornherein den Inhalt der Bewertung in eine bestimmte Richtung lenken kann und will.

Geschaffen werden soll also lediglich ein Anreiz für die Abgabe einer Bewertung an sich, der sich nur auf die Bereitschaft zur Abgabe von Bewertungen, nicht aber auf deren Inhalt auswirken soll.

Allerdings bewerten die deutschen Gerichte jedwede Art gekaufter Bewertungen bei Fehlen eines ausdrücklichen Hinweises hierauf stets als unzulässig und differenzieren gerade nicht danach, ob ausdrücklich um eine positive Rezension gebeten wird oder nicht.

Mit Urteil vom Urteil vom 10.09.2013 (Az. 4 U 48/13) stellte das OLG Hamm in diesem Sinne fest, dass jedes Versprechen einer Gegenleistung für Kundenmeinungen unabhängig von deren Inhalt eine wettbewerbswidrige Irreführung über die Produkte bzw. das Unternehmen darstelle, wenn über die Gegenleistung in unmittelbarem Zusammenhang nicht aufgeklärt werde.

Die angesprochenen Verkehrskreise, so das Gericht, verstünden die Rezensionen fälschlicherweise als freiwillige und unabhängige Meinungsäußerungen, die sich objektiv-neutral mit der unternehmerischen Leistung auseinandersetzen. Die Gewährung einer Gegenleistung ließe jedoch die Selbstbestimmtheit der Entscheidung zur Bewertung entfallen und trage unabhängig vom Inhalt der erkaufen Bewertungen zu einem verzerrten Meinungsbild bei. Immerhin sei nicht auszuschließen, dass Kunden ohne den geldwerten Anreiz eine Bewertung überhaupt nicht abgegeben hätten.

Unterstellen ließe sich darüber hinaus auch, dass die Vergütung, selbst wenn sie nicht an den konkreten Ausfall der Meinungsabgabe geknüpft wird, in bestimmten Maße geeignet ist, sich auf den Inhalt der

Bewertung auszuwirken. Aus psychologischer Sicht ist es nämlich naheliegend, dass mit Blick auf eine Belohnung durch den Händler überwiegend positive Meinungsurteile abgegeben werden.

Mithin gilt: Selbst wenn Grundlage für die Vergütung durch den Händler nur die Abgabe irgendeiner Bewertungsaussage (unabhängig von Inhalt oder Ausfall) ist, verstößt die Bewertung gegen das Wettbewerbsrecht, wenn ihr kein Hinweis auf die gewährte Vergütung beigelegt wird

III. Bitte um Bewertung bleibt zulässig

Auch wenn der Kauf von Bewertungen nur bei transparenter Aufklärung hierüber zulässig ist, ist es Händlern wettbewerbsrechtlich nicht verwehrt, Kunden **ohne das Versprechen einer Gegenleistung** um die Abgabe einer Bewertung zu bitten.

Die bloße Bitte um eine Bewertung ohne das Inaussichtstellen eines finanziellen Anreizes ist grundsätzlich erlaubt - solange nicht um Bewertungen mit bestimmtem Inhalt gebeten wird.

Vorsicht ist aber bei der Wahl des Mediums zur Übermittlung derartiger Gesuche geboten:

So sind Bewertungsanfragen per Mail oder per Telefonanruf ohne die vorherige **ausdrückliche Einwilligung** des Kunden stets als unzulässiger Spam zu qualifizieren und nach § 7 Abs. 2 Nr. 2 und 3 UWG wettbewerbswidrig. Für Bewertungsanfragen per Mail oder Telefon muss also stets zuvor das ausdrückliche Einverständnis eingeholt werden.

IV. Fazit

Auch wenn im Online-Handel aus Verkaufsförderungsgründen ein wirtschaftliches Bedürfnis für ein möglichst breites Spektrum an Kundenmeinungen zur unternehmerischen Leistung besteht, sind das Versprechen und die Gewährung von geldwerten Vorteilen für Bewertungen stets unzulässig, sofern über deren "Ankauf" nicht jeweils unmittelbar aufgeklärt wird.

Unabhängig davon, ob der Tenor der Bewertung zur Voraussetzung der Gegenleistung gemacht wird oder nicht, verzerren gekaufte Bewertungen ohne entsprechenden Hinweis das objektive Meinungsbild und täuschen über die vermeintliche Selbstbestimmtheit und Unabhängigkeit der Bewerter.

Auch ohne Aufklärungserfordernisse zulässig ist es einzig, ohne inhaltliche Vorgaben und Gegenleistungsversprechen um Bewertungen zu bitten. Hier ist bei der Wahl des Kommunikationsmediums jedoch besondere Sorgfalt geboten, um auszuschließen, den Tatbestand eines wettbewerbswidrigen "Spamming" zu erfüllen.

Autor:

RA Phil Salewski

Rechtsanwalt