

Landgericht München I

Az.: 4 HK O 8277/25



IM NAMEN DES VOLKES

In dem Rechtsstreit

Verbraucherzentrale Hamburg e. V., vertreten durch: Michael Knobloch (Vorstand), Kirchenallee 22, 20099 Hamburg

- Kläger -

Prozessbevollmächtigte:

Rechtsanwälte **DORNKAMP Rechtsanwälte**, Stillner Partnerschaft mbB, Alexanderstraße 9b, 70184 Stuttgart, Gz.: 25-0760

gegen

[REDACTED], Gmunder Str. 25, 81379 München

- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte:

[REDACTED]

wegen Forderung

erlässt das Landgericht München I - 4. Kammer für Handelssachen - durch die Vorsitzende Richterin am Landgericht [REDACTED], den Handelsrichter [REDACTED] und den Handelsrichter [REDACTED] aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 08.12.2025 folgendes

Endurteil

- I. Die Klage wird abgewiesen.
- II. Der Kläger trägt die Kosten des Rechtsstreits.
- III. Das Urteil ist hinsichtlich der Kosten gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des zu vollstreckenden Betrages vorläufig vollstreckbar.
- IV. Der Streitwert des Verfahrens wird auf € 22.000,-- festgesetzt.

Tatbestand

Der Kläger, die Verbraucherzentrale Hamburg, wendet sich dagegen, dass die Beklagte auf Produktüberseiten für Kleidung unter Angabe von vergebenen Bewertungen in Form einer Sternebewertung wirbt, ohne unmittelbar dort darüber zu informieren, ob und inwieweit die Beklagte sicherstellt, dass die Bewertungen tatsächlich auf authentischen Erwerbsvorgängen beruhen.

Ausweislich des als Anlage K 1 vorgelegten Screenshots bietet die Beklagte auf ihrer Website www.sportscheck.com Wanderjacken zum Verkauf an, bei denen sie bereits auf der Übersichtsseite Bewertungen in Form von sogenannten Sternebewertungen einblendet. Die entsprechenden Hinweise dazu, ob und gegebenenfalls wie die Beklagte sicherstellt, dass die betreffenden Bewertungen von solchen Verbrauchern stammen, die die Waren der Beklagten tatsächlich erworben haben, finden sich nicht auf dieser Übersichtsseite, sondern erst wenn auf der entsprechenden Produktseite gemäß Anlage K 2 unter dem Hinweis „auf Sportscheck abgegebene Bewertungen werden auf Echtheit verifiziert“ auf den Link „mehr erfahren“ geklickt wird.

Klickt man hierauf, wird folgender Hinweis eingeblendet:

Verifizierung von Kundenbewertungen

Auf sportscheck.de abgegebene Bewertungen werden anhand eines mehrstufigen Verfahrens auf Angemessenheit und Relevanz überprüft.

Eingereichte Bewertungen werden zunächst durch einen Schlagwortfilter auf anstößige Inhalte überprüft. Ein Machine Learning Algorithmus filtert die Bewertung anschließend anhand der Kriterien von SportScheck und verifiziert die Zugehörigkeit zu dem bewerteten Produkt. In Zweifelsfällen werden ModeratorInnen zur manuellen Prüfung der Bewertung eingesetzt. Sind alle Voraussetzungen erfüllt, wird die Bewertung veröffentlicht. Inwieweit die Produkte von den Bewertenden tatsächlich erworben oder verwendet wurden, wird von uns nicht überprüft.

Lehnen wir eine Bewertung als nicht angemessen ab, wird der/die BewerterIn hierüber informiert und darum gebeten, den Inhalt gegebenenfalls entsprechend unserer Kriterien abzuändern und erneut einzureichen.

SportScheck kann und wird abgegebene Bewertungen niemals verändern oder bearbeiten. SportScheck ist außerdem nicht berechtigt, Bewertungen nur auf Grundlage der Sternebewertung oder der geäußerten Meinung zum bewerteten Produkt abzulehnen.

Der Kläger ist der Auffassung, dies sei nicht rechtzeitig im Sinne von § 5 a Abs. 2 Nr. 3 UWG.

Er stellt daher folgende Anträge:

- I. Die Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, unter Angabe von Verbraucherbewertungen in Form von Sternebewertungen Verbraucher zum Kauf von Kleidung aufzufordern, ohne im unmittelbaren räumlichen Zusammenhang der Sternebewertung selbst oder an einer von dort über einen entsprechenden Hinweis unmittelbar erreichbaren anderen Stelle darüber zu informieren, ob und ggf. wie die Beklagte sicherstellt, dass die betreffenden Bewertungen von solchen Verbrauchern stammen, die die Waren der Beklagten tatsächlich erworben haben,

wie insgesamt geschehen gemäß Screenshots von der Website der Beklagten nach Anlage K 1.

- II. Der Beklagten wird für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung gegen die in Ziffer I. genannten Unterlassungspflicht ein Ordnungsgeld bis zu € 250.000,00 (ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Wochen) oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu vollstrecken an der Geschäftsführerin der Beklagten, angedroht.
- III. Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger € 386,75 zzgl. Zinsen i.H.v. 5 Prozentpunkten über Basiszinssatz hieraus seit Rechtshängigkeit zu bezahlen.

Die Beklagte beantragt:

Klageabweisung.

Sie ist der Auffassung, sie erteile die nach § 5 b Abs. 3 UWG geschuldeten Informationen rechtzeitig im Sinne von § 5 a Abs. 2 Nr. 3 UWG. Der Verbraucher erhalte die Informationen da, wo er sie erwarte, nämlich auf der Produktübersichtsseite über den dort vorhandenen Link. Die Entscheidung dazu, ein Produkt anzuklicken, welches den Nutzer interessiere, stelle keine geschäftliche Entscheidung im Sinne von § 5 a Abs. 1 UWG dar.

Zur Ergänzung des Tatbestands wird auf die von den Parteien eingereichten Schriftsätzen nebst Anlagen und auf das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 08.12.2015 Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

Die zulässige Klage war als unbegründet abzuweisen, da die Kammer einen Wettbewerbsverstoß nicht erkennen kann.

Die Beklagte erteilt die Informationen dazu, dass und wie sie sicherstellt, dass die betreffenden Bewertungen von solchen Verbrauchern stammen, die die Waren der Beklagten tatsächlich erworben haben, rechtzeitig im Sinne von § 5 a Abs. 2 UWG.

Zwar erreicht eine Information den Verbraucher nach der Rechtsprechung des BGH nur rechtzeitig, wenn er sie erhält, bevor er aufgrund der Werbung eine geschäftliche Entscheidung treffen kann (BGH GRUR 2016, 1076-LGA tested m. w. N.).

Dabei ist der Begriff der „geschäftlichen Entscheidung“ weit auszulegen und umfasst nicht nur die Entscheidung über den Erwerb oder Nichterwerb eines Produkts, sondern auch damit unmittelbar zusammenhängende Entscheidungen wie insbesondere das Betreten eines Geschäfts (vgl. EuGH, Urteil vom 19.12.2013, Grur 2014, 196-Trento Sviluppo).

Die geschäftliche Entscheidung, das virtuelle Geschäft der Beklagten zu betreten, hat der Nutzer jedoch in dem Moment, in dem er die streitgegenständlichen Internetseiten der Beklagten sieht, bereits getroffen.

Die Entscheidung, ausgehend von der Produktübersichtsseite auf den einzelnen Artikel zu klicken, stellt für denjenigen, der sich mit diesem einzelnen Angebot näher befassen will, nach Auffassung der Kammer keine gesonderte geschäftliche Entscheidung dar.

Die Entscheidung des Verbrauchers, sich mit einem beworbenen Angebot näher zu befassen, die durch eine Angabe veranlasst worden ist, stellt für sich gesehen mangels eines unmittelbaren Zusammenhangs mit einem Erwerbsvorgang noch keine Geschäftsentscheidung im Sinne von Artikel 2 Buchstabe k und 6 I RL 2005/29/EG dar (vgl. BGH GRUR 2015, 698-Schlafzimmer komplett).

Der auf die Produktseite der einzelnen Wanderjacke führende Klick stellt im Verhältnis zum bereits erfolgten Betreten des Internetgeschäfts keine eigenständige geschäftliche Entscheidung dar.

Es macht für den Verbraucher auch schlichtweg keinen Unterschied, ob er den Hinweis dazu, dass die Beklagte die Kundenbewertungen überprüft, bereits auf der Übersichtsseite mit den von der Beklagten angebotenen und jeweils mit Sternen versehenen Jacken behält oder aber erst, wenn er die Jacke anklickt, die er sich näher ansehen möchte.

Hinzu kommt, dass eine Produktübersichtsseite schon aus Platzgründen üblicherweise nicht sämtliche Informationen enthalten kann, die dem Verbraucher im Zusammenhang mit Internetangeboten zu erteilen sind.

Der Verbraucher ist daran gewöhnt, dass ihm ausgehend von einer solchen Übersichtsseite die wesentlichen Informationen über das Produkt auf der eigentlichen Artikelseite erteilt werden, wie dies die Beklagte getan hat.

Unter Berücksichtigung der gesetzlichen Vorgabe in § 5 a Abs. 3 UWG, wonach bei der Beurteilung, ob wesentliche Informationen vorenthalten werden, räumliche oder zeitliche Beschränkungen durch das für die geschäftliche Handlung gewählte Kommunikationsmittel zu berücksichtigen sind, werden im vorliegenden Fall die nach § 5 b Abs. 4 UWG zu erteilenden Informationen dem Verbraucher dort erteilt, wo er sie erwartet. Die Annahme des Klägers, der Kunde wolle zunächst die Bewertungen ansehen, um sich erst dann näher mit dem Produkt zu beschäftigen, ist lebensfremd.

Unter Berücksichtigung der nach § 5 a Abs. 3 UWG in Betracht zu ziehenden Gesamtumstände erfolgt daher die nach § 5 b Abs. 4 UWG erforderliche Informationserteilung rechtzeitig.

Die Klage war daher in vollem Umfang mit der Kostenfolge des § 91 Abs. 1 ZPO abzuweisen.

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus § 709 Satz 1 ZPO.

gez.



Vorsitzende Richterin
am Landgericht



Handelsrichter



Handelsrichter

Verkündet am 23.02.2026

gez.

██████████, JHSekr
Urkundsbeamter der Geschäftsstelle



Für die Richtigkeit der Abschrift
München, 24.02.2026

██████████, JHSekr
Urkundsbeamter der Geschäftsstelle