Beglaubigte Abschrift

Landgericht Darmstadt
14 O 38/26

Im Namen des Volkes

Urteil

In dem Rechtsstreit

Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände - Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., vertr. d. d. Vorstand , Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin

- Kläger -

Prozessbevollmächtigte:

gegen

Deutsche Edelmetall & Grund DEG e.K., Inhaber , Mathildenplatz 8, 64283 Darmstadt

- Beklagte -

Prozessbevollmächtigter:

hat das Landgericht Darmstadt – 3. Kammer für Handelssachen – durch die Vorsitzende Richterin am Landgericht anstelle der Kammer nach § 349 Abs. 3 ZPO als Vorsitzende auf die mündliche Verhandlung vom 01.10.2026 für Recht erkannt:

I. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 Euro, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, diese zu vollstrecken an dem Inhaber Sven Breitschaft, zu unterlassen,

a) im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbrauchern auf der Webseite https://www.myscheidegold.de für den Ankauf von Edelmetallen mit einem Ankaufsrechner, der die Berechnung des Wertes des zu verkaufenden Edelmetalls durch Angabe der Grammzahl ermöglicht, zu werben bzw. werben zu lassen,

ohne klar und unmissverständlich darauf hinzuweisen, dass es sich bei den vom Ankaufsrechner errechneten und angezeigten Beträgen nicht um verbindliche Ankaufspreise handelt,

wenn dies geschieht wie in der in Anlage K1 und K2 dargestellten Art und Weise.

b) im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbrauchern auf der Webseite https://www.myscheidegold.de für den Ankauf von Edelmetallen mit einer Gesamtsternebewertung von fünf gelben Sternen von fünf möglichen Sternen und/ oder textlichen Kundenbewertungen zu werben bzw. werben zu lassen,

ohne darüber zu informieren, ob und wie sichergestellt wird, dass die dort veröffentlichten Bewertungen von Verbrauchern stammen, welche die dort angebotenen Dienstleistungen tatsächlich genutzt oder erworben haben,

wenn dies geschieht wie in der in Anlage K 1 dargestellten Art und Weise.

II. Die Beklagte zu verurteilen, an den Kläger einen Aufwendungsersatz in Höhe von EUR 350,00 nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit 26.03.2026 zu zahlen.

III. Die Kosten des Rechtstreits hat die Beklagte zu tragen.

IV. Das Urteil ist bezüglich des Unterlassungsanspruchs Ziffer I vorläufig vollstreckbar gegen Sicherheitsleistung in Höhe von EUR 30.000,00 und hinsichtlich des Klageantrages zu Ziffer II und der Kostenentscheidung nur gegen Sicherheitsleistung i.H.v. 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrages.

Tatbestand:

Der Kläger ist der Dachverband aller 16 Verbraucherzentralen der Bundesländer und weiterer 30 verbraucher- und sozialorientierter Organisationen in Deutschland.

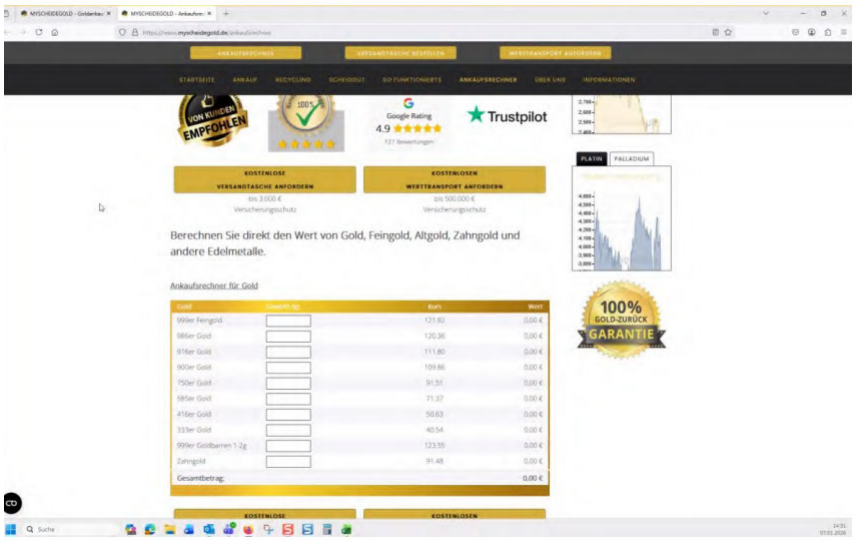
Die Beklagte war im Bereich des Handels und der Vermittlung von Edelmetallen sowie grundstücksbezogenen Kapitalanlagen tätig. Auf ihrer Internetseite, https://www.myscheidegold.de bot sie den Ankauf von Edelmetallen an.

Auf dieser Internetseite gab die Beklagte in einem Kasten unter der Überschrift „Kundemeinungen“ nachfolgende Zitate wieder: „Schnelle Zahlung“, „Einwandfreie Abwicklung“, „Perfekt“ und „Gerne wieder“. Im selben Kasten befand sich neben den Zitaten eine Darstellung von fünf gelben Sternen (Anl. K1).



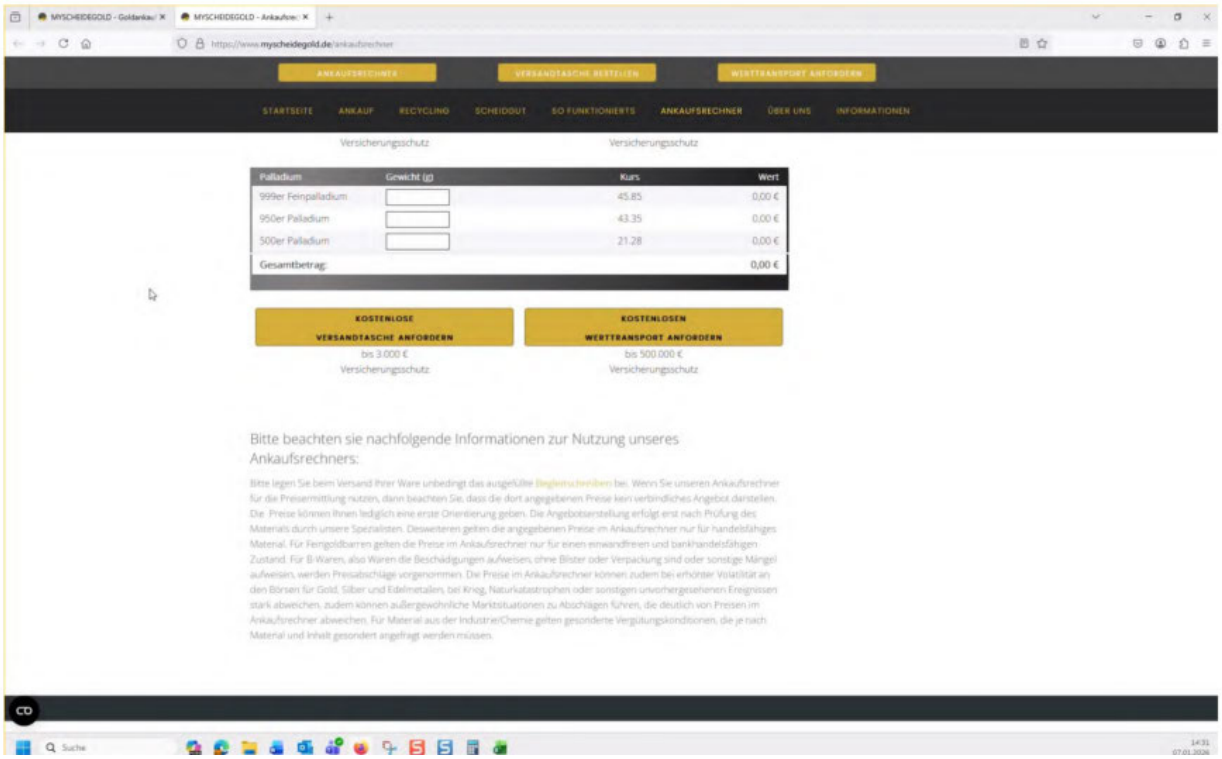
Auf der Internetseite befand sich zudem in der Kopfzeile ein „Ankaufsrechner“. Klickte der Verbraucher diesen an, wurde er auf die Unterseite https://www.myscheidegold.de/ankaufsrechner (Anl. K2) weitergeleitet. Dort befand sich eine Tabelle, mit der der Verbraucher laut Überschrift den Wert von unterschiedlichen Edelmetallen berechnen konnte. Er konnte das konkrete Gewicht des jeweiligen Edelmetalls eingeben und anhand eines dort angegebenen Kurses wurde automatisch ein Wert berechnet.

Die Tabelle war in mehrere Abschnitte zu den jeweiligen Edelmetallen gegliedert. Unter jedem Abschnitt befanden sich die beiden Schaltflächen „Kostenlose Versandtasche anfordern“ und „Kostenlosen Werttransport anfordern“, mit denen der Verbraucher zur Abwicklung der Einsendung von Edelmetallen weitergeleitet wurde. Die Schaltflächen waren als nächster logischer Handlungsschritt nach der Preisermittlung konzipiert. Der Verbraucher wurde somit stringent weitergeleitet.



Unterhalb der letzten Spalte der Tabelle zur Wertberechnung von Palladium befand sich folgender „Hinweis zu Nutzung des Ankaufsrechners“:

„Bitte legen Sie beim Versand Ihrer Ware unbedingt das ausgefüllte Begleitschreiben bei. Wenn Sie unseren Ankaufsrechner für die Preisermittlung nutzen, dann beachten Sie, dass die dort angegebenen Preise kein verbindliches Angebot darstellen. Die Preise können Ihnen lediglich eine erste Orientierung geben. Die Angebotserstellung erfolgt erst nach Prüfung des Materials durch unsere Spezialisten. Desweiteren gelten die angegebenen Preise im Ankaufsrechner nur für handelsfähiges Material. (…)“



Mit Schreiben vom 14.01.2026 (Anl. K3) forderte der Kläger die Beklagte auf, bis zum 28.01.2026 eine strafbewehrte Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung abzugeben und innerhalb von zwei Wochen ab Unterzeichnung der Unterlassungserklärung einen Aufwendungsersatz in Höhe von 350,00 EUR an den Kläger zu zahlen.

Mit Schreiben vom 28.01.2026 (Anl. K4) teilte der Beklagtenvertreter mit, dass die Unterlassungserklärung nicht abgegeben werde.

Der Kläger meint, dass durch die Darstellung des Ankaufsrechners der Eindruck erweckt worden sei, dass die mit dem Rechner ermittelten Werte, die Preise darstellten, zu denen die Beklagte die Edelmetalle der Verbraucher ankaufe. Insbesondere die Formulierung oberhalb des Rechners „Berechnen Sie den Wert von Gold, […] und anderen Edelmetallen“ habe diesen Eindruck bestärkt. Der Hinweis auf die Unverbindlichkeit der Berechnung sei nicht hinreichend auffällig platziert und gestaltet worden. Vielmehr sei die Darstellung darauf angelegt, dass der Verbraucher sie nicht wahrnehme.

Der Kläger ist der Ansicht, dass weitere Informationen zu der Sternebewertung und den Kundenmeinungen hätten dargestellt werden müssen. Insbesondere fehle jeglicher Hinweis darauf, dass es sich bei den Bewertungen tatsächlich um solche von Verbrauchern handele, welche die Dienstleistung in Anspruch genommen hätten, und welche Prüfmechanismen und Verifizierungsmaßnahmen zur Sicherstellung der Authentizität ergriffen würden.

Der Kläger beantragt,

1. die Beklagte zu verurteilten, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 Euro, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, diese zu vollstrecken an dem Inhaber Sven Breitschaft, zu unterlassen,

   a) im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbrauchern auf der Webseite https://www.myscheidegold.de für den Ankauf von Edelmetallen mit einem Ankaufsrechner, der die Berechnung des Wertes des zu verkaufenden Edelmetalls durch Angabe der Grammzahl ermöglicht, zu werben bzw. werben zu lassen,

   ohne klar und unmissverständlich darauf hinzuweisen, dass es sich bei den vom Ankaufsrechner errechneten und angezeigten Beträgen nicht um verbindliche Ankaufspreise handelt,

   wenn dies geschieht wie in der in Anlage K1 und K2 dargestellten Art und Weise.

b) im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbrauchern auf der Webseite https://www.myscheidegold.de für den Ankauf von Edelmetallen mit einer Gesamtsternebewertung von fünf gelben Sternen von fünf möglichen Sternen und/ oder textlichen Kundenbewertungen zu werben bzw. werben zu lassen,

ohne darüber zu informieren, ob und wie sichergestellt wird, dass die dort veröffentlichten Bewertungen von Verbrauchern stammen, welche die dort angebotenen Dienstleistungen tatsächlich genutzt oder erworben haben,

wenn dies geschieht wie in der in Anlage K 1 dargestellten Art und Weise.

2. Die Beklagte zu verurteilen, an den Kläger einen Aufwendungsersatz in Höhe von EUR 350,00 nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit zu zahlen.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte ist der Ansicht, es fehle an der Irreführung der Verbraucher. So sei die „Informationen zur Nutzung des Ankaufsrechners“ in unmittelbarem räumlichem Zusammenhang mit dem Rechner auf der Webseite platziert gewesen und hätte von Verbrauchern bei normalem Gebrauch der Webseite nicht übersehen werden können. Verbraucher hätten aufgrund der Tragweite eines Edelmetallverkaufs ein Angebot zudem mit erhöhter Aufmerksamkeit kritisch betrachtet und daher auch einen Hinweis am Ende des Angebots-Textes bemerkt.

Hinsichtlich der Kundenbewertungen habe sie zu keinem Zeitpunkt behauptet, dass es sich um Aussagen von verifizierten Kunden handele. Der Hinweis auf die Kundenbewertungen stelle eine allgemeine Werbeaussage dar.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf die Schriftsätze nebst den dazugehörigen Anlagen ergänzend Bezug genommen.

Entscheidungsgründe:

Die Klage ist begründet.

1. Der Kläger hat einen Anspruch gemäß § 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 3 i.V.m. §§ 3 Abs. 1, 5a Abs. 1, Abs. 2 Nr. 2, 5b Abs. 1 Nr. 3 UWG auf Unterlassung der streitgegenständlichen Werbedarstellung zum Ankaufrechner.

a) Der Kläger ist als in der Liste qualifizierter Einrichtungen i.S.d. § 4 UKlaG geführter Verein gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG aktivlegitimiert.

b) Die Beklagte hat unlauter geschäftlich gehandelt, indem sie wesentliche Informationen in unklarer, unverständlicher oder zweideutiger Weise vorenthalten hat.

aa) Die Unverbindlichkeit der durch den Ankaufsrechner ermittelten Werte ist eine wesentliche Information i.S.d. § 5a Abs. 1 UWG. Es besteht – hierüber sind die Parteien sich im Ergebnis einig – eine Pflicht zur Bereitstellung der Information, dass es sich bei den durch den Ankaufsrechner ermittelten Werten nicht um verbindliche Angebote handelt.

Unlauter handelt nach § 5a Abs. 1 UWG wer eine wesentliche Information vorenthält (BGH GRUR 2022, 241 Rn 25 – *Kopplungsangebot III*). § 5b Abs. 1 UWG legt einen Katalog von Informationen fest, die als wesentlich i.S.d. § 5a Abs. 1 UWG gelten sollen, wenn Waren oder Dienstleistungen unter Hinweis auf deren Merkmale und Preis in einer dem verwendeten Kommunikationsmittel angemessenen Weise so angeboten werden, dass ein durchschnittlicher Verbraucher das Geschäft abschließen kann. Es ist von einem weiten Begriff des Angebots auszugehen (EuGH GRUR 2011, 930 Rn 29 – *Ving Sverige AB*). Der Begriff „Kauf“ gebietet keine Beschränkung auf Kaufverträge im eigentlichen Sinne (OLG Düsseldorf WRP 2015, 898 Rn 25). Es besteht für den Werbenden die Pflicht zur Offenlegung von Informationen, die für die geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers erhebliches Gewicht haben und deren Angabe unter Berücksichtigung der beiderseitigen Interessen vom Unternehmer erwartet werden kann (BGH GRUR 2021, 979 Rn 13 – *Testsiegel auf Produktabbildung;* BGH GRUR 2017, 295 Rn 17 – *Entertain;* BGH GRUR 2017, 1265 Rn 19 – *Preisportal;* BGH GRUR 2016, 1076 Rn 31 – *LGA tested;* BGH GRUR 2012, 1275 Rn 36 – *Zweigstellenbriefbogen*). Die Frage, ob eine Information für die geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers von besonderem Gewicht ist, ist nach dem Erwartungs- und Verständnishorizont des Durchschnittsverbrauchers zu beurteilen (BGH GRUR 2017, 1265 Rn 19 – *Preisportal;* BGH GRUR 2016, 1076 Rn 37 – *LGA tested;* BGH GRUR 2014, 584 Rn 14 – *Typenbezeichnung*).

Nach § 5b Abs. 1 Nr. 3 UWG gelten als wesentlich auch Preisangaben (BGH GRUR 2010, 1110 Rn 29 – *Versandkosten bei Froogle II;* BGH GRUR 2010, 251 Rn 17 – *Versandkosten bei Froogle I*) sowie bei Preisen, die nicht im Voraus berechnet werden können, jedenfalls die Art der Preisberechnung. Eine Verpflichtung zur Aufklärung besteht insbesondere dann, wenn andernfalls die Gefahr einer unlauteren Beeinflussung der Verbraucher durch Täuschung über den tatsächlichen Wert des Angebots gegeben ist (BGH GRUR 2003, 538 –

Gesamtpreisangebot; BGH GRUR 2006, 161 – *Zeitschrift mit Sonnenbrille;* BGH GRUR 2007, 251 Rn 21 – *Regenwaldprojekt II*).

Auch ein Ankaufgeschäft und die Preisbildung der Ankaufspreise sind hiervon erfasst. Der Preis und die Preisbildung, wenn dieser nicht im Voraus berechnet werden kann, sind für eine verbindliche Geschäftsentscheidung des durchschnittlichen Verbrauchers von Gewicht, unabhängig davon, ob es sich um Verkaufs- oder Ankaufspreise handelt. Hinsichtlich der Preisbildung ist es eine Information von besonderem Gewicht, wenn ein Rechner zur Ermittlung eines Ankaufspreises zur Verfügung gestellt wird, dass es sich dabei nur um einen Richtwert handelt und nicht um ein verbindliches Preisangebot. Es handelt sich um einen wesentlichen Teil des Geschäfts, ob der auf einer Internetseite des Geschäftspartners individuell zur Verfügung gestellte Wert tatsächlich der ist, der auch gezahlt wird oder ob sich dieser noch ändern kann.

bb) Die wesentliche Information, dass die im Ankaufsrechner dargestellten Werte kein verbindliches Angebot darstellen, wurde vorliegend unlauter vorenthalten.

Gemäß § 5a Abs. 2 Nr. 2 gilt als unlauteres Vorenthalten wesentlicher Informationen auch die Bereitstellung wesentlicher Informationen in unklarer, unverständlicher oder zweideutiger Weise. Maßstab ist wiederum die Wahrnehmung der Informationen durch den Durchschnittsverbraucher (BGH GRUR 2026, 1156 Rn. 24). Unklarheit kann zum einen im Hinblick auf die Wahrnehmbarkeit der Information gegeben sein. Das ist dann anzunehmen, wenn die Gefahr besteht, dass der Durchschnittsverbraucher die Information nicht vollständig oder nicht richtig liest.

Die am Anfang der streitgegenständlichen Website erscheinende Darstellung ist objektiv irreführend. Durch die streitgegenständliche Darstellung entsteht der Eindruck, dass der Verbraucher ermitteln kann, wie viel Geld er für sein zu verkaufendes Edelmetall gezahlt bekommt. Dieser Eindruck entsteht insbesondere durch die Formulierungen am Anfang der Seite „Sichern Sie sich jetzt die Top-Preise von myscheidegold.de“, „Top-Ankaufspreise, angelehnt an den aktuellen Marktwert“ und „Berechnen Sie direkt den Wert von Gold, Feingold, Altgold, Zahngold und andere Edelmetalle“. Durch diese Formulierungen wird suggeriert, dass der tatsächliche Wert des Edelmetalls des Verbrauchers einfach mit dem Rechner bestimmt werden kann. Hierdurch wird die Erwartung geweckt, dass dieser berechnete Wert dem Verbraucher ausgezahlt wird.

Die Argumentation der Beklagten, dass der durchschnittlichen Verbraucher trotz dieser Darstellung wisse, dass der Auszahlungspreis von dem im Rechner angegebenen Wert noch variieren könne, der ermittelte Preis also nur ein eigener Preisvorschlag im Sinne eines invitatio ad offerendum ist und die Preisbestimmung tatsächlich erst nach physischer Prüfung und

Inaugenscheinnahme erfolgt, überzeugt nicht. Der Rechner richtet sich nicht lediglich an gewerbliche mit Edelmetallen handelnde Kaufleute, sondern in seiner Einfachheit gerade auch an Privatleute, die wenig bis keine Erfahrung im Verkauf von Edelmetallen haben. So wird insbesondere der Verkauf von Zahngold auf der Webseite hervorgehoben. Ohne vorherige Erfahrungen beim Handel mit Edelmetallen ist allein die Kenntnis zu erwarten, dass der Wert eines Edelmetalls über das Gewicht berechnet werden kann. Weitergehende Erfahrungen, auf welche anderen Kriterien es bei der tatsächlichen Ermittlung des Edelmetallpreises ankommt, können von einem privaten Verkäufer nicht erwartet werden. Der Umstand, dass allein der durch das Gewicht ermittelte Preis nicht allein ausschlaggebend ist, ist dem durchschnittlichen Verbraucher nicht bekannt.

Der am Ende der Website gegebene Hinweistext zur Nutzung des Ankaufsrechners ist nicht geeignet, die Irreführung durch die Aussage „Berechnen Sie direkt den Wert von (…)“ zu beseitigen.

Nach der Rechtsprechung des BGH kann in Fällen, in denen der Blickfang für sich genommen eine fehlerhafte Vorstellung vermittelt, der dadurch veranlasste Irrtum regelmäßig nur durch einen klaren und unmissverständlichen Hinweis ausgeschlossen werden, der selbst am Blickfang teilhat (BGH, GRUR 2003, 249 – *Preis ohne Monitor*). Zwar ist nicht in jedem Fall ein Sternchenhinweis oder ein anderer klarstellender Hinweis an den isoliert irreführenden blickfangmäßigen Angaben in einer Werbung erforderlich, um einen Irrtum der Verbraucher auszuschließen. Vielmehr kann es genügen, dass es sich um eine Werbung – etwa für langlebige und kostspielige Güter – handelt, mit der sich der Verbraucher eingehend und nicht nur flüchtig befasst und die er aufgrund einer kurzen und übersichtlichen Gestaltung insgesamt zur Kenntnis nehmen wird (*BGH*, GRUR 2015, 698 Rn. 19 – *Schlafzimmer komplett*). Eine Werbung ist nur dann „kurz und übersichtlich“ gestaltet, wenn der Zusammenhang zwischen unrichtiger Blickfangangabe und aufklärendem Hinweis gewissermaßen „auf einen Blick“ erkannt werden kann, weil beide Bestandteile in räumlicher Nähe zueinanderstehen und die aufklärende Information nicht in unübersichtlichem Text „versteckt“ wird (*BGH*, GRUR 2015, 698 Rn. 19 – *Schlafzimmer komplett*).

Vorliegend handelt es sich nicht um eine solche kurze und übersichtliche Werbung. Der Zusammenhang zwischen den unrichtigen Blickfangangaben zu Beginn der Website und dem aufklärenden Hinweis an deren Ende kann nicht „auf einen Blick“ erkannt werden. Der Hinweistext, in dem auf die Unverbindlichkeit des durch den Ankaufsrechner errechneten Werts hingewiesen wird, befindet sich unterhalb der letzten Tabelle, in der die Werte errechnet werden können. Die Tabelle war in mehrere Abschnitte zu den jeweiligen Edelmetallen gegliedert. Unter jedem Abschnitt befanden sich die beiden Schaltflächen, mit denen der Verbraucher zur Abwicklung der Einsendung von Edelmetallen weitergeleitet wird. Die Schaltflächen waren als

nächster logischer Handlungsschritt nach der Preisermittlung konzipiert. Der Verbraucher wurde sozusagen stringent weitergeleitet. Der Hinweistext befand sich unterhalb der letzten Spalte der Tabelle zur Wertberechnung von Palladium. Lediglich, wenn der Verbraucher soweit nach unten scrollte, um bei der Tabelle für Palladium anzukommen, ist der Hinweis wahrnehmbar. Wird er bereits vorher mit den errechneten Werten zur Abwicklung der Einsendung weitergeleitet, konnte der Hinweis nicht wahrgenommen werden.

Hinzu kommt der Umstand, dass der Hinweis „Bitte beachten sie nachfolgende Informationen zur Nutzung unseres Ankaufsrechners“ zwar in größerer Schriftgröße als der nachfolgende Text gestaltet ist, der hier entscheidende Punkt, dass die durch den Angebotsrechner ermittelten Preise „kein verbindliches Angebot“ darstellen, befindet sich ohne Hervorhebung im Fließtext. Der erzeugte Irrtum über die mittels des Ankaufsrechners ermittelte Preisangabe kann nur beseitigt werden, wenn der Verbraucher wenigstens die ersten Sätze des Fließtextes zur Kenntnis nimmt.

Auch der Einwand, dass es sich um ein räumlich beschränktes Kommunikationsmittel handelt, überzeugt nicht. Bei der Internetseite der Beklagten handelt es sich im Gegensatz zu einem Rundfunkspot, eine Printanzeige oder einem Werbebanner nicht um ein räumlich beschränktes Kommunikationsmittel. Eine Internetseite kann auch bezüglich Platzierung von Hinweisen beliebig gestaltet werden. Es besteht die Möglichkeit, den Hinweis an den Anfang der Tabelle oder jeweils unter die Schaltflächen, mit denen der Verbraucher weitergeleitet wird, zu platzieren und ihn zudem optisch in Bezug auf die Unverbindlichkeit hervorzuheben. Dies ist räumlich möglich und es würde sichergestellt, dass der Hinweis zwingend vom Verbraucher wahrgenommen werden kann.

2. Der Kläger hat zudem einen Anspruch auf Unterlassung der Darstellung von angeblichen Kundenbewertungen gemäß § 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 3, § 3 Abs. 3 UWG i.V.m. Nr. 23c des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG.

Die Werbung mit den streitbefangenen Bewertungen ist irreführend und damit unlauter. Die Beklagte präsentierte in einem Kasten unter der Überschrift „Kundemeinungen“ mit den Zitaten „Schnelle Zahlung“, „Einwandfreie Abwicklung“, „Perfekt“ und „Gerne wieder“ kombiniert mit einer Gesamtsternebewertung von 5 von 5 Sternen. Damit wird der Eindruck erweckt, es lägen tatsächlich Kundenbewertungen über die angebotene Leistung der Beklagten zugrunde, die zu diesem positiven Gesamtergebnis geführt haben. Unstreitig fehlen Hinweise zu Prüfmechanismen, Verifizierungsverfahren oder sonstigen Maßnahmen zur Sicherstellung der Authentizität dieser Aussagen.

Die Beklagte hat im Rahmen der Klageerwiderung klargestellt, dass es sich – mangels gegenteiliger Behauptung – nicht um veröffentlichten Werbeaussagen von verifizierten Kunden handele, sondern um reine Werbeaussagen.

Eine Bewertung ohne eine tatsächliche zugrunde liegende Erfahrung einer real existierenden Person, die die entsprechende Plattform auch tatsächlich genutzt hat, ist irreführend. Der Verbraucher erwartet, wenn er Bewertungen liest, dass diese von tatsächlichen Kunden der Beklagten stammen und nicht das es sich um sog. Fake-Bewertungen handelt.

Die Übermittlung der ausschließlich positiver Fake-Bewertungen durch die Beklagte erfolgte zweifelsohne zu Zwecken der Verkaufsförderung. Die Werbung mit positiven fiktiven Bewertungen, ohne dass dies entsprechend kenntlich gemacht ist, ist geeignet, den auf die Echtheit der Bewertung vertrauenden Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

Die streitgegenständlichen, unlauteren geschäftlichen Handlungen der Beklagten begründen die Gefahr einer Wiederholung vergleichbarer Verstöße. Aufgrund der nicht abgegebenen strafbewehrten Unterlassungserklärung besteht die Wiederholungsgefahr fort, weshalb die Unterlassungsklage berechtigt ist.

Der Kläger hat einen Anspruch auf Aufwendungsersatz in Höhe von EUR 350,00 gemäß §§ 13 Abs. 3, 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG. Der Kläger hat als zur Geltendmachung eines Unterlassungsanspruchs berechtigter gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG die Beklagte mit Schreiben vom 14.01.2026 abgemahnt. Die Abmahnung genügte auch den Anforderungen des § 13 Abs. 2 UWG.

Der Kläger hat einen Anspruch auf Ersatz der Verzugszinsen seit Rechtshängigkeit gemäß § 286 BGB i.V.m. §§ 13 Abs. 3, 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 91 Abs. 1 S. 1 ZPO.

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus § 709 S. 1, 2 ZPO.

Rechtsbehelfsbelehrung

Diese Entscheidung kann mit der Berufung angefochten werden. Sie ist innerhalb einer Notfrist von einem Monat bei dem Oberlandesgericht Frankfurt am Main, Zeil 42, 60313 Frankfurt am Main einzulegen. Die Frist beginnt mit der Zustellung der in vollständiger Form abgefassten Entscheidung.
Die Berufung ist nur zulässig, wenn der Beschwerdegegenstand 1.000,00 € übersteigt oder das Gericht die Berufung in diesem Urteil zugelassen hat.
Zur Einlegung der Berufung ist berechtigt, wer durch diese Entscheidung in seinen Rechten beeinträchtigt ist.

Die Berufung wird durch Einreichung einer Berufungsschrift eingelegt. Die Berufung kann nur durch einen Rechtsanwalt eingelegt werden.

Vorsitzende Richterin am Landgericht

Beglaubigt
Darmstadt, 23.10.2026

Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle