

B & K Rechts-Hinweis

08/2020

Bundesgerichtshof stellt klar: Keine Haftung für Kundenbewertungen! Was Sie jetzt wissen müssen.

I. Ausgangslage/Problemlage

Bei online Vertriebsplattformen (z.B. Amazon) können die Kunden Bewertungen für Produkte verfassen. Über positive Bewertungen kann man sich doch nur freuen, oder? Der Bundesgerichtshof hatte nun aber die Frage zu entscheiden, ob positive Bewertungen eine wettbewerbsrechtliche Haftung des Online-Händlers auslösen können. Hintergrund ist, dass die Bewertungen der Kunden in wettbewerbsrechtlicher Hinsicht ggf. irreführenden Charakter haben könnten.

II. Aktuelle Entscheidung des Bundesgerichtshofs

In dem streitigen Fall ging es um den Vertrieb eines Produktes über Amazon, dessen medizinische Wirksamkeit nicht gesichert nachweisbar ist.

Die Beklagte selber hat keine Werbung mit der medizinischen Wirkung des Produktes betrieben, jedoch wurden in den Kundenbewertungen regelmäßig die positiven gesundheitlichen Auswirkungen des Produk-

tes beschrieben. Auf Grund dieser Bewertungen wurde die Beklagte wegen unzulässiger Werbung auf Unterlassung und Zahlung einer Vertragsstrafe verklagt.

Mit Urteil vom 20. Februar 2020 (*BGH, Urteil v. 20.02.2020 – I ZR 193/18*) hat der Bundesgerichtshof entschieden, dass den Onlinehändler keine wettbewerbsrechtliche Haftung für Kundenbewertungen bei Amazon trifft.

Der Bundesgerichtshof urteilte, dass die Beklagte weder aktiv mit den Kundenbewertungen geworben hat, noch sie selber veranlasst oder inhaltliche Verantwortung für diese übernommen hat. Vielmehr seien Kundenbewertungen bei Online-Plattformen (hier Amazon) deutlich als solche gekennzeichnet und würden getrennt von dem Angebot des Onlinehändlers angezeigt werden. Der Verbraucher würde diese Kundenbewertungen auch nicht der Sphäre des Händlers zuordnen.

Zudem wurde klargestellt, dass durch das Anbieten bei Amazon allein keine Garantstellung/Haftung des Onlinehändlers für die Kundenbewertungen übernommen wird.

III. Unser Tipp / Was Sie jetzt wissen müssen

Erstmal: Sie können sich uneingeschränkt über positive Bewertungen freuen. Allerdings sollten Sie auf in wettbewerbsrechtlicher Hinsicht problematische positive Bewertungen der Kunden nicht konkret Bezug nehmen oder gar mit diesen werben. Ansonsten droht ggf. eine wettbewerbsrechtliche Haftung. Es bleibt aber dabei: Sie sind

grundsätzlich natürlich nicht verpflichtet, positive Bewertungen „aus der Welt schaffen“. Das hat jetzt auch der Bundesgerichtshof bestätigt.

Information:

Der Inhalt dieser Information wurde nach bestem Wissen und Kenntnisstand erstellt. Mit Rücksicht auf die Komplexität der angesprochenen Themen und den ständigen Wandel der Rechtsmaterie bitten wir um Verständnis, wenn wir unsere Haftung und Gewährleistung auf Beratungen in individuellen Einzelaufträgen nach Maßgabe unserer Auftragsbedingungen beschränken und sie i. Ü., d. h. für diese Informationen ausschließen.