

# Werbung mit **BEWERTUNGEN**, die durch Gewinnspiel generiert wurden, ist unlauter

Bewertungen durch Kund:innen sind mittlerweile ein wichtiges Entscheidungskriterium für Verbraucher:innen. Entsprechend beliebt ist bei Unternehmen die Werbung mit guten Bewertungen. Haben Kund:innen diese Bewertungen jedoch abgegeben, um an einem Gewinnspiel teilnehmen zu dürfen, ist die Werbung nach Auffassung des Oberlandesgerichts Frankfurt a. M. unlauter.

MENOLD  
BEZLER

In dem konkreten Fall verlor ein Unternehmen über Facebook einen Whirlpool, um Bewertungen durch Kund:innen und Reichweite zu generieren. Für das Gewinnspiel warb das Unternehmen mit folgendem Post: „Wie Du gewinnen kannst? Ganz einfach: Diesen Post liken, kommentieren, teilen; unsere Seite liken oder bewerten. Jede Aktion erhält ein Los und erhöht so Deine Gewinnchance!“ Das Unternehmen stellte keine Anforderungen an die Bewertungen, eine Teilnahme am Gewinnspiel wäre also auch bei Abgabe einer negativen Bewertung möglich gewesen. Dennoch entschied das OLG Frankfurt a. M. (Az. 6 U 270/19), dass die Werbung mit den mittels Gewinnspiel generierten Bewertungen durch Kund:innen irreführend ist.

## „BELOHNUNG“ VERGLEICHBAR MIT BEZAHLUNG

In seiner Entscheidung führte das Gericht zunächst aus, dass Bewertungen Dritter objektiv wirken und Kund:innen ihnen deshalb mehr Vertrauen schenken als Äußerungen der/des Werbenden. Die notwendige Unabhängigkeit der Bewertenden sei jedoch nicht gewahrt, wenn die Bewertung mit einer Gewinnspielteilnahme „belohnt“ werde. Denn es liege auf der Hand, dass Bewertungen aus Anlass eines Gewinnspiels eher positiv ausfielen. Obwohl die Kundschaft für ihre Bewertung nicht bezahlt werden würde, seien die Bewertungen deshalb nicht als objektiv anzusehen.

Bei der beanstandeten Werbung handelte es sich um Bewertungen, die automatisch per Crawling zusammengestellt und bei Google My Business angezeigt worden waren. Dennoch haftet das Unternehmen laut OLG für die Werbung, da es durch das Gewinnspiel die Ursache für die Werbung gesetzt habe.

Zudem komme ihm die Werbung wirtschaftlich zugute, und es habe die Möglichkeit, auf Google bzw. die relevanten Crawler-Dienste einzuwirken.

## MÖGLICHKEITEN DES BEWERTUNGSMANAGEMENTS

Sollte sich diese Rechtsprechung durchsetzen, bleibt Unternehmen nur die Möglichkeit, ihre Kundschaft um eine Bewertung zu bitten. Eine weitergehende Beeinflussung zur Generierung von Bewertungen wäre unzulässig.

Es besteht jedoch zumindest weiterhin die Möglichkeit, negative Bewertungen löschen zu lassen, wenn diese rechtswidrig sind. Dies ist insbesondere der Fall, wenn die Bewertung unwahre Tatsachenbehauptungen enthält. Gleiches gilt im Fall von Beleidigungen oder Verleumdungen, die auch strafrechtlich relevant sein können.

Besteht ein Lösungsanspruch, kann dieser notfalls auch gerichtlich durchgesetzt werden. Auf diese Weise lässt sich verhindern, dass rechtswidrige negative Bewertungen den Durchschnitt aller abgegebenen Bewertungen herunterziehen.



Dr. Corbinian Koller  
ist Rechtsanwalt bei  
Menold Bezler im Bereich  
Gewerbliche Schutzrechte,  
Wettbewerbs- und Urheberrecht.