

Landgericht München I

Az.: 33 O 8220/25



IM NAMEN DES VOLKES

In dem Rechtsstreit

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., v.d.d. Vorständin, Frau _____, Ru-
di-Dutschke-Str. 17, 10969 Berlin
- Kläger -

Prozessbevollmächtigte:

gegen

CHECK24 Vergleichsportal Finanzen GmbH, vertreten durch d. Geschäftsführer, Trappentreu-
str. 1-3, 80339 München
- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte:

wegen Forderung

erlässt das Landgericht München I - 33. Zivilkammer - durch den Vorsitzenden Richter am Land-
gericht _____, den Richter am Landgericht _____ und den Richter am Landgericht
aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 14.04.2026 folgendes

Endurteil

1. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung vom
Gericht festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder ei-
ner Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, wobei die Ordnungshaft an ihren jeweiligen gesetzli-
chen Vertretern zu vollziehen ist, und insgesamt zwei Jahre nicht übersteigen darf, zu unterlas-
sen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen im Internet unter der URL

<https://www.check24.de/konto-kredit/> für einen Vergleich und den Abschluss von Krediten zu werben bzw. werben zu lassen und dabei Verbraucherbewertungen zugänglich zu machen, ohne Informationen darüber zu erteilen, ob und wie sichergestellt wird, dass die veröffentlichten Bewertungen von solchen Verbrauchern stammen, die das Angebot tatsächlich genutzt oder erworben haben und/oder ob alle Bewertungen - positive wie negative - veröffentlicht werden, die von Verbrauchern abgegeben worden sind, die das Angebot tatsächlich genutzt oder erworben haben, und wenn nicht, nach welchen Kriterien Bewertungen aussortiert werden, wenn dies geschieht wie folgend abgebildet:

Kreditbetrag €
20.000

Laufzeit
24 Monate

Verwendungszweck
Freie Verwendung

Kreditvergleich starten

€ Festgeld
per Vergleich

K Kreditkarte
per Vergleich

G Girokonto
per Vergleich

Finanzierung per Kredit

Fallen unerwartet **große Anschaffungen oder Reparaturen** an, fallen häufig gerade dann die finanziellen Mittel. Ein **Kredit** hilft, finanzielle Engpässe zu überbrücken oder Anschaffungen sofort tätigen zu können. Nutzen Sie unseren **CHECK24 Kreditrechner**, um kostenlos und unverbindlich einen ersten Eindruck von Ihrem Wunschkredit zu bekommen. Gleichzeitig, ob Sie ein **Auto, Elektrogeräte oder eine Immobilienvermietung** finanzieren wollen, mit unserem **CHECK24 Kreditvergleich** finden Sie garantiert das **günstigste Angebot** für Ihren **individuellen Finanzierungsbedarf**.

Sie erhalten unsere **Kreditexperten täglich von 09:00 bis 20:00 Uhr** telefonisch unter **0800 - 24 24 11 21** oder per E-Mail an kredit@check24.de.

[zum Kredit-Vergleich](#)

Das sagen unsere Kredit-Kunden

★★★★★ **4,9** von 5,000
Bewertungen
über Kunden* 1/1/2021

Unsere Partner

Dank günstiger Baufinanzierung ins Eigenheim

Auf dem Weg zum Eigenheim fehlt es oft an der nötigen Expertise, um die passenden Kredit für den Bau oder Kauf des Traumhauses aus eigener Tasche

CHECK24

Was möchten Sie vergleichen?

[Hilfe und Kontakt](#)
[Mein Profil](#)
[Anmelden](#)

Versicherungen
Konto & Kredit
Strom & Gas
Internet
Handy
Auto
Flüge
Hotel & Ferienwohnung
Wohnwagen
Profis
Ratgeber
Wissen
Steuern
Fußball

Sie sind hier: Startseite > Unternehmen > atom Kundenbewertungen > Ratenkredit

Kundenbewertungen des Ratenkredit-Vergleichs

CHECK24 stellt Ihnen auf dieser Seite die Kundenbewertungen für den Ratenkredit-Vergleichsrechner auf CHECK24 dar. Die Daten wurden vom unabhängigen Bewertungsportal atom erhoben und werden hier produktbezogen dargestellt. Der GWA, rechts können Sie entnehmen wie sich die einzelnen Bewertungen auf die verschiedenen Items verteilen.

★★★★★ **4,9 / 5**
Schnitt ermittelt aus 523
Bewertungen (Stand: 12 Monate)
391.488 Bewertungen (gesamt)

★★★★★ 871 (54,47%)
★★★★ 48 (5,20%)
★★★★ 3 (0,32%)
★★★ 0 (0,00%)
★★ 0 (0,00%)

Alle CHECK24 Kundenbewertungen bei atom:

Erfahrungen von Kunden zum CHECK24 Kredit Vergleichsrechner

Sortieren nach: Bewertungsbereich (aktuelle zuerst)

| atom bestrms | ★★★★★ | 14.04.2025 |
|---|-------|------------|
| Besser und einfacher geht's nicht | ★★★★★ | 14.04.2025 |
| Ich würde alle check24 empfehlen, die sind schnell, professionell und zuverlässig | ★★★★★ | 14.04.2025 |
| atom bestrms | ★★★★★ | 13.04.2025 |
| Hat alles gut und schnell geklappt | ★★★★★ | 13.04.2025 |
| atom bestrms | ★★★★★ | 13.04.2025 |
| atom bestrms | ★★★★★ | 13.04.2025 |
| Einfach und übersichtlich, hat alles bestens geklappt! | ★★★★★ | 13.04.2025 |
| atom bestrms | ★★★★★ | 13.04.2025 |
| Es war super easy über Check 24 eine Entscheidung bzw Auswahl zu treffen. | ★★★★★ | 13.04.2025 |
| atom bestrms | ★★★★★ | 13.04.2025 |
| Siehe Beratung und unkompliziert | ★★★★★ | 13.04.2025 |

- Unternehmen
- Über uns
- EU Verbraucherschutz
- Auszahlungen
- Vertragsende Anbieter
- Kundenbewertungen von atom
 - Verfahrenen
 - Konto & Kredit
 - Ratenkredit
 - Stromkonto
 - Kreditkarte
 - Baufinanzierung
 - Übersicht
 - Strom & Gas
 - Internet & Handy
 - Auto
 - Profis
 - StromCHECK
- Kundenbewertungen von Thailipat
- Kartens bei CHECK24
- CHECK24 mit
- Nachhaltigkeit
- Gutscheine
- Partner
- Hilfe und Kontakt

2. Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 327,10 € netto zzgl. 7 % MwSt. 22,90 € = 350 € brutto nebst 5 Prozentpunkten jährlich Zinsen über dem Basiszinssatz hieraus seit dem 24.07.2025 zu bezahlen.
3. Die Beklagte hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.
4. Das Urteil ist in Ziff. 1 gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 20.000 € vorläufig vollstreckbar. Im Übrigen ist das Urteil gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des aus dem Urteil vollstreckbaren Betrags vorläufig vollstreckbar.

Tatbestand

Die Parteien streiten um einen wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruch eines Verbraucherverbandes.

Der Kläger ist der Dachverband aller 16 Verbraucherzentralen und 30 weiterer verbraucher- und sozialorientierter Organisationen in Deutschland. Er gehört zu den qualifizierten Einrichtungen gem. § 4 UKlaG und ist in der entsprechenden, vom Bundesamt für Justiz in Bonn geführten Liste eingetragen, die über die Internetseite www.bundesjustizamt.de zugänglich ist (Liste der eingetragenen Verbraucherverbände Anlage K1). Die Beklagte ist ein Unternehmen der Check24 Vergleichsportale Gruppe mit Sitz in München.

Die Beklagte bot unter der URL <https://www.check24.de/konto-kredit/> einen Kreditvergleich für Verbraucher und die Vermittlung des Abschlusses von Krediten an. Dabei stellte sie auf der Startseite auch Kundenbewertungen zur Verfügung, am 15. April 2025 wie folgt (ohne die rote Umkreisung):

Das sagen unsere Kredit-Kunden

5 Sterne (4.9/5) aus 10.000 Bewertungen (über kreditcheck24.de)

zum Kreditvergleich

Unsere Partner

Infinitum.de Kreditbanken/Vereine

Dank günstiger Baufinanzierung ins Eigenheim

Auf dem Weg zum Eigenheim führt es oft an dem richtigen Experten vorbei, um die gesamten Kosten für den Bau oder Kauf des Traumobjektes von eigener Tasche zu bezahlen. Einen besonders unkomplizierten und günstigen Weg in die eigenen vier Wände ermöglicht Ihnen unser kostenloser **CHECK24 Vergleich für Bau- und Baufinanzierung**. Dank der Finanzierungsangebote von über 550 Anbietern und der **Individuellen sowie kostenfreien** Telefonberatung durch unsere Experten finden Sie mit uns die **günstigste Immobilienfinanzierung** für Ihren Traum von Eigenheim.

Sie erreichen Ihren persönlichen Baufinanzierungsexperten von **Montag bis Freitag** jeweils von **09:00 bis 18:00 Uhr** per Telefon unter **089 - 34 24 11 22** und per E-Mail an **baufincheck24.de**.

zum Baufinanzierungs-Vergleich

Mit Kreditkarte zahlen, mieten und finanzieren

Betätigte man am 15.04.2025 den Link, mit dem die Bewertungssterne im hellblauen Bewertungsbanner (gekennzeichnet mit der roten Umkreisung - diese nicht im Original vorhanden) über einen Mouse-Over-Effekt unterlegt waren, öffnete sich eine Unterseite, auf der die Kundenbewertungen wie folgt einsehbar waren:

The screenshot displays the CHECK24 website interface. The main heading is 'Kundenbewertungen des Ratenkredit-Vergleichsrechner'. Below this, there is a star rating of 4.9/5, based on 181,499 reviews. A bar chart shows the distribution of ratings: 5 stars (24.47%), 4 stars (5.38%), 3 stars (8.22%), 2 stars (1.00%), and 1 star (0.00%).

Below the summary, there is a section for 'Erfahrungen von Kunden zum CHECK24 Kredit-Vergleichsrechner'. A dropdown menu is set to 'Bewertungsdatum (Aktuellste zuerst)'. The following table lists several customer reviews:

| Review Text | Date |
|---|------------|
| Alles bestens | 14.04.2025 |
| Revisor und einfacher geht's nicht | 14.04.2025 |
| Ich würde alle check24 empfehlen, die sind schnell, professionell und zuverlässig | 14.04.2025 |
| hat alles gut und schnell geklappt | 13.04.2025 |
| Gerni wieder | 13.04.2025 |
| Einfach und übersichtlich, hat alles bestens geklappt! | 13.04.2025 |
| Se war super easy über Check 24 eine Entscheidung bzw Auswahl zu treffen | 13.04.2025 |
| Gute Beratung und unkompliziert | 13.04.2025 |

Über den Bewertungen befand sich folgender Hinweis:

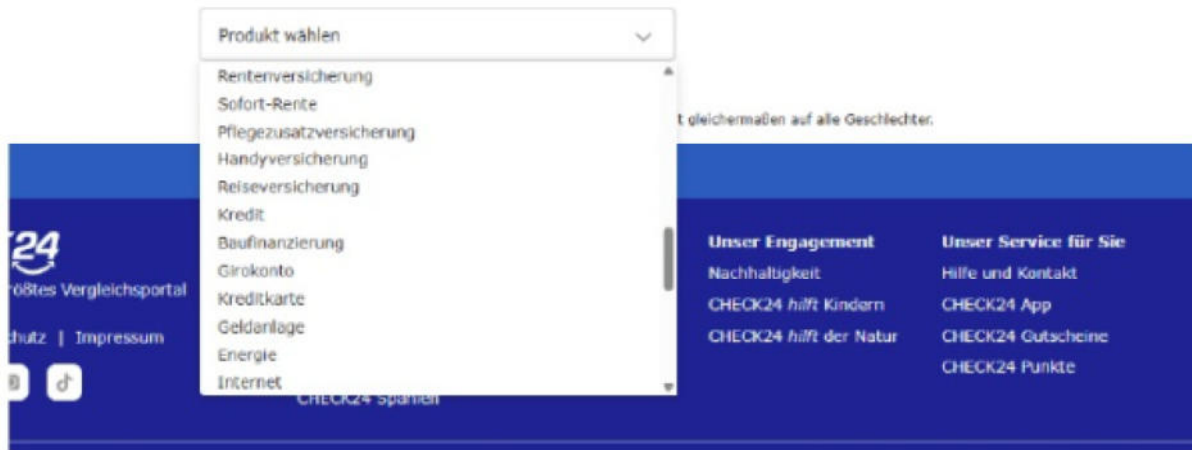
„CHECK24 stellt Ihnen auf diesen Seiten die Kundenbewertungen für den Ratenkredit-Vergleichsrechner auf CHECK24 dar. Die Daten wurden vom unabhängigen Bewertungsportal eKomi erhoben und werden hier produktbezogen dargestellt. Der Grafik rechts können Sie entnehmen, wie sich die einzelnen Bewertungen auf die verschiedenen Sterne verteilen.“ (Vergrößerung des Screenshots Anlage K3).

Zu weiteren Informationen über die Überprüfung der veröffentlichten Kundenbewertungen gelangen Kunden der Beklagten, wenn sie auf der oben dargestellten Seite links auf den Button „Über uns“ klicken und dann herunterscrollten. Dabei befanden sich insbesondere unter Ziff. 5 „Markt- abdeckung, Ranking, Bewertungen, Filterkriterien“ weitere Informationen, wobei es zu deren Auswahl erforderlich war, noch das jeweilige Produkt in einem Drop-down-Menü auszuwählen:

Selbstverständlich, denn unser Ranking ist nicht durch Provisionen beeinflusst. Sie wählen Ihr Produkt ohne Verkaufsdruck aus ganz in Ruhe. Unser Ansatz: Wir zeigen und erklären Märkte und Produkte, Sie entscheiden.

5. Marktabdeckung, Ranking, Bewertungen, Filterkriterien

Da die Produkte auf unserer Webseite sehr unterschiedlich sind, haben wir beispielsweise Informationen zur Marktabdeckung, zum Ranking, zu Bewertungen oder zu Filterkriterien ganz spezifisch für die einzelnen Bereiche dargestellt – denn nur so könne wir den unterschiedlichen Anforderungen der Märkte gerecht werden.



Hinsichtlich der Art und Weise der Darstellung von Informationen über den Button „Über uns“ sowie der sodann im Einzelnen präsentierten Informationen im Einzelnen wird auf die Anlage TW1 Bezug genommen.

Mit Schreiben vom 29.04.2025 (Anlage K4) mahnte der Kläger die Beklagte ab, forderte sie zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auf und verlangte die Erstattung von Abmahnkosten in Höhe von EUR 350,00 brutto. Die Beklagte änderte nachfolgend die Art und Weise der Darstellung, gab jedoch keine strafbewehrte Unterlassungserklärung ab.

Der Kläger ist der Rechtsauffassung, die Darstellung von Informationen zu Kundenbewertungen

entspreche nicht den Vorgaben des § 5b Abs. 3 UWG, weshalb er einen Unterlassungsanspruch nach § 8 UWG, § 2 UKlaG habe.

Im Termin zur mündlichen Verhandlung vom 14.04.2026 hat der Kläger die Klage erweitert.

Der Kläger beantragt zuletzt:

Die Beklagte wird verurteilt,

(1) es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung vom Gericht festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu EUR 250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft, oder einer Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, wobei die Ordnungshaft an ihren jeweiligen gesetzlichen Vertretern zu vollziehen ist, und insgesamt zwei Jahre nicht übersteigen darf, zu unterlassen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen im Internet unter der URL <https://www.check24.de/konto-kredit/> für einen Vergleich und den Abschluss von Krediten zu werben bzw. werben zu lassen und dabei Verbraucherbewertungen zugänglich zu machen, ohne Informationen darüber zu erteilen, ob und wie sichergestellt wird, dass die veröffentlichten Bewertungen von solchen Verbrauchern stammen, die das Angebot tatsächlich genutzt oder erworben haben, und/oder ob alle Bewertungen - positive wie negative - veröffentlicht werden, die von Verbrauchern abgegeben worden sind, die das Angebot tatsächlich genutzt oder erworben haben, und wenn nicht, nach welchen Kriterien Bewertungen aussortiert werden, wenn dies geschieht wie in der Anlage abgebildet.

(2) an den Kläger EUR 327,10 netto zzgl. 7% MwSt. EUR 22,90 EUR = EUR 350,00 brutto nebst 5 Prozentpunkten jährlich Zinsen über dem Basiszinssatz hieraus ab Eintritt der Rechtshängigkeit der Klage zu zahlen.

Die Beklagte beantragt

Klageabweisung.

Die Beklagte ist der Rechtsauffassung, dass sich die Echtheit (das „ob“ der Bewertung) schon aus der Formulierung „Das sagen unsere Kredit-Kunden“ ergäbe. Auch aus dem Begriff „Kundenbewertung“ ergäbe sich dies. Die Art und Weise der Darstellung weiterer Informationen über die Unterseite „Über uns“ sei ebenfalls ausreichend. Über das „ob“ und das „wie“ hinausgehende Informationspflichten zu Bewertungen, insbesondere zu einer Auswahl der Bewertungen, könnten § 5b Abs. 3 UWG nicht entnommen werden.

Zur Ergänzung des Sachverhalts wird Bezug genommen auf die gewechselten Schriftsätze der Parteien nebst Anlagen sowie das Protokoll über die mündliche Verhandlung vom 14.04.2026.

Entscheidungsgründe

Die zulässige Klage ist begründet.

A.

Die Klage ist begründet.

I. Der Kläger kann von der Beklagten aus § 8 Abs. 1 i.V.m. §§ 3, 5a, 5b UWG und aus § 2 Abs. 1 UKlaG Unterlassung bestimmter Darstellungsweisen in Bezug auf Verbraucherbewertungen verlangen.

1. Der Kläger ist nach § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG (für den wettbewerbsrechtlichen Anspruch) und

§§ 2, 3 Abs. 1 Nr. 1 UKlaG i.V.m. § 4 Abs. 1 UKlaG (für den Anspruch aus § 2 UKlaG) aktivlegitimiert zur Geltendmachung des Unterlassungsanspruchs.

2. Es besteht ein Unterlassungsanspruch gegen die Beklagte in Bezug auf die Art und Weise der Darstellung von Verbraucherbewertungen auf deren Homepage (hier mit Stand vom 15.04.2025), weil diese Darstellung nach §§ 3 Abs. 1, 5a, 5b Abs. 3 UWG unzulässig war.

Gemäß § 3 Abs. 1 UWG sind unlautere geschäftliche Handlungen unzulässig. Nach § 5a Abs. 1 UWG handelt unlauter, wer einen Verbraucher irreführt, indem er ihm eine wesentliche Information vorenthält, die der Verbraucher nach den jeweiligen Umständen benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen und deren Vorenthalten dazu geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Nach § 5a Abs. 2 UWG gehören zum „Vorenthalten“ wesentlicher Informationen auch das Verheimlichen (§ 5a Abs. 2 Nr. 1 UWG), das Bereitstellen in unklarer, unverständlicher oder zweideutiger Weise (§ 5a Abs. 2 Nr. 2 UWG) und das nicht rechtzeitige Bereitstellen (§ 5a Abs. 2 Nr. 3 UWG). Macht ein Unternehmer Bewertungen zugänglich, die Verbraucher im Hinblick auf Waren oder Dienstleistungen vorgenommen haben, so gelten nach § 5b Abs. 3 UWG als wesentlich, Informationen darüber, ob und wie der Unternehmer sicherstellt, dass die veröffentlichten Bewertungen von solchen Verbrauchern stammen, die die Waren oder Dienstleistungen tatsächlich genutzt oder erworben haben.

Die Beklagte erhebt die von ihr veröffentlichten Produktbewertungen über das Bewertungsportal eKomi und stellt diese Bewertungen auch produktbezogen auf ihrer eigenen Seite dar, wie sich aus den Screenshots Anlage K3 ergibt. Damit macht sie die Bewertungen im Sinne des § 5b Abs. 3 UWG zugänglich. Da die Kunden der Beklagten Verbraucher sind, handelt es sich bei den veröffentlichten Bewertungen auch um Verbraucherbewertungen im Sinne des § 5b Abs. 3 UWG.

Dementsprechend musste die Beklagte nach § 5b Abs. 3 UWG auf ihrer Homepage darüber informieren, „ob und wie der Unternehmer sicherstellt, dass die veröffentlichten Bewertungen von solchen Verbrauchern stammen, die die Waren oder Dienstleistungen tatsächlich genutzt oder erworben haben“.

a) Schon nach dem unmittelbaren Wortlaut der Norm des § 5b Abs. 3 UWG muss die Beklagte über „ob und wie“ der Überprüfung der Echtheit der Bewertungen informieren. Dem ist sie durch die Art und Weise der Darstellung auf ihrer Homepage (Stand 15.04.2025) nicht nachgekommen.

Die Beklagte weist auf der mit durch das Bewertungsbanner verlinkten Unterseite, auf der die ein-

zelenen Bewertungen veröffentlicht sind, nur darauf hin, dass die Kundenbewertungen vom unabhängigen Bewertungsportal eKomi erhoben werden und produktbezogen dargestellt werden (siehe Anlage K3 S. 2). Dies stellt jedoch keine im Sinne des § 5b Abs. 3 UWG ausreichende Information über das „ob und wie“ der Echtheitsüberprüfung dar. Selbst wenn der Beklagten darin gefolgt würde, dass sich aus dem verwendeten Begriff „Kundenbewertungen“ ergeben würde, dass es sich um „echte“ Kunden der Beklagten handele, so wäre mit einem solchen Verständnis nur die Frage des „Ob“ angesprochen. Weiterhin unbeantwortet bleibt jedoch die Frage, wie die Beklagte die Echtheit der Bewertungen prüft. Der Verweis auf einen externen Dienstleister stellt insofern keinen ausreichenden Verweis dar, da zwar entsprechende Prüfungen auf einen externen Dienstleister ausgelagert werden dürfen, dann jedoch darüber informiert werden muss, wie dieser Dienstleister die Echtheit der Bewertungen überprüft. Entgegen der im Termin zur mündlichen Verhandlung vom 14.04.2026 beklagtenseits geäußerten Rechtsauffassung kann auch nicht differenziert werden zwischen dem „ob“ und dem „wie“ der Darstellung. Es handelt sich nach der Gesetzesfassung um ein einheitliches Informationserfordernis. Sinn und Zweck des Informationserfordernisses ist es, den Kunden in Kenntnis darüber zu setzen, welche Maßnahmen ein Unternehmen ergreift, um die Echtheit der Bewertungen sicherzustellen. Dieser Zielrichtung würde eine rein formale Angabe, dass die Echtheit geprüft werde, nicht ausreichend nachkommen. Nur wenn der Unternehmer gar keine Maßnahmen zur Prüfung der Echtheit der Bewertungen ergreift, würde eine entsprechende auf das „ob“ beschränkte Aussage ausreichend sein; dies ist bei der Beklagten aber gerade nicht der Fall.

Soweit die Beklagte angibt, die Information nach § 5b Abs. 3 UWG befänden sich auf einer verlinkten Unterseite, welche durch Click auf den links befindlichen Button „Über uns“ zu erreichen sei und zwar dort unter den Ziffern 5 und 2, stellt dies keine ausreichend transparente Zurverfügungstellung der erforderlichen Informationen dar. Verbraucher rechnen unter einem Link „Über uns“ nicht mit Informationen über die Echtheit von Produktbewertungen, da auf Seiten mit dem Titel „Über uns“ regelmäßig Informationen etwa zur Historie des Unternehmens dargestellt werden oder zur aktuellen Zusammensetzung, nicht aber Informationen zu unmittelbar vertragsrelevanten Kundenbewertungen. Ferner gelangen Kunden zu den entsprechenden Informationen auch nach Click auf den betreffenden Button erst nach längerem Scrollen. Erforderlich nach § 5b Abs. 3 UWG ist aber nicht nur, dass entsprechende Informationen „irgendwo“ zur Verfügung gestellt werden, sondern dass diese in einer Art und Weise dargestellt werden, die eine einfache und schnelle Kenntnisnahme des Verbrauchers im Zuge der durch ihn zu treffenden geschäftlichen Entscheidung ermöglichen (vgl. § 5a Abs. 2 Nr. 2 UWG). Dies ist bei einer in einem nicht nahelie-

genden Unterpunkt im Fließtext versteckten Darstellung unter Berücksichtigung des Kommunikationsmittels als in unklarer Weise anzusehen, allzumal wenn dafür in einer Kategorie „Über uns“ noch herunterzuscrollen ist und nach einer Überschrift „Marktabdeckung, Ranking, Bewertungen, Filterkategorien“ noch eine Produktauswahl zu treffen ist (vgl. zum Transparenzerfordernis auch Viniol/Jaschinski, Neue wettbewerbsrechtliche Anforderungen an die Veröffentlichung von Kundenbewertungen für Reiseanbieter, RRA 2022, 112 Rn. 19).

b) Daneben ist die von der Beklagten streitgegenständlich gewählte Art und Weise der Darstellung auch insofern unzureichend, als die Beklagte nach Sinn und Zweck des § 5b Abs. 3 UWG auch darüber informieren hätte müssen, ob und ggf. wie sie die von ihr veröffentlichten Produktbewertungen selektioniert. Dies macht sie aber unstreitig nicht.

Der Beklagten ist insoweit zuzugeben, dass sich ein derartiges Informationserfordernis nicht explizit aus dem Wortlaut des § 5b Abs. 3 UWG ergibt. Allerdings folgt dieses Informationserfordernis aus dem Sinn und Zweck des § 5b Abs. 3 UWG und ist auch aufgrund richtlinienkonformer Auslegung geboten.

aa) Die Gesetzesbegründung zur Änderung des § 5b Abs. 3 UWG (BT-Drs. 19/27873 S. 37) formuliert dazu:

„Bereitgestellt werden müssen auch eindeutige Informationen dazu, wie mit Bewertungen im Rahmen dieses Prüfprozesses umgegangen wird, etwa nach welchen Kriterien Bewertungen aussortiert werden und ob alle Bewertungen — positive wie negative — veröffentlicht werden.“

Der Gesetzgeber wollte mithin eine entsprechende Informationspflicht zur Frage der Selektion von Bewertungen begründen. Dem kann nicht entgegengehalten werden, dass ein solcher Wille keinen Niederschlag im Gesetzeswortlaut gefunden habe (kritisch insoweit aber Ohly/Sosnitza, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, 8. Auflage 2023, § 5b Rn. 82). Die Formulierung „ob und wie“ in § 5b Abs. 3 UWG ist weit gefasst. Unter „wie“ können auch Informationen verstanden werden, wie sich die Zusammensetzung veröffentlichter Kundenbewertungen im Einzelnen ergibt (vgl. BeckOK UWG, Fritzsche/Münker/Stollwerck, 31. Edition Stand: 01.02.2026, § 5b Rn. 81).

bb) Dieses Ergebnis wird bestätigt durch die erforderliche richtlinienkonforme Auslegung des § 5b Abs. 3 UWG. Mit dieser Bestimmung wollte der Gesetzgeber Artikel 3 Nummer 4 Buchstabe c der Richtlinie (EU) 2019/2161 umsetzen (siehe Einleitungssatz zu § 5b Abs. 3 UWG in der

BT-Drs. 19/27873 S. 36). Die genannte Bestimmung der Richtlinie (EU) 2019/2161 lautet:

„Artikel 7 [Anmerkung der Kammer: der UGP-Richtlinie 2005/29/EG] erhält folgende Fassung:

[...]

(6) Wenn ein Gewerbetreibender Verbraucherbewertungen von Produkten zugänglich macht, gelten Informationen darüber, ob und wie der Gewerbetreibende sicherstellt, dass die veröffentlichten Bewertungen von Verbrauchern stammen, die die Produkte tatsächlich verwendet oder erworben haben, als wesentlich.“

Bei der Auslegung von Richtlinien sind allerdings auch deren Erwägungsgründe als authentisches Material des Unionsgesetzgebers heranzuziehen. Diesbezüglich lautet Erwägungsgrund 47 der RL (EU) 2019/2161:

„Verbraucher stützen sich bei ihren Kaufentscheidungen zunehmend auf Bewertungen und Empfehlungen von Verbrauchern. Wenn Gewerbetreibende Verbraucherbewertungen von Produkten zugänglich machen, sollten sie deshalb Verbraucher darüber informieren, ob Prozesse oder Verfahren angewandt werden, um sicherzustellen, dass die veröffentlichten Bewertungen tatsächlich von Verbrauchern verfasst wurden, die die Produkte tatsächlich verwendet oder erworben haben. Wenn solche Prozesse oder Verfahren angewandt werden, sollten Gewerbetreibende Informationen darüber bereitstellen, wie die entsprechenden Prüfungen ablaufen, und den Verbrauchern eindeutige Informationen darüber zur Verfügung stellen, **wie mit Bewertungen umgegangen wird, etwa ob alle Bewertungen — positive wie negative — veröffentlicht werden oder ob diese Bewertungen im Wege eines Vertragsverhältnisses mit einem Gewerbetreibenden gesponsert oder beeinflusst wurden**. Zudem sollte es deshalb als unlautere Geschäftspraktik zur Irreführung der Verbraucher angesehen werden, wenn behauptet wird, dass Bewertungen eines Produkts von Verbrauchern stammen, die das Produkt tatsächlich verwendet oder erworben haben, ohne dass zumutbare und angemessene Schritte unternommen wurden, um sicherzustellen, dass die Bewertungen wirklich von solchen Verbrauchern stammen. Solche Schritte wären etwa technische Mittel zur Überprüfung der Glaubwürdigkeit einer Person, die eine Bewertung veröffentlicht, beispielsweise indem die Informationen zur Überprüfung, ob ein Verbraucher das Produkt tatsächlich verwendet oder erworben hat, angefordert wird.“ [Hervorhebung in Fettdruck durch die Kammer]

Damit ist der eindeutige historische Wille des Unionsgesetzgebers festzustellen, dass mit der Einführung des neuen Art. 7 Abs. 6 UGP-Richtlinie auch bezweckt war, dass die Unternehmen im Falle der Veröffentlichung von Verbraucherbewertungen angeben müssen, inwieweit diese selektioniert werden. Dies entspricht auch dem Sinn und Zweck der UGP-Richtlinie, nach deren Art. 1 Zweck der Richtlinie ist, *„durch Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über unlautere Geschäftspraktiken, die die wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher beeinträchtigen, zu einem reibungslosen Funktionieren des Binnenmarkts und zum Erreichen eines hohen Verbraucherschutzniveaus beizutragen“*. Für ein hohes Verbraucherschutzniveau sind entsprechende Informationen über die Frage des Ob der Selektionierung von zu veröffentlichenden Verbraucherbewertungen und ggf. der Frage, wie eine solche Selektionierung vorgenommen wird, aber von erheblicher Bedeutung. Kunden sind für eine informierte Entscheidung über den Abschluss eines Vertrags darauf angewiesen, dass ihnen nicht nur eine ggf. Vielzahl von Bewertungen angezeigt wird, sondern dass sie auch darüber informiert werden, ob ihnen alle abgegebenen Bewertungen angezeigt werden und falls nein, nach welchen Maßstäben das Unternehmen zu veröffentlichende Bewertungen auswählt. Neben der naheliegenden Relevanz der Frage, ob das Unternehmen etwa besonders schlechte Bewertungen nicht veröffentlicht, hat für den durchschnittlichen Verbraucher gerade bei Bewertungen wie den hier vorliegenden zur Qualität einer Dienstleistung auch die Frage Bedeutung, ob die veröffentlichten Bewertungen ausschließlich von Kunden stammen, die letztlich auch einen Finanzierungsvertrag abgeschlossen haben, oder ob auch Bewertungen veröffentlicht werden von Kunden, die zwar das Informations- und Vermittlungsangebot der Beklagten in Bezug auf Finanzierungen getestet haben, sich aber letztlich nicht für den Abschluss einer entsprechenden Finanzierung entschieden haben. Dieser Frage kommt etwa auch Bedeutung für die Kundenfreundlichkeit im Sinne der einfachen Benutzbarkeit der Dienstleistungen der Beklagten Bedeutung zu. So gab der Vertreter der Beklagten im Termin zur mündlichen Verhandlung vom 14.04.2026 an, für den Abschluss von Finanzierungsverträgen aufgrund der Vermittlung der Beklagten müssten Interessenten in zwischen 40 und 100 Kennfeldern persönliche Daten eintragen. Es liegt angesichts der Vielzahl zu erhebender Daten nahe, dass es auch Interessenten geben wird, denen dieser Prozess zu mühsam ist und die diesen daher abbrechen. Eine entsprechende Bewertung im Sinne der besseren oder schlechteren Nutzbarkeit der Leistung der Beklagten kann erhebliche Bedeutung haben für Neukunden der Beklagten, die sich überlegen, über die Beklagte einen Finanzierungsvertrag abzuschließen, statt etwa bei ihrer Hausbank um einen solchen Vertrag anzusuchen, wo die betreffenden Informationen regelmäßig schon vorliegen werden, so dass ihr Aufwand kleiner wäre.

Tauchen solche Bewertungen von Kunden der Beklagten, die den Vermittlungsvorgang aus welchen Gründen auch immer abgebrochen haben aber gar nicht auf, ist dies geeignet, den Eindruck zur Qualität der Dienstleistungen der Beklagten zu verfälschen, was der durchschnittliche Kunde vorher wird wissen wollen.

Das Vorenthalten der oben genannten Informationen ist auch geeignet, Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die sie ansonsten nicht getroffen hätten, denn interessierte Verbraucher könnten unter dem Eindruck der oben genannten vorenthaltenen Informationen zum Abschluss eines entsprechenden Kreditvertrages veranlasst werden.

2. Die Verletzung des § 5b Abs. 3 UWG stellt zugleich eine Zuwiderhandlung im Sinne von § 2 Abs. 1 UKlaG dar. Zwar ist § 5b Abs. 3 UWG im Katalog des § 2 Abs. 2 UKlaG nicht genannt, dieser ist jedoch nicht abschließend (vgl. „insbesondere“ in § 2 Abs. 2 UKlaG; siehe zu § 5b UWG als Verbraucherschutzgesetz BeckOK UWG, 31. Edition Stand 01.07.2025, § 2 UKlaG Rn. 74).

3. Die Wiederholungsgefahr ist angesichts der begangenen Verletzung indiziert. Eine strafbewehrte Unterlassungserklärung, welche geeignet sein könnte, die Wiederholungsgefahr auszuräumen, wurde seitens der Beklagten nicht abgegeben. Die bloße Einstellung des rechtsverletzenden Handels lässt die Wiederholungsgefahr nicht entfallen, allzumal die Beklagte die streitgegenständliche Art und Weise der Darstellung nach wie vor für rechtmäßig erachtet.

II. Der Kläger kann von der Beklagten aus §§ 13 Abs. 3 UWG, § 5 UKlaG Kostenerstattung in Höhe von 350 € brutto verlangen.

II. Zinsen aus dem Kostenerstattungsanspruch kann der Kläger von der Beklagten aus §§ 291, 288 Abs. 1 BGB verlangen.

B.

Die Entscheidung über die Kosten erfolgte nach § 91 ZPO. Über die vorläufige Vollstreckbarkeit war nach § 709 ZPO zu entscheiden.

gez.

Vorsitzender Richter
am Landgericht

Richter
am Landgericht

Richter
am Landgericht

Verkündet am 14.04.2026

gez.
, JAng
Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle



Für die Richtigkeit der Abschrift
München, 22.04.2026

, JAng
Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle