

|                         |                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Autor:</b>           | Dr. Klaus Lodigkeit, LL.M., RA, FA für IT-Recht, FA für gewerblichen Rechtsschutz und FA für Urheber- und Medienrecht, Geprüfter Datenschutzbeauftragter (TÜV) nach DSGVO und BDSG |
| <b>Datum:</b>           | 08.12.2023                                                                                                                                                                         |
| <b>Quelle:</b>          |                                                                                                   |
| <b>Normen:</b>          | Art 5 GG, Art 2 GG, Art 1 GG, Art 19 GG, § 19 TTDSG ... mehr                                                                                                                       |
| <b>Fundstelle:</b>      | AnwZert ITR 24/2023 Anm. 2                                                                                                                                                         |
| <b>Herausgeber:</b>     | Prof. Dr. Dirk Heckmann, Technische Universität München<br>Prof. Dr. Peter Bräutigam, RA und FA für IT-Recht, München                                                              |
| <b>Zitiervorschlag:</b> | Lodigkeit, AnwZert ITR 24/2023 Anm. 2                                                                                                                                              |

---

## **Das Reputationsrecht im Kontext der Digitalisierung (Teil 1)**

### **A. Einleitung**

In einer zunehmend vernetzten Welt, in der Informationen mühelos verbreitet werden können, gewinnt der Schutz der persönlichen Reputation eine besondere Bedeutung. Das Reputationsschutzrecht (kurz: Reputationsrecht), oder auch bekannt als Reputationsmanagement, stellt einen rechtlichen Rahmen dar, der individuellen Personen und Unternehmen ermöglicht, die eigene Reputation vor unbegründeten Angriffen und Diffamierungen zu schützen.

Diese Arbeit widmet sich einer eingehenden Untersuchung des Reputationsrechts in einer Ära, in der digitale Kommunikationsmittel eine unvergleichliche Reichweite bieten, aber auch neue rechtliche und ethische Herausforderungen aufwerfen. Um den Status quo der Rechtsprechung durch unsere obersten Gerichtshöfe besser nachvollziehen zu können, wird zunächst ein Blick auf die Begrifflichkeiten geworfen. Im zweiten Teil wird dann die bisherige Entwicklung behandelt. Diesbezüglich befasst sich diese Arbeit auch mit Definitionen von Fachbegriffen, welche im weiteren Verfahren dieser Arbeit von Bedeutung sind und im jeweiligen Kontext eben genau so zu verstehen sein sollten.

Gerade im Kontext mit Google-Bewertungen und Foreneinträgen ist diese Darstellung für selbstständige Rechtsanwälte, Unternehmensjuristen und alle anderen am wirtschaftlichen Verkehr teilnehmenden Personen von Bedeutung. Das wirtschaftliche und auch berufliche Fortkommen hängt heutzutage im erheblichen Maße vom „guten Ruf im Internet“ ab.

### **B. Die Rechtslage**

#### **I. Bestimmung der Begrifflichkeiten Digitalisierung und Reputation**

##### **1. Definitionen**

Im Grunde ist der Begriff der Digitalisierung bekannt, wird in jeglicher Art von Kontext und zudem schon fast inflationär verwendet. Einerseits nutzen wir ihn in unserem privaten Alltag, andererseits dient er als Beschreibung des Fortschritts innerhalb sowie außerhalb von Unternehmen. Im Grunde bedeutet Digitalisierung jedoch die Wandlung einer analogen Information in ein digitales Format.

##### **2. Reputation**

Fragt man ChatGPT als einen der wohl bekanntesten Chatbots, welcher mittels Künstlicher Intelligenz textbasierte Nachrichten kommuniziert, was Reputation bedeutet, so erhält man in etwa folgende Definition: „Die Reputation bezieht sich auf den allgemeinen Ruf, den eine Person, eine Gruppe, eine Organisation oder eine Entität in der Öffentlichkeit oder in einem bestimmten sozialen Kontext hat. Sie spiegelt die Wahrnehmung wider, die andere Menschen von der Glaubwürdigkeit, dem Verhalten, den

Fähigkeiten, den Handlungen und den Leistungen dieser Entität haben. Eine positive Reputation bedeutet, dass die Entität als zuverlässig, kompetent, vertrauenswürdig und ethisch angesehen wird, während eine negative Reputation auf Unzuverlässigkeit, Inkompetenz, mangelnde Glaubwürdigkeit oder unethisches Verhalten hinweisen kann. Reputation bezieht sich auf den allgemeinen Eindruck, den eine Person, eine Gruppe, ein Unternehmen oder eine andere Entität in den Augen anderer Menschen oder Gruppen hat. Sie spiegelt wider, wie vertrauenswürdig, respektiert und angesehen diese Entität aufgrund ihrer vergangenen Handlungen, Verhaltensweisen, Leistungen oder Interaktionen ist.“

#### **a) Im Kontext von Unternehmungen**

In der Konsequenz einer positiven Reputation bedeutet das für Unternehmungen, dass sie ein verbessertes Markenimage gegenüber Wettbewerbern haben, was zu einer höheren Kundenbindung und letztlich zu einem Geschäftserfolg führen kann. Folglich ist in Unternehmungen von Priorität, dass sie einen guten Ruf auf Basis von Zuverlässigkeit, Kompetenz und Vertrauenswürdigkeit genießen.

#### **b) Im Kontext der Digitalisierung**

Wird die Reputation einer Unternehmung nun in einem Kontext mit der Digitalisierung betrachtet, so geht es insbesondere um das Markenimage, welches digital nach außen transportiert wird. Es gilt jedoch zu beachten, dass insbesondere im Internet die Kommunikation bilateral vonstattengeht. Einerseits hat die Unternehmung die Möglichkeit, durch eigenes Engagement ein positives Bild von sich zu zeichnen und bspw. über die sozialen Medien kundzutun. Andererseits haben Kunden die Möglichkeit, in Form von Kommentaren und Bewertungen mit der Unternehmung zu interagieren, dies bspw. auch auf Bewertungsportalen. Diese Interaktion beruht (und sollte darauf beruhen), welche Erfahrungen – online sowie offline – mit der Unternehmung gemacht wurden.

Nun wäre es naheliegend für ein Unternehmen, welches zu einem gewissen Zeitpunkt einen negativen Ruf genießt, sich aus der Online-Sphäre herauszuziehen, um nicht weiter in die Misere zu rutschen. Allerdings könnte ein fehlender Online-Auftritt in dem digitalen Zeitalter ebenso zu einem weniger erfolgreichen Geschäft führen, als würde die Unternehmung negative Kommentare und Bewertungen billigen. Es ist dahin gehend zu berücksichtigen, dass es sich bei dieser Art von Kommentaren und Bewertungen nicht um unbegründete Angriffe und Diffamierungen handeln darf.

## **II. Öffentliche Kommunikation als *conditio sine qua non* der Reputation**

Der Austausch bzw. die Übertragung von Informationen, die für die Allgemeinheit zugänglich sind, ermöglicht dem Rezipienten der Informationen, sich eine Meinung von etwas zu bilden. Ohne den einflussnehmenden Austausch würde sich kein Meinungsbild über jemanden oder über etwas ergeben.<sup>1</sup> Es ist somit notwendige Bedingung, dass Menschen miteinander und übereinander kommunizieren, um die Reputation eines Unternehmens aufrechtzuerhalten.

(R)evolutionär bedingt ist es somit logische Konsequenz, dass mit fortschreitender Technologisierung und der Wandlung konventioneller, „analoger“ Prozesse in eine digitale, „elektronische“ Form auch online Meinungen über jemanden oder über etwas gebildet werden können.<sup>2</sup> Es findet ein öffentlicher und auch breiterer Diskurs über Ereignisse statt, ebenso aber auch über Personen und Unternehmungen.

Öffentliche Kommunikation im Sinne dieser Abhandlung bezieht sich im historischen Kontext auf öffentlich geteilte Kritiken in Bezug auf eine Person oder deren Werke, die bereits zu den italienischen und französischen Humanisten zurückreichen. Diese widmeten sich den Poetiken Aristoteles' und den Werken Horaz' unter kritischer Begutachtung und teilten diese in der Öffentlichkeit.

Im Verlauf des 17. und 18. Jahrhunderts entwickelte sich sodann die Literaturkritik, anfangs noch von erhabenen Maßstäben geprägt. Doch ab dem 19. Jahrhundert gewannen auch außerkünstlerische und politische Gesichtspunkte zunehmend an Bedeutung. Mit dem Aufkommen von Zeitungen und Zeitschriften und durch eine verbreiterte Bildungsbürgerschaft änderte sich auch die Art der Kritik. Diese richtete

sich weniger an die Künstler und deren Werke, sondern vermehrt an das Publikum und spiegelte den damaligen Zeitgeist wider.<sup>3</sup>

Im 20. Jahrhundert ergaben sich aus gedruckten Rezensionen die ersten rechtlichen Fragen im Rahmen des Persönlichkeitsrechts. Werkschaffende fühlten sich in der Öffentlichkeit verunglimpft und diffamiert, ohne dass es zu dieser Zeit klare rechtliche Vorgaben gab. Dies führte dazu, dass die höchsten Gerichte mit einer bis dahin ungeklärten Thematik konfrontiert wurden, ähnlich wie es derzeit im Kontext der Digitalisierung und der unbekannten Entwicklungen, die noch vor uns liegen, der Fall ist.

### **III. Die Entwicklung der Reputations-Rechtsprechung**

Eines der ersten und somit gleichzeitig wichtigsten Urteile, welches im Rahmen des Reputationsrechts getroffen wurde, war das „Lüth-Urteil“, mit welchem das BVerfG Rechtsgeschichte schrieb.<sup>4</sup> Das Urteil betonte die Bedeutung der Meinungsfreiheit als grundlegendes Menschenrecht und verdeutlichte dabei die zentrale Rolle der Meinungsfreiheit in einer demokratischen Gesellschaft. Der Fall zeigte, dass das Recht auf freie Meinungsäußerung nicht leichtfertig eingeschränkt werden sollte. Gleichzeitige unterstreicht das Urteil, dass der Schutz der Reputationen und die Abwägung zwischen Meinungsfreiheit und allgemeinen Unternehmenspersönlichkeitsrechten eine komplexe Angelegenheit darstellt. Eine Besonderheit des Urteils mit nachhaltiger Auswirkung war zudem, dass das BVerfG erstmals weder nach der formellen Theorie der Sonderrechtslehre noch nach der materiellen Theorie der Abwägungslehre entschieden hatte. Vielmehr wurden beide Theorien miteinander kombiniert, so dass die „Kombinationslehre“ des BVerfG seither Berücksichtigung in aktuellen Rechtsfragen im Rahmen des Reputationsrechts findet.

#### **1. Meinungsäußerungsfreiheit**

Art. 5 Abs. 1 GG oder auch Art. 10 EMRK schützt die Freiheit jedes Menschen, seine eigene Meinung zu bilden und diese frei äußern und verbreiten zu dürfen. Hierunter fallen nicht nur bloße Fakten und Informationen, sondern auch Wertungen, Meinungen, Überzeugungen. Hierbei ist unwesentlich, in welcher Form die Meinung geäußert wird. Es können Bilder, Texte, Internetblogs oder auch Transparente sein.<sup>5</sup> Die Meinungsfreiheit findet ihre Schranken in geschützten Rechten, insbesondere im Recht der Ehre. Folglich dürfen Meinungsäußerungen bspw. nicht beleidigend sein und nicht in die Persönlichkeitsrechte anderer eingreifen.

#### **2. Unternehmenspersönlichkeitsrecht**

Das Unternehmenspersönlichkeitsrecht baut auf dem allgemeinen Persönlichkeitsrecht aus den Art. 2 Abs. 1, 1 Abs. 1 GG i.V.m. Art. 19 Abs. 3 GG und Art. 8 Abs. 1 EMRK auf. Es ist ein rechtliches Konzept, welches Unternehmen einen gewissen Schutz vor diffamierender Kritik und falschen Tatsachenbehauptungen gewähren soll, um dem Ruf des Unternehmens in der Öffentlichkeit nicht rechtswidrig zu schädigen.<sup>6</sup> Das Konzept der Übertragung des Persönlichkeitsrechts auf Unternehmen war lange Zeit umstritten, wurde aber sowohl vom BGH als auch vom BVerfG letztlich anerkannt.<sup>7</sup>

Die rechtswidrige Beeinträchtigung des Unternehmenspersönlichkeitsrecht hängt von einer Abwägung zwischen den Schutzinteressen des Unternehmens und den schutzwürdigen Belangen der anderen Seite (Urheber des kritischen Kommentars) ab.<sup>8</sup> Das zu schützende Recht des Urhebers des kritischen Kommentars fällt unter das in Art. 5 GG statuierte Recht auf Meinungsäußerungsfreiheit. Es entwickelt sich folglich ein Spannungsverhältnis, in dem die Meinungsfreiheit gegen die (Unternehmens-)Persönlichkeitsrechte im Einzelfall abgewogen werden müssen. Im Laufe der Jahre hat sich hierbei eine umfangreiche Rechtsprechungsbasis etabliert, unter deren Bezugnahme unsere Gerichte im Kontext der Digitalisierung kontinuierlich neue rechtliche Fragestellungen erörtern, beantworten und die Balance zwischen Meinungsfreiheit und Persönlichkeitsrechten herausfordern.

In der modernen Ära der digitalen Kommunikation und sozialen Medien sind die Grundsätze aus dem Fall „Lüth“ nicht nur wegen der Kombinationslehre relevant, sondern auch wegen des damit einhergehenden Spannungsverhältnisses zwischen der Meinungsfreiheit und den allgemeinen (Unternehmens-)Persönlichkeitsrechten. Negative Äußerungen sind online schnell verbreitet und haben einen erheblichen Einfluss auf den Ruf einer Person oder eines Unternehmens. Daher ist es von großer Bedeutung, dass die Prinzipien aus dem geschilderten Fall bei rechtlichen, aber auch bei ethischen Überlegungen im Bereich des Reputationsrechts berücksichtigt werden.

#### **IV. Das heutige Reputationsrecht im Detail**

Der Ausgangspunkt für die meisten zivilrechtlichen Streitigkeiten aufgrund von fraglichen Kommentaren auf Bewertungsportalen oder auch kritischen Äußerungen ergibt sich aus der Tatsache, dass das deutsche Rechtssystem grundsätzlich die anonyme Nutzung des Internets ermöglicht. Dieser Grundsatz wurde in § 19 Abs. 2 Satz 1 TTDSG verankert, der besagt, dass Nutzer von Telemediendiensten grundsätzlich das Recht haben, ihre Dienste anonym zu nutzen, ohne dabei ihre Identität preisgeben zu müssen. Diese Anonymitätspolitik war historisch bedeutsam, um die Privatsphäre und den Schutz personenbezogener Daten der Internetnutzer zu gewährleisten. Sie ermöglichte es Verbrauchern, online Informationen zu suchen, Meinungen auszutauschen und Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen, ohne ihre Identität offenzulegen.

Eines der bekanntesten Urteile bezüglich der Anonymität von Bewertenden ist das „Spickmich-Urteil“ des BGH aus dem Jahr 2009. Auf „spickmich.de“ konnten registrierte Schüler ihre Lehrer in Hinblick auf ihre fachliche Kompetenz, Unterrichtsvorbereitung, Motivation oder auch Menschlichkeit bewerten.<sup>9</sup> Gegen ihre Bewertung leitete eine Lehrerin unter Berufung auf ihren Persönlichkeitsschutz sowie ihr Recht auf informationelle Selbstbestimmung gerichtliche Schritte ein, musste sich aber in jeder Instanz dem Recht des freien Meinungsaustausches geschlagen geben.<sup>10</sup>

Diese Anonymitätspolitik hat in den letzten Jahren jedoch zu Kontroversen geführt, insbesondere im Zusammenhang mit Bewertungsportalen für Dienstleistungsanbieter. Auf diesen Plattformen können Nutzer anonym Bewertungen und Meinungen hinterlassen. Dies hat dazu geführt, dass einige Unternehmen diffamierende Bewertungen erhalten haben, ohne zu wissen, wer die Verfasser der Bewertungen waren und auf welchen Erfahrungen die Bewertungen basierten. Folglich galt es, für Betroffene, aber auch für die Bewertungsportale eine Rechtsprechung zu entwickeln, die dem Einhalt gebietet und einen Umgang auf Bewertungsportalen i.S.d. Art. 2 und Art. 5 GG ermöglicht.

Diese Rechtsprechung korreliert dann auch immer mit dem Datenschutzrecht, insbesondere der DSGVO und dem u.a. hieraus hergeleiteten Verbot einer Klarnamenspflicht (insbesondere aus Art. 5 Abs. 1 Buchst. c DSGVO). Einerseits treten Interessenvertreterinnen mit Hinweis auf die DSGVO gegen eine Klarnamenspflicht auf Bewertungsportalen und in Foren ein, andererseits herrscht gegen besonders ehrverletzende Bewertungen und Äußerungen ein öffentlicher Aufschrei, wobei die zulässige und vom Gesetzgeber gebilligte Anonymisierung des Täters eine Rechtsverfolgung erschwert.<sup>11</sup>

#### **C. Auswirkungen für die Praxis**

Das Reputationsrecht hat sich von einem Nischen- zu einem Massenrecht entwickelt. Ursprünglich ging es um Literaturkritiken, den öffentlichen Meinungskampf um bedeutende Fragen (Lüth-Urteil) und zum Teil um Presseartikel. Meist hatten nur Personen der Öffentlichkeit und Journalisten die Möglichkeit, ihre Meinung mit einer großen Reichweite zu verbreiten.

Seit der Etablierung von Foren und Suchmaschinen kann nun fast jeder mit Zugang zum Internet über eine Dritte negative Behauptungen mit einer gewissen Reichweite aufstellen. Hierdurch hat sich das Rechtsgebiet des Reputationsrechts entwickelt. Seit der Liberalisierung des Rechtsberatungsmarktes versuchen auch nicht-anwaltliche Anbieterinnen gegen schlechte Bewertungen vorzugehen. Allerdings zeigt die Entwicklung etwa des Fluggastrechts auch, dass nicht-anwaltliche Dienstleisterinnen vor Ge-

richt nicht die besten Erfolgschancen haben, so dass spätestens in diesem Stadium der spezialisierte Anwalt wieder gefragt ist. Ähnlich ist es im Reputationsrecht. Von Gerichten oftmals noch als Presserecht – mit den jeweils lokalen Besonderheiten – behandelt, weist das Reputationsrecht so viele Eigenheiten auf, dass es spätestens in der „Litigation-Phase“ wieder eines erfahrenen Anwalts bedarf.

Im zweiten Teil des Beitrags werden zunächst die Prinzipien der praktischen Übereinstimmungen zwischen der Meinungsfreiheit desjenigen, der eine Meinung äußert, und dem Schutz der persönlichen Ehre der betroffenen Unternehmen bzw. Personen von deliktischen Ansprüchen durch die Rechtsprechung erörtert. Anschließend wird untersucht, inwiefern das Vertragsverhältnis des Bewertenden und der Bewertungsplattform die Abwägung beeinflussen kann und welche Rolle die Bewertungsplattform im Rahmen der deliktischen Ansprüche einnehmen könnte.

#### **D. Literaturempfehlungen**

Löffler, Presserecht, 2023.

Paschke/Berlit/Meyer/Kröner, Hamburger Kommentar Gesamtes Medienrecht, 2021.

Raue, Münchener Anwaltshandbuch Urheber- und Medienrecht, 2023.

Ackermann, Narrative Praktiken von Unternehmen, 2021.

#### **Fußnoten**

- 1) Ackermann, Narrative Praktiken von Unternehmen, 2021, S. 5 ff.
- 2) Vgl. hierzu Heckmann/Brand in: Heckmann/Paschke, jurisPK-Internetrecht, Kap. 1.1. Rn. 8 ff.
- 3) Vgl. Kastner, NJW 1995, 822.
- 4) BVerfG, Urt. v. 15.01.1958 - BVerfGE 7, 198 - NJW 1958, 257.

- 5) Vgl. bpb kurz&knapp, Eintrag „Meinungsfreiheit“, abrufbar unter <https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/recht-a-z/323731/meinungsfreiheit/>, zuletzt abgerufen am 28.11.2023.
- 6) BGH, Urt. v. 28.07.2015 - VI ZR 340/14.
- 7) Vgl. etwa BGH, Urt. v. 03.06.1986 - VI ZR 102/85; VerfG, Beschl. v. 03.05.1994 - 1 BvR 737/94.
- 8) Vgl. BGH, Urt. v. 14.12.2021 - VI ZR 403/19 - NJW-RR 2022, 419 Rn. 18; BGH, Urt. v. 16.11.2021 - VI ZR 1241/20 - VersR 2022, 386 Rn. 15; BGH, Urt. v. 17.12.2019 - VI ZR 249/18 - VersR 2020, 567 Rn. 18; BGH, Urt. v. 30.09.2014 - VI ZR 490/12.
- 9) BVerfG: Causa „spickmich.de“ geschlossen, LTO.de vom 24.09.2010, abrufbar unter [https://www.lto.de/persistent/a\\_id/1556/](https://www.lto.de/persistent/a_id/1556/), zuletzt abgerufen am 28.11.2023.
- 10) BGH, Urt. v. 23.06.2009 - VI ZR 196/08.
- 11) Vgl. Keilani, Der Fall Künast und das NetzDG, Tagesspiegel.de vom 21.09.2019, abrufbar unter <https://www.tagesspiegel.de/politik/wenn-beleidiger-getarnt-bleiben-5945503.html>, zuletzt abgerufen am 28.11.2023.