

**Autor:** Schier, Susanne  
**Seite:** 034

**Nummer:** 010  
**Auflage:** 75.250 (gedruckt)<sup>1</sup> 132.789 (verkauft)<sup>1</sup>  
 137.159 (verbreitet)<sup>1</sup>

**Ressort:** Finanzen & Börsen | Geldanlage

**Reichweite:** 0,450 (in Mio.)<sup>2</sup>

**Mediengattung:** Tageszeitung

<sup>1</sup> IVW 3/2019

<sup>2</sup> AGMA ma 2019 Tageszeitungen

## Yelp darf Bewertungen ignorieren

Das Internetportal kann seine Geschäftspraxis fortführen und muss in eine Gesamtbewertung nicht alle abgegebenen Beurteilungen einbeziehen.

Susanne Schier Frankfurt

Das Internetbewertungsportal Yelp darf auf seiner Plattform weiterhin eine in Sternen ausgedrückte Gesamtbewertung für Unternehmen anzeigen, die nicht alle abgegebenen Kundenbewertungen berücksichtigt. Das hat der Bundesgerichtshof (BGH) am Dienstag im Streit zwischen der Fitnessstudio-Betreiberin Renate Holland und dem Onlineportal entschieden (Az. VI ZR 495 18). Die Richter hoben damit das vorausgehende Urteil des Oberlandesgerichts (OLG) München auf.

Eine automatisierte Software teilt bei Yelp die Beiträge nach bestimmten Kriterien zur Glaubwürdigkeit in "empfohlen" und "nicht empfohlen" ein. Das System bezieht dann nur die "empfohlenen" Rezensionen bei der Vergabe der Sternenzahl mit ein, wodurch sich die Klägerin, eine ehemalige Bodybuilding-Weltmeisterin, zu schlecht bewertet fühlt. Hollands Anwalt Axel Rinkler stand nach der Urteilsverkündung nicht für eine Einschätzung bereit.

Das Portal hat nach Ansicht des BGH keine unwahren Tatsachen behauptet oder verbreitet. Die rechtlich geschützten Interessen der Klägerin überwiegen nicht die schutzwürdigen Belange der Beklagten. Die Anzeige des Bewertungsdurchschnitts und der Einstufung von Nutzerbewertungen als "empfohlen" oder "nicht empfohlen" seien durch die Berufs- sowie Meinungsfreiheit geschützt; ein Gewerbetreibender müsse Kritik an seinen Leistungen und die öffentliche Erörterung geäußelter Kritik grundsätzlich hinnehmen, so der BGH. Auf der im Jahr 2004 in den USA gegründeten Internetplattform Yelp bewerten die Nutzer lokale Geschäfte, Restaurants und Dienstleistungen. Sie können dabei einen bis fünf Sterne vergeben. Zudem können sie einen Erfahrungsbericht schreiben. In die Gesamt-

bewertung fließen aber, gesteuert durch den Algorithmus, nur die Kundenurteile ein, die das Portal für authentisch hält. Zu den Auswahlkriterien gehören laut Yelp beispielsweise die Qualität, die Vertrauenswürdigkeit und die bisherige Aktivität des Nutzers.

Die Klägerin ist der Ansicht, die Unterscheidung zwischen empfohlenen und momentan nicht empfohlenen Beiträgen erfolge willkürlich und nicht anhand nachvollziehbarer Kriterien, wodurch ein verzerrtes und unrichtiges Gesamtbild entstehe. So bekam eines ihrer Fitnessstudios auf dem Bewertungsportal am 10. Februar 2014 aufgrund eines empfohlenen Beitrags vom 7. Februar 2014 nur drei Sterne.

24 ältere Beiträge mit überwiegend positiven Bewertungen zeigte Yelp dagegen als momentan nicht empfohlen an und bezog sie in die Gesamtnote nicht ein. "Meine Studios leiden darunter", sagte Holland der Nachrichtenagentur dpa zufolge bei der Verhandlung im vergangenen November. Unterstützung erhält sie beispielsweise vom Kölner Medienrechtler Christian Solmecke von der Kanzlei Wilde Beuger Solmecke: "Das Yelp-System steht meiner Meinung nach im Widerspruch zum Wesen eines Bewertungsportals. Wenn ich als Webseitenbesucher die Gesamtnote eines Shops betrachte, gehe ich automatisch davon aus, dass diese den Durchschnitt aller abgegebenen Stimmen darstellt."

Solmecke räumt aber auch ein: "Wäre der BGH zu einem anderen Ergebnis gelangt, hätte dies weitreichende Folgen für Bewertungsportale nach sich gezogen. Yelp hätte seine bisherige Bewertungspraxis extrem überarbeiten müssen. Vielleicht auch in Kenntnis der Reichweite einer solchen Entscheidung hat sich der BGH sehr stark auf den konkreten Fall Yelp bezogen. Das Urteil

ist insofern nicht auf alle Bewertungsportale übertragbar. Allerdings müssen nun erst einmal die vollständigen Urteilsgründe abgewartet werden."

### **Bewertungen sind ein großes Geschäft**

Yelp hatte vor dem BGH seinen Algorithmus nicht offengelegt, da dieser sein Geschäftsgeheimnis sei. Yelp-Anwalt Stephan Zimprich sagte nach der Urteilsverkündung dem Handelsblatt: "Der BGH hat anerkannt, dass diese Vorgehensweise nicht nur zulässig, sondern wichtig für Nutzer des Bewertungsportals ist. Die Empfehlungssoftware dient auch dazu, möglicherweise manipulierte und beeinflusste Bewertungen nicht in die Gesamtbewertung einfließen zu lassen."

Es soll also verhindert werden, dass Bewertungen gezielt manipuliert werden, damit sie durch den Filter rutschen. Yelp will auf diese Weise sicherstellen, dass nur authentische Bewertungen berücksichtigt werden. Aussortieren soll die Software dagegen Bewertungen, die gefälscht oder gekauft sind. Das sind beispielsweise auch Rezensionen, die von einem Konkurrenten erstellt oder in Auftrag gegeben wurden, um einem Unternehmen zu schaden. Oder auch solche, die ein Unternehmen selbst geschrieben hat, um sich in möglichst schönem Licht darzustellen.

Bewertungen im Internet sind mittlerweile ein riesiges Geschäft geworden. Sie sind für Unternehmen und ihre Reputation extrem wichtig. Wird ein Hotel, ein Restaurant oder eben ein Fitnessstudio schlecht bewertet, wirkt sich das häufig unmittelbar auf das Geschäft aus. Denn viele Verbraucher nutzen die Bewertungen anderer Kunden als Entscheidungshilfe vor dem Kauf. Ein Beispiel: Eine Umfrage, die die Marktforscher von Splendid Research im März 2019 veröffentlicht haben, ergab, dass

70 Prozent der Verbraucher vor der Buchung einer Urlaubsreise auf Kundenbewertungen schauen.

Wichtig für Verbraucher ist daher, dass die Bewertungsportale eine neutrale Plattform zur Verfügung stellen und dass die Nutzer sich auf diese Bewertungen verlassen können. Nicht in jedem Fall ist das gegeben: Immer wieder tauchen auf den Plattformen auch gekaufte oder sogar gefälschte Bewertungen auf. Verbraucherschützern zufolge sollten Kunden daher Bewertungen im Internet immer kritisch betrachten: Es sei nur sehr schwer zu unterscheiden, was authentisch und was gefälscht ist, sagte Tatjana Halm von der Verbraucherzentrale Bayern vor einiger Zeit im Gespräch mit dem Handelsblatt: "Bewertungen können allenfalls eine Hilfestellung geben, beispielsweise wenn potenzielle Käufer Details zu bestimmten Produkteigenschaften wissen wollen."

Die Bewertungsportale unternehmen unterschiedliche Anstrengungen, um Fake-Bewertungen zu erkennen. Manche wie Yelp arbeiten mit Algorithmen. Andere Portale beschäftigen auch Mitarbeiter, die sich die Bewertungen stichprobenweise auch manuell anschauen oder die Hinweise auf Fälschungen von Nutzern überprüfen. Ob allein ein Algorithmus Fake-Bewertungen tatsächlich erkennt, kann zumindest angezweifelt werden. Ein Kriterium in der Software ist schließlich auch die Aktivität des Nutzers. Dass jemand, der viele Bewertungen schreibt, auch wirklich in jedem beurteilten Restaurant oder Fitnessstudio war, kann wohl nicht mit Sicherheit festgestellt werden.

#### **Experten kritisieren das Urteil**

Dass der aktuelle Fall schwer zu beurtei-

len ist, hat sich auch darin gezeigt, dass sich die Vorinstanzen uneinig waren: Das Landgericht München hatte die Klage noch abgewiesen. Das Oberlandesgericht München hatte sich dagegen auf die Seite der Klägerin gestellt und Yelp untersagt, eine Gesamtbewertung auszuspielen, in die die nicht empfohlenen Bewertungen nicht einfließen.

Der Mannheimer Anwalt Steffen Henn von der Wirtschaftskanzlei SZA Schilling, Zutt & Anschütz ist mit dem BGH-Urteil denn auch alles andere als zufrieden: "Mit der Entscheidung setzt der Bundesgerichtshof seine Rechtsprechung zugunsten der Betreiber von Bewertungsportalen und deren Geschäftsmodellen fort." Wie schon zuvor in den "Ärztbewertungsportal"-Entscheidungen stelle der BGH die Interessen der Portalnutzer erneut vor die Interessen der Bewerteten.

Mit dem Ärztbewertungsportal ist Jameda gemeint: Im Jahr 2014 urteilte der BGH, dass es grundsätzlich zulässig ist, personenbezogene Daten im Rahmen eines Arztsuche- und Arztbewertungsportals zu speichern und Dritten zur Nutzung zur Verfügung zu stellen (Az. VI ZR 358 13). Im Streit zwischen einem Zahnarzt und Jameda urteilte der BGH 2016, dass Portalbetreiber genauer prüfen müssen, ob der Nutzer tatsächlich von dem Arzt behandelt wurde.

Die Prüfpflichten dürften aber nicht so weit gehen, dass das Geschäftsmodell der Internetplattform wirtschaftlich gefährdet ist (Az VI ZR 34 15). 2018 schließlich musste Jameda nach einem BGH-Urteil das kostenfreie Basisprofil einer Dermatologin löschen. Der Grund: Konkurrenten, die ein Premiumpaket gebucht hatten, wurden beim Aufruf nicht zahlender Ärzte als Werbung ein-

geblendet. Jameda sei somit kein neutraler Informationsvermittler mehr (Az. VI ZR 30 17).

Die aktuelle Entscheidung des BGH gehe an der schnelllebigsten Realität des Internets vorbei, betont Henn. Der "unvoreingenommene und verständige" Nutzer werde in den allermeisten Fällen allein die Gesamtbewertung zur Kenntnis nehmen, ist der Rechtsanwalt überzeugt. Der BGH habe mit dieser Entscheidung leider die Gelegenheit vertan, den Portalbetreibern Vorgaben für mehr Transparenz hinsichtlich der Zusammensetzung der Gesamtbewertung zu machen.

Für etwas mehr Fairness und Transparenz könnte laut Rechtsanwalt Solmecke in diesem Jahr die sogenannte P2P-Verordnung sorgen. Sie gilt ab dem 12. Juli 2020 unmittelbar in den EU-Mitgliedstaaten und sieht zahlreiche Pflichten vor, die Plattform-Anbieter in Zukunft beachten müssen. Unter anderem sollen Rankings erheblich transparenter gemacht werden. Unternehmen müssen dann offenlegen, ob Nutzer diese durch die Zahlung von direkten oder indirekten Entgelten beeinflussen können.

#### **ZITATE FAKTEN MEINUNGEN**

70 Prozent der Verbraucher schauen vor der Buchung einer Urlaubsreise auf die Bewertungen anderer Kunden. Quelle: Splendid Research.

Mit der Entscheidung setzt der BGH seine Rechtsprechung zugunsten der Betreiber von Bewertungsportalen und deren Geschäftsmodellen fort. Steffen Henn SZA Schilling, Zutt & Anschütz

<b>Abbildung:</b>	Schmeckt's? Bewertungsportale, auch für Restaurants, sind im Internet beliebt. Nur nicht immer bei den Bewerteten.
<b>Abbildung:</b>	Unsplash Renate Holland: Die Ex-Weltmeisterin im Bodybuilding und Betreiberin von Fitnessstudios hatte gegen Yelp geklagt.
<b>Abbildung:</b>	dpa
<b>Wörter:</b>	1321
<b>Urheberinformation:</b>	Handelsblatt Media Group GmbH & Co. KG 2020: Alle Rechte vorbehalten. Die Reproduktion oder Modifikation ganz oder teilweise ohne schriftliche Genehmigung der Handelsblatt Media Group GmbH & Co. KG ist untersagt. All rights reserved. Reproduction or modification in whole or in part without express written permission is prohibited.