

Das OLG Köln stellte in seiner Entscheidung ([6 U 161/16 vom 24.05.2017](#), [ECLI:DE:OLGK:2017:0524.6U161.16.00](#)) fest, dass auch die Wiedergabe von Kundenmeinungen auf einer Webseite des Unternehmens als Werbung zu qualifizieren ist.

Der Begriff der Werbung umfasst nach dem allgemeinen Sprachgebrauch alle Maßnahmen eines Unternehmens, die auf die Förderung des Absatzes seiner Produkte oder Dienstleistungen gerichtet sind. Damit ist außer der unmittelbar produktbezogenen Werbung auch die mittelbare Absatzförderung – beispielsweise in Form der Imagewerbung oder des Sponsoring – erfasst. Werbung ist deshalb in Übereinstimmung mit Art. 2 Buchst. a der Richtlinie 2006/113/EG über irreführende und vergleichende Werbung jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen zu fördern (BGH, Urteil vom 12.09.2013 – I ZR 208/12, GRUR 2013, 1259 – Empfehlungs-E-Mail). Hierunter fällt auch die Möglichkeit, Kundenbewertungen einzustellen. Denn diese Möglichkeit dient allein dem Zweck, Vertrauen in die Leistungen des Produkts zu schaffen. Die Möglichkeit wird daher von der Beklagten geschaffen, um den Absatz des Produktes zu fördern.

An dieser Wertung soll sich auch dann nichts ändern, wenn das Unternehmen alle Kundenmeinungen, also unabhängig vom Inhalt, in das eigene Webangebot einstellt.

Dass die Beklagte nach ihrem Vortrag positive und negative Bewertungen einstellt und diese auch nicht bearbeitet oder entfernt, führt zu keinem anderen Ergebnis. Denn die Ermöglichung der Bewertung erfolgt erkennbar allein in der Hoffnung, dass die positiven Bewertungen überwiegen werden. Anderenfalls wäre es aus unternehmerischer Sicht sinnlos, den Kunden ein solches Portal zur Verfügung zu stellen.