



Landgericht Karlsruhe

Im Namen des Volkes

Urteil

In dem Rechtsstreit

Verbraucherzentrale Hamburg e.V., vertreten durch d. Vorsitzenden, Kirchenallee 22, 20099
Hamburg
- Kläger -

Prozessbevollmächtigte:

Rechtsanwälte **DORNKAMP Rechtsanwälte**, Alexanderstraße 9b, 70184 Stuttgart, Gz.: 25-0785

gegen

[REDACTED]

- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte:

[REDACTED]

wegen Unterlassung

hat das Landgericht Karlsruhe - Kammer für Handelssachen III - durch den Vorsitzenden Richter
am Landgericht Kantlehner aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 20.11.2025 für Recht
erkannt:

1. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00
€, ersatzweise Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu vollstrecken

am Geschäftsführer der Beklagten, 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.

2. Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 386,75 € zzgl. Zinsen i.H.v. 5 Prozentpunkten über Basiszinssatz hieraus seit 20.08.2025 zu bezahlen.
3. Die Beklagte hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.
4. Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrags vorläufig vollstreckbar.

Beschluss

Der Streitwert wird auf 22.000,00 € festgesetzt.

Tatbestand

Der Kläger begehrt von der Beklagten wettbewerbsrechtlich die Unterlassung von Werbung mit Kundenbewertungen ohne entsprechenden Hinweis auf deren Zustandekommen.

Der Kläger ist ein nach § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG qualifizierter Verbraucherverband.

Die Beklagte vertreibt über ihre Website [www.f\[REDACTED\].de](http://www.f[REDACTED].de) Bekleidung. Die Beklagte blendet zu angebotenen Textilien bereits auf der Übersichtsseite einer Produktkategorien jeweils – soweit vorhanden – Kundenbewertungen in Form sogenannter Sternebewertungen ein. Dabei werden auf einer Grafik unter dem Produkt abhängig von den Bewertungen von einem bis zu fünf Sternen in einer waagrechten Reihe als Durchschnittsbewertung angezeigt und in Klammer die Anzahl

der Bewertungen (vgl. Anlage K 1).

Wenn Nutzer der Seite auf das konkrete Produkt klicken, werden sie auf die Produktdetailseite weitergeleitet. Dort Klick auf einen Hyperlink zur Anzahl der erneut und an zwei Positionen aufgeführten vergebenen Sterne wird die in Anlage K 2 ersichtliche Information zu den Bewertungen angezeigt, die Aufschlüsselung der einzelnen Bewertungen nach Sternen sowie die Bewertungen selbst. Klickt man dort wiederum auf „Authentische Bewertungen“, werden die in Anlage K 3 ersichtlichen Informationen über die Gewinnung der Bewertungen angezeigt.

Mit Schreiben vom 02.06.2025 wurde die Beklagte abgemahnt.

Der Kläger behauptet, für Verbraucherinnen und Verbraucher sei die Information darüber, inwieweit der Unternehmer sicherstelle, dass eine Kundenbewertung tatsächlich auf einer authentischen (geprüften) Käuferfahrung beruhe, von grundlegender Bedeutung. Sie verließen sich in der Praxis tendenziell eher auf Erfahrungen Dritter, die jenseits der üblichen werbemäßigen Übertreibungen von Unternehmern ein neutrales Bild von der Qualität und Preiswürdigkeit des Produkts lieferten. Befinde sich daher eine Kundenbewertung in Form einer plakativen Sternebewertung bereits auf der Produktübersichtsseite, würden Verbraucherinnen und Verbraucher diese Sternebewertung zur Kenntnis nehmen und im Zweifel tendenziell das Produkt anklicken, das die höchste Bewertung aufweise. Für Verbraucherinnen und Verbraucher sei die Information, inwieweit vom Unternehmer veröffentlichte Kundenbewertungen auf authentischen Käuferfahrungen beruhen, somit bereits für die Entscheidung erforderlich, ob sie sich mit dem konkret beworbenen Angebot näher beschäftigen möchten.

Die Abmahnpauschale von 386,75 € entspreche dabei dem durchschnittlichen Personalkostenaufwand, der dem Kläger bei eigens verfassten Abmahnungen in der Höhe entstehen würde. Berücksichtigt würden dabei Personalkosten Referent/in nach Entgeltgruppe 13 TV-AVH (3,5 Arbeitsstunden) , Bürosachbearbeiter/in nach Entgeltgruppe 5 TV-AVH (1 Arbeitsstunde) sowie anteilige Gemeinkosten.

Der Kläger beantragt:

- 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 Be-

wertungen 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:

Die Klage wird abgewiesen.

Die Beklagte ist der Auffassung, die Darstellung der Sterne auf der Produktübersichtsseite sei keine Verbraucherbewertung i.S.v. § 5b Abs. 3 UWG. Überdies weise die Darstellung der Sterne dort keine Relevanz für die Verbraucherentscheidung auf.

Zur Ergänzung des Tatbestands wird verwiesen auf die Schriftsätze der Parteien sowie das Protokoll zur mündlichen Verhandlung.

Entscheidungsgründe

A. Die zulässige Klage ist begründet.

I. Dem nach § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG klagebefugten Kläger steht gegen die Beklagte auf die tenorierte Unterlassung zu, §§ 3, 5a Abs. 1, Abs. 2 Nr. 3, 5b Abs. 3 UWG.

1. Bei den auf der Übersichtsseite dargestellten Sternen handelt es sich um Verbraucherbewertungen.

a) Der Anwendungsbereich des § 5b Abs. 3 UWG ist eröffnet. Die Beklagte hat in der mündlichen Verhandlung eingestanden, dass die Anzahl der vergebenen Sterne ausschließlich auf Verbraucherbewertungen zurückgeht und sich nicht auch aus Bewertungen von Unternehmern ableitet.

(vgl. dazu Köhler/Feddersen/Köhler/Feddersen, 43. Aufl. 2025, UWG § 5b Rn. 4.3).

b) Die grafisch aufbereitete Darstellung des Durchschnittswerts stellt eine Bewertung dar.

Voraussetzung der Informationspflicht des Unternehmers ist lediglich, dass er Bewertungen, die Verbraucher im Hinblick auf (seine) Waren oder Dienstleistungen vorgenommen haben, zugänglich macht (und damit veröffentlicht). Ein bloßes Zugänglichmachen besteht darin, dass der Unternehmer es Verbrauchern ermöglicht, ihre Produktbewertungen in seine Webseite (oder eine sonstige Veröffentlichung) einzustellen und damit von interessierten Verbrauchern wahrgenommen werden können (vgl. Köhler/Feddersen/Köhler/Feddersen UWG § 5b Rn. 4.3).

Unerheblich ist dabei, dass auf der Übersichtsseite lediglich ein Durchschnittswert und weder eine Aufschlüsselung über die Verteilung der Bewertungen (vgl. hierzu BGH GRUR 2024, 1345) noch eine Einzeldarstellung der Bewertungen aufgeführt ist, sondern insbesondere Letzteres erst auf der Produktdetailseite dargestellt wird. Das Gesetz unterscheidet weder im Wortlaut noch im Sinn und Zweck zwischen Einzeldarstellungen und einer gewichteten Bewertung, ebenso wenig weist die Gesetzesbegründung eine entsprechende Differenzierung auf (vgl. BT-Drs. 19/27873, 37 S. 36 f.). Auch die Abbildung einer Durchschnittsbewertung, gewonnen aus mehreren Einzelbewertungen, stellt das zugänglich machen von Bewertungen dar, mögen diese auch anders aufbereitet bzw. zusammengefasst sein. Der Gesetzeszweck, den Verbraucher darüber aufzuklären, ob und wie der Unternehmer sicherstellt, dass die veröffentlichten Bewertungen von solchen Verbrauchern stammen, die die Waren oder Dienstleistungen tatsächlich genutzt oder erworben haben, wird bereits von der Darstellung einer Durchschnittsbewertung berührt und nicht erst bei einer aufgeschlüsselten Darstellung (aA wohl OLG Hamburg GRUR 2024, 466 Rn. 57). Denn bereits in dem Zeitpunkt, indem dem Verbraucher die entsprechende Zusammenfassung der Bewertungen präsentiert wird, wird auf seine Verkaufsentscheidung eingewirkt (vgl. dazu unten). Umgekehrt würde ein Wettbewerber, der lediglich einen Durchschnittswert anbietet, von den Anforderungen des § 5b Abs. 3 UWG befreit, obwohl diese Vorgehensweise noch intransparenter wäre als eine Darstellung der einzelnen Bewertungen ohne die nach § 5b Abs. 3 UWG erforderliche Aufklärung. Im letztgenannten Fall lässt sich bei begründeten Bewertungen in der Regel zumindest ein gewisser Anteil von „Fake“-Bewertungen anhand übertriebener Darstellung etc. identifizieren, diese Möglichkeit ist dem Verbraucher bei einer bloßen Durchschnittsbewertung völlig genommen. Sofern sich Bewertungen lediglich aus Benotungen, Punktevergaben etc. zusammensetzen, ist ebenfalls nicht ersichtlich, weshalb derjenige Wettbewerber privilegiert werden sollte, der die Bewertungen zusammenfasst.

2. Die Beklagte hat die nach § 5b Abs. 3 UWG erforderlichen Informationen nicht rechtzeitig erteilt. Die Informationen müssen mit dem Zugänglichmachen der Verbraucherbewertungen erteilt werden (vgl. Seichter in: Seichter, jurisPK-UWG, 5. Aufl., § 5b UWG (Stand: 12.11.2025) Rn. 75). Die Bebringung der Information erst auf der Produktdetailseite genügt diesen Anforderungen nicht.

a) Eine Information erreicht den Verbraucher nur rechtzeitig, wenn er sie erhält, bevor er aufgrund der Werbung eine geschäftliche Entscheidung treffen kann. Der Begriff "geschäftliche Entscheidung" umfasst nicht nur die Entscheidung über den Erwerb oder Nichterwerb eines Produkts, sondern auch damit unmittelbar zusammenhängende Entscheidungen wie insbesondere das Betreten des Geschäfts (vgl. GRUR 2016, 1076 Rn. 29 m.w.N.). Dem gleichzusetzen ist, dass sich ein Verbraucher aufgrund einer Verbraucherbewertung näher mit einem Einzelprodukt auseinandersetzt. Die Grundsätze aus BGH GRUR 2010, 248 Rn. 32 (Kamerakauf im Internet), wonach bei der Bewerbung eines Produkts im Internet mit einem Testergebnis die Fundstelle entweder bereits deutlich auf der ersten Bildschirmseite angegeben oder durch einen Sternchenhinweis eindeutig und leicht aufzufinden sein muss, sind entsprechend heranzuziehen.

b) Damit hat die Beklagte dem Verbraucher eine wesentliche Information vorenthalten, vgl. § 5b Abs. 3, 5a Abs. 1 UWG.

3. Das Vorenthalten dieser Informationen ist dazu geeignet, den Verbraucher oder den sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

a) Den Unternehmer, der geltend macht, dass der Verbraucher – abweichend vom Regelfall – eine ihm vorenthaltene wesentliche Information für eine Kaufentscheidung nicht benötigt und dass das Vorenthalten dieser Information den Verbraucher nicht zu einer anderen Kaufentscheidung veranlassen kann, trifft insoweit allerdings eine sekundäre Darlegungslast. Der Verbraucher wird eine wesentliche Information im Allgemeinen für eine informierte Kaufentscheidung benötigen. Ebenso wird, sofern im konkreten Fall keine besonderen Umstände vorliegen, grundsätzlich davon auszugehen sein, dass das Vorenthalten einer wesentlichen Information, die der Verbraucher nach den Umständen benötigt, um eine informierte Entscheidung zu treffen, geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er bei der geboten gewesenen Information nicht getroffen hätte (vgl. BGH GRUR 2019, 82 Jogginghosen Rn. 32 m.w.N.).

b) Dieser sekundären Darlegungslast hat die Beklagte nicht entsprochen. Der Vortrag beschränkt sich auf das Bestreiten der klägerischen Darstellung sowie allgemeine Erwägungen zum Ver-

kaufsverhalten. Die in Anlage B 3 vorgelegte Studie verhält sich bereits nicht zu den Auswirkungen von Bewertungen auf das Kaufverhalten. Demgegenüber verweist Köhler/Feddersen/Köhler/Feddersen, 43. Aufl. 2025, UWG § 5b Rn. 4.2 auf eine Umfrage des Digitalverbands Bitkom e. V. von 2019, wonach mehr als jeder zweite Online-Shopper Kundenrezensionen für eine wichtige Entscheidungshilfe hält. Überdies dürfte die Beklagte selbst davon ausgehen, dass bereits die Aufführung der Sternebewertungen auf der Übersichtsseite zur Entscheidungsfindung beiträgt. Andernfalls ist nicht ersichtlich, wieso die Beklagte den zusätzlichen Aufwand betreibt, die Bewertungen bereits dort zu platzieren, dazumal nach eigenen Angaben die Abweichungen der Bewertungszahl zwischen Übersichts- und Detailseite auf technische Probleme zurückzuführen sind, die ohne Aufführung auf beiden Seiten bereits nicht entstehen könnten.

II. Der Kläger kann die Kosten ihrer Abmahnung nach § 13 Abs. 3 UWG verlangen.

1. Für einen Verband, dem es zuzumuten ist, typische und durchschnittlich schwer zu verfolgende Wettbewerbsverstöße zu erkennen und abzumahnern, kommt in derartigen Fällen nur ein Anspruch auf anteiligen Ersatz der Personal- und Sachkosten in Form einer Kostenpauschale in Betracht. Diese Pauschale beträgt derzeit für die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs (Wettbewerbszentrale), die einen umfangreichen gemeinnützigen Zweckbetrieb für den Abmahnbereich unterhält, 350,00 € zzgl. MwSt. In welcher Höhe andere Verbände eine Kostenpauschale für Personal- und Sachkosten verlangen können, richtet sich nach Lage des Einzelfalls. Ein Verband, der eine Kostenpauschale geltend macht, muss die Parameter offenlegen, die der Pauschalierung zu Grunde liegen, und so einer Prüfung zugänglich machen; im Einzelfall können die Kosten und kann der kostenverursachende Aufwand nach § 287 I ZPO geschätzt werden (vgl. Köhler/Feddersen/Bornkamm/Feddersen, 43. Aufl. 2025, UWG § 13 Rn. 132 m.w.N.).

2. Nach diesen Maßgaben hat der Kläger einen Anspruch auf Bezahlung der geltend gemachten Pauschale. Ebenso wie die Wettbewerbszentrale unterhält der Kläger einen Bereich für Abmahnungen. Es erscheint somit sachgerecht, die Pauschalen der beiden Verbände gleichzusetzen (wobei die Pauschale des Klägers geringfügig niedriger angesetzt ist). Überdies hat der Kläger seine Bemessungsgrundlagen offengelegt, Bedenken hiergegen ergeben sich nicht.

B. Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs. 1 ZPO. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt § 709 ZPO.

Rechtsbehelfsbelehrung:

Gegen die Entscheidung, mit der der Streitwert festgesetzt worden ist, kann Beschwerde eingelegt werden,

wenn der Wert des Beschwerdegegenstands 200 Euro übersteigt oder das Gericht die Beschwerde zugelassen hat.

Die Beschwerde ist binnen **sechs Monaten** bei dem

Landgericht Karlsruhe
Hans-Thoma-Straße 7
76133 Karlsruhe

einzulegen.

Die Frist beginnt mit Eintreten der Rechtskraft der Entscheidung in der Hauptsache oder der anderweitigen Erledigung des Verfahrens. Ist der Streitwert später als einen Monat vor Ablauf der sechsmonatigen Frist festgesetzt worden, kann die Beschwerde noch innerhalb eines Monats nach Zustellung oder formloser Mitteilung des Festsetzungsbeschlusses eingelegt werden. Im Fall der formlosen Mitteilung gilt der Beschluss mit dem vierten Tage nach Aufgabe zur Post als bekannt gemacht.

Die Beschwerde ist schriftlich einzulegen oder durch Erklärung zu Protokoll der Geschäftsstelle des genannten Gerichts. Sie kann auch vor der Geschäftsstelle jedes Amtsgerichts zu Protokoll erklärt werden; die Frist ist jedoch nur gewahrt, wenn das Protokoll rechtzeitig bei dem oben genannten Gericht eingeht. Eine anwaltliche Mitwirkung ist nicht vorgeschrieben.

Rechtsbehelfe können auch als elektronisches Dokument eingelegt werden. Eine Einlegung per E-Mail ist nicht zulässig. Wie Sie bei Gericht elektronisch einreichen können, wird auf www.ejustice-bw.de beschrieben.

Schriftlich einzureichende Anträge und Erklärungen, die durch eine Rechtsanwältin, einen Rechtsanwalt, durch eine Behörde oder durch eine juristische Person des öffentlichen Rechts einschließlich der von ihr zur Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgaben gebildeten Zusammenschlüsse eingereicht werden, sind als elektronisches Dokument zu übermitteln. Ist dies aus technischen Gründen vorübergehend nicht möglich, bleibt die Übermittlung nach den allgemeinen Vorschriften zulässig. Die vorübergehende Unmöglichkeit ist bei der Erstatteinreichung oder unverzüglich danach glaubhaft zu machen; auf Anforderung ist ein elektronisches Dokument nachzureichen.

Kantlehner
Vorsitzender Richter am Landgericht

Vermerk:

Verkündet am 11.12.2025

Huck

Urkundsbeamter der Geschäftsstelle