
Datum: 05.01.2012
Gericht: Landgericht Köln
Spruchkörper: 31. Zivilkammer
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 31 O 491/11
ECLI: ECLI:DE:LGK:2012:0105.31O491.11.00

Tenor:

Die Beklagte wird unter Androhung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 € - ersatzweise Ordnungshaft - oder der Ordnungshaft bis zu sechs Monaten verurteilt, es zu unterlassen, zu Zwecken des Wettbewerbs,

die von ihr angebotenen bzw. vermittelten Hotels mit einem als solchen bezeichneten „Gütesiegel“ zu bewerben, wenn der Vergabe dieses Siegels ausschließlich Bewertungen oder Erfahrungsberichte zugrunde liegen, die dem Reiseportal „anonym1.de“ entnommen sind, wie nachstehend wiedergegeben:

(Es folgt eine 3-seitige Darstellung)2. mit den Aussagen „geprüfte Qualität“, „geprüfte Gästemeinungen“ und/oder „echte Gästemeinungen“ zu werben, wie nachstehend wiedergegeben:

a) (-Darstellung-)

b) (-Darstellung-)

c) (Darstellung-)

3. zu behaupten, dass es sich bei dem unter Ziffer 1. aufgeführten Siegel um

a) „das unabhängige Gütesiegel der Touristik“

und/oder

b) "das Kunden-Gütesiegel der Touristik“

und/oder

c) ein „Kunden-Gütesiegel“

handele.

Die Kosten des Rechtsstreits tragen die Klägerin zu 10%, die Beklagte zu 90%.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar, für die Klägerin jedoch nur gegen Sicherheitsleistung. Die Höhe der Sicherheit beträgt für die Vollstreckung aus dem Tenor zu I.1. 150.000 €, für die Vollstreckung aus dem Tenor zu I.2. und I.3. jeweils 50.000 €, im Übrigen 110% des zu vollstreckenden Betrages.

Der Klägerin wird nachgelassen, die Vollstreckung der Beklagten gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des zu vollstreckenden Betrages abzuwenden, wenn nicht die Beklagte zuvor Sicherheit in gleicher Höhe leistet.

Tatbestand

1

Die Parteien stehen bei der Vermittlung von Reisen und Hotelaufenthalten miteinander im Wettbewerb. Die Klägerin betreibt u.a. das Internetportal www.holidaycheck.de, wo Hotels von Besuchern der Seite bewertet werden können und Reisen sowie Hotelübernachtungen vermittelt werden. Die Beklagte betreibt die Internetseite www.anonym2.de, wo ebenfalls Reisen und Hotelübernachtungen vermittelt werden.

2

Auf www.anonym2.de bewirbt die Beklagte Hotels mit Gästebewertungen, die über das ebenfalls von ihr betriebene Internetportal www.anonym1.de generiert werden. Auf Basis der durchschnittlichen Bewertung erhalten die Hotels eine Note zwischen „mangelhaft“ (1 Stern) und „exzellent“ (6 Sterne). Auf der Bewertungsseite eines Hotels können Besucher der Internetseite eine Vielzahl von Einzelnoten für eine Vielzahl von Punkten in den Kategorien „Lage und Umgebung des Hotels“, „Das Hotel allgemein“, „Zimmer und Unterbringung im Hotel“, „Der Service des Hotels“, „Die Gastronomie des Hotels“, „Sport, Unterhaltung und Pool“ abgeben und das Preis-Leistungs-Verhältnis bewerten. Darüber hinaus können sie frei formulierte Anmerkungen hinzufügen. Eine sachliche Überprüfung der abgegebenen Bewertungen durch die Beklagte findet nicht statt.

3

Die Beklagte bewirbt die Bewertungen von www.anonym1.de wie im Tenor zu I.1. 4
wiedergegeben als „Gütesiegel“, auch als „das unabhängige Gütesiegel der Touristik“, „das
Kunden-Gütesiegel der Touristik“ und „Kunden-Gütesiegel“. Dabei verwendet sie die im
Tenor zu I.2. wiedergegebenen Logos. Wegen der Einzelheiten wird auf Anlagen K 4 (Bl. 27
ff. d. A.) und K 6 (Bl. 33 d. A.) Bezug genommen.

Die Klägerin hält diese Werbung der Beklagten für irreführend. Bei den Gästebewertungen 5
handele es sich nicht um ein Gütesiegel in dem Sinne, wie es von den angesprochenen
Verkehrskreisen verstanden werde. Es werde auch weder die Qualität des Hotels geprüft,
noch würden die Gästemeinungen überprüft. Bei der Aussage „Echte Gästemeinungen“
handele es sich um eine unzulässige Werbung mit Selbstverständlichkeiten. Die Bezeichnung
als „Gütesiegel der Touristik“ erwecke den unzutreffenden Eindruck, es handele sich um eine
offizielles Gütesiegel eines Verbandes oder einer öffentlichen Stelle, während die
Bezeichnung als „Kunden-Gütesiegel“ irreführend sei, weil es weder von Kunden vergeben
werde, noch in besonderem Maße den Interessen von Kunden diene.

Nach einer dem Klagebegehren entsprechenden Klarstellung der Klageanträge und einer 6
Zurückführung des Klageantrags zu I.1. auf die konkrete Verletzungsform beantragt die
Klägerin,

- sinngemäß wie erkannt - 7

Die Beklagte beantragt, 8

die Klage abzuweisen. 9

Sie hält die Klage bereits für unzulässig, weil die Klägerin nicht angebe, in welcher 10
Reihenfolge sie die einzelnen Streitgegenstände geltend mache. Für den Klageantrag zu 3.
fehle das Rechtsschutzbedürfnis. In der Sache ist die Beklagte der Auffassung, dass die
Bezeichnung „Gütesiegel“ nicht zu beanstanden sei, weil es aufgrund neutraler Bewertungen
durch Hotelgäste anhand objektiver Prüfkriterien vergeben werde. Es finde zudem eine
hinreichende Aufklärung darüber statt, dass das Gütesiegel allein auf den Gästebewertungen
basiere. Die Prüfung des Hotels durch die Gäste rechtfertige auch die Aussage „Geprüfte
Qualität“, die Bewertungen selbst wiederum würden von Mitarbeitern auf beleidigende Inhalte
und Plausibilität geprüft, so dass es sich um „Geprüfte Gästemeinungen“ handele. Dass die
Bewertungen auf Hotelbewertungsportalen echt seien, sei keineswegs selbstverständlich, wie
die – unstrittige – Berichterstattung in der Presse über gefälschte Hotelbewertungen u.a. auf
dem Portal der Klägerin belege. Bei dem Gütesiegel handele es sich schließlich um ein
Gütesiegel von Kunden für Kunden und auch die Bezeichnung als „Gütesiegel der Touristik“
sei nicht geeignet, einen unzutreffenden offiziellen Eindruck zu suggerieren.

Wegen der weiteren Einzelheiten zum Vorbringen der Parteien wird auf die überreichten 11
Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

Entscheidungsgründe 12

Die Klage ist zulässig und begründet. 13

I. An der Zulässigkeit der Klage bestehen keine Bedenken. Insbesondere sind Klageanträge 14
und –gründe hinreichend bestimmt. Da die Klägerin verschiedene Klagebegehren
nebeneinander verfolgt, die sie inhaltlich jeweils nur auf eine wettbewerbsrechtliche
Beanstandung stützt, bedarf es einer Bestimmung der Reihenfolge, in welcher die Begehren

geltend gemacht werden nicht. Ein Fall der alternativen Klagebegründung liegt erkennbar nicht vor.

Für den Klageantrag zu I.3. fehlt auch nicht das Rechtsschutzbedürfnis. Der in den drei Werbeaussagen, die Gegenstand des Antrags sind, enthaltene Begriff „Gütesiegel“ ist zwar schon Gegenstand des Antrags zu I.1., die Klägerin will die Aussagen aber kumulativ aus anderen Gründen als der Verwendung des Begriffs „Gütesiegel“ verboten wissen. 15

II. Die Klage hat auch in vollem Umfang Erfolg. Die Unterlassungsansprüche der Klägerin ergeben sich aus §§ 3, 5 Abs. 1, 8 Abs. 1 UWG. 16

1. Die Werbung mit einem „Gütesiegel“, das allein auf Bewertungen aus dem Internetportal www.anonym1.de beruht, täuscht die angesprochenen Verkehrskreise über die Qualität der damit verbundenen Gesamtbewertung der Hotels. Der Verkehr erwartet, dass ein Gütesiegel nach einer sachgerechten Prüfung durch eine neutrale Instanz verliehen wird (OLG Frankfurt, Beschl. v. 08.03.1994 – 6 W 16/94 – „Touristik Gütesiegel“). Hieran fehlt es: 17

Als sachgerechte Prüfung in diesem Sinne kann bei Hotelbewertungen nur eine qualifizierte Beurteilung nach einheitlichen Kriterien angesehen werden. Auf www.anonym1.de werden zwar die Kategorien und Einzelpunkte, die bewertet werden können, vorgegeben und die Bewertung erfolgt nach einer Art Schulnotensystem, die Bewertung erfolgt aber durch Hotelbesucher, die als zahlende Gäste, die einem Hotel im Regelfall kostbare Urlaubszeit verbringen, nicht neutral und objektiv sind. Die Beklagte versucht nicht einmal, die Bewertung durch Erläuterungen oder Vorgaben zur Vergabe der „Noten“ und zu den einzelnen Bewertungskategorien zu objektivieren. Im Übrigen haben persönliche Meinungen von Reisenden auch mit einer qualifizierten Prüfung, wie sie der Verkehr erwartet, nichts zu tun. Der Hotelgast prüft das Hotel nicht, er verbringt dort Zeit, nimmt Leistungen für sich in Anspruch und nutzt die Einrichtungen des Hotels gemäß seiner persönlichen Interessen. Wenn er seine subjektiven Erfahrungen in einer Bewertung mit anderen teilt, macht das aus seiner Reise keine Prüfung im Sinne der Verkehrserwartung. 18

Es kommt hinzu, dass durch die Beklagte keine ausreichende Überprüfung der Bewertungen erfolgt. Die Bewertungen werden auch nach dem Vortrag der Beklagten nur auf beleidigende Inhalte und Plausibilität überprüft, um gefälschte Bewertungen im Auftrag des Hotelbetreibers oder aber eines Konkurrenten auszuschließen. Von einem Gütesiegel erwartet der Verkehr indes, dass es auf Tatsachen beruht, die von der das Siegel vergebenden Stelle geprüft worden sind. Etwas anderes ergibt sich nicht daraus, dass die das Hotel bewertenden Gäste die Tatsachen „geprüft“ haben sollen. Abgesehen davon, dass es sich hierbei schon gar nicht um eine Prüfung im Sinne des Verkehrsverständnisses handelt, ist durch eine bloße Plausibilitätsprüfung gerade nicht sichergestellt, dass es sich tatsächlich um Bewertungen handelt, die von Personen, die Gast in dem Hotel waren, abgegeben worden sind. Zudem vergeben nicht die Gäste, sondern die Beklagte das Gütesiegel. 19

In der konkreten Form wird der Verkehr auch nicht in ausreichender Weise über das Zustandekommen des Gütesiegels aufgeklärt. Bei der herausgehobenen Verwendung des sachlich unzutreffenden Begriffs Gütesiegel als Werbeschlagwort ist eine Aufklärung, die geeignet wäre eine Irreführung auszuschließen, schon vom Ansatz her zweifelhaft. Die in der mündlichen Verhandlung angeregte Bezugnahme auch die konkrete Verletzungsform erschien der Kammer vor allem deshalb erforderlich, weil die Verwendung des Begriffs Gütesiegel in nicht hervorgehobener, plakativer Weise im Zusammenhang mit den Hotelbewertungen von www.anonym1.de zulässig sein kann, wenn im Rahmen der Werbung unmissverständlich erläutert wird, was Grundlage der Gesamtbewertung ist. 20

2. Auch die mit dem Antrag zu I.2. angegriffenen Werbeaussagen in den von der Beklagten verwendeten Logos sind irreführend.	21
a) Die Angabe „Geprüfte Qualität“ wird ein Großteil der angesprochenen Verkehrskreise auf die Qualität des bewerteten Hotels beziehen, nicht auf eine Überprüfung der Bewertungen. Eine Überprüfung der Qualität des Hotels erfolgt durch die Beklagte indes unstreitig nicht, die Überprüfung durch die bewertenden Gäste ist aus den Gründen zu II.1. nicht ausreichend.	22
b) Auch die Angabe „Geprüfte Gästemeinungen“ ist jedenfalls ambivalent. Die Beklagte unterzieht die Bewertungen zwar einer Plausibilitätsprüfung. Zumindest ein Teil der angesprochenen Verkehrskreise wird indes auch eine Überprüfung der Bewertungen auf inhaltliche Richtigkeit – etwa durch Mitarbeiter der Beklagten, die das bewertete Hotel kennen – erwarten, die unstreitig nicht erfolgt.	23
c) Bei der Angabe „Echte Gästemeinungen“ handelt es sich schließlich um eine unzulässige Werbung mit einer Selbstverständlichkeit. Wer mit Gästebewertungen wirbt, darf das nur tun, wenn es sich um echte Bewertungen handelt. Der Betreiber eines Bewertungsportals ist daher gehalten, jedenfalls durch geeignete automatisierte oder persönliche Überprüfungen der Bewertungen sicherzustellen, dass gefälschte Bewertungen soweit wie möglich herausgefiltert werden. Dass die Beklagte dieser Pflicht genügt, darf sie nicht durch die hervorgehobene Angabe „Echte Gästemeinungen“ als Besonderheit bewerben. Dass die Überprüfung fehleranfällig ist, wie die von der Beklagten vorgetragene Presseberichterstattung eindrucksvoll belegt, führt zu keinem anderen Ergebnis. Es könnte allenfalls die werbliche Herausstellung besserer und effektiverer Überprüfungsverfahren bei der Beklagten rechtfertigen, soweit dies tatsächlich der Fall ist.	24
3. Auch die Aussagen gemäß Klageantrag zu I.3. enthalten über die Bewerbung als „Gütesiegel“ hinausgehende irreführende Angaben.	25
a) Die Angabe „Gütesiegel der Touristik“ in den Anträgen zu I.3.a) und b) erweckt den unzutreffenden Eindruck, dass es sich um ein Gütesiegel eines Verbandes oder einer anderen offiziellen Stelle handle. Die Verwendung des bestimmten Artikels „der“ im Zusammenhang mit einem Substantiv, das wie „Touristik“ eine Branche beschreibt, verbindet der Verkehr in diesem Zusammenhang mit der Vergabe des Siegels durch offizielle Vertreter der Branche, etwa eines Branchenverbandes. Aber auch wer erkennt, dass es sich lediglich um eine Durchschnittsnote aus Gästebewertungen handelt, wird zumindest erwarten, dass es sich um eine Bewertung eines Portals der Touristikbranche, nicht nur eines einzelnen Unternehmens handelt.	26
b) Auch die Bezeichnung „Kunden-Gütesiegel“ gemäß der Anträge zu I.3.b) und c) ist unzutreffend. Entgegen der Auffassung der Klägerin wird das Gütesiegel nicht von Kunden vergeben. Die Kunden geben jeweils nur eine Einzelbewertung des Hotels ab. Es ist die Beklagte, die aus diesen Einzelbewertungen eine Gesamtnote errechnet und diese als Gütesiegel für die Bewerbung des Hotels nutzt. Das Siegel steht auch nicht für eine besondere Kundenfreundlichkeit der bewerteten Hotels, wie schon der Umstand zeigt, dass sogar mit „mangelhaft“ bewertete Hotels, mit dem Gütesiegel beworben werden.	27
III. Die Kostenentscheidung beruht auf §§ 91 Abs. 1, 269 Abs. 3 ZPO. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus § 708 Nr. 11, 709, 711 ZPO.	28
Streitwert: 250.000 €	29
