

**Landgericht Berlin II**

Az.: 52 O 254/23



**Im Namen des Volkes**

**Urteil**

**Verbraucherzentrale**

*Bundesverband*

30. Aug. 2024

**EINGEGANGEN**

In dem Rechtsstreit

**des Bundesverbandes der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände - Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.**, vertreten durch die Vorständin \_\_\_\_\_, Rudi-Dutsche-Straße 17, 10969 Berlin  
- Kläger -

Prozessbevollmächtigte:

gegen

**die Apple Distribution International Ltd.**, vertreten durch die Geschäftsführerin (Director) \_\_\_\_\_, Hollyhill Industrial Estate, Hollyhill, Cork, Irland  
- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte:

hat das Landgericht Berlin II - Zivilkammer 52 - durch die Richterin am Landgericht \_\_\_\_\_ als Einzelrichterin aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 18.07.2024 für Recht erkannt:

1. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, die Ordnungshaft zu vollziehen an ihren gesetzlichen Vertretern, zu unterlassen,

im Rahmen geschäftlicher Handlungen auf der Vertriebsplattform „App Store“ Bewertungen zugänglich zu machen oder zugänglich machen zu lassen, ohne darüber zu informieren, ob und wie sichergestellt wird, dass die veröffentlichten Bewertungen von Verbrau-

chern stammen, die die angebotene Anwendungssoftware („Apps“) tatsächlich genutzt oder erworben haben und dies geschieht wie in Anlage K 4 abgebildet:

The screenshot shows the App Store page for Procreate. At the top, the status bar displays the time 12:13, the date Donnerstag 13. Juli, and a battery level of 99%. The app title "Procreate" is prominently displayed in white against a dark purple gradient background. Below the title is the app icon, a colorful brushstroke, and the price "14,99 €". The app's description "Zeichne, male, schaffe Neues." is visible. A row of statistics includes: 3785 BEWERTUNGEN with a 4,4 star rating; AUSRUFUNGEN with a "Wir empfehlen Apps" badge; ALTER 4+ Jahre; CHART #1 in the Grafik und Design category; ENTWICKLER Savage Interactive; and SPRACHE DE. Two preview images show the app's interface on an iPad, featuring vibrant, colorful artwork. At the bottom, a navigation bar includes icons for "Heute", "Spiele", "Apps", "Arcade", and "Suchen".

12:13 Donnerstag 13. Juli 99 %

# Procreate®

**Procreate**  
Zeichne, male, schaffe Neues.

14,99 €

3785 BEWERTUNGEN 4,4 ★★★★★

AUSRUFUNGEN Wir empfehlen Apps

ALTER 4+ Jahre

CHART #1 Grafik und Design

ENTWICKLER Savage Interactive

SPRACHE DE + 17 weitere

iPad

Von Kreativprofis und aufstrebenden Künstlern gleichermaßen geschätzt, ist Procreate die führende Malerei- und Zeichen-App.

Heute Spiele Apps Arcade Suchen

12:13 Donnerstag 13. Juli 99%

**14,99 €**

Von Kreativprofis und aufstrebenden Künstlern gleichermaßen geschätzt, ist Procreate die führende Kreativ-App für das iPad. Mit hunderten handgemachten Pinseln, einer Suite innovativer Tools für [Mehr](#). Savage Interactive Pt...  
Entwickler

## Bewertungen & Rezensionen [Alle anzeigen](#)

**4,4** von 5 3.785 Bewertungen

**Wir empfehlen**

Mit einem komplexen Ebenensystem, fantastischen Filtern und Tausenden von importierbaren Pinseln kannst du in „Procreate“ im Handumdrehen atemberaubende Kunstwerke erstellen. Außerdem ist diese intuitive App von Sa [Mehr](#)

**Grundsätzlich sehr gut, aber..** Vor 1 J.  
Aschab1312

★★★★☆

Das Zeichnen mit dieser App ist sehr vielseitig und meist angenehm. Aber dafür, dass Procreate die non plus Ultra Lösung für [Mehr](#)

**Entwickler-Antwort** Vor 1 J.

Hi Aschab1312 - Danke für deine Bewertung :) Es tut uns leid zu hören, dass du ein pa [Mehr](#)

## Neue Funktionen [Versionsverlauf](#)

Selamat datang an all unsere Nutzer, die Malaysisch oder Indonesisch sprechen! Procreate heißt auch einige Fehlerbehebungen willkommen! Vor 1 Mon.  
Version 5.3.5

## App-Datenschutz [Details anzeigen](#)

Der Entwickler, Savage Interactive Pty Ltd, hat darauf hingewiesen, dass die Datenschutzrichtlinien der App den unten stehenden Umgang mit Daten einschließen können. Weitere Informationen findest du in den [Datenschutzrichtlinien des Entwicklers](#).

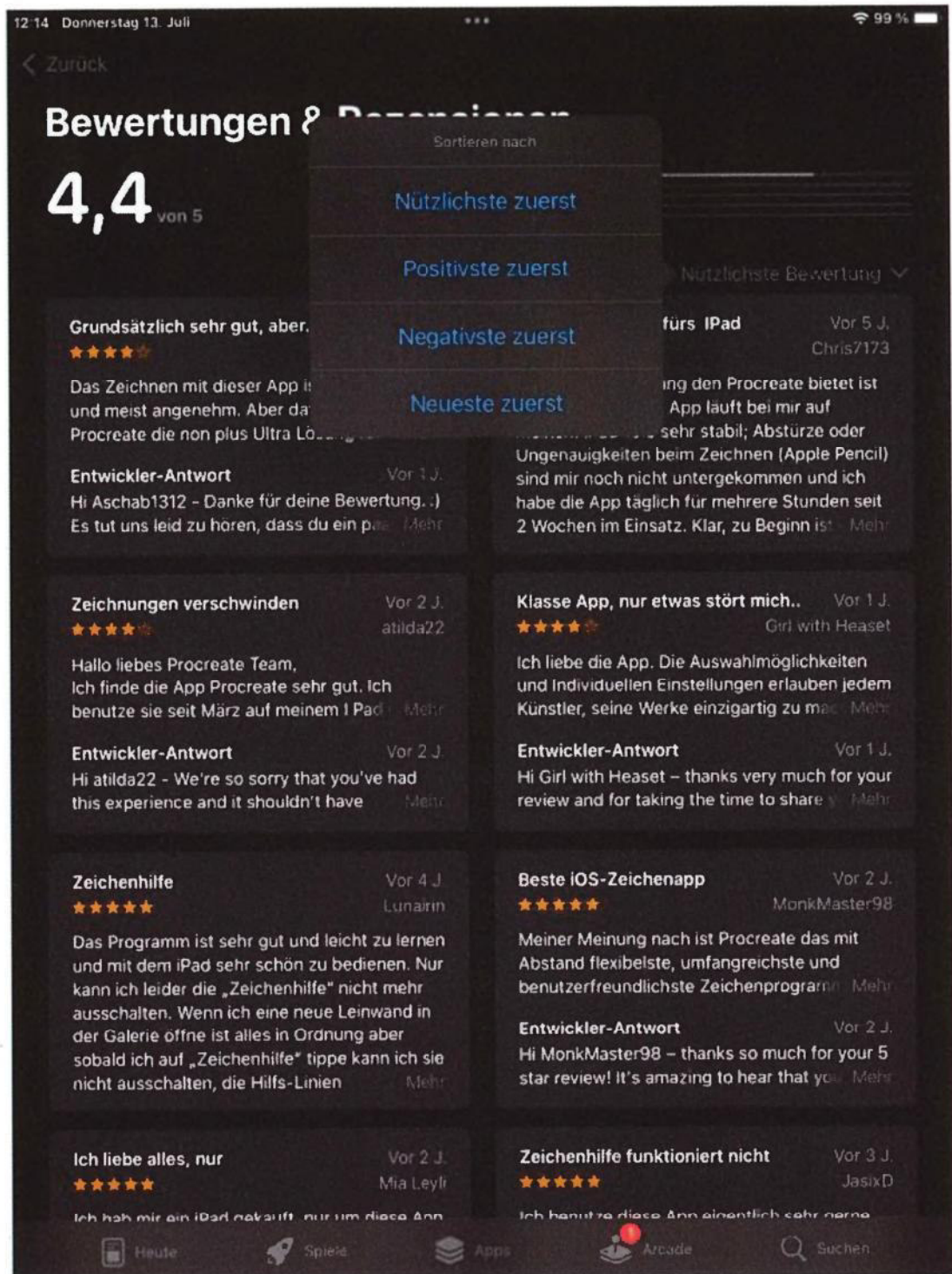
**Keine Daten erfasst**

Der Entwickler erfasst keine Daten von dieser App.

Die Datenschutzpraktiken variieren beispielsweise abhängig von den verwendeten Funktionen und von deinem Alter. [Weitere Infos](#)

Heute Spiele Apps Arcade Suchen





2. Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 242,99 € nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 08.11.2023 zu bezahlen.
3. Die Beklagte hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.
4. Das Urteil ist hinsichtlich des Tenors zu 1. gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 15.000,00 € und im Übrigen gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrags vorläufig vollstreckbar.

## Tatbestand

Der Kläger ist der Dachverband aller 16 Verbraucherzentralen. Gemäß seiner Satzung bezweckt er unter anderem, Verbraucherinteressen wahrzunehmen und den Verbraucherschutz zu fördern. Dies verfolgt er, indem er Verstöße gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) unterbindet und Ansprüche nach dem Unterlassungsklagengesetz i.V.m. anderen Verbraucherschutzgesetzen durch geeignete, ggf. gerichtliche, Maßnahmen verfolgt, sowohl national als auch international. Er ist in die vom Bundesamt für Justiz in Bonn geführte Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 UKlaG eingetragen.

Die Beklagte betreibt einen sog. App-Store, in dem sie Applikationsanwendungen (sog. Apps) online zum Download bereitstellt (Screenshot, Stand: 13.07.2023 als Anlage K 1). Beim Klicken auf das in dem Store abgebildete App-Angebot erscheint die Produktbeschreibung dieser App, die gleich zu Beginn eine Sternebewertung enthält. Durch Anklicken der Sternebewertung oder Scrollen gelangen NutzerInnen in der Produktbeschreibung zu der Überschrift „Bewertungen & Rezensionen“, unter der die Sternebewertung, der Durchschnittswert, die Anzahl der abgegebenen Bewertungen und eine Grafik zur Verteilung der Sternebewertung angezeigt werden. Über den Link „Alle anzeigen“ können alle abgegebenen Bewertungen eingesehen und sortiert werden. Wegen der Einzelheiten wird auf die Screenshots vom 13.07.2023 in Anlage K 4 verwiesen.

Am Ende der Übersichtsseite über die angebotenen Apps sind die Nutzungsbedingungen des App-Stores ("Bedingungen der Apple Media Services", vgl. Screenshot auf S. 3 der Klageerweiterung) verlinkt, die die NutzerInnen akzeptieren müssen, um eine Apple-ID anzulegen und die Dienste der Beklagten nutzen zu können. In den Nutzungsbedingungen heißt es unter „L. Deine Beiträge zu Diensten“ im Rahmen der Richtlinien für das Einreichen und Veröffentlichen von Bei-



trägen: "(...) Apple überwacht oder prüft nicht, ob du einen Dienst genutzt oder Inhalte konsumiert hast, bevor du einen Kommentar, eine Bewertung oder eine Rezension zu diesem Dienst oder Inhalt abgibst."

Mit Schreiben vom 17.07.2023 (Anlage K 5) mahnte der Kläger die Beklagte ab und forderte die Beklagte zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auf.

Der Kläger meint, es liege eine Irreführung durch Unterlassen nach §§ 5a Abs. 1, Abs. 2, 5b Abs. 3 UWG vor, da im Rahmen der Werbung mit Bewertungen, also in der Produktbeschreibung, die Information darüber, ob und wie die Beklagte sicherstellt, dass die veröffentlichten Bewertungen von solchen Verbrauchern stammen, die die Apps tatsächlich genutzt oder erworben haben, oder zumindest ein Hinweis darauf, wo diese Information gefunden werden könne, fehle.

Der Kläger beantragt mit der der Beklagten am 07.11.2023 zugestellten Klage,

1. die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, die Ordnungshaft zu vollziehen an ihren gesetzlichen Vertretern, zu unterlassen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen auf der Vertriebsplattform „App Store“ Bewertungen zugänglich zu machen oder zugänglich machen zu lassen, ohne darüber zu informieren, ob und wie sichergestellt wird, dass die veröffentlichten Bewertungen von Verbrauchern stammen, die die angebotene Anwendungssoftware („Apps“) tatsächlich genutzt oder erworben haben und dies geschieht wie in Anlage K 4 abgebildet;
2. die Beklagte zu verurteilen, an den Kläger 242,99 EUR nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit zu bezahlen;
3. hilfsweise zu seinem Antrag zu Ziff. 1), die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, die Ordnungshaft zu vollziehen an ihren gesetzlichen Vertretern, zu unterlassen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen auf der Vertriebsplattform „App Store“ Bewertungen zugänglich zu machen oder zugänglich machen zu lassen, wenn dies geschieht wie in Anlage K 4 abgebildet.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte meint, der Hinweis in ihren Nutzungsbedingungen sei ausreichend, um die Verpflichtung zur Information des Verbrauchers über die Maßnahmen zur Sicherstellung der Echtheit der Bewertungen zu erfüllen. Mangels allgemeiner Verbrauchererwartung dahingehend, dass eine Überprüfung der Bewertungen angewendet werde, fehle an einer geschäftlichen Relevanz. Sie behauptet zudem, dass ca. 85% der Apps, die im App Store der Beklagten angeboten werden, kostenfrei heruntergeladen werden könnten und sich die Preise für das Herunterladen der kostenpflichtigen Apps üblicherweise im Bereich von 0,49 € bis 10 € bewegten.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf die zwischen den Parteien gewechselten Schriftsätze einschließlich der Anlagen verwiesen.

## Entscheidungsgründe

Die Klage ist zulässig und begründet.

I.

Die Klage ist zulässig.

1. Das Landgericht Berlin ist gemäß Art. 7 Nr. 2 EuGVVO international, gemäß § 14 Abs. 1 UWG sachlich und gemäß § 14 Abs. 2 Nr. 2 ZPO örtlich zuständig. Die Beklagte ist in Irland ansässig und hat im Inland weder einen Sitz noch eine Niederlassung. Der App-Store der Beklagten ist auch in Berlin abrufbar.

2. Der Hauptantrag des Klägers genügt den Bestimmtheitsanforderungen des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO.

Nach § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO darf ein Unterlassungsantrag nicht derart undeutlich gefasst sein, dass der Streitgegenstand und der Umfang der Prüfungs- und Entscheidungsbefugnis des Gerichts nicht mehr klar umrissen sind, der Beklagte sich deshalb nicht erschöpfend verteidigen kann und im Ergebnis dem Vollstreckungsgericht die Entscheidung darüber überlassen bleibt, was dem Beklagten verboten ist. Eine hinreichende Bestimmtheit ist für gewöhnlich gegeben, wenn eine Bezugnahme auf die konkrete Verletzungshandlung antragsgegenständlich ist und der Klageantrag zumindest unter Heranziehung des Klagevortrags unzweideutig erkennen lässt, in welchen Merkmalen des angegriffenen Verhaltens die Grundlage und der Anknüpfungspunkt für den Wettbewerbsverstoß und damit das Unterlassungsgebot liegen soll (BGH, Urteil vom 8. No-



vember 2018 – I ZR 108/17 – juris, Rn. 15 – Deutschland-Kombi). So liegt es hier.

Der Kläger nimmt in seinem Antrag auf die konkrete Verletzungsform gemäß der Anlage K 4 Bezug. Nachdem der Kläger mit Schriftsatz vom 21.02.2024 klargestellt hat, dass er angreift, dass in der Produktbeschreibung (Anlage K 4), in der die Bewertungen enthalten sind, weder die Information noch ein Hinweis darauf, wo VerbraucherInnen die erforderliche Information erhalten können, enthalten ist, ergibt sich aus dem Antrag in Verbindung mit dem klägerischen Vortrag unzweifelhaft, dass der Kläger den fehlenden Transparenzhinweis in Bezug auf die dargestellten Bewertungen, der seiner Ansicht nach in dem in Anlage K 4 abgebildeten Bereich der Produktbeschreibung unmittelbar hätte erfolgen müssen.

II.

Die Klage ist vollumfänglich begründet.

1. Die vom Kläger geltend gemachten Ansprüche sind gemäß Art. 40 Abs. 1 S. 2 EGBGB nach deutschem Recht zu beurteilen.
2. Dem gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG aktivlegitimierten Kläger steht der aus dem Tenor ersichtliche Unterlassungsanspruch gegen die Beklagte gemäß §§ 8 Abs. 1 S. 1 Var. 2, 3 Abs. 1, 5a Abs. 1, 2, 5b Abs. 3 UWG zu.

Nach den genannten Vorschriften kann auf Unterlassung in Anspruch genommen werden, wer einen Verbraucher im Rahmen geschäftlichen Handelns 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 oder den sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. So liegt es hier.

a) Bei der Information darüber, ob und wie ein Unternehmer sicherstellt, dass die veröffentlichten Bewertungen von solchen Verbrauchern stammen, die die Waren oder Dienstleistungen tatsächlich genutzt oder erworben haben, handelt es sich gemäß § 5b Abs. 3 UWG um eine wesentliche Information i.S.d. § 5a Abs. 1 UWG, die erteilt werden muss, wenn Bewertungen zugänglich gemacht werden, die Verbraucher im Hinblick auf Waren oder Dienstleistungen vorgenommen haben.

Dies ist hier der Fall. Die Beklagte macht in ihren App-Angeboten Bewertungen zugänglich, die Verbraucher im Hinblick auf Waren vorgenommen haben.

Ein Zugänglichmachen liegt vor, wenn der Unternehmer es VerbraucherInnen ermöglicht, ihre Produktbewertungen in seine Webseite oder eine sonstige Veröffentlichung einzustellen und damit von interessierten Verbrauchern wahrgenommen werden können (Köhler/Bornkamm/Feddersen/Köhler/Feddersen, 42. Aufl. 2024, UWG § 5b Rn. 4.3).

Die Beklagte ermöglicht es ihren NutzerInnen, Bewertungen zu ihren Produkten abzugeben. Sie ermöglicht ferner das Wahrnehmen dieser Bewertungen. Bei Klicken auf eine App erscheint die Produktbeschreibung der App, die eine Sternebewertung enthält. Durch Anklicken der Sternebewertung oder Scrollen gelangen die NutzerInnen zu der Überschrift „Bewertungen & Rezensionen“, unter der die Sternebewertung und eine Grafik zur Verteilung der Sternebewertung angezeigt werden. Über den Link „Alle anzeigen“ können alle abgegebenen Bewertungen eingesehen und sortiert werden.

b) Die Beklagte hat ihren NutzerInnen eine wesentliche Information vorenthalten, indem sie nicht in der in Anlage K 4 abgebildeten Produktbeschreibung darüber informiert, ob und wie sichergestellt wird, dass die veröffentlichten Bewertungen von solchen VerbraucherInnen stammen, die die Dienstleistungen tatsächlich genutzt haben, oder zumindest in der Produktbeschreibung darauf hinweist, wo diese Information zu finden ist.

Ein Vorenthalten einer wesentlichen Information i.S.d. § 5a UWG liegt vor, wenn der Marktteilnehmer die Information nicht so enthält, dass er sie bei seiner geschäftlichen Entscheidung i.S.d. § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG berücksichtigen kann (BGH GRUR 2016, 1076 Rn. 27 – LGA tested; BGH GRUR 2018, 438 Rn. 32 f. – Energieausweis). Dem Vorenthalten gleichgestellt ist nach § 5a Abs. 2 UWG ein verstecktes, verspätetes, unklares, unverständliches oder zweideutiges Bereithalten der Information.

Hieran gemessen liegt ein Vorenthalten vor. Vorliegend sind die Kundenbewertungen in der Produktbeschreibung der jeweiligen App angezeigt. Ein Hinweis darauf, ob und wie die Beklagte sicherstellt, dass die veröffentlichten Bewertungen von solchen Verbrauchern stammen, die die Apps tatsächlich genutzt oder erworben haben, findet sich darin nicht. Entgegen der Auffassung der Beklagten ist der Hinweis in den Nutzungsbedingungen nicht ausreichend, um die Informationspflicht zu erfüllen.

aa) Dies folgt zum einen aus der Systematik der Vorschriften des §§ 5a, 5b UWG. Es kann entgegen der Auffassung der Beklagten nicht überzeugen, dass der Gesetzgeber im Rahmen des § 5b Abs. 3 UWG bewusst darauf verzichtet hat, klarzustellen, wo der Hinweis zu erteilen ist. Zwar ist anders als in § 5b Abs. 2 UWG in § 5b Abs. 3 UWG nicht angegeben, dass der Hinweis über



das Ob und Wie der Maßnahmen zur Sicherstellung der Echtheit der Bewertungen unmittelbar und leicht zugänglich sein muss. Aufgrund des Fehlens von Informationen im Gesetzestext ist aber nicht ohne Weiteres davon auszugehen, dass diese bewusst weggelassen wurden, sondern vielmehr davon, dass diese durch den umstehenden ergänzenden Gesetzestext entsprechend ausgefüllt werden. Aus der Verbindung mit § 5a Abs. 1, 2 UWG, in dessen Rahmen der Hinweis eine wesentliche Information darstellt, geht eindeutig hervor, dass der Hinweis vor Treffen der geschäftlichen Entscheidung zu erfolgen hat. § 5b Abs. 3 UWG verdrängt dabei auch nicht als *lex specialis* die Regelung des § 5a Abs. 1, 2 UWG, denn § 5b Abs. 3 UWG stellt nur klar, was im Rahmen des § 5a Abs. 1 UWG als wesentliche Information anzusehen ist.

bb) Zum anderen folgt dies aus dem Zweck der Vorschrift. § 5b UWG dient der Umsetzung des Art. 7 IV UGP-RL und ist dementsprechend richtlinienkonform auszulegen. Die Vorschrift bezweckt den Schutz des Verbrauchers. Die darin geregelten Informationspflichten des Unternehmers sollen es dem Verbraucher ermöglichen, eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen (§ 5a Abs. 1 Nr. 1 UWG), und ihn davor bewahren, eine geschäftliche Entscheidung zu treffen, die er andernfalls nicht getroffen hätte (§ 5a Abs. Nr. 2 UWG) (Köhler/Bornkamm/Feddersen/Köhler/Feddersen, 42. Aufl. 2024, UWG § 5b Rn. 2.2). Entsprechend ist für die Informationsübermittlung auf den Zeitpunkt abzustellen, zu dem der Marktteilnehmer die Information für die jeweils zu treffende informierte geschäftliche Entscheidung benötigt (BeckOK IT-Recht/Janal, 14. Ed. 1.4.2024, UWG § 5a Rn. 8). Im Falle des § 5b Abs. 3 UWG ist der Zeitpunkt der Anzeige der Kundenbewertungen entscheidend (BeckOK IT-Recht/Janal, 14. Ed. 1.4.2024, UWG § 5a Rn. 8). Entsprechend ist auf Anzeige der Kundenbewertungen in den jeweiligen Beschreibungen der App und nicht auf die Nutzungsbedingungen der Beklagten abzustellen. Zwar müssen die NutzerInnen die Nutzungsbedingungen der Beklagten akzeptieren, bevor sie den App-Store der Beklagten nutzen können. Allerdings ist nicht davon auszugehen, dass durchschnittlich aufmerksame, verständige und informierte VerbraucherInnen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen umfassend studieren, vielmehr werden sie in der Regel gar nicht gelesen (vgl. LG Berlin, Urteil vom 27.1.2022 – 16 O 62/21, MMR 2022, 799 Rn. 37, 46). Es ist - entgegen der Auffassung der Beklagten - VerbraucherInnen auch nicht zuzumuten, in solchen Rubriken nach wesentlichen Informationen zu suchen, weil damit nicht zu rechnen ist (Brandenburgisches Oberlandesgericht, Urteil vom 7. Februar 2023 – 6 U 55/22 –, Rn. 42, juris; LG Berlin, Urteil vom 27.1.2022 – 16 O 62/21, MMR 2022, 799 Rn. 37).

Soweit die Beklagte in diesem Zusammenhang auf Art. 27 der Verordnung (EU) 2022/1065 (Digital Services Act, DSA) verwiesen hat, ist dies auf die hiesige Situation nicht übertragbar, weil es sich vorliegend um Werbung handelt, auf die Art. 27 DSA nicht anwendbar ist.



Der europäische Gesetzgeber differenziert zwischen Werbung (Art. 3 lit. r) DSA) und Empfehlungssystemen (Art. 3 lit. s) DSA). Art. 27 DSA, wonach Anbieter von Online-Plattformen in ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen in klarer und verständlicher Sprache die wichtigsten Parameter, die in ihren Empfehlungssystemen verwendet werden, darlegen müssen, gilt nur für Empfehlungssysteme i.S.d. Art. 3 lit. s) DSA, während Werbung auf Online-Plattformen in Art. 26 DSA geregelt ist. Art. 26 DSA sieht im Gegensatz zu Art. 27 DSA vor, dass Anbieter von Online-Plattformen für jede einzelne Werbung, die den Nutzern dargestellt wird, „in klarer, präziser und eindeutiger Weise in Echtzeit (...) aussagekräftige, über die Werbung direkt und leicht zugängliche Informationen über die wichtigsten Parameter zur Bestimmung der Nutzer, denen die Werbung angezeigt wird, und darüber, wie diese Parameter unter Umständen geändert werden können“. Bei Werbung - wie hier - ist ein Hinweis in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen - im Gegensatz zu Art. 27 DSA - auch nach dem DSA nicht ausreichend.

cc) Selbst wenn man davon ausgehen würde, dass ein Hinweis in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen grundsätzlich ausreichend wäre, wäre der Hinweis unter der Überschrift „Deine Beiträge zu Diensten“ nicht ausreichend. Denn dort werden die VerbraucherInnen angesprochen, die Beiträge erstellen, nicht hingegen die VerbraucherInnen, die eine App erwerben möchten. Diese rechnen nicht damit, die Information über das Ob und Wie der Maßnahmen der Beklagten in einem Abschnitt über das Verfassen von Beiträgen zu finden.

c) Das Vorenthalten der Informationen ist auch dazu geeignet, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

Im Wege der richtlinienkonformen Auslegung sind dabei alle Umstände des konkreten Falles zu berücksichtigen und zu fragen, ob der Verbraucher die Information benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen, und ob er voraussichtlich eine andere geschäftliche Entscheidung getroffen hätte, wenn er über die betreffende Information verfügt hätte (*Feddersen* in: Köhler/Bornkamm/Feddersen, 42. Aufl. 2024, § 5a UWG, Rn. 246f.). Hierbei ist auf den Durchschnittsverbraucher abzustellen, der angemessen gut unterrichtet und angemessen aufmerksam und kritisch bzw. verständig ist (vgl. EuGH, Urteil v. 26. Oktober 2016 – C-611/14 –, juris Rn. 57 – Canal Digital). Der Hinweis darauf, dass die Beiträge nicht gesondert überprüft werden und somit auch Mitarbeitende oder Inhaber der Unternehmen Beiträge verfassen können, ist eine notwendige Information, die VerbraucherInnen benötigen, um eine informierte Entscheidung zu treffen. Bewertungen und Erfahrungen anderer NutzerInnen mit einem Unternehmen sind für viele VerbraucherInnen eine wichtige Informationsquelle. Positive oder negative Bewertungen fließen in nicht unerheblichem Umfang in die Entscheidung über den Erwerb einer App ein. Der Hinweis auf die

Nicht-Prüfung der Beiträge erweckt bei DurchschnittsverbraucherInnen eine kritische Grundeinstellung in Bezug auf die abgegebenen Bewertungen und hält diese unter Umständen von dem Erwerb einer App ab.

Daran ändert sich auch nichts durch die Behauptung der Beklagten, etwa 85 % der im App-Store angebotenen Apps seien kostenfrei zum Download verfügbar. Zum einen lässt sich der Übersicht in Anlage K 3 entnehmen, dass die Preise von drei der sechs dort zu sehenden Apps bei über 10,00 € liegen. Zum anderen überzeugt das Argument der kostenfreien Apps nicht, nachdem der deutsche Gesetzgeber mit Einführung des § 312 Abs. 1a BGB zur Umsetzung der Digitale-Inhalte-Richtlinie (EU) 2019/770 klargestellt hat, dass es einer entgeltlichen Leistung gleichsteht, wenn VerbraucherInnen einem Unternehmer personenbezogene Daten bereitstellen oder sich hierzu verpflichten. Dies ist gerade auf Verträge über die Bereitstellung digitaler Inhalte, wie Apps anwendbar (MüKoBGB/Wendehorst, 9. Aufl. 2022, BGB § 312 Rn. 21).

d) Die Wiederholungsgefahr ist aufgrund des erfolgten Verstoßes indiziert und ist von der Beklagten nicht durch eine strafbewehrte Unterlassungserklärung ausgeräumt worden.

3. Der mit Klageantrag zu 2. geltend gemachte Anspruch auf Zahlung von Abmahnkosten folgt aus § 13 Abs. 3 UWG, deren Höhe von der Beklagten nicht angegriffen worden ist. Der Anspruch zu den Zinsen ergibt sich aus §§ 288, 291 ZPO.

III.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs. 1 S. 1 ZPO.

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

Richterin am Landgericht

**Landgericht Berlin II**  
**52 O 254/23**

Verkündet am 29.08.2024

, JSekr'in  
als Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle

Für die Richtigkeit der Abschrift  
Berlin, 30.08.2024

, JSekr'in  
Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle