

## Kammergericht

Az.: 5 U 62/25

52 O 289/24 LG Berlin II



## Beschluss

In dem Rechtsstreit

**Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände - Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.**, vertreten durch d. Vorständin , Rudi-Dutschke-Straße  
17, 10696 Berlin  
- Kläger und Berufungskläger -

Prozessbevollmächtigte:

gegen

**Air Europa Lineas Aéreas, S.A.U**, vertreten durch den Geschäftsführer , Car-  
retera Arenal - Lluçmajor Km, 21.5, 07620 Lluçmajor Balearen, Spanien  
- Beklagte und Berufungsbeklagte -

Prozessbevollmächtigte:

hat das Kammergericht - 5. Zivilsenat - durch den Vorsitzenden Richter am Kammergericht  
, die Richterin am Kammergericht , und den Richter am Kammergericht  
am 03.12.2025 beschlossen:

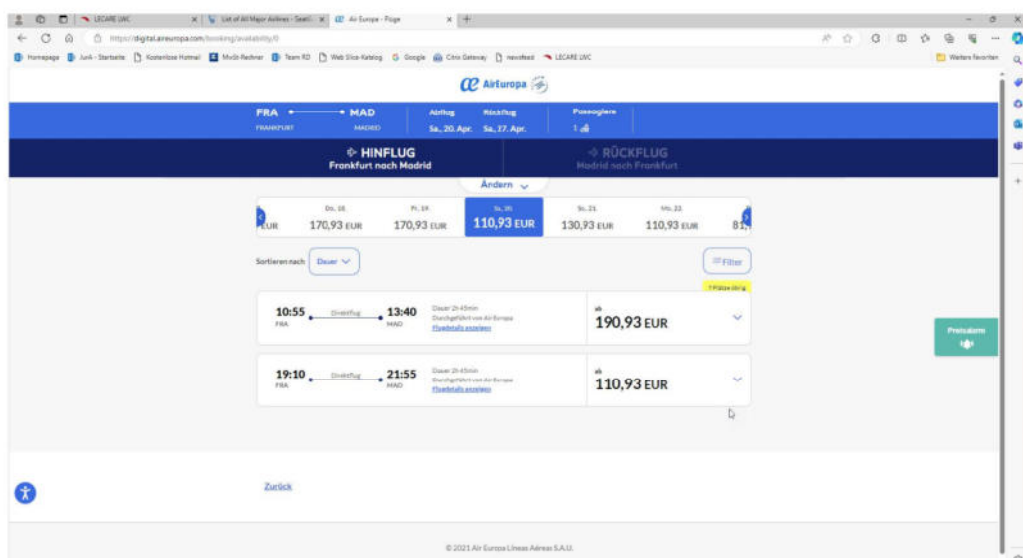
1. Die Berufung des Klägers gegen das am 3. Juni 2025 verkündete Urteil des Landgerichts Berlin II - Zivilkammer 52, Az. 52 O 289/24 - wird auf seine Kosten zurückgewiesen.
2. Das Urteil des Landgerichts Berlin II ist ohne Sicherheitsleistung vorläufig vollstreckbar.
3. Der Wert des Berufungsverfahrens wird auf bis zu 15.000,- EUR festgesetzt.

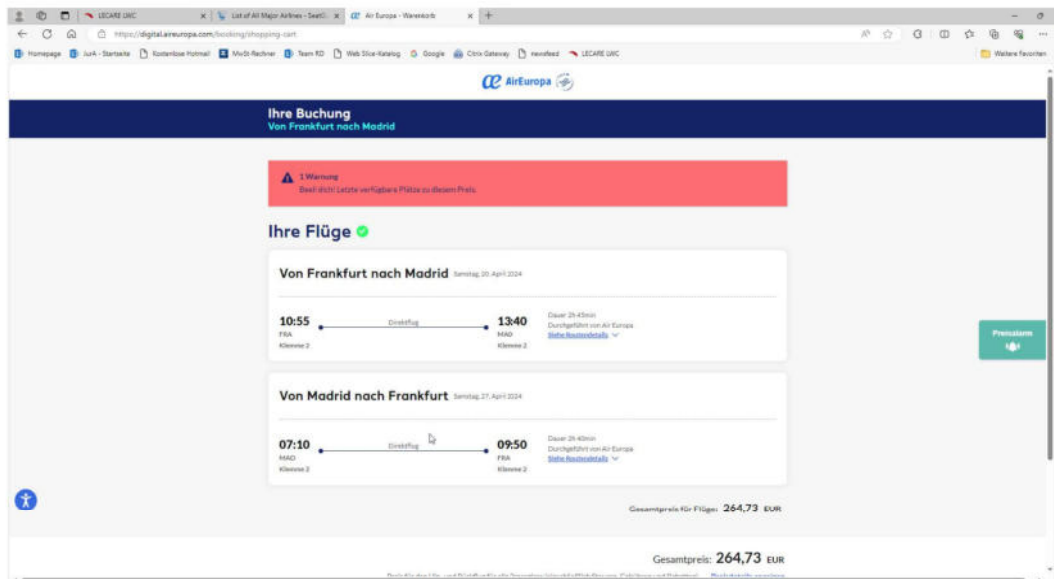
## Gründe:

### I.

Die Berufung des Klägers wendet sich gegen die Abweisung der Klage durch das Landgericht. Auf die tatsächlichen Feststellungen in dem angefochtenen Urteil des Landgerichts vom 3. Juni 2025 (Az. 52 O 289/24) wird gemäß § 540 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 ZPO Bezug genommen. In der Sache beanstandet der Kläger die Preisdarstellung in der Werbung der Beklagten bei einem Bestellvorgang für Flüge im Internet, die er als aggressive geschäftliche Handlung im Sinne des § 4a UWG einstuft, und die in den in den Anlagen K 2 und K 3 wie folgt dargestellt ist:

#### Anlage K 2:



Anlage K 3:

Der Senat hat die Parteien mit Beschluss vom 14. November 2025 darauf hingewiesen, dass er beabsichtigt, die Berufung durch einstimmigen Beschluss gemäß § 522 Abs. 2 Satz 1 ZPO zurückzuweisen. Dem ist der Kläger mit Schriftsatz vom 28. November 2025 entgegengetreten. Von einer weiteren Darstellung der Feststellungen gemäß § 540 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 ZPO wird abgesehen.

## B.

Die Berufung des Klägers ist durch einstimmigen Beschluss gemäß § 522 Abs. 2 Satz 1 ZPO zurückzuweisen, weil diese offensichtlich keine Aussicht auf Erfolg hat, die Rechtssache zugleich keine grundsätzliche Bedeutung hat und auch die Fortbildung des Rechts oder die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung des Senats durch Urteil nicht erfordern und die Durchführung einer mündlichen Verhandlung nicht geboten ist.

## I.

Die Berufung kann nach § 513 Abs. 1 ZPO ausschließlich darauf gestützt werden, dass das angegriffene Urteil auf einer Rechtsverletzung beruht oder die nach § 529 ZPO durch das Berufungsgericht zugrunde zu legenden Tatsachen eine andere Entscheidung als die erstinstanzlich

getroffene rechtfertigen (§ 546 ZPO). Dies ist im Streitfall nicht der Fall. In dem Hinweisbeschluss vom 14. November 2025 hat der Senat ausgeführt, dass das Landgericht die Klage jedenfalls im Ergebnis zu Recht abgewiesen hat. Der Senat hat dabei auf Folgendes abgestellt:

*„1. Die Klage ist allerdings zulässig.*

*a) Die internationale Zuständigkeit deutscher Gerichte ist gegeben, was das Landgericht - wenn auch unausgesprochen - zu Recht seiner Entscheidung zugrunde legt. Dies folgt aus Art. 7 Nr. 2 der Verordnung (EU) Nr. 1215/2012 über die gerichtliche Zuständigkeit und die Anerkennung und Vollstreckung von Entscheidungen in Zivil- und Handelssachen (EuGVVO). Denn der in deutscher Sprache gehaltene und in Deutschland abrufbare Internetauftritt der in Spanien ansässigen Beklagten, den der Kläger mit dem Klageantrag zu 1 beanstandet, richtet sich bestimmungsgemäß an Verkehrskreise im Inland; der Ort der Verwirklichung des Schadenserfolgs im Sinne von Art. 7 Nr. 2 EuGVVO liegt damit in Deutschland (vgl. dazu BGH, Urteil vom 12. Dezember 2013 - I ZR 131/12, NJW 2014, 2504 [juris Rn. 16 ff.] - englischsprachige Pressemitteilung; vgl. auch zum Markenrecht: BGH, Urteil vom 15. Februar 2018 - I ZR 201/16, GRUR 2018, 935 [juris Rn. 18] - goFit).*

*b) Der Unterlassungsantrag ist auch hinreichend bestimmt im Sinne von § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO; es wird auf die konkrete Verletzungsform Bezug genommen und in der Klagebegründung erläutert, in welchen Merkmalen des angegriffenen Verhaltens die Grundlage und der Anknüpfungspunkt für den Wettbewerbsverstoß und damit das Unterlassungsgebot liegen soll (vgl. dazu etwa BGH, Urteil vom 8. November 2018 - I ZR 108/17, GRUR 2019, 627 [juris Rn. 15] - Deutschland-Kombi; Urteil vom 14. Juli 2022 - I ZR 97/21, NJW 2022, 3213 [juris Rn. 12] - dortmund.de; Urteil vom 13. Juli 2023 - I ZR 152/21, NJW 2023, 3361 [juris Rn. 9] - muenchen.de).*

*2. Die Klage ist jedoch unbegründet. Im Ergebnis zutreffend nimmt das Landgericht an, dass die beanstandete Werbung keine aggressive geschäftliche Handlung darstellt und damit weder ein Unterlassungsanspruch gemäß § 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 3, § 3 Abs. 1, § 4a Abs. 1 UWG noch ein Anspruch auf Ersatz der vorgerichtlichen Abmahnkosten gemäß § 13 Abs. 3 UWG besteht.*

*a) Nach § 4a Abs. 1 Satz 1 UWG handelt unlauter, wer eine aggressive geschäftliche Handlung vornimmt, die geeignet ist, den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die dieser andernfalls nicht getroffen hätte. Eine geschäftliche Handlung ist gemäß § 4a Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 UWG aggressiv,*



wenn sie im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände geeignet ist, die Entscheidungsfreiheit des Verbrauchers oder sonstigen Marktteilnehmers durch unzulässige Beeinflussung erheblich zu beeinträchtigen. Eine unzulässige Beeinflussung liegt nach § 4a Abs. 1 Satz 3 UWG vor, wenn der Unternehmer eine Machtposition gegenüber dem Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zur Ausübung von Druck, auch ohne Anwendung oder Androhung von körperlicher Gewalt, in einer Weise ausnutzt, die die Fähigkeit des Verbrauchers oder sonstigen Marktteilnehmers zu einer informierten Entscheidung wesentlich einschränkt. Gemäß § 4a Abs. 2 Satz 1 UWG ist bei der Feststellung, ob eine geschäftliche Handlung aggressiv im Sinne des § 4a Abs. 1 Satz 2 UWG ist, abzustellen auf (Nr. 1) Zeitpunkt, Ort, Art oder Dauer der Handlung; (Nr. 2) die Verwendung drohender oder beleidigender Formulierungen oder Verhaltensweisen; (Nr. 3) die bewusste Ausnutzung von konkreten Unglückssituationen oder Umständen von solcher Schwere, dass sie das Urteilsvermögen des Verbrauchers oder sonstigen Marktteilnehmers beeinträchtigen, um dessen Entscheidung zu beeinflussen; (Nr. 4) belastende oder unverhältnismäßige Hindernisse nichtvertraglicher Art, mit denen der Unternehmer den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer an der Ausübung seiner vertraglichen Rechte zu hindern versucht, wozu auch das Recht gehört, den Vertrag zu kündigen oder zu einer anderen Ware oder Dienstleistung oder einem anderen Unternehmer zu wechseln; (Nr. 5) Drohungen mit rechtlich unzulässigen Handlungen.

b) Die Voraussetzungen einer aggressiven geschäftlichen Handlung sind im Streitfall nicht erfüllt.

aa) Zutreffend verweist die Berufung allerdings darauf, dass sog. „dark patterns“ unter § 4a Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 UWG fallen können; auf die Regelung in Art. 25 Abs. 1 DSA, die u.a. manipulative Geschäftspraktiken zum Gegenstand hat, kommt es insoweit aber wegen der Bereichsausnahme des Art. 25 Abs. 2 DSA nicht an (vgl. dazu Köhler/Alexander in Köhler/Feddersen, UWG, 43. Aufl. 2025, § 4a Rn. 1.81b; OLG Bamberg, Urteil vom 5. Februar 2025 - 3 UKI 11/24 e, Rn. 26, juris). Bei sog. „dark patterns“ handelt es sich um manipulative Techniken oder Gestaltungen, die ein Unternehmer einsetzt, um geschäftliche Entscheidungen von Verbrauchern oder sonstigen Marktteilnehmern in eine bestimmte Richtung zu lenken (vgl. Köhler/Alexander in Köhler/Feddersen, UWG, 43. Aufl. 2025, § 4a Rn. 1.81a; vgl. auch Steinrötter/Schauer, WRP 2024, 873 f. sowie Erwägungsgrund 67 der VO (EU) 2022/2065 [nachfolgend DSA]). Richtig ist auch, dass die Einblendung von Hinweisen auf nur begrenzt verfügbare Ressourcen (z.B. „Nur noch 4 Stück auf Lager“) als ein Beispiel für sog. „dark patterns“

angesehen werden, weil ein knappes Angebot vom Verbraucher regelmäßig als besonders begehrenswert eingestuft wird („Knappheitsheuristik“ bzw. „fear of missing out (fomo)“; vgl. etwa Steinrötter/Schauer, WRP 2024, 873, 874 mwN). Allein die begriffliche Zuordnung einer geschäftlichen Handlung zu Fallgestaltungen, die als „dark pattern“ bezeichnet werden, sagt jedoch noch nichts über deren Wettbewerbswidrigkeit aus.

bb) Im Streitfall besteht nach der Auffassung des Senats jedenfalls keine unzulässige Beeinflussung im Sinne des § 4a Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 UWG.

(1) Der Begriff unzulässige Beeinflussung umfasst nur solche Verhaltensweisen, durch die - ungeachtet ihrer Rechtmäßigkeit - aktiv durch Ausübung von Druck die Konditionierung des Willens des Verbrauchers erzwungen wird (vgl. EuGH, Urteil vom 12. Juni 2019 - C-628/17, GRUR 2019, 1064 [juris Rn. 33] - Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów/Orange Polska S.A.). Ob dies der Fall ist, ist nach dem Gesamteindruck zu beurteilen, den die geschäftliche Handlung bei den angesprochenen Verkehrskreisen hervorruft (vgl. BGH, Urteil vom 22. März 2018 - I ZR 25/17, NJW-RR 2018, 1442 [juris Rn. 17] - Zahlungsaufforderung). Maßgebend für die lauterkeitsrechtliche Beurteilung ist die Intensität oder Nachhaltigkeit des ausgeübten Drucks (vgl. Köhler/Alexander in Köhler/Feddersen, UWG, 43. Aufl. 2025, § 4a Rn. 1.77 zu moralischem Druck).

(2) Unter Berücksichtigung dieser Grundsätze ist im Streitfall eine unzulässige Beeinflussung zu verneinen. Die beanstandeten Angaben - in der Anlage K 2 und K 3 zu ersiehende Glocke mit der Angabe „Preisalarm“ und die in der Anlage K 3 ersichtliche weitere Angabe „1 Warnung Beeil dich! Letzte verfügbare Plätze zu diesem Preis“ - sind weder für sich betrachtet noch in ihrer Kombination geeignet, durch Ausübung von Druck die Konditionierung des Willens des Verbrauchers zu erzwingen. Es ist zwar zutreffend, dass dem Verbraucher durch die beanstandeten Angaben eine gewisse Dringlichkeit vermittelt wird. Dem durchschnittlich informierten, verständigen Verbraucher ist im Kontext einer Flugbuchung aber bekannt, dass Verfügbarkeiten und Preise dynamisch sind und sich regelmäßig ändern können. Der Verbraucher ist zudem bei der Buchung von Dienstleistungen oder der Bestellung von Waren im Internet an Dringlichkeitshinweise in verschiedenen Ausgestaltungen gewöhnt. Hiervon ausgehend fasst er auch die beanstandeten Angaben nicht als zwingenden Handlungsbefehl auf; eine reflexhafte oder konditionierte Entscheidung des durchschnittlichen Verbrauchers aufgrund der im Streitfall beanstandeten Angaben ist nicht zu erwarten. Die Buchung eines Fluges ist in der Regel mit einem bewussten, abgewogenen Entscheidungsprozess des Verbrauchers verbunden, und auch im



*Streitfall wird der Verbraucher durch den beanstandeten Buchungsprozess und die dortigen Angaben weder überrascht noch überrumpelt. Dem Verbraucher ist vielmehr bekannt, dass bei der Buchung einer Flugreise im Internet selbst bei einem knappen Angebot in der Regel noch ausreichend Zeit verbleibt, um Angebote anderer Anbieter zu vergleichen. Dass die Buchung abweichend von dem typischen Normalfall in kürzester Zeit innerhalb weniger Minuten zu erfolgen hätte, kann der beanstandeten Werbung dagegen nicht entnommen werden und der Verbraucher fasst diese auch nicht so auf. Hinzu kommt im Streitfall, dass der Verbraucher während des Buchungsprozesses konkret erfährt, wie viele Plätze zu dem angegebenen Preis konkret verfügbar sind (vgl. Anlage K 2), so dass er die Dringlichkeit weiter rational einschätzen kann. Damit fehlt es bei der gebotenen Gesamtschau der beanstandeten Werbung an der für § 4a UWG erforderlichen Intensität der psychischen Beeinflussung im Sinne einer erzwungenen Konditionierung des Willens des Verbrauchers. Der Hinweis bewegt sich noch im Rahmen zulässiger, werbetypischer Dringlichkeitskommunikation.“*

## II.

Der Senat hält an seiner in dem vorgenannten Hinweisbeschluss niedergelegten Beurteilung des Sach- und Streitstandes nach nochmaliger Prüfung und Beratung fest. Der Kläger hat gegen die Ausführungen des Senats innerhalb der ihm gewährten Frist zur Stellungnahme keine Einwendungen vorgebracht, die eine andere Entscheidung rechtfertigen. Soweit der Kläger auf das Verhältnis des § 4a Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 UWG zu der Regelung in Art. 25 Abs. 1 DSA abstellt, ergibt sich bereits aus Art. 25 Abs. 2 DSA, dass die Beurteilung der wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit der beanstandeten geschäftlichen Handlung nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb zu erfolgen hat (vgl. dazu Köhler/Alexander in Köhler/Feddersen, UWG, 43. Aufl. 2025, § 4a Rn. 1.81b); es ist also nicht zu prüfen, ob im Sinne des Art. 25 Abs. 1 DSA eine maßgebliche Beeinträchtigung oder Behinderung der Fähigkeit der Nutzer, freie und informierte Entscheidungen zu treffen, gegeben ist (vgl. dazu etwa Spindler/Schuster/Kaesling/Janal, Recht der elektronischen Medien, 5. Aufl. 2026, Art. 25 DSA Rn. 24). Bei der Anwendung der unbestimmten Rechtsbegriffe des § 4a UWG und anderer Normen kann jedoch ein Rückgriff auf die in der VO (EU) 2022/2065 (DSA) enthaltenen Rechtsgedanken in Betracht kommen (vgl. BeckOK UWG/Fritzsche, 30. Ed. 1.10.2025, UWG § 4a Rn. 95a), was der Senat in seinem Hinweisbeschluss nicht in Abrede gestellt, sondern - im Gegenteil - dadurch zum Ausdruck gebracht hat, dass er angenommen hat, dass die in Erwägungsgrund 67 der VO (EU) 2022/2065 genannten Geschäftspraktiken unter § 4a Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 UWG fallen können. Anders als es der Kläger darzustellen versucht, besteht daher schon im Ausgangspunkt zwischen der Beurteilung des Se-

nats und der Entscheidung des OLG Bamberg (Urteil vom 5. Februar 2025 - 3 UKI 11/24 e, GRUR-RR 2025, 238), bei der - anders als hier - zudem ein Regelbeispiel des Art. 25 Abs. 3 DSA einschlägig war, keine Divergenz.

Ein solcher Rückgriff auf die im DSA enthaltenen Rechtsgedanken ändert jedoch nichts daran, dass aufgrund der Bereichsausnahme des Art. 25 Abs. 2 DSA im Streitfall allein zu prüfen ist, ob eine unzulässige Beeinflussung im Sinne des § 4a Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 UWG vorliegt. Wie der Senat in seinem Hinweisbeschluss vom 14. November 2025 ausgeführt hat, kann eine unzulässige Beeinflussung darin bestehen, dass ein Unternehmer manipulative Techniken oder Gestaltungen (insbesondere sog. „dark patterns“) einsetzt, um geschäftliche Entscheidungen von Verbrauchern oder sonstigen Marktteilnehmern in eine bestimmte Richtung zu lenken (vgl. dazu auch Köhler/Alexander in Köhler/Feddersen, UWG, 43. Aufl. 2025, § 4a Rn. 1.81a.); erforderlich ist eine Verhaltensweise, durch die - nach dem maßgeblichen Gesamteindruck der beanstandeten geschäftlichen Handlung - aktiv durch Ausübung von Druck die Konditionierung des Willens des Verbrauchers erzwungen wird (vgl. EuGH, Urteil vom 12. Juni 2019 - C-628/17, GRUR 2019, 1064 [juris Rn. 33] - Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów/Orange Polska S. A.). Ob eine als „dark pattern“ zu bezeichnende Geschäftspraxis eine unzulässige Beeinflussung in diesem Sinne darstellt, ist jedoch stets eine Frage des konkreten Einzelfalls und im Streitfall aus den o.g. Gründen zu verneinen; anders als in dem der Entscheidung des OLG Bamberg zugrunde liegenden Streitfall ist vorliegend auch keines der Regelbeispiele des Art. 25 Abs. 3 DSA verwirklicht. Soweit der Kläger in dem Schriftsatz vom 28. November 2025 eine unzulässige Beeinflussung annimmt, trägt er keine Umstände vor, die - abweichend von der bisherigen Beurteilung des Senats - eine andere Entscheidung rechtfertigen; die Berufung setzt lediglich ihre eigene Würdigung an die Stelle der Würdigung des Senats.

### III.

Die weiteren Voraussetzungen des § 522 Abs. 2 Satz 1 ZPO liegen ebenfalls vor. Insoweit wird zunächst auf die Ausführungen des Senats in dem Hinweisbeschluss vom 14. November 2025 verwiesen. Darüber hinaus besteht weder eine Divergenz zu dem Urteil des OLG Bamberg vom 5. Februar 2025 (s.o.) noch kommt der Rechtssache grundsätzliche Bedeutung zu. Eine Sache hat grundsätzliche Bedeutung, wenn sie entscheidungserhebliche, klärungsbedürftige und klärungsfähige Rechtsfragen aufwirft, die sich über den Einzelfall hinaus in einer unbestimmten Vielzahl von Fällen stellen können und deshalb für die Allgemeinheit von besonderer Bedeutung sind, oder wenn andere (tatsächliche oder wirtschaftliche) Auswirkungen des Rechtsstreits auf die Allgemeinheit deren Interessen in besonderem Maße berühren. Klärungsbedürftig ist eine



Rechtsfrage dann, wenn sie zweifelhaft ist, also über Umfang und Bedeutung einer Rechtsvorschrift Unklarheiten bestehen. Derartige Unklarheiten bestehen unter anderem dann, wenn die Rechtsfrage von dem Bundesgerichtshof bisher nicht entschieden ist und von einigen Oberlandesgerichten unterschiedlich beantwortet wird oder wenn in der Literatur unterschiedliche Meinungen vertreten werden (vgl. etwa BeckOGK/Brückner, ZPO [1.10.2025], § 543 Rn. 14). Es ist aber weder ersichtlich noch von dem Kläger mit Substanz vorgetragen, dass eine Klärungsbedürftigkeit in diesem Sinne besteht. Klärungsbedürftig wäre allenfalls die sich hier nicht stellende Frage, ob im Anwendungsbereich des Art. 25 Abs. 2 DSA bei der Anwendung von § 4a UWG auf einen Einsatz von „dark patterns“ auch die der Konkretisierung von Art. 25 Abs. 1 DSA dienenden Regelbeispiele des Art. 25 Abs. 3 DSA heranzuziehen sind (vgl. etwa BeckOK UWG/Fritzsche [1.10.2025], UWG § 4a Rn. 95a.1).

#### IV.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO.

Die Vollstreckbarkeit der Kostenentscheidung dieses Beschlusses ergibt sich aus § 794 Abs. 1 Nr. 3 ZPO (vgl. OLG Hamm, Beschluss vom 20. Juli 2016 - I-20 U 43/16, VersR 2017, 418 [juris Rn. 38]; MüKoZPO/Götz, 6. Aufl. 2020, § 708 Rn. 18). Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus § 708 Nr. 10 Satz 2, § 713 ZPO.

Die Wertfestsetzung beruht auf § 47 Abs. 1 Satz 1, § 48 Abs. 1 Satz 1, § 51 Abs. 2, § 3 ZPO.

Vorsitzender Richter  
am Kammergericht

Richterin  
am Kammergericht

Richter  
am Kammergericht

Für die Richtigkeit der Abschrift  
Berlin, 03.12.2025

, JHSekr'in  
Urundsbeamtin der Geschäftsstelle