

# Unter Druck

## Jameda muss Geschäftsmodell ändern

*Das Arztbewertungsportal Jameda kommt aus den Schlagzeilen nicht heraus. Erst meldete die Wochenzeitung „Die Zeit“ erhebliche Zweifel an der Neutralität des Münchner Unternehmens an, dann musste der Branchenmarktführer eine schwere Schlappe vor dem Bundesgerichtshof (BGH) hinnehmen.*

Jameda wirbt auf seiner Homepage mit drei Qualitätsversprechen: „Wir behandeln alle Ärzte gleich. Bewertungen sind nicht käuflich“, „Wir akzeptieren keine Agentur- und Selbstbewertungen“ und „Wir veröffentlichen und prüfen Bewertungen auf Basis rechtlicher Vorgaben“. Doch zumindest mit der medialen Neutralität nahm es der Online-Anbieter in der Vergangenheit nicht sonderlich genau. Zu diesem Schluss kam der BGH in seinem Urteil vom 20. Februar 2018 (Az.: VI ZR 30/17). Die Klägerin, eine Hautärztin aus Köln, darf jetzt die Löschung ihres Profils auf Jameda erzwingen. Sie ging den Weg durch alle gerichtlichen Instanzen, weil der Portalbetreiber die Löschung des Eintrags verweigert hatte.

In der Urteilsbegründung monierten die Karlsruher Richter vor allem die Unterscheidung zwischen zahlenden und nicht zahlenden Arztpraxen. Bei Profilen von Premiumkunden sahen die Nutzer von Jameda bislang keine Liste mit Konkurrenzpraxen in der näheren Umgebung – während diese Werbeanzeigen bei nicht zahlenden Ärzten eingeblendet wurden.

### **Verstoß gegen Neutralitätsgebot**

Durch die unterschiedlichen Einblendungen sei Jameda nicht mehr ein rein „neutraler“ Informationsmittler und könne sich somit auch nicht in vollem Umfang auf das Grundrecht der Meinungs- und Medienfreiheit berufen. Das Recht der klagenden Ärztin auf Schutz ihrer personenbezogenen Daten überwiege in diesem Fall, stellte der BGH klar.

### **Auf persönliche Empfehlungen vertrauen**

Die bayerischen Zahnärzte begrüßten die Gerichtsentscheidung. Der Präsident der Bayerischen Landeszahnärztekammer und Vorsitzende des Vorstands der Kassenzahnärztlichen Vereinigung Bayerns, Christian Berger, empfahl Patienten in einer ersten

Stellungnahme, sich bei der Entscheidung für einen Zahnarzt nicht allein von Bewertungen anderer Patienten im Internet lenken zu lassen: „Langjährige persönliche Erfahrungen von Bekannten und Freunden sind da sehr viel verlässlicher.“ Dennoch werde die Berufsvertretung der bayerischen Zahnärzte „den kritischen Dialog mit Jameda fortführen“, kündigte Berger an.

### **Wer zahlt, liegt vorn**

Dass das Tochterunternehmen der Burda Digital GmbH Unterschiede in der Bewertung und Platzierung von zahlenden Kunden und automatisch gelisteten (Zahn-)Ärzten macht, zeigt eine Datenanalyse der Wochenzeitung „Die Zeit“. „Beim Bewertungsportal Jameda schneiden jene Mediziner besser ab, die für ihr Profil bezahlen. Das kann Patienten in die Irre führen“, lautet das Fazit des Autors Tin Fischer. Für ihre Stichprobe analysierte „Die Zeit“ insgesamt 6500 Profile von Mediziner. Die Ergebnisse fielen eindeutig aus: Bei Premiumkunden betrug die Durchschnittsnote 1,2, während Nichtzahler nur einen Schnitt von 1,7 erreichten. Da Patienten den Recherchen zufolge überwiegend die Note 1 vergeben, landet ein Arzt mit einem Notendurchschnitt von 1,7 nur im hinteren Mittelfeld. Jeder vierte, nicht zahlende Mediziner kassiert laut Stichprobe eine Durchschnittsnote zwischen 2 und 4, während Kunden von Jameda selten unter 2 bewertet werden. Die fehlenden schlechten Bewertungen von Premiumkunden erklärt die Wochenzeitung unter anderem damit, dass zahlende Mediziner häufiger negative Bewertungen melden.

### **Schnelle Reaktion**

Abzuwarten bleibt, inwieweit Jameda sein Geschäftsmodell in Zukunft modifizieren wird. Schon kurz nach dem Urteil des BGH schaltete der Portalbetreiber die Anzeigen konkurrierender Ärzte ab. Daher gibt es aus Sicht des Unternehmens nun keinerlei Anspruch mehr auf die Löschung von Profilen. Doch spätestens seit dem Urteil des BGH und der kritischen Berichterstattung in den Medien ist klar: Ab sofort muss sich Jameda an seinen eigenen Qualitätsversprechen messen lassen.

Thomas A. Seehuber