

Negative Bewertungen und Fake Bewertungen im Internet - Auswir- kungen, Vorgehen und Schadensbe- rechnung

- **Arbeitspapier Nr. 2/2018, Prof. Dr. Reinhold Mauer** -

Online- Bewertungen sind äußerst beliebt und auf fast jedem Internet Portal zu finden. Sie ermöglichen es, einem potentiellen Kunden einen ersten Eindruck über ein Produkt oder ein Unternehmen zu bekommen, indem er sich die Meinungen anderer Kunden anschaut.

Wirtschaftliche Bedeutungen von online-Bewertungen

Durch viele positive Bewertungen kann das Ansehen eines Produkts bzw. eines Unternehmens steigen. Dies hat Auswirkungen auf die zukünftigen Kunden, den Umsatz und die Marktstellung des Unternehmens im Internet. Gerade bei Unternehmen die überwiegend online handeln, sind die Bewertungen das „Aushängeschild“. Unternehmen mit vielen Bewertungen, werden im Internet schneller und präsenter angezeigt, als solche ohne. Bewertungen helfen nicht nur anderen potentiellen Kunden bei der Entscheidung, sondern führen auch dazu, dass das Unternehmen ein unmittelbares Feedback über die Zufriedenheit der Kunden erhält. Bewertungen ziehen jedoch nicht nur Vorteile mit sich. Sie können Bestandskunden abschrecken, Neukunden von einem Vertragsschluss abhalten und sich so geschäftsschädigend auswirken. Außerdem können sie zu einem schlechten Ruf des Unternehmens führen. Was einmal im Internet steht, kann nämlich binnen weniger Sekunden von einer Vielzahl von Menschen wahrgenommen werden. Eine einmal im Internet gepostete Bewertung ist zudem nur schwer gegen den Willen des Bewertenden zu

Prof. Dr. Klaus Hümmerrich †
Fachanwalt für Arbeitsrecht
Fachanwalt für Verwaltungsrecht

Eberhard Rott
Fachanwalt für Steuerrecht
Fachanwalt für Erbrecht
Testamentsvollstrecker (AGT)

Prof. Dr. Reinhold Mauer
Fachanwalt für Arbeitsrecht

Dr. Matthias Spirolke
Fachanwalt für Arbeitsrecht
Mediator

Christian Mäßen
Fachanwalt für Verwaltungsrecht

Joachim Hermes
Fachanwalt für Familienrecht
Fachanwalt für Erbrecht

Dr. Christoph Schiemann
Fachanwalt für Steuerrecht
Fachanwalt für Handels- und
Gesellschaftsrecht

Thomas Regh
Fachanwalt für Arbeitsrecht
Mediator

Dr. Bernadette Spreer
Fachanwältin für Arbeitsrecht
Mediatorin

Hansjörg Tamoj
Fachanwalt für Verwaltungsrecht
Fachanwalt für Erbrecht

Wiebke Jennifer Posmann **
Fachanwältin für Arbeitsrecht

Katharina Weiler*
Rechtsanwältin
Mediatorin

Lievelingsweg 125
(Potsdamer Platz)
53119 Bonn
Telefon +49 228 6 04 14 - 0
Telefax +49 228 6 04 14 - 99

* Angestellte Rechtsanwältin
**Freie Mitarbeiterin

Kooperationspartner:
CHKP
Advokatur Notariat Steuern
Schwertstrasse 1
CH – 5400 Baden b. Zürich
www.chkp.ch

Steuernummer FA Bonn-Innenstadt
205/5813/1059

Partnerschaftsgesellschaft mbB
AG Essen PR 1663



löschen; damit kann schon eine einzige negative Bewertung zu einem großen Problem werden, vor allem, wenn sie falsch ist. Laut Studien lassen sich ca. 70 % der potentiellen Kunden von Bewertungen beeinflussen, 30 % davon machen ihre Kaufentscheidung konkret an der Bewertung fest.

Relevanz verschiedener Online-Bewertungen

Es gibt viele verschiedene Bewertungsportale im Internet mit unterschiedlicher Relevanz. Eins der wichtigsten Portale stellt Google dar, da diese Bewertungen sofort angezeigt werden, wenn man nach einem Produkt bzw. einem Unternehmen sucht. Hat ein Unternehmen viele positive Bewertungen, wird es weiter oben angezeigt als ohne diese Bewertungen, damit potentielle Kunden nur „das Beste“ von Google erhalten.

Beispiel für ein Unternehmen mit gemischten Bewertungen

The screenshot shows a Google Maps interface with a review for 'Medizinisches Versorgungszentrum'. The review is from 'Unterdrückt Anonym' and is dated 'vor einem Monat'. The reviewer gives a 3.1 star rating and writes: 'Würde gerne ein Screenshot dran hängen als Beweis aber: 49 Minuten am Telefon, dann als 1. Position einfach raus geschmissen. Wieder angerufen & nach 35 Minuten jemand dran bekommen der früheste Termin erst in 2 Monaten.' The business owner's response is: 'Sehr geehrter google-Nutzer, an der telefonischen Erreichbarkeit unserer Praxis arbeiten wir täglich, wir wissen auch um den Umstand, dass es auf diesem Gebiet noch deutliches Verbesserungspotential gibt (nur nebenbei bemerkt auch im privatärztlichen Bereich des MVZ und nicht...'. The map shows the location in Dortmund, surrounded by various businesses and landmarks.

Was kann ein Unternehmen tun, um sich gegen negative oder Fake-Bewertungen zu wehren?

Möchte man sich gegen eine Bewertung wehren, ist eine Differenzierung vorzunehmen.

Rechtswidrigkeit einer Online Bewertung

Die Schwelle zwischen rechtmäßigen und rechtswidrigen Bewertungen ist nämlich fließend. Eine negative Bewertung kann ein Eingriff in das Allgemeine Persönlichkeitsrecht nach Art 1 I GG i.V.m. Art. 2 I GG oder das Unternehmenspersönlichkeitsrecht nach Art 2 I GG i.V.m. Art 19 III GG darstellen.

Meinungsäußerung und Tatsachenbehauptung

Zunächst ist zwischen einer Meinungsäußerung und einer Tatsachenbehauptung zu unterscheiden.

Meinungsäußerung

Meinungsäußerungen sind wertende Elemente der Stellungnahme und grundsätzlich von der Meinungsfreiheit nach Art 5 I GG geschützt. Ein Beispiel: Ein Restaurant-Besucher postet als Bewertung: „Das Essen war ganz lecker, aber die Preise sind völlig überzogen!“ Für den juristischen Laien sind in der Aussage mindestens zwei Fakten enthalten: „ganz leckeres Essen“ und „überzogene Preise“. Aber es fehlen messbare Relationen, so dass die Aussage relativ bleibt. Was ist „ganz lecker“ und was sind „völlig überzogene Preise“? Hier scheiden sich die Geister und damit wird aus einer solchen Aussage eine reine Meinungsäußerung. Meinungsäußerungen sind grundsätzlich zulässig und müssen von demjenigen, der bewertet wird, hingenommen werden.

Beleidigung und Schmähkritik

Jedoch ist die Grenze der Meinungsfreiheit dort erreicht, wo die Aussage eine Formalbeleidigung oder eine Schmähung darstellt. Ein Beispiel zu unserem Restaurant-Besucher. Er schreibt in einem Post: „Das Essen war ganz lecker, aber die Preise Der Besitzer ist ein Betrüger!“ Hier wird die Meinungsäußerung (mit Tatsachen-Element: „Betrüger“) zu einem Fall der Herabsetzung des bewerteten Restaurants und seines Besitzers.

Tatsachenbehauptung

Tatsachenbehauptungen sind demgegenüber Äußerungen, die dem Beweis zugänglich sind. Dabei greifen wahre Tatsachenbehauptungen nicht in das Persönlichkeitsrecht ein und sind hinzunehmen. Kann der Ersteller sie tatsächlich beweisen, sind sie also zulässig. Unwahre Tatsachenbehauptungen sind jedoch unzulässig. Bei der Abgrenzung ist immer eine Gesamtschau der Einzelfallumstände notwendig. Zum Restaurant-Beispiel zurück: Der Bewerter pos-

tet: „Die Pizza Napoli kostet sage und schreibe 10,30 €! Wahnsinn!“ Wenn die Preisangabe zutrifft, ist dies eine wahre Tatsachenbehauptung und damit zulässig. Wenn hingegen wahrheitswidrig geschrieben wird, ist dies angreifbar. Der Restaurant-Besucher schreibt: „Die Pizza kostete 10,30 € und war eiskalt!“ Wenn die Pizza heiß serviert wurde, wäre die Behauptung, die Pizza sei kalt gewesen, falsch. Damit wird der Post angreifbar, wobei die Fakten zu beweisen sind, und zwar von dem bewerteten Unternehmen.

Was tun, bei rechtswidrigen Bewertungen?

Liegt eine rechtswidrige negative Bewertung über ein Unternehmen vor, ist es weiterhin ratsam, sich mit dem Verfasser in Verbindung zu setzen und diesen mit einer Fristsetzung aufzufordern, die Bewertung zu entfernen. Dafür ist es notwendig, dass die gefundene Bewertung in Form von Fotos oder Screenshots als Beweis gesichert wird. Gerichtlich kann man grundsätzlich auch mit einer Einstweiligen Verfügung gegen die negativen Bewertungen vorgehen.

Anonyme Bewertungen

Wurde eine Bewertung von einem anonymen Verfasser geschrieben, gestaltet sich das Vorgehen schwieriger. Nach der Rechtsprechung sind anonyme oder pseudonyme Bewertungen zulässig. Für Bewertungsportale ist dies sogar gesetzlich ausdrücklich nach § 13 Abs. 6 TMG (Telemediengesetz) erlaubt. Danach hat der Diensteanbieter die Nutzung von Telemedien und ihre Bezahlung anonym oder unter Pseudonym zu ermöglichen, soweit dies technisch möglich und zumutbar ist. Der Nutzer ist über diese Möglichkeit zu informieren.

Rechte der Betroffenen, insbesondere bei Google-Bewertungen

Man kann die Bewertung beim Bewertungsportal, beispielsweise bei Google-Business, als unangemessen melden. Ein solcher Antrag wird jedoch meistens mangels offensichtlichen Rechtsverstoßes abgelehnt oder man erhält keine Rückmeldung, sodass dieses Vorgehen zunächst wenig Erfolg verspricht. Google als Bewertungsportal möchte beispielsweise viele positive und negative Kommentare haben, sodass nur eingeschritten wird, wenn ein Verstoß gegen die Richtlinien vorliegt. Ein allgemeiner Auskunftsanspruch auf Herausgabe der Personalien des Bewerter gegen das Bewertungsportal scheidet aus. Dafür fehlt diesem die erforderlichen datenschutzrechtliche Ermächtigungsgrundlage. Das bewertete Unternehmen muss dann Google verklagen, die Richtigkeit der Bewertung zu überprüfen. Dies gilt nach einigen neueren Gerichtsurteilen auch bei unkommentierten Sterne-Bewertungen. In den angegriffenen Fällen hatten anonyme Bewerter einfach nur eine 1 Sterne-Bewertung abgegeben:

Das Landgericht Hamburg hat hierzu in einem Rechtsstreit eines Gastronomen gegen google mit Urteil vom 12.1.2018 - 324 O 63/17 – folgendes festgestellt (Orientierungssätze aus juris):

1. Wird auf einem von einem Suchmaschinenbetreiber betriebenen Bewertungsportal im Internet bezüglich eines Gastronomiebetriebs eine negative Sternchen-Bewertung (1 von 5 Sternen) ohne Kommentar hinterlassen und veröffentlicht, so kann dies einen Unterlassungsanspruch des betroffenen Gastronomen gegen den Suchmaschinenbetreiber als mittelbarer Störer begründen, wenn er den ihm obliegenden Prüfpflichten nicht nachgekommen ist.[\(Rn.23\)](#)

2. Der Suchmaschinenbetreiber ist zur Vermeidung einer Haftung als mittelbarer Störer zwar grundsätzlich nicht verpflichtet, die von den Nutzern in das Bewertungsportal gestellten Beiträge vor der Veröffentlichung auf eventuelle Rechtsverletzungen zu überprüfen. Er ist aber verantwortlich, sobald er Kenntnis von einer Rechtsverletzung erlangt.[\(Rn.28\)](#)

3. Der Suchmaschinenbetreiber wäre hier demnach verpflichtet gewesen, nach Erhalt eines Abmahnschreibens des Gastronomen, spätestens aber nach Zustellung der Klageschrift den Sachverhalt weiter zu ermitteln und anschließend zu bewerten. Hat er dies nicht getan und sich insbesondere auch nicht um einen Kontakt mit dem Verfasser der Bewertung bemüht, hat er hierdurch seine Prüfungspflichten verletzt.[\(Rn.29\)](#)

4. Bei der streitgegenständlichen Bewertung handelt es sich um eine unzulässige Meinungsäußerung, wenn prozessual zugrunde zu legen ist, dass für sie keine hinreichenden tatsächlichen Anknüpfungspunkte bestehen (hier: weil der Gastronom vorträgt, dass weder ihm noch seinen Mitarbeitern ein Kunde mit dem Namenskürzel des Verfassers der Bewertung bekannt sei, obwohl er nachgeforscht habe).[\(Rn.40\)](#)

- Auch das Landgericht Lübeck folgt dieser Argumentation im Fall eines Kieferorthopäden gegen google mit Urteil vom 13.6.2018 – 9 O 59/17.
- Ebenfalls eine Ärztin war in dem Rechtsstreit gegen google betroffen und erhielt Recht vom Landgericht Frankfurt a.M. mit Urteil vom 13.9.2018 – 2-03 O 123/17.

Fake Bewertungen

Fake Bewertungen sind falsche Bewertungen. Das heißt, entweder der Verfasser existiert (so) nicht, wie er oder sie es vorgibt. Oder der Verfasser gibt bewusst eine falsche Bewertung ab, behauptet also z.B. Kunde zu sein, obwohl das gar nicht stimmt. Fake Bewertungen werden in der Regel entweder als positive Fake Bewertungen vom Unternehmen selbst abgegeben oder in Auftrag gegeben. Darin wird regelmäßig eine Täuschung der potentiellen Kunden liegen. Dies ist nach § 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) verboten. Oder es werden negative Fake Bewertungen von Wettbewerbern oder den eigenen (Ex-)Mitarbeitern abgegeben. Auch dies ist rechtswidrig, weil es der bewussten Schädigung des

bewerteten Unternehmens dient. Die Rechtswidrigkeit folgt aus §§ 824, 826 BGB. Fake Bewertungen sind in jedem Fall irreführend und daher rechtlich angreifbar.

Anwaltliche Hilfe

Überdies kann ein Anwalt eingeschaltet werden, der den Verfasser sodann abmahnt und Unterlassung und Beseitigung der Bewertung beansprucht. Der Bundesgerichtshof (BGH) hat die Rechte der bewerteten Unternehmen gerade bei anonymen Bewertungen gestärkt, indem die Provider der Bewertungsseiten in die Pflicht genommen werden (BGH Urteil vom 1.3.2016 – VI ZR 34/15 - Störerhaftung). Dementsprechend kann auch gegen den Portalbetreiber ein Schadensersatzanspruch (§ 823 I, II BGB) geltend gemacht werden, wenn die Voraussetzungen gegeben sind.

Bezifferung eines bereits eingetretenen Schadens

Problematisch ist dabei meist der bezifferbare Schaden bzw. entgangene Gewinn der von der konkreten Online-Bewertung zu einem Umsatzrückgang des Unternehmens führt. Kann der Entgangene Gewinn (§ 252 BGB) nicht genau beziffert werden, sind die sonstigen Voraussetzungen des Schadensersatzanspruchs aber gegeben, ist eine Schätzung des Gerichts (§ 252 Satz 2 BGB, § 287 ZPO) möglich. An diesem Punkt müssen dann die tatsächlichen Umsätze des Unternehmens und die Statistiken der Kunden mit einbezogen werden, sodass das Recht und die Realität zusammentreffen.

Rechtsanwalt Prof. Dr. Reinhold Mauer

Bonn, Dezember 2018