

Landgericht Hannover

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

§ 5 UWG

- 1. Die Werbung mit Kundenbewertungen, für die den Rezensenten vom Werbenden sog. C-Points gewährt werden, ist irreführend i.S.v. § 5 Abs. 1 UWG. Der angesprochene Verkehr erwartet eine grundsätzliche Erstellung von Kundenbewertungen ohne Gegenleistung.**
- 2. Auch wenn das den Rezensenten gewährte Entgelt gering ist (hier: 1 Euro pro Bewertung), ist davon auszugehen, dass ein nicht unerheblicher Teil der Bewertungen nur deshalb abgegeben wird, weil die Bewerter durch C-Points belohnt werden. Es liegt auch auf der Hand, dass solche Bewertungen eher positiv ausfallen, weil ein erheblicher Teil der Bewerter durch die Belohnung motiviert wird.**
- 3. Es ist damit zwar keine bezahlte Empfehlung im Wortsinn gegeben. Gleichwohl sind die Bewertungen nicht als objektiv anzusehen.**

LG Hannover, Urteil vom 22.12.2022, Az.: 21 O 20/21

Tenor:

I. Die Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr in ihrem Online-Shop Produkte mit „Bewertungen“ zum Kauf anzubieten, wenn auf diese Bewertungen Einfluss seitens der Beklagten genommen wurde durch die Ermöglichung des Erwerbs von „100 X-Points“ (im Wert von 1 EUR) für die Abgabe einer Bewertung, wie geschehen auf der Homepage der Beklagten (www.X.de) in dem Zeitraum mindestens ab 13.11.2013 bis zum 13.07.2017, wenn jener Umstand nicht hinreichend deutlich kenntlich gemacht wird.

II. Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.

III. Der Beklagten wird für jeden Fall der Zuwiderhandlung die Verhängung eines Ordnungsgeldes bis 250.000 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, im Wiederholungsfall bis zu 2 Jahren, zu vollziehen an ihrem Geschäftsführer, angedroht.

IV. Die Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin 294 € nebst Zinsen in Höhe von 5 % über dem Basiszinssatz seit dem 30.9.2020 sowie weitere 4433,12 € nebst Zinsen in Höhe von 5 % über dem Basiszinssatz seit dem 10.04.2021 zu zahlen.

V. Die Kosten des Rechtsstreits tragen die Beklagte zu 4/5 und der Kläger zu 1/5.

VI. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar, hinsichtlich der Kosten und des Zahlungsanspruchs gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des jeweils zu

vollstreckenden Betrages, hinsichtlich des Unterlassungsanspruchs gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 10.000 EUR.

Tatbestand:

Der Kläger ist ein rechtsfähiger Verband zur Förderung gewerblicher oder selbstständige berufliche Interessen gemäß § 8 Abs. 3 Nummer 2 UWG. Die Beklagte vertreibt im online-Handel Designmöbel, Wohnaccessoires und Leuchten im Premiumbereich. Bei einem Klick auf eines der angebotenen Produkte werden Bewertungen des Produkts von Käufern angezeigt, wobei jeweils der Name mit dem vollständigen Vornamen und dem 1. Buchstaben des Nachnamens angegeben wird. Eine Bewertung von Artikeln ist bei der Beklagten nur möglich, wenn ein Kundenkonto angelegt worden ist, der zu bewertende Artikel im Onlineshop gekauft wurde und nachdem der gekaufte Artikel versendet wurde. Die Beklagte hat bis zum 13.07.2017 für Teilnehmer des Bonusprogramms „X Plus“, je Bewertung 100 X Points, entsprechend 1 EUR, ausgelobt. Bei den X Points handelte es sich um ein Guthaben (ein Punkt entspricht einem Cent), das bei weiteren Käufen eingesetzt werden konnte.

Die Beklagte erhebt die Einrede der Verjährung.

Der Kläger beantragt,

I. die Beklagte zu verurteilen, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr in ihrem Online-Shop Produkte mit „Bewertungen“ zum Kauf anzubieten, wenn auf diese Bewertungen Einfluss seitens der Beklagten genommen wurde durch die Ermöglichung des Erwerbs von „100 X-Points“ (im Wert von 1 EUR) für die Abgabe einer Bewertung, wie geschehen auf der Homepage der Beklagten (www.X.de) in dem Zeitraum mindestens ab 13.11.2013 bis zum 13.07.2017;

II. Der Beklagten für jeden Fall der Zuwiderhandlung die Verhängung eines Ordnungsgeldes bis 250.000 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, im Wiederholungsfall bis zu 2 Jahren, zu vollziehen an ihrem Geschäftsführer, anzudrohen;

III. Die Beklagte zu verurteilen, an die Klägerin

1. 294 € nebst Zinsen in Höhe von 5 % über dem Basiszinssatz seit dem 30.9.2020, sowie weitere

2. 4.433,12 EUR nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit zu zahlen.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte behauptet, bei den Bewertungen handele es sich um echte Kunden der Beklagten, die auch echte Bewertungen der Produkte abgegeben hätten. Es handelt sich auch im Zusammenhang mit dem XPunkte-System um echte Bewertungen echter Kunden. Die Beklagte habe auch den Kontext der jeweiligen Produkt-Bewertung nicht von der Gewährung von X-Punkten abhängig gemacht und somit auch auf den Inhalt der Produkt-Bewertungen keinerlei Einfluss genommen. Die Bewertungen der Produkte seien von den Kunden frei und unabhängig abgegeben worden. Die Gewährung der Punkte habe nur für Bewertungen von Produkten gegolten, die auch tatsächlich in dem Shop der Beklagten von den Kunden erworben worden seien.

Hinsichtlich des weiteren Vorbringens der Parteien wird auf die gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

Entscheidungsgründe:

A.

Die Klage ist zulässig.

Der Kläger ist klagebefugt gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG.

Der Kläger ist ein rechtsfähiger Verband zur Förderung gewerblicher oder selbständiger beruflicher Interessen, dem eine erhebliche Zahl von Unternehmern angehört, die Waren oder Dienstleistungen gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt vertreiben, der insbesondere nach seiner personellen, sachlichen und finanziellen Ausstattung imstande ist, seine satzungsmäßigen Aufgaben der Verfolgung gewerblicher oder selbständiger beruflicher Interessen tatsächlich wahrzunehmen, und die Zuwiderhandlung berührt die Interessen seiner Mitglieder.

B.

Die Klage ist auch im Wesentlichen begründet.

I.

Der Kläger hat einen Anspruch auf die begehrte Unterlassung in dem tenorierten Umfang aus §§ 8 I, III, 5 I UWG.

Gemäß § 5 I UWG handelt unlauter, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt, die geeignet ist, den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Diese Voraussetzungen liegen hier vor.

1. Das beanstandete Verhalten der Beklagten ist eine geschäftliche Handlung gemäß § 2 I Nr. 1 UWG, da sie mit den Veröffentlichungen der Bewertungen ihren Absatz fördert.

2. Das Werben mit Bewertungen, für die von der Beklagten sog. X-points gewährt wurden, ist irreführend.

Eine geschäftliche Handlung ist im Sinne von § 5 Absatz 1 UWG irreführend, wenn das Verständnis, das sie bei den Verkehrskreisen erweckt, an die sie sich richtet, mit den tatsächlichen Verhältnissen nicht übereinstimmt. Für die Beurteilung kommt es darauf an, welchen Gesamteindruck sie bei den angesprochenen Verkehrskreisen hervorruft (vgl. BGH, Urteil vom 24. September 2013 - I ZR 89/12, GRUR 2013, 1254).

Einträge in Bewertungsportalen, die Erfahrungen von Nutzern mit einem Produkt oder einem Unternehmen wiedergeben, sind für viele Verbraucher eine überaus wichtige Informationsquelle, auch wenn sie subjektiv gefärbten positiven wie negativen Bewertungen erfahrungsgemäß mit größerer Skepsis begegnen. Jedenfalls erwarten die Verbraucher, dass der Bewerter dafür kein Entgelt bekommen hat und dass es sich auch um keine gekauften erfundenen Beiträge handelt. Ist dies der Fall, so erfüllt dies den Tatbestand des § 5 I UWG (Köhler/Bornkamm/Feddersen/Köhler, 40. Aufl. 2022, UWG § 5a Rn. 7.80). Maßgebend ist nach § 3 Abs. 4 Satz 1 UWG die Sicht des durchschnittlich informierten, situationsadäquat aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers oder des durchschnittlichen Mitglieds der angesprochenen Verbrauchergruppe. Der Verkehr wird bei Produktbewertungen grds. davon ausgehen,

dass diese grds. ohne Gegenleistung erstellt werden. Er mag den Bewertungen zwar nicht den gleichen Stellenwert einräumen wie redaktionellen Beiträgen, jedoch davon ausgehen, dass die Bewerber die Produkte auf Grund eines eigenen Kaufentschlusses erworben haben und nunmehr ihre Bewertung unbeeinflusst von Dritten mitteilen. Auf dieser Grundlage basiert die Idee der Produktbewertung in Verkaufsportalen. Dem steht auch nicht entgegen, dass die Erwartung des Verkehrs – im Gegensatz zu redaktionellen Angeboten – bei Produktbewertungen zunehmend auch auf subjektiv gefärbte positive oder negative Stellungnahmen gerichtet ist, denen er erfahrungsgemäß mit größerer Skepsis begegnet. Er wird jedenfalls weiterhin die Erwartung haben, dass der – subjektiv urteilende – Bewerber für seine Bewertung keine Gegenleistung erhalten hat und in dem Sinne authentisch ist, dass sie eben nicht „gekauft“ ist (vgl. OLG Frankfurt WRP 2019, 643 Rn 27). Auch wenn das Entgelt gering ist, ist davon auszugehen, dass die Rezensenten die Bewertung nicht allein um der Sache willen abgegeben haben (vgl. OLG Düsseldorf ZVertriebsR 2022, 262 Rn 31).

So liegen die Dinge hier. Die Bewertungen sind hier zumindest teilweise nicht frei und unabhängig abgegeben worden. Es ist davon auszugehen, dass ein nicht unerheblicher Teil der Bewertungen nur deshalb abgegeben wurde, weil die Bewerber durch X-points belohnt wurden. Es liegt auch auf der Hand, dass solche Bewertungen eher positiv ausfallen. Es ist damit zwar keine bezahlte Empfehlung im Wortsinn gegeben. Gleichwohl sind die Bewertungen nicht als objektiv anzusehen (vgl. OLG Frankfurt, Urteil vom 20. August 2020 – 6 U 270/19 –, Rn. 27, juris).

3. Schließlich fehlt es auch nicht an der notwendigen geschäftlichen Relevanz. Das Veröffentlichen der Bewertungen ist geeignet, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

Produktbewertungen, bei denen für den Verkehr erkennbar ist, dass der Rezensent eine Gegenleistung erhalten hat, werden vom Verkehr anders gewürdigt werden als Bewertungen, bei denen der Rezensent für das Produkt bezahlt hat (OLG Frankfurt MMR 2019, 313 Rn. 25-29, beck-online). Die Rezensenten bekamen für ihre Teilnahme eine wenn auch kleine Belohnung in Form der X-points. Daraus folgt zwangsläufig, dass sie bei der Abgabe ihrer Bewertung nicht frei von sachfremden Einflüssen sind. Es bestand die konkrete Gefahr, dass ein nicht zu vernachlässigender Anteil der Teilnehmer an dem Programm sich, beeinflusst von der Belohnung, veranlasst sahen, ein Produkt positiver zu bewerten als dies ihrer tatsächlichen Meinung entspricht (vgl. OLG Frankfurt ZVertriebsR 2022, 262 Rn. 28-33, beck-online).

4. Der uneingeschränkt gestellte Antrag ist jedoch insoweit nicht begründet, als mit seiner umfassenden Formulierung der Beklagten auch Verhaltensweisen verboten werden, die ihr erlaubt sind. Denn die umfassend beantragte Untersagung verböte auch die Verwendung der Bewertungen, wenn die Beklagte deutlich kenntlich macht, dass es sich insoweit um Bewertungen handelt, für die X-points als finanzieller Vorteil vergeben wurden. Die Einschränkung des Unterlassungsgebots ist daher im Urteil auszusprechen. Der Antrag ist auch durch die Formulierung „wie geschehen auf der Homepage der Beklagten in dem Zeitraum 13.11.2013 bis zum 13.07.2017“ nicht auf die konkrete Verletzungsform beschränkt. Denn diese Bezugnahme bezieht sich nicht auf die Werbung unter Bezugnahme auf die Bewertungen in diesem Zeitraum, sondern auf das in diesem Zeitraum von der Beklagte unterhaltene X-point-System. Da mithin der Unterlassungsantrag abstrakt gefasst ist, muss diese Einschränkung in den Tenor aufgenommen werden, um zu vermeiden, dass auch erlaubte Verhaltensweisen vom Verbot erfasst werden (vgl. BGH, Urteil vom 11. April 2002 – I ZR 317/99 –, Rn. 34, juris).

5. Der Unterlassungsanspruch ist nicht gemäß § 11 UWG verjährt.

Im vorliegenden Fall hat die Verjährungsfrist noch nicht zu laufen begonnen, da es sich um eine Dauerhandlung handelt, von der eine fortwährende von der Beklagten aufrecht erhaltene Störung ausgeht. Da der Eingriff noch fort dauert, kann die Verjährung des Unterlassungsanspruchs nicht beginn (vgl. BGH GRUR 2003, 448). Denn auch wenn das X-point-System nicht mehr existiert, verwendet die Beklagte weiterhin auch Bewertungen, für die X-points vergeben worden sind.

II.

Da die Klage auf wettbewerbsrechtlicher Grundlage im Hauptantrag begründet ist, sind der Beklagten gemäß § 890 Abs. 2 ZPO die in § 890 Abs. 1 ZPO genannten Ordnungsmittel anzudrohen.

III.

Der Kläger hat sowohl einen Anspruch auf Zahlung der Kostenpauschale in Höhe von 294 EUR als auch auf Erstattung der Sachverständigenkosten aus § 12 II UWG a.F.

Nach § 12 I 2 UWG kann ein zur Geltendmachung eines wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruchs Berechtigter, der nach § 12 I 1 UWG vor der Einleitung eines gerichtlichen Verfahrens den Schuldner abmahnen und ihm Gelegenheit geben soll, den Streit durch Abgabe einer mit einer angemessenen Vertragsstrafe bewehrten Unterlassungsverpflichtung beizulegen, die dafür erforderlichen Aufwendungen ersetzt verlangen, soweit die Abmahnung berechtigt ist. Eine Abmahnung ist berechtigt iSv § 12 I 2 UWG, wenn sie begründet ist, ihr also ein materiell-rechtlicher Unterlassungsanspruch zugrunde liegt, und sie außerdem wirksam sowie erforderlich ist, um dem Unterlassungsschuldner einen Weg zu weisen, den Unterlassungsgläubiger ohne Inanspruchnahme der Gerichte klaglos zu stellen (vgl. BGH GRUR 2019, 82 Rn. 24 = WRP 2019, 68 – Jogginghosen, mwN). Für den Anspruch auf Erstattung von Abmahnkosten ist das zum Zeitpunkt der Abmahnung geltende Recht maßgeblich (vgl. nur BGH GRUR 2020, 886 Rn. 26 = WRP 2020, 1017 – Preisänderungsregelung).

Maßstab für die Höhe des Aufwendungsersatzes ist die Erforderlichkeit, vergleichbar der Notwendigkeit der Kosten der Rechtsverfolgung oder Rechtsverteidigung in § 91 I 1 ZPO. Ob Aufwendungen erforderlich sind, bestimmt sich nach den Verhältnissen des jeweiligen Gläubigers (Köhler/Bornkamm/Feddersen/Bornkamm/Feddersen, 40. Aufl. 2022, UWG § 13 Rn. 116). So können – neben der Kostenpauschale – etwa auch Detektivkosten ersatzfähig sein, sofern diese erforderlich sind, einen konkreten Verdacht eines Wettbewerbsverstößes zu erhärten, um so ein Verfahren vorzubereiten (MüKoUWG/Ottöffling, 3. Aufl. 2022, UWG § 13 Rn. 282, 296).

Unter Berücksichtigung dieser Grundsätze sind dem Kläger auch die Sachverständigenkosten zuzusprechen. Es bestand ein konkreter Verdacht eines Wettbewerbsverstößes, zu dessen Vorbereitung die Hinzuziehung eines Sachverständigen erforderlich war, um die Bewertungen auszuwerten und den Verdacht zu konkretisieren. Konkrete Einwendungen gegen die Höhe der Kosten, die die Kammer gemäß § 287 ZPO für angemessen hält, werden nicht erhoben.

IV.

Die prozessualen Nebenentscheidungen folgen aus §§ 92, 709 ZPO.

