



Landgericht Köln

IM NAMEN DES VOLKES

Urteil

In dem Rechtsstreit

des Bundesverband der Verbraucherzentralen Verbraucherverbände -
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., vertreten durch den Vorstand, Rudi-
Dutschke-Str. 17, 10969 Berlin,

Klägers,

Prozessbevollmächtigter:

gegen

die Snap Group Limited, Floor 2, 50 Cowcross Street, EC1 M 6AL London,
Vereinigtes Königreich,

Beklagte,

Prozessbevollmächtigte:

hat die 33. Zivilkammer des Landgerichts Köln
auf die mündliche Verhandlung vom 16.07.2026
durch den Vorsitzenden Richter am Landgericht , den Richter am Landgericht

und den Richter am Landgericht

für Recht erkannt:

1. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meldung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, diese zu vollstrecken an den Mitgliedern ihres Verwaltungsrats, zu unterlassen,

im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbrauchern, bezogen auf die App „Snapchat“ ,

a) ohne Rechtsgrundlage personenbezogene Daten, die mittels des in der App enthaltenen generativen KI-Chatbots „My AI“ erhoben werden, zu Werbezwecken zu verarbeiten, wenn dies geschieht wie in dem vor der ersten Nutzung des Chatsbots „My AI“ angezeigten Popup beschrieben und in der Anlage k1 abgebildet;

b) eine Einwilligung in die Verwendung personenbezogener Daten zu Werbezwecken durch voreingestellte Ankreuzkästchen einzuholen, wenn dies geschieht wie in Anlage k2 abgebildet;

c) im Nutzerkonto minderjähriger Nutzer die Kategorien „Alkohol“ und „Glücksspiel“ als Themen von Anzeigen vorauszuwählen und darauf hinzuweisen, dass die Einstellungen deaktiviert werden können, um weniger Anzeigen zu diesen Themen zu sehen, wenn dies geschieht wie in Anlage k3 abgebildet.
2. Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 242,99 € nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über Basiszinssatz seit dem 26.06.2024 zu zahlen.
3. Die Kosten des Rechtsstreites trägt die Beklagte.
4. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar, hinsichtlich des Tenors zu 1. gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 20.000 €, im Übrigen gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrages.

Tatbestand:

Der Kläger ist der Dachverband der 16 Verbraucherzentralen der Länder und 29 weiterer verbraucherpolitischer Verbände in Deutschland. Er verfolgt unter anderem den Zweck, Verbraucherinteressen wahrzunehmen, insbesondere indem er Verstöße gegen verbraucherschützende Vorschriften sowie verbraucherrelevante Datenschutzvorschriften durch geeignete Maßnahmen unterbindet.

Die Beklagte gehört zur Snap-Gruppe und ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft ihrer US-amerikanischen Muttergesellschaft, der Snap Inc. Die Beklagte vertreibt den Dienst „Snapchat“ in ausgewählten Ländern, darunter Deutschland. Sie ist dabei Vertragspartnerin der in Deutschland ansässigen Endnutzer im Hinblick auf die Bereitstellung der Snapchat-App. Der Dienst Snapchat ist in erster Linie eine Kamera- und Messaging-Anwendung, die es Menschen ermöglicht, mit Freunden und Familienmitgliedern visuell zu kommunizieren, und zwar sowohl über Textnachrichten als auch über kurze Videos und Bilder, sogenannte „Snaps“. Snapchat bietet auch kurze Videoinhalte und eine Reihe von Augmented-Reality-Funktionen. In Deutschland können die Nutzer Snapchat aus den deutschen Versionen der App-Stores von iOS und Google Play herunterladen.

Vor der Nutzung des Dienstes Snapchat müssen Nutzer ein Benutzerkonto erstellen und dabei verschiedene persönliche Daten angeben, insbesondere Vor- und Nachnamen sowie Geburtsdatum. Ferner muss der Nutzer der Datenschutzerklärung und den Nutzungsbedingungen/Servicebestimmungen zustimmen, für deren Inhalt auf Anlage K16 verwiesen wird.

Nach der Registrierung können die Nutzer innerhalb der App ihr Profil einsehen und verschiedene Einstellungen vornehmen. Klicken die Nutzer auf die Kategorie „Anzeigen“ in den Einstellungen, können sie u.a. den Unterpunkt „Anzeigenpräferenzen“ aufrufen. Dort werden drei Optionen genannt: „Zielgruppenspezifisch“, „Auf der Grundlage anderer Aktivitäten“ und „Drittanbieter-Werbenetzwerke“. Alle drei Optionen sind bereits vorausgewählt, d.h. mit einem Haken versehen. Die Nutzer können die Häkchen durch Anklicken des entsprechenden Kästchens abwählen.

In den Einstellungen der App unter „Anzeigen“ und der Unterrubrik „Interessen und Lifestyle“ hält die Beklagte eine umfangreiche Liste mit Vorschlägen für die Interessen der Nutzer vor. Unterhalb dieser Liste sind die Themen „Politik“, „Alkohol“ und „Glücksspiel“ bereits voreingestellt, indem die entsprechenden Haken bereits gesetzt sind. Der Text oberhalb dieser Auswahl lautet:

„Diese Themen basieren auf Feedback zu unseren Anzeigen. Du kannst diese Einstellungen deaktivieren, um weniger Anzeigen zu diesen Themen zu sehen.“

Die entsprechenden Voreinstellungen bestehen auch bei Nutzerkonten von minderjährigen Nutzern, wobei der Dienst sich an Nutzer ab 13 Jahren richtet.

Innerhalb der App steht Nutzern auch der KI-Chatbot „My AI“ zur Verfügung. Bei „My AI“, also „My artificial intelligence“, handelt es sich um einen auf ChatGPT basierenden Chatbot, der auf generativer Künstlicher Intelligenz („KI“) basiert und der Fragen des Nutzers beantworten kann und mit dem der Nutzer kommunizieren kann. In der Datenschutzerklärung der Beklagten wird erläutert, wie in den Chat mit My AI eingegebene persönliche Informationen genutzt werden. Für Einzelheiten zu der Datenschutzerklärung wird auf Anlage K9 Bezug genommen.

Vor der ersten Nutzung von My AI wird den Nutzern (einmalig) folgender Hinweis (sog. JIT-Hinweis = Just in time-Hinweis) angezeigt, den die Nutzer bestätigen müssen:

„Sag Hi zu My AI

My AI ist ein generativer KI-Chatbot. Anders als bei Chats mit Freunden bleiben alle Inhalte von My AI erhalten, es sei denn, du löschst sie. Wenn du Snapchat deinen Standort mitteilst oder eine Bio für My AI erstellst, kann es diese beim Antworten verwenden.

My AI kann von dir angegebene Informationen verwenden, um die Produkte von Snap Inc. zu verbessern und dein Nutzererlebnis zu personalisieren, unter anderem Anzeigen. My AI wurde zwar so programmiert, dass voreingenommene, falsche, schädliche oder irreführende Antworten vermieden werden, jedoch befindet sich die Technologie dahinter noch in der Entwicklungsphase. Daher kann es nicht immer ausgeschlossen werden und du solltest dich nicht auf die Ratschläge von My AI verlassen. Dein Feedback hilft uns, My AI weiter zu verbessern! Weitere Informationen“

Der Kläger ist der Ansicht, dass die Verarbeitung personenbezogener Daten, die von den Nutzern mit dem KI-Chatbot geteilt werden, unrechtmäßig erfolge. Da im Rahmen der Nutzung von My AI auch sensible Daten i. S. v. Artikel 9 Abs. 1 DSGVO - insbesondere von Minderjährigen - verarbeitet würden, bedürfe es für die Rechtmäßigkeit der Verarbeitung gemäß Artikel 9 Abs. 2 DSGVO einer ausdrücklichen Einwilligung. Diese hole die Beklagte nicht ein. Die Verarbeitung personenbezogener Daten könne zudem unter keinen der in Artikel 6 DSGVO vorgesehenen Fälle

subsumiert werden. Auch die Handhabung der Beklagten bei den Anzeigenpräferenzen sei unzulässig, weil die entsprechenden Haken schon voreingestellt seien. Diese Vorauswahl erfülle die Anforderungen, die an eine wirksame Einwilligung gestellt werden, jedoch nicht. Auch die voreingestellten Haken in der Rubrik „Interessen und Lifestyle“ bei den Themen „Alkohol“ und Glücksspiel“ seien unzulässig. Es liege ein Verstoß gegen § 6 Abs. 5 JMStV sowie gegen § 5 Abs. 2 Satz 4 und 5 GlüStV 2021 vor. Die Klägerin leitet hinsichtlich der ersten beiden Streitgegenstände Unterlassungsansprüche sowohl aus dem UKlaG als auch aus dem UWG her, hinsichtlich des dritten Verstoßes stützt sie sich allein auf das UKlaG.

Der Kläger beantragt,

1. die Beklagte zu verurteilen, es bei Meldung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, diese zu vollstrecken an den Mitgliedern ihres Verwaltungsrats, zu unterlassen,
im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbrauchern, bezogen auf die App Snapchat",
 - a) ohne Rechtsgrundlage personenbezogene Daten, die mittels des in der App enthaltenen generativen KI-Chatbots „My AI“ erhoben werden, zu Werbezwecken zu verarbeiten, wenn dies geschieht wie in dem vor der ersten Nutzung des Chatsbots „My AI“ angezeigten Popup beschrieben und in der Anlage k1 abgebildet;
 - b) eine Einwilligung in die Verwendung personenbezogener Daten zu Werbezwecken durch voreingestellte Ankreuzkästchen einzuholen, wenn dies geschieht wie in Anlage k2 abgebildet;
 - c) im Nutzerkonto minderjähriger Nutzer die Kategorien „Alkohol“ und „Glücksspiel“ als Themen von Anzeigen vorauszuwählen und darauf hinzuweisen, dass die Einstellungen deaktiviert werden können, um weniger Anzeigen zu diesen Themen zu sehen, wenn dies geschieht wie in Anlage K3 abgebildet;
2. die Beklagte zu verurteilen, an ihn 242,99 € nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über Basiszinssatz seit Klageerhebung zu zahlen.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte ist der Ansicht, sie sei nicht passivlegitimiert. Hierzu trägt sie vor, sie erhebe selbst keine Daten; dies tue lediglich ihre Muttergesellschaft. Sie selbst sei daher nicht Verantwortliche i.S.v. Art. 4 Nr. 7 DSGVO. Im Übrigen stehe die Datenerhebung im Einklang mit Art. 5, 6 DSGVO, da die Verarbeitung durch berechnigte Interessen der Beklagten gedeckt sei. Eine Verarbeitung besonderer Kategorien personenbezogener Daten im Sinne von Art. 9 DSGVO finde nicht statt, da nur nicht-sensible personenbezogene Daten verarbeitet würden. Bei der angezeigten Werbung handele es sich nicht um personalisierte Werbung, sondern nur um kontextbezogene Werbung. Die Sammlung besonderer Kategorien personenbezogener Daten durch My AI sei auch nicht beabsichtigt. Es handele sich faktisch um eine „aufgedrängte Erhebung“ von Daten, wenn Nutzer gegen den Rat der Beklagten dennoch personenbezogene Daten mit der KI teilen würden. Ein Unterlassungsanspruch stehe dem Kläger daher nicht zu. Auch die Handhabung der Beklagten bei den Anzeigenpräferenzen sei gesetzeskonform. Diese Einstellungen für Werbepreferenzen dienten nicht dazu, eine Einwilligung für die Verarbeitung personenbezogener Daten zu Werbezwecken einzuholen. Es handele sich vielmehr um eine Möglichkeit für die Nutzer, ihr Widerspruchsrecht gemäß Art. 21 DSGVO auszuüben. Zu der Vorauswahl der Themenfelder „Alkohol“ und „Glücksspiel“ bei minderjährigen Nutzern behauptet die Beklagte, Snap zeige Minderjährigen keine Werbung für Glücksspiele oder Alkohol an. Auch wenn es den Anschein habe, dass Nutzer unter 18 Jahren die Interessenkategorien für Alkohol oder Glücksspiele aktiviert haben, werde ihnen keine Werbung für altersbeschränkte Inhalte angezeigt, da dies durch die Werberichtlinien der Snap Inc. ausgeschlossen sei. Soweit der Chatbot Anfragen zu Themen Alkohol oder Glücksspiel beantworte, handele es sich nicht um Werbung. Die Antworten von My AI dienten nur dem Zweck, auf die Informationsanforderung des Nutzers zu reagieren.

Die Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit sowie die Landesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit Nordrhein-Westfalen haben Stellungnahmen zu dem Rechtsstreit abgegeben.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf die wechselseitigen Schriftsätze nebst Anlagen, das Protokoll der Sitzung sowie den sonstigen Akteninhalt Bezug genommen.

Entscheidungsgründe:

Die Klage ist zulässig und begründet.

I.

Die Klage ist zulässig.

Insbesondere ist das Landgericht Köln zuständig.

Die örtliche Zuständigkeit des Landgerichts Köln folgt aus § 32 ZPO. Danach ist das Gericht zuständig, in dessen Bezirk die Handlung begangen ist. Als begangen gilt die Handlung sowohl am Handlungsort als auch an ihrem Erfolgsort. Vorliegend kann die App Snapchat von jedem beliebigen Ort innerhalb Deutschlands, mithin auch im Gerichtsbezirk Köln, benutzt werden. Der Begriff der unerlaubten Handlung ist weit zu verstehen und umfasst über § 823 Abs. 2 BGB auch Verstöße gegen „Schutzgesetze“, z.B. Verstöße gegen die in § 2 Nr. 3 und Nr. 13 UKlaG bezeichneten Verbraucherschutzgesetze sowie Wettbewerbsverstöße.

Auch die internationale Zuständigkeit ergibt sich aus § 32 ZPO, da die Beklagte ihren Sitz in London hat und Großbritannien nicht mehr Mitglied der Europäischen Union ist. Auf die internationale Zuständigkeit sind die Vorschriften der ZPO über die örtliche Zuständigkeit gemäß § 32 ZPO, der an den Ort anknüpft, an dem die unerlaubte Handlung begangen worden ist, entsprechend anzuwenden. Demnach können deliktsrechtliche Ansprüche vor einem deutschen Gericht geltend gemacht werden, wenn die in Rede stehenden unerlaubten Handlungen in Deutschland begangen worden sind. (Smid/Hartmann in: Zivilprozessordnung und Nebengesetze, Band 1, Einleitung, §§ 1-49, 5., neu bearbeitete Auflage 2020, § 32 ZPO)

Die sachliche Zuständigkeit des Landgerichts für die Ansprüche aus UWG ergibt sich aus § 14 Abs. 1 UWG. Zwar normiert § 6 UKlaG für Klagen aufgrund des UKlaG eine ausschließliche Zuständigkeit der Oberlandesgerichte. Nach der Rechtsprechung des OLG Köln hat der Kläger allerdings ein Wahlrecht nach § 35 ZPO, die Sache bei dem Landgericht oder dem Oberlandesgericht anhängig zu machen, wenn bei einem einheitlichen Streitgegenstand Ansprüche sowohl aus UWG als auch aus UKlaG geltend gemacht werden (OLG Köln, GRUR 2025, 1848 - Niederländische Champions; so auch Köhler in Köhler/Feddersen, 43. Aufl. 2025, UKlaG § 6 Rn. 6).

Dies ist vorliegend der Fall. Der Kläger hat sein Wahlrecht ausgeübt, indem er seine Klage beim Landgericht erhoben hat. Die Kammer hat dann die geltend gemachten Ansprüche unter allen in Betracht kommenden rechtlichen Gesichtspunkten zu prüfen, also auch die Vorschriften des UKlaG einzubeziehen (OLG Köln, GRUR 2025, 1848 - Niederländische Champions).

II.

Die Klage ist begründet.

1.

Dem Kläger steht gegen die Beklagte ein Unterlassungsanspruch im Umfang des Tenors gemäß Ziff. 1 a) gemäß § 2 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 13 UKlaG i. V. m. Art 5 Abs. 1 DSGVO zu.

a.

Die Anspruchsberechtigung des Klägers folgt aus § 3 Abs. 1 Nr. 1 UKlaG, § 4 UKlaG, was von der Beklagten auch nicht in Abrede gestellt wird. Der Kläger ist in die Liste der qualifizierten Verbraucherverbände nach § 4 UKlaG eingetragen.

b.

Nach § 2 Abs. 1 Satz 1 UKlaG kann im Interesse des Verbraucherschutzes auf Unterlassung und Beseitigung in Anspruch genommen werden, wer in anderer Weise als durch Verwendung oder Empfehlung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen Vorschriften zuwiderhandelt, die dem Schutz der Verbraucher dienen. Nach § 2 Abs. 2 Nr. 13 UKlaG handelt es sich bei der Datenschutzgrundverordnung um ein Verbraucherschutzgesetz im Sinne von § 2 Abs. 1 UKlaG.

c.

Die Beklagte ist passivlegitimiert, weil sie - zumindest auch - Daten der Nutzer der Snapchat App verarbeitet und damit als „Verantwortlicher“ i.S.v. Art. 4 Nr. 7 DSGVO gilt.

Zwar hat die Beklagte vorgetragen, dass nicht sie, sondern allein die Muttergesellschaft Snap Inc. die Datenverarbeitung durchführe. Dies ist auch in der Datenschutzerklärung der Beklagten für EWR und UK (Anlage B3) so niedergelegt.

Allerdings ergibt sich aus den Nutzungsbedingungen der Snap Inc. (Anlage K17) eindeutig, dass die Beklagte für Nutzer in Deutschland die Services zur Verfügung stellt und die Servicebestimmungen der Beklagten gelten (Anlage K18). In diesen Servicebestimmungen wird auf S. 1 erläutert, dass die Beklagte im Folgenden als „Snap“ bezeichnet wird. Auf Seite 3 der Bestimmungen heißt es sodann:

*„Für alle Inhalte, die du an die Services sendest (einschließlich öffentlicher Inhalte), gewährst du **Snap** und unseren verbundenen Unternehmen eine weltweite, lizenzgebührenfreie (d.h. wir sind zu keinen laufenden Zahlungen an dich verpflichtet), unterlizenzierbare und übertragbare Lizenz zum Hosten, Speichern, Zwischenspeichern, Verwenden, Anzeigen, Reproduzieren, Modifizieren, Anpassen, Bearbeiten, Veröffentlichen, Analysieren, Übermitteln und Verbreiten dieser Inhalte.“*

Weiter heißt es auf Seite 4 der Bestimmungen:

*„**Wir**, Snap Inc., unsere verbundenen Unternehmen und unsere externen Partner können auf der Grundlage der von dir zur Verfügung gestellten, von uns gesammelten oder von uns eingeholten Informationen Werbung einschließlich personalisierter Werbung in den Services schalten und holen dazu gegebenenfalls deine Zustimmung ein.“*

Durch diese Regelungen wird deutlich, dass die Beklagte nicht nur Empfänger von Daten ist, sondern nach ihren eigenen Bedingungen selbst als Verarbeiter und Nutzer von Daten auftritt. Hieran muss sie sich festhalten lassen, zumal sie ausdrücklich den Dienst im EWR selbst anbietet und sich auf ihrer Website als „Diensteanbieter“ im Sinne von § 5 DDG bezeichnet.

An dieser Bewertung ändert auch der Vortrag der Beklagten aus dem - nicht nachgelassenen - Schriftsatz der Beklagten vom 13.09.2026 nichts, in dem die Beklagte u.a. Bezug nimmt auf „Auslegungshilfen“ des Europäischen Datenschutzausschuss („EDSA“). Soweit der Ausschuss betont, die Verantwortlichkeit

müsse anhand einer „Analyse des Sachverhalts und der Umstände des Falls“ festgestellt werden, so ist dem zuzustimmen. Genau dies hat die Kammer getan und ist u.a. angesichts der umfangreichen Rechte, die die Beklagte sich als Betreiberin des Dienstes in Deutschland einräumen lässt, zu dem Schluss gelangt, dass die Beklagte jedenfalls Mit-Verantwortliche i.S.v. Art. 4 Nr. 7 DSGVO ist.

Dass neben der Beklagten auch die Snap Inc. an der Datenverarbeitung beteiligt ist, ist unerheblich. Denn nach § 4 Abs. 1 Nr. 7 DSGVO gilt (auch) derjenige als Verantwortlicher, der „*gemeinsam mit anderen*“ über die Zwecke und Mittel der Verarbeitung von personenbezogenen Daten entscheidet. Diese Regelung deckt sich mit Art. 26 DSGVO, wonach mehrere Verarbeitende gemeinsam Verantwortliche sind. Gemäß Art. 26 Abs. 3 DSGVO können Rechte gegenüber jedem der Verantwortlichen gesondert geltend gemacht werden.

d.

Es liegt ein Verstoß gegen Art. 5 Abs. 1 lit. a) DSGVO vor. Nach dieser Norm müssen personenbezogene Daten auf rechtmäßige Weise, nach Treu und Glauben und in einer für die betroffene Person nachvollziehbaren Weise verarbeitet werden.

aa. Gemäß Art. 9 Abs. 1 DSGVO ist die Verarbeitung personenbezogener Daten, aus denen die rassische und ethnische Herkunft, politische Meinungen, religiöse oder weltanschauliche Überzeugungen oder die Gewerkschaftszugehörigkeit hervorgehen, sowie die Verarbeitung von genetischen Daten, biometrischen Daten zur eindeutigen Identifizierung einer natürlichen Person, Gesundheitsdaten oder Daten zum Sexualleben oder der sexuellen Orientierung („Sensible Daten“) einer natürlichen Person untersagt.

Die Erfassung dieser Daten ist nur ausnahmsweise zulässig, wenn eine der in Art. 9 Abs. 2 lit. a) bis j) genannten Bedingungen erfüllt ist. Art. 9 entfaltet als *lex specialis* Sperrwirkung gegenüber Art. 6 Abs. 1 dergestalt, dass sich ein Rückgriff auf die allgemeinen Rechtmäßigkeitstatbestände verbietet, wenn die Ausnahmeregelungen in Art. 9 Abs. 2 und 3 nicht einschlägig sind (BeckOK DatenschutzR/Albers/Veit, 56. Ed. 1.2.2026, DS-GVO Art. 9 Rn. 11, beck-online). Dies gilt auch, wenn sowohl sensible als auch nicht sensible Daten erfasst werden (EuGH GRUR 2023, 1131 Rn. 89).

bb. Bei der Funktionsweise des KI-Chatbots der Beklagten ist Art. 9 DSGVO einschlägig.

Die Übermittlung von sensiblen Daten an den Chatbot der Beklagten ist nicht nur faktisch möglich, sondern der Nutzer wird bei der ersten Nutzung durch den Hinweis „*Du kannst mir alle möglichen Fragen stellen...*“ sogar dazu ermuntert, den Chatbot mit persönlichen Informationen zu füttern.

Zwar mag der Nutzer auf der Seite „Produktbezogener Datenschutz“ darauf hingewiesen werden, keine vertraulichen oder sensiblen Informationen weiterzugeben, wie die Beklagte vortragen lässt. Es handelt sich dabei indes nur um einen unverbindlichen Ratschlag und nicht um ein Verbot. Überdies ist davon auszugehen, dass ein Großteil der Nutzer die entsprechende Unterseite in dem „Privacy and Safety Hub“ nicht zur Kenntnis nehmen wird.

Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass sich der Dienst der Beklagten auch an minderjährige Nutzer (ab 13 Jahren) richtet. Diese Nutzer sind bekanntermaßen für die Gefahren der Weitergabe von sensiblen Daten noch nicht in gleichem Maße sensibilisiert wie Erwachsene, so dass es bei dieser Personengruppe umso näher liegt, dass diese (auch) sensible Daten mit dem KI-Chatbot teilen. Auf die diesbezüglichen Ausführungen der LDI NRW in ihrer Stellungnahme vom 14.01.2026 (Bl. 722 d.A.), die die Kammer für zutreffend hält, wird verwiesen.

Entsprechende sensible Daten, die von den Nutzer mit dem KI-Chatbot geteilt werden, werden seitens der Beklagten (und seitens Snap Inc.) auch verarbeitet. Soweit die Beklagte meint, sie nutze die erhobenen Daten nicht für personenbezogene, sondern nur für kontextbezogene Werbung, so verfängt dies nicht. Denn jedenfalls lässt die Beklagte sich in ihren Servicebestimmungen das Recht einräumen, die gesammelten Informationen für Zwecke personalisierter Werbung zu nutzen (Anlage K18, Seite 4). Zudem wird in der Datenschutzerklärung der Beklagten bzw. der Snap Inc. erläutert, dass die erhobenen Daten u.a. für die Personalisierung von Werbung genutzt werden (können). Hinzu kommt, dass die Beklagte bei der Darstellung des Ablaufs einer Nutzeranfrage selbst einräumt (S. 28 der Klageerwiderung, Bl. 216), dass u.a. „*die in die Chatoberfläche mit My AI eingegebene Textanfrage eines Nutzers, jedoch unter Ausschluss aller Bilder*“ als Daten verwendet werden, um zu entscheiden, ob und welche Werbung einem Nutzer in My AI angezeigt wird. Folglich werden die Informationen, die der Nutzer eingibt, durch sie verarbeitet. Darunter können - wie oben dargestellt - ohne weiteres auch personenbezogene Daten sein und selbstredend auch sensible personenbezogene Daten.

Die Beklagte räumt die Verarbeitung sensibler personenbezogener Daten weiterhin auch dadurch indirekt selbst ein, indem sie vortragen lässt, derartige Daten würden „nicht absichtlich“ erhoben, sondern seien „aufgedrängt“: Soweit die Beklagte hierzu die Ansicht vertritt, eine Erhebung und Verarbeitung besonderer Kategorien personenbezogener Daten liege nicht vor, wenn der Verantwortliche nicht die Absicht habe, aus den Daten speziell sensible Informationen abzuleiten, so findet dies weder eine Stütze im Wortlaut von Art. 9 DSGVO noch in der Rechtsprechung des EuGH. Vielmehr geht letzterer davon aus, dass das Verbot gemäß Art. 9 Abs. 1 DSGVO unabhängig davon gilt, ob der Verantwortliche mit dem Ziel handelt, Informationen zu erhalten, die unter eine der in dieser Bestimmung genannten besonderen Kategorien fallen (EuGH GRUR 2023, 1131 Rn. 69, beck-online).

Im Übrigen belegen die von dem Kläger dargelegten Musteranfragen von (vermeintlich) minderjährigen Nutzern, dass seitens der Beklagten auch sensible personenbezogene Daten verarbeitet werden.

Nach alledem steht fest, dass der Anwendungsbereich von Art. 9 Abs. 1 DSGVO eröffnet ist, weil im Zusammenhang mit dem KI Chatbot der Beklagten sensible personenbezogene Daten erhoben werden.

cc. Die Erhebung dieser Daten erfolgt nicht rechtmäßig. Denn ein Rechtfertigungstatbestand nach Art. 9 Abs. 2 DSGVO ist nicht gegeben.

Die Beklagte trägt schon nicht vor, eine ausdrückliche Einwilligung gemäß Art. 9 Abs. 2 a) eingeholt zu haben. Eine derartige Einwilligung ist auch sonst nicht ersichtlich. Auch die weiteren in Art. 9 Abs. 2 genannten Gründe sind nicht einschlägig.

Da Art. 9 als lex specialis Sperrwirkung gegenüber Art. 6 Abs. 1 entfaltet (s.o.) erübrigt sich eine Prüfung der Voraussetzungen des Art. 6 DSGVO. Die Datenerhebung bzw. -verarbeitung ist damit rechtswidrig.

e.

Selbst wenn - entgegen der obigen Ausführungen - die Datenerhebung nicht nach Art. 9 DSGVO unzulässig wäre, so würde die Datenerhebung gleichwohl rechtswidrig bleiben. Denn auch eine rechtmäßige Verarbeitung nach Art. 6 DSGVO liegt nicht vor.

Auf eine Einwilligung beruft die Beklagte sich schon nicht. Im Übrigen stellt auch der Hinweistext bei der Erstnutzung des KI-Chatbots (JIT-Hinweis), der seitens der Nutzer mit „ok“ bestätigt werden muss, keine wirksame Einwilligung dar, wobei auf die Ausführungen der LDI NRW in ihrer Stellungnahme vom 14.01.2026 verwiesen werden kann (dort S. 2.).

Auch auf ein berechtigtes Interesse (Art. 6 Abs. 1 f) DSGVO) kann die Beklagte sich nicht berufen. Wie der Kläger zutreffend ausführt, ist Voraussetzung für das Greifen der Norm, dass die berechtigten Interessen dem Nutzer zum Zeitpunkt der Erhebung der Daten unmittelbar mitzuteilen sind (EuGH Urt. v. 9.1.2025 – C-394/23, GRUR-RS 2025, 29 Rn. 52, beck-online). Daran fehlt es hier ebenso wie an einer Information über die Rechtsgrundlage der Verarbeitung.

Angesichts dieser Tatsachen kann dahin stehen, ob eine Interessenabwägung zugunsten der Beklagten ausfallen würde. Rein vorsorglich sei mitgeteilt, dass die Kammer dies aus den in der Stellungnahme der LDI NRW genannten Gründen bezweifelt, insbesondere da sich das Angebot der Beklagten auch und vor allem an Kinder und Minderjährige richtet.

f.

Im Ergebnis liegt keine rechtmäßige Datenverarbeitung vor, weshalb dem Kläger gemäß § 2 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 13 UKlaG i. V. m. Art. 5 Abs. 1 lit. a) DSGVO ein Unterlassungsanspruch gegen die Beklagte zusteht.

2.

Dem Kläger steht gegen die Beklagte ferner ein Unterlassungsanspruch im Umfang des Tenors gemäß Ziff. 1 b) gemäß § 2 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 13 UKlaG i. V. m. Art. 5 Abs. 1 lit. a) DSGVO, Art. 6 Abs. 1 Satz 1 lit. a) DSGVO zu.

a.

Zur Anspruchsberechtigung des Klägers und zur Passivlegitimation der Beklagten kann auf obige Ausführungen verwiesen werden.

b.

Gemäß Art. 5 Abs. 1 lit. a) DSGVO müssen personenbezogene Daten auf rechtmäßige Weise verarbeitet werden. Art. 6 Abs. 1 Satz 1 lit. a) DSGVO sieht eine Einwilligung als mögliche Rechtsgrundlage für die Verarbeitung personenbezogener Daten an.

Eine wirksame Einwilligung nach den Grundsätzen der DSGVO liegt indes bei der von der Beklagten gewählten Gestaltung in den Anzeigenpräferenzen nicht vor, weil die entsprechenden Haken bereits gesetzt bzw. vorangekreuzt sind. Dies hat der BGH ausdrücklich klargestellt (BGH NJW 2020, 2540 - Cookie-Einwilligung II). Grund hierfür ist, dass die DSGVO davon ausgeht, dass die Einwilligung stets durch eine aktive Handlung oder Erklärung erteilt werden muss.

Folglich ist die von der Beklagten gewählte Praxis unzulässig.

c.

Soweit die Beklagte einwendet, die Haken dienten gar nicht der Einholung einer Einwilligung, sondern zur Ausübung des Widerspruchsrechts nach Art. 21 DSGVO, so überzeugt dies aus systematischen Gründen nicht. Wie die Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit in ihrer Stellungnahme vom 08.09.2025 zu Recht ausführt, ist das Widerspruchsrecht nach Art. 21 DSGVO ein reaktives Recht: Es setzt voraus, dass zunächst eine rechtmäßige Datenverarbeitung auf Basis berechtigter Interessen (Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO) stattfindet, gegen die der Betroffene nachträglich Widerspruch einlegen kann. Voreingestellte Checkboxen kehren diese Logik um und suggerieren eine präventive Zustimmung vor Beginn der Datenverarbeitung. Dies widerspricht der systematischen Stellung des Widerspruchsrechts in der DSGVO.

Im Übrigen wäre Voraussetzung dafür, dass die Nutzer über einen Widerspruch rechtswirksam entscheiden könnten, eine vorherige Information über die Rechtsgrundlage der Datenerhebung und die Nennung der konkreten berechtigten Interessen, und zwar unmittelbar zum Zeitpunkt der Datenerhebung (EuGH C-394/23, Rn. 52). Diese Information wird indes seitens der Beklagten nicht gegeben, weshalb sich die Beklagte nicht mit Erfolg auf Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO berufen kann. Folglich

kann es sich bei den vorangekreuzten Checkboxen auch nicht um die Einräumung einer Widerspruchsmöglichkeit nach Art. 21 DSGVO handeln.

3.

Der mit dem Klageantrag zu Ziffer 1. c) geltend gemachte Anspruch steht dem Kläger gemäß § 2 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 3 UKlaG i. V. m. § 6 Abs. 5 JMStV und § 5 Abs. 2 Satz 4 und 5 GlüStV 2021 gegen die Beklagte zu.

a.

Die Vorschrift des § 6 JMStV fällt gemäß § 2 Abs. 2 Nr. 3 UKlaG unter die Verbraucherschützenden Normen, deren Verletzung seitens der anspruchsberechtigten Stellen - darunter auch der Kläger - geltend gemacht werden können.

b.

Nach § 6 Abs. 5 JMStV darf sich Werbung für alkoholische Getränke weder an Kinder oder Jugendliche richten noch durch die Art der Darstellung Kinder und Jugendliche besonders ansprechen oder diese beim Alkoholenuss darstellen.

Wie in Anlage K3 wiedergegeben ist, lässt die Beklagte sich - per mit einem Haken versehener Checkbox sogar voreingestellt - die Einwilligung zur Ausspielung von Informationen, darunter auch Werbung, zu den Themen „Alkohol“ und „Glücksspiel“ einräumen. Hinzu kommt, dass nach den Hinweisen in der App, die der Kläger dokumentiert hat, sogar bei Entfernen des Hakens derartige Informationen ausgespielt werden, zwar weniger — nicht aber keine.

Dies ist mit den Regelungen in § 6 Abs. 5 JMStV ersichtlich nicht vereinbar.

Soweit es die Einwilligung zur Anzeige von Werbung für Glücksspiele angeht, folgt das Verbot aus § 6 Abs. 3 JMStV i.V.m. § 5 Abs. 2 Satz 4 und 5 GlüStV 2021.

c.

Es kann im vorliegenden Fall offen bleiben, ob es sich bei den Antworten, die der KI-Chatbot auf die Anfragen des Klägers unter dem Account einer Jugendlichen gegeben hat, um Werbung handelt.

Denn selbst wenn man dies entsprechend der Sichtweise der Beklagten verneinen würde, so würde gleichwohl zumindest eine Erstbegehungsgefahr der Beklagten im Hinblick auf die Ausspielung von Werbung zu den Rubriken Alkohol und Glücksspiel an minderjährige Nutzer bestehen. Durch die Gestaltung der Rubrik „Interessen und Lifestyle“ berührt die Beklagte sich im Sinne einer Erstbegehungsgefahr des Rechts, minderjährigen Nutzern Werbung zu den genannten Rubriken anzuzeigen.

Angegriffen ist dementsprechend mit dem Klageantrag auch - vgl. Anlage K3 - die Darstellung in den Einstellungen unter der Rubrik „Interessen und Lifestyle“, und nicht bestimmte Antworten des Chatbots.

d.

Ferner kann dahinstehen, ob die Beklagte - wie sie vorträgt - technisch ausgeschlossen hat, dass den jugendlichen Nutzern Werbung für altersbeschränkte Inhalte angezeigt werden. Auch wenn man diesen Vortrag als zutreffend unterstellt und annimmt, die Beklagte schließe nach ihren gegenwärtigen, internen Richtlinien (bzw. denjenigen der Snap Inc.) aus, jugendlichen Nutzern Werbung für Alkohol und Glücksspiel anzuzeigen, so ändert dies an der Berechtigung der klägerischen Ansprüche nichts. Denn durch die angegriffene Gestaltung berührt sich die Beklagte im Verhältnis zu ihren Kunden des Rechts, den (minderjährigen) Kunden Werbung zu diesen Rubriken zu präsentieren.

Dieses Recht steht der Beklagten indes gerade nicht zu, da die Ausspielung von Werbung für Alkohol und Glücksspiel - wie dargelegt - gegen § 6 Abs. 5 JMStV bzw. die genannten Regelungen des GlüStV 2021 verstößt.

Nach alledem kann der Kläger auch Unterlassung im Hinblick auf den Klageantrag zu 1.c) verlangen.

4.

Ob die Unterlassungsansprüche zusätzlich auch auf die Vorschriften des UWG gestützt werden können, kann dahin stehen.

5.

Da die Unterlassungsansprüche bestehen, ist auch der Anspruch auf Zahlung der mit der Abmahnung vom 24.10.2023 geltend gemachten und nach § 291 BGB zu verzinsenden Abmahnkosten in Höhe von 242,99 € gegeben, der aus § 5 UKlaG i. V. m. § 13 Abs. 3 UWG folgt.

III.

Soweit der - nicht nachgelassene - Schriftsatz der Beklagten neues tatsächliches Vorbringen enthielt, war dieses gemäß § 296a S. 1 ZPO nicht zu berücksichtigen. Der Schriftsatz bot auch keinen Anlass für die Wiedereröffnung der mündlichen Verhandlung (§ 156 ZPO).

IV.

Die Nebenentscheidungen folgen aus §§ 91 Abs. 1, 709 ZPO.

Streitwert: 22.500 Euro

verkündet am 17.09.2026

als Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle
18.09.2026, (Justizbeschäftigte)



Anzeigen-Einstellungen

Anlage k2

Anzeigenpräferenzen

Interessen und Lifestyle

Einstellungen für automatisches Ausfüllen

Anzeigenpräferenzen

Du kannst auswählen, wie Snap und seine Werbepartner deine Daten zu Werbezwecken in und außerhalb von Snapchat verwenden.

Zielgruppenspezifisch



Diese Anzeigen basieren auf Zielgruppenlisten, die wir von Werbekunden und anderen Partnern erhalten. Zum Beispiel kann es sein, dass ein Werbetreibender, der bereits Informationen über dich hat (wie deine Email-Adresse), dich auf Snapchat oder anderen Services, auf denen wir Anzeigen schalten, kontaktieren möchte. Wenn du diese Einstellung aktivierst, dürfen wir Zielgruppeninformationen von Werbekunden und anderen Partnern nutzen, um Anzeigen auf dich zuzuschneiden.

[Mehr Infos](#)

Auf der Grundlage anderer Aktivitäten



Wir können Anzeigen basierend auf deinen Aktivitäten außerhalb von Snapchat oder anderen Services, in denen wir Anzeigen schalten, auf dich zuschneiden. Wenn du diese Einstellung aktivierst, können wir Anzeigen anhand von Aktivitäten auf dich zuschneiden, die außerhalb des Service, in dem die Anzeige geschaltet wird, stattfinden. Wenn du etwa auf einer Website, die ihre Daten mit Snap teilt, einen Film suchst, kann es sein, dass du Anzeigen für andere Filme siehst. Wenn du die Einstellung deaktivierst, werden deine Snapchat Daten nicht verwendet, um gezielte Snapchat Anzeigen auf Werbeplattformen von als Datenverantwortlichen agierenden Dritten zu schalten.

[Mehr Infos](#)

Drittanbieter-Werbenetzwerke



Snap kann Drittanbieter-Werbenetzwerke zum Schalten von Anzeigen in Snapchat verwenden. Dazu sendet Snap dem Netzwerk bestimmte Daten, z. B. deine IP-Adresse, deine mobile Werbe-ID und ob du die Anzeige gesehen oder mit ihr interagiert hast, damit das Netzwerk Werbedienste wie zielgruppenbasierte Anzeigen, Statistiken und Optimierungen an uns und an Werbepartner weiterleiten kann. Wenn diese Einstellung aktiviert ist, dürfen wir es Drittanbieter-Werbenetzwerken gestatten, dir Anzeigen in Snapchat zu senden.

[Mehr Infos](#)

12:19



< Interessen und Lifestyle

Comic- und Animationsfans

☐

Bücherwürmer und Leseratten

☐

Beauty-Experten

☐

Studis

☐

Clubgänger und Partypeople

☐

Fotografen

☐

THEMEN VON ANZEIGEN

Diese Themen basieren auf Feedback zu unseren Anzeigen. Du kannst diese Einstellungen deaktivieren, um weniger Anzeigen zu diesen Themen zu sehen.

Politik

☒

Alkohol

☒

Glücksspiel

☒