

Landgericht Hanau
1. Kammer für Handelssachen

5 O 29/25



Im Namen des Volkes
Urteil

In dem Rechtsstreit

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V., v. d. d. Vorstand [REDACTED],
Paulinenstraße 47, 70178 Stuttgart

- Klägerin -

Prozessbevollmächtigte:

[REDACTED]

gegen

Matthias Christoph Grzybowski, In den Berggärten 4, 61130 Nidderau

- Beklagter -

Prozessbevollmächtigte:

[REDACTED]

hat das Landgericht Hanau – 1. Kammer für Handelssachen – durch die Vorsitzende Richterin am Landgericht [REDACTED] als Vorsitzende auf die mündliche Verhandlung vom 21.10.2025 für Recht erkannt:

1. Der Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, gegenüber Verbrauchern im Internet für Handwerksleistungen unter Veröffentlichung von Kundenbewertungen zu werben, wenn der Beklagte den Verbraucher nicht darüber informiert, inwieweit er sicherstellt, dass die Bewertungen nur von solchen Kunden stammen, die die vom Beklagten angebotenen Dienstleistungen auch tatsächlich in Anspruch genommen haben, wie geschehen auf der Website des Beklagten gemäß Screenshots nach Anlage K 1.

2. Der Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, bei der Werbung gegenüber Verbrauchern im Internet für Handwerksleistungen in diesem Zusammenhang zu behaupten, dass der Beklagte über ausschließlich („100%“) positive Kundenbewertungen verfüge – wie auf dem roten Stempel „Nachweisbar 100 % positive Kundenbewertungen“ in Anlage K1 ersichtlich - wenn diese Angabe nicht der Wahrheit entspricht.
3. Dem Beklagten wird für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung gegen die in Ziffern 1. und 2. genannten Unterlassungspflichten ein Ordnungsgeld bis zu € 250.000,00 (ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Wochen) oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten angedroht.
4. Der Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin € 243,51 zzgl. Zinsen i.H.v. 5 Prozentpunkten über Basiszinssatz hieraus seit 25.06.2025 zu bezahlen.
5. Die Kosten des Rechtsstreits hat der Beklagte zu tragen.
6. Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 12.000 € vorläufig vollstreckbar.

Tatbestand:

Die Parteien streiten um wettbewerbsrechtliche Unterlassungsansprüche.

Die Klägerin ist eine in die Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 UKlaG eingetragene Verbraucherzentrale. Der Beklagte ist Handwerker, der Verbrauchern seine Leistungen unter den Bezeichnungen „Haushalts-Experten“ bzw. „Sanierungs-Experten“ anbietet. Der Beklagte veröffentlicht dazu auf seiner Website unter <https://mcg-haushaltexperten.de/>, auf der er gegenüber Verbrauchern für die von ihm angebotenen Handwerksleistungen wirbt, auch Kundenbewertungen, siehe Anlage K1. Darüber hinaus wirbt der Beklagte auf der Plattform Google unter der Bezeichnung „Haushalts-Experten“ in seinem Unternehmensprofil auch damit, dass er ausschließlich über positive Kundenbewertungen verfüge, siehe Anlage K2 (Bl. 28 d.A.). Mit Anwaltsschreiben vom 29.04.2025 ließ die Klägerin den Beklagten abmahnen und erfolglos zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auffordern. Die Unterlassungsansprüche verfolgt die Klägerin mit der vorliegenden Klage weiter.

Die Klägerin ist der Ansicht, der Beklagte stelle keine transparenten Informationen zur Verfügung, inwieweit die von ihm veröffentlichten Kundenbewertungen tatsächlich von solchen Kunden stammten, die die Leistungen des Beklagten auch tatsächlich in Anspruch genommen haben. Außerdem sei die Behauptung, über 100 % positive Kundenbewertungen zu verfügen, auch unwahr.

Die Klägerin beantragt,

1. Der Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, gegenüber Verbrauchern im Internet für Handwerksleistungen unter Veröffentlichung von Kundenbewertungen zu werben, wenn der Beklagte den Verbraucher nicht darüber informiert, inwieweit er sicherstellt, dass die Bewertungen nur von solchen Kunden stammen, die die vom Beklagten angebotenen Dienstleistungen auch tatsächlich in Anspruch genommen haben, wie geschehen auf der Website des Beklagten gemäß Screenshots nach Anlage K 1.
2. Der Beklagte wird weiter verurteilt, es zu unterlassen, gegenüber Verbrauchern im Internet für Handwerksleistungen zu werben und in diesem Zusammenhang zu behaupten, dass der Beklagte über ausschließlich („100%“) positive Kundenbewertungen verfüge, (Bild Bl. 2 d.A.), wenn diese Angabe nicht der Wahrheit entspricht.
3. Dem Beklagten wird für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung gegen die in Ziffern I. und II. genannten Unterlassungspflichten ein Ordnungsgeld bis zu € 250.000,00 (ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Wochen) oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten angedroht.
4. Der Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin € 243,51 zzgl. Zinsen i.H.v. 5 Prozentpunkten über Basiszinssatz hieraus seit Rechtshängigkeit zu bezahlen.

Der Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Der Beklagte meint, die Bezeichnung „meine Kunden“ stelle ausreichend klar, dass die angegebenen Bewertungen von Personen stammen, die tatsächlich seine Dienstleistungen in Anspruch genommen haben. Die Behauptung beziehe sich auch nur auf die Plattform „My

Hammer“, wo tatsächlich nur registrierte Kunden zu registrierten Aufträgen Bewertungen abgeben könnten, sodass Manipulierungen des Beklagten ausgeschlossen seien. Es entspreche auch der Wahrheit, dass der Beklagte – jedenfalls bezüglich seiner Handwerkertätigkeit – über eine 100-prozentige Kundenzufriedenheit verfüge.

Wegen des weiteren Vortrags wird auf die gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

Entscheidungsgründe:

Die Klage ist zulässig.

Insbesondere ist das Landgericht – entgegen der Zuständigkeitsrüge des Beklagten – gemäß § 14 Abs. 1 UWG bei einer Normen aus dem UWG betreffenden Streitigkeit ausschließlich zuständig; gemäß § 14 Abs. 2 UWG dasjenige im Bezirk des allgemeinen Gerichtsstands des Beklagten, der in Nidderau und damit im Bezirk des Landgerichts Hanau ansässig ist.

Die Klägerin ist als qualifizierte Einrichtung klagebefugt gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG.

Die Klage ist auch begründet.

Die Klägerin kann Unterlassungsansprüche gemäß §§ 8, 3, 5a UWG gegen den Beklagten geltend machen.

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. 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 (LG Berlin II, Urteil vom 29. August 2024 – 52 O 254/23 – juris), so ausdrücklich § 5 b Abs. 3 UWG. Dies begründet sich darauf, dass solche Kundenbewertungen in erheblicher Weise geeignet sind, den Verbraucher in seiner geschäftlichen Entscheidung zu beeinflussen. Daher ist es für den Verbraucher wichtig zu wissen, inwieweit die veröffentlichten Kundenbewertungen

tatsächlich „echt“ sind, da nur aufgrund echter Kundenbewertung eine informierte geschäftliche Entscheidung durch den Kunden getroffen werden kann.

Der Beklagte war auch nicht von den Vorgaben des im Mai 2022 in Kraft getretenen § 5b Abs. 3 UWG entbunden, weil seine Webseite – wie er meint – bereits seit 15 Jahren existiere. Der Beklagte war vielmehr verpflichtet, die aktuellen gesetzlichen Vorgaben zu berücksichtigen und seine Seite ggf. entsprechend zu aktualisieren.

Nach Auffassung des Gerichts hat der Beklagte Verbraucher auf seiner Website nicht ausreichend darüber informiert, inwieweit er sicherstellt, dass die dort veröffentlichten Kundenbewertungen tatsächlich von solchen Kunden stammen, die die Dienstleistungen des Beklagten in Anspruch genommen haben.

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 (LG Berlin II, Urteil vom 29. August 2024 – 52 O 254/23 – juris). 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 Qualitätsbeschreibung der Dienstleistungen des Beklagten (Bl. 18 ff. d.A.) auf der Webseite angezeigt. Ein Hinweis darauf, ob und wie der Beklagte sicherstellt, dass die veröffentlichten Bewertungen von solchen Verbrauchern stammen, die seine Dienstleistungen tatsächlich in Anspruch genommen haben, findet sich darin nicht. Soweit der Beklagte im Rahmen des Rechtsstreits dargelegt hat, dass auf der Plattform „My Hammer“ nur registrierte Kunden zu registrierten Aufträgen Bewertungen vornehmen könnten, ersetzt dies die entsprechende Mitteilung an den Verbraucher nicht. Zum einen grenzt der Beklagte auf seiner Homepage (Bl. 18 ff. der Akte) die dargestellten Kundenbewertungen schon nicht ausdrücklich auf solche von der Plattform „My Hammer“ ein, sondern legt nur – quasi beispielhaft – dar, dass er „allein auf der Handwerkerplattform My Hammer“ bereits über 200 Bewertungen gesammelt habe, wovon 100 % positiv seien. Vor allem aber teilt der Beklagte den Umstand, dass „My Hammer“ nur eine Bewertung durch registrierte Kunden zu registrierten Aufträgen zulasse – soweit dies zutrifft – den Verbrauchern, die seine Webseite besuchen, nicht mit. Bei der Beurteilung, ob die Vorgaben des UWG erfüllt sind, kommt es jedoch nicht auf den Kenntnisstand des Beklagten selbst an, sondern auf denjenigen, welcher ein an der angebotenen Dienstleistung interessierter Verbraucher der Webseite als Grundlage für eine Vertragsentscheidung entnehmen kann. Insoweit hätte dem Beklagten sowohl die Möglichkeit zugestanden, auf seiner Webseite darauf hinzuweisen, dass eine Überprüfung der Kundenbewertungen nicht erfolge, wie auch darzulegen, in welcher Form eine solche erfolgt. Da der Beklagte jedoch keine der denkbaren Angaben getätigt hat, ist diese Gestaltung der Webseite zu beanstanden.

Ausreichend war dabei auch nicht, dass der Text auf Bl. 18 d.A. auf „unsere Kunden“ Bezug nimmt. Zwar regelt der Gesetzgeber nicht konkret, in welcher bestimmten Form eine entsprechende Aufklärung zu erfolgen hat. Allein die Angabe, dass es sich um „unsere Kunden“ handelt, lässt jedoch noch nicht erkennen, inwieweit der Beklagte überprüft hätte, dass die Bewertungen wirklich nur von tatsächlichen Kunden stammen. Selbst wenn die Behauptung des Beklagten, auf der Plattform „My Hammer“ könnten nur registrierte Kunden zu registrierten Aufträgen Bewertungen vornehmen (siehe Anl. B1), zutrifft, so teilt der Beklagte dies jedenfalls – wie oben bereits dargelegt – auf seiner Webseite nicht mit und verschafft damit Interessenten auch nicht diese Auskunft. Zudem enthalten die in der Art eines Stempels gehaltenen Angaben etwa auf Bl. 28 und Bl. 53 d.A. auch keinerlei Bezug zu der Angabe „unsere Kunden“ oder „meine Kunden“, und gleichermaßen auch keinen Bezug zu der Handwerkerplattform „My Hammer“.

Das Vorenthalten der Informationen ist auch dazu geeignet, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls ggf. 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. Hierbei ist auf den Durchschnittsverbraucher abzustellen, der angemessen gut unterrichtet und angemessen aufmerksam und kritisch bzw. verständig ist. Bewertungen und Erfahrungen anderer Nutzerinnen mit einem Unternehmen sind für viele Verbraucherinnen und Verbraucher eine wichtige Informationsquelle. Positive oder negative Bewertungen fließen in nicht unerheblichem Umfang in die Entscheidung für oder gegen eine Dienstleistung ein (LG Berlin II, Urteil vom 29. August 2024 – 52 O 254/23 – juris).

Auf dieser Grundlage steht der Klägerin der Unterlassungsantrag zu 1) zu.

Begründet ist auch der Unterlassungsantrag zu 2).

Der Beklagte verstößt auch gegen §§ 3, 5 UWG, indem er in seinem Unternehmensprofil auf Google (Anlage K 2) sowie unter www.my-hammer.de mit der Behauptung wirbt, er verfüge nachweisbar über „100% positive Kundenbewertungen“. Die Klägerin hat unter Vorlage der Anl. K2 dargelegt, dass jedenfalls bei Google auch negative Bewertungen des Unternehmens des Beklagten existieren, da dieser dort lediglich mit 2,2 von möglichen 5 Sternen beurteilt wurde. Soweit der Beklagte in der mündlichen Verhandlung behauptet hat, dass es sich bei den Bewertern nicht um tatsächliche Kunden seiner Firma gehandelt habe, ist dies weder nachprüfbar, noch für den Verbraucher, der sich anhand der Rezensionen informieren möchte, ersichtlich. Richtig ist zwar, dass der Beklagte offenbar bei Google auch Kritik erfahren hat, die

sich nicht auf seine Arbeitsqualität, sondern Randumstände bezieht. Eine Beschränkung auf „Nachweisbar 100 % positive Kundenbewertungen“ in Bezug auf die reine Arbeitsqualität nimmt der Beklagte aber auch nicht vor. Der Beklagte hat vielmehr darauf abgestellt, dass sich die Aussage der 100 % positive Kundenbewertungen ausschließlich auf die Plattform „My Hammer“ beziehen solle und diesbezüglich wahr sei. Eine solche Beschränkung oder auch nur Bezugnahme auf „My Hammer“ ist aber gerade dem Stempelaufdruck unter Anlage K2 und K5 nicht zu entnehmen. Der Stempelaufdruck behauptet vielmehr allgemein das Bild von zu 100 % positiven Bewertungen, das jedenfalls unter Einbeziehung von Google objektiv unwahr ist. Objektiv falsche Aussagen tragen jedoch regelmäßig die Gefahr der Irreführung in sich.

Die Wiederholungsgefahr ist aufgrund der erfolgten Verstöße indiziert und von dem Beklagten nicht durch eine strafbewehrte Unterlassungserklärung ausgeräumt worden.

Der Klageantrag zu 3) rechtfertigt sich gemäß § 890 Abs. 1, 2 ZPO.

Der mit Klageantrag zu 4) geltend gemachte Anspruch auf Zahlung von Abmahnkosten folgt aus § 13 Abs. 3 UWG. Der Ausspruch zu den Zinsen ergibt sich aus §§ 288, 291 ZPO.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 ZPO.

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus § 709 S. 1 ZPO. Hinsichtlich der Höhe der ausgeworfenen Sicherheitsleistung waren dem Beklagten drohende Vollstreckungsnachteile zu berücksichtigen.


Vorsitzende Richterin am
Landgericht

Beglaubigt
Hanau, 23.10.2025



Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle