

Produktbewertungen auf der Handelsplattform

Der Verkäufer von Schmerzplastern haftet nicht für irreführende Aussagen von Kunden

Ein Händler vertreibt auf der Online-Handelsplattform Amazon Schmerzplaster ("Kinesiologie-Tapes"). Schon vor Jahren hatte ein Wettbewerbsverein mit ihm wegen irreführender Werbung gestritten. Denn der Händler hatte seine Produkte als wirksames Mittel gegen Schmerzen angepriesen, was medizinisch nicht nachgewiesen ist. Damals hatte der Anbieter den Prozess verloren und musste die Reklame ändern, weil sie gegen das Heilmittelwerbegesetz verstieß.

Nun verklagte ihn der Wettbewerbsverein erneut. Diesmal ging es allerdings nicht um Werbung des Anbieters selbst, sondern um Bewertungen, die Kunden auf Amazon eingestellt hatten. Käufer können bei Amazon Produkte bewerten. Wird auf der Online-Handelsplattform ein bestimmter Artikel von Internetnutzern aufgerufen, werden automatisch alle Kundenbewertungen angezeigt, die zu diesem Artikel abgegeben wurden.

Bei den Kinesiologie-Tapes stießen Interessenten auf folgende Kommentare: "Schnell lässt der Schmerz nach", "Die Schmerzen gehen durch das Bekleben weg" oder "Schmerzen lindern". Amazon lehnte es ab, die Kundenrezensionen zu löschen. Daraufhin verlangte der Wettbewerbsverein bei Gericht, gegen den Händler eine Vertragsstrafe zu verhängen: Statt von Amazon zu fordern, diese irreführenden Aussagen zu löschen, habe er sich diese Aussagen zu Eigen gemacht.

Der Wettbewerbsverein verlor den Prozess vor dem Bundesgerichtshof (I ZR 193/18). Zweifellos seien die gesundheitsbezogenen Angaben in den Kundenbewertungen irreführend, erklärten die Bundesrichter. Die unzulässige Werbung für Medizinprodukte sei aber nicht dem Händler zuzurechnen, der nicht aktiv damit werbe. Nach den Feststellungen der Vorinstanz habe er die blauäugigen Rezensionen auch nicht veranlasst oder sich deren Inhalt zu eigen gemacht. Für diesen Inhalt müsse er daher nicht geradestehen.

Die Bewertungen seien deutlich als Äußerungen von Kunden gekennzeichnet, fänden sich bei Amazon getrennt vom Angebot des Händlers und würden von Internetnutzern nicht dem Verkäufer zugerechnet. Zu berücksichtigen sei in diesem Zusammenhang auch, dass Kundenbewertungssysteme auf Online-Marktplätzen gesellschaftlich erwünscht seien. Verbraucher tauschten gerne Informationen über Vorzüge und Nachteile von Produkten mit anderen Verbrauchern aus. Dieses Interesse sei durch das Grundrecht der Meinungsfreiheit geschützt.

© Der Juristische Pressedienst Gritschneider UG ist Inhaber sämtlicher Inhalte und Nutzungsrechte. Diese sind urheberrechtlich geschützt. Auf die Nutzungsbedingungen wird verwiesen.

Quelle:

<http://www.onlineurteile.de/urteil/produktbewertungen-auf-der-handelsplattform>