

Kommunikation & Recht

K&R

7/8 | Juli/August 2025
28. Jahrgang
Seiten 433 - 532

Chefredakteur

RA Torsten Kutschke

Stellvertretende

Chefredakteurin

RAin Dr. Anja Keller

Redakteur

Dr. Maximilian Leicht

Redaktionsassistentin

Stefanie Lichtenberg

www.kommunikationundrecht.de

dfv Mediengruppe
Frankfurt am Main

Ende eines Rohrkrepiers – Neuanfang für effiziente Verbraucherstreitbeilegung?

Thanos Rammos und Kira Raguse

433 Datennutzungsverträge im Lichte des Data Act

Kirsten Ammon

440 Cyber Resilience Act – Auswirkungen auf die Vertragsgestaltung entlang der Lieferkette

Dr. Huy Do Chi

446 Ein Überblick über den aktuellen Stand der NIS-2-Umsetzung in der EU – Teil 2

Dr. Natallia Karniyevich und Jaqueline Emmerich

452 Aktuelle Entwicklungen bei Suchmaschinen 2024/2025

Dr. Sebastian Meyer und Dr. Christoph Rempe

457 Schadensersatz und Urteilsveröffentlichung bei Warentests – neue Haftungsrisiken für die Stiftung Warentest?

Dr. Diana Ettig und Dominik Höch

461 Die Entwicklung des Urheberrechts seit Mitte 2024

Dr. Alexander R. Klett und Caroline Sprater

468 Drittschutz in der Marktregulierung des TKG

Prof. Dr. Jürgen Kühling und Michael Schütz

474 **EuGH:** Irreführende Werbung mit Kauf auf Rechnung mit Kommentar von **Robert Briske** und **Jonas Müter**

484 **BVerfG:** Erfolglose Verfassungsbeschwerde gegen Rundfunkbeitrag

486 **BGH:** Portraitfoto: Urheberrechtlicher Auskunftsanspruch zwecks angemessener Beteiligung

mit Kommentar von **Dr. Henning Fangmann**

496 **BGH:** Kündigungsschaltfläche auch bei Einmalzahlung erforderlich

498 **OLG Köln:** KI-Training mittels Daten der Nutzer eines sozialen Netzwerks

505 **OLG Oldenburg:** Zugang zu Erblasser-Konto in sozialem Netzwerk

510 **OLG Dresden:** Verdachtsberichterstattung bei Blogbetreibern

527 **Datenschutzbehörde Österreich:** Veröffentlichung von Street Photography unterfällt DSGVO-Öffnungsklausel zur Kunstfreiheit mit Kommentar von **Prof. Dr. Clemens Thiele**

RA Dr. Sebastian Meyer, LL.M. und RA Dr. Christoph Rempe*

Aktuelle Entwicklungen bei Suchmaschinen 2024/2025

Kurz und Knapp

Der Bericht gibt einen Überblick über die rechtlichen Entwicklungen im Zusammenhang mit Suchmaschinen. Berücksichtigt sind gerichtliche Entscheidungen, wissenschaftliche Aufsätze und sonstige Veröffentlichungen seit dem letzten Beitrag der Autoren im Vorjahr (K&R 2024, 393).

I. Einleitung

Internetsuchmaschinen spielen traditionell eine zentrale Rolle in der digitalen Informationsgesellschaft. Sie sind nicht nur technische Werkzeuge zur Informationsbeschaffung, sondern prägen maßgeblich den Zugang zu Wissen, die Sichtbarkeit von Inhalten sowie die Meinungsbildung.¹ Der Markt für Suchmaschinen wird seit Jahren von Google dominiert – doch aktuelle Entwicklungen deuten auf eine allmähliche Verschiebung hin. Im Oktober 2024 sank Googles weltweiter Marktanteil am Suchmaschinenmarkt erstmals seit 2015 unter die 90-Prozent-Marke.² Google konnte aber seine Vormachtstellung im Bereich der mobilen Suchmaschinen halten (93,84 % im April 2025) und profitiert hier weiter von der engen Integration der Suche bei Endgeräten mit Android-Betriebssystem.³ Bei Desktop-Suchen geht der Anteil von Google aber weiter zurück und liegt nunmehr konstant unterhalb der 80-Prozent-Marke.⁴ Ein Grund hierfür ist der stetig wachsende Marktanteil von Microsofts Suchmaschine Bing (11,73 %). Daneben gibt es weiterhin keine echten vollwertigen Alternativen, weil es extrem aufwendig und kostspielig ist, einen qualitativ gleichwertigen Index aufzubauen.⁵ Alternative Dienste wie Yahoo (1,32 %), die in Russland dominierende Suchmaschine Yandex (2,53 %) oder die datenschutzorientierte Suchmaschine DuckDuckGo (0,84 %), konnten auf dem weltweiten Suchmaschinenmarkt ihre Nischenpositionen behaupten. In Deutschland ist die Entwicklung grundsätzlich ähnlich, auch wenn Google insgesamt noch etwas stärker ist als im weltweiten Durchschnitt. Für Deutschland beträgt der Marktanteil von Google rund 87,24 %, danach folgt Bing mit 5,73 %.⁶ Neben den zuvor genannten Anbietern etabliert sich mit der auf Nachhaltigkeit fokussierten Suchmaschine Ecosia (0,97 %) ein weiterer wachsender Dienst auf dem deutschen Markt.⁷

Noch nicht vollständig absehbar sind die Konsequenzen, die sich aus der stärkeren Integration von Antworten ergeben, die mithilfe von künstlicher Intelligenz (KI) bei Google generiert werden. Google hatte zunächst in ausgewählten Märkten die Funktion AI Overview getestet.⁸ Mittlerweile ist die Funktion auch in Deutschland verfügbar. Die KI-Zusammenfassung wird bei geeigneten Suchanfragen der klassischen Trefferliste vorangestellt und liefert einen ersten Überblick, häufig direkt mit weiterführenden Links. Nach Einschätzung von Google wird dies zukünftig nicht die bisherige Suchfunktion vollständig ablösen, sondern weiterhin als Ergänzung angeboten. Es ist aber jetzt schon absehbar, dass die Relevanz der eigentlichen Suchergebnisse abnimmt und folglich auch die Klicks von Nutzern auf entsprechende Ergebnisse weiter zurückgehen.⁹

Die weiterhin bestehende Marktkonzentration auf Google bleibt nicht ohne regulatorische Folgen. In den USA wurde Google erstmals in einem kartellrechtlichen Verfahren verurteilt, durch exklusive Abkommen mit Geräteherstellern wie Apple seine marktbeherrschende Stellung unzulässig abgesichert zu haben.¹⁰ Das US-Justizministerium prüft derzeit sogar eine Zerschlagung von Google, unter anderem durch eine Abspaltung des Chrome-Browsers.¹¹

Auch auf europäischer Ebene hält die EU-Kommission weiterhin an ihrer konsequenten Anwendung der neuen Regulierungsinstrumente fest. Die im Januar 2025 in einem offenen Schreiben von 39 (überwiegend) Nichtregierungsorganisationen an die EU-Kommission geäußerte Sorge, der politische Druck der neuen US-Administration unter Donald Trump – insbesondere im Zusammenspiel mit den wirtschaftlichen Interessen großer amerikanischer Technologiekonzerne – könne zu einer Abschwächung der Durchsetzung des Digital Services Act (DSA) und des Digital Markets Act (DMA) führen, hat sich bislang nicht bewahrheitet.¹²

Der DSA verpflichtet große Internetsuchmaschinen zu erhöhter Transparenz, insbesondere hinsichtlich der Funktionsweise ihrer Ranking- und Empfehlungssysteme und unterwirft sie strengen Verpflichtungen zur Risikobewertung und -minderung. Der DMA statuiert für als Gatekeeper eingestufte Suchmaschinenbetreiber, wie Google, spezifische Verhaltenspflichten, insbesondere im Hinblick auf diskriminierungsfreie Selbstbevorzugung, Datenzugang und Interoperabilität, um strukturelle Wettbewerbsverzerrungen im digitalen Binnenmarkt zu unterbinden. Für Google bedeutete dies bereits 2024 umfassende Änderungen an der Darstellung von Suchergebnissen sowie die Einführung zusätzlicher Transparenzmaßnahmen. 2025 folgten weitere Anpassungen, etwa in Form neuer Auswahlbildschirme, Einwilligungslösungen zur Datenverknüpfung und der verstärkten Öffnung gegenüber Drittanbietern.

* Mehr über die Autoren erfahren Sie am Ende des Beitrags. Alle zitierten Internetquellen wurden zuletzt abgerufen am 1.7.2025. Die Autoren danken Herrn Ref. Jur. *Matthias Klämbt* für seine Unterstützung beim Verfassen des Textes.

1 *Wolf*, NZKart 2025, 235, 235.

2 Bisher lag der Gesamtanteil sehr konstant über 90 %, vgl. *Meyer/Rempe*, K&R 2024, 393, 393. Zur aktuellen Verteilung der Marktanteile und ihre Entwicklung vgl. die Auswertungen von Statcounter unter <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>.

3 Bei Statcounter lässt sich eine Filterung abhängig von den Endgeräten vornehmen, vgl. etwa die Auswertung von Statcounter unter <https://ruw.link/2025/66> (gs.statcounter.com).

4 Zuletzt lag der Marktanteil von Google im November 2024 über 80 %, vgl. die Auswertung von Statcounter unter <https://ruw.link/2025/67> (gs.statcounter.com).

5 *Wolf*, NZKart 2025, 235, 235.

6 <https://ruw.link/2025/68> (gs.statcounter.com).

7 Ecosia wird auch bereits explizit als Suchmaschine in der juristischen Literatur aufgeführt, vgl. etwa *Metzger*, in: Münchener Kommentar zum BGB, 9. Aufl. 2022, § 327e BGB Rn. 55.

8 Google erläutert die Funktion im eigenen Blog v. 14. 5. 2025 unter <https://ruw.link/2025/69> (blog.google).

9 Vgl. *Netzwelt* v. 29. 4. 2025, online abrufbar unter <https://ruw.link/2025/70> (netzwelt.de).

10 <https://ruw.link/2025/71> (zeit.de).

11 <https://ruw.link/2025/72> (spiegel.de).

12 <https://ruw.link/2025/73> (theguardian.com).

Gleichzeitig verändern technologische Trends die Suchgewohnheiten vieler Nutzerinnen und Nutzer. Der Aufstieg KI-gestützter Dienste wie ChatGPT, Perplexity oder auch sprachbasierter Systeme verschiebt die Nutzererwartungen und führt zu einer zunehmenden Konkurrenz für klassische Suchmaschinen durch dialogorientierte Antwortsysteme. Parallel dazu gewinnen Plattformen wie Amazon und TikTok insbesondere im Bereich produktspezifischer und zielgruppenspezifischer Suchen an Bedeutung – und stellen damit das herkömmliche Suchparadigma zunehmend infrage.¹³

Die aktuellen Entwicklungen deuten auf eine Phase struktureller Veränderungen im Suchmaschinenmarkt hin. Googles langjährige Dominanz gerät durch technologische Innovationen und neue rechtliche Regularien zunehmend unter Druck. Dies eröffnet neue Perspektiven für Wettbewerber und erfordert eine kontinuierliche Anpassung an die sich verändernden Marktbedingungen.

II. Kartellrecht/DMA

1. Vorhaben der neuen Bundesregierung

In Bezug auf die Regulierung von Suchmaschinen plant die neue Bundesregierung keine neuen Gesetzgebungsvorhaben, die über die bestehenden Regelungen für große Online-Plattformen¹⁴ hinausgehen. Die neue Bundesregierung sieht in ihrem Koalitionsvertrag auch ansonsten keine relevanten Reformen des Kartellrechts vor. Zwar betont die neue Koalition aus CDU/CSU und SPD, dass „die Weiterentwicklung des Wettbewerbs- und Kartellrechts [...] maßgeblich für die internationale Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands und Europas“¹⁵ sei. Eine weitergehende Konkretisierung, inwiefern die neue Bundesregierung das Kartellrecht weiterentwickeln möchte, lässt sich dem Vertrag aber nicht entnehmen. Dies gilt auch für die erklärten Ziele, die effektive Anwendung des Kartellrechts sicherzustellen und kartellrechtliche Verfahren schneller sowie effizienter zu machen.

2. Gerichtsverfahren

Die europäischen Gerichte waren im vergangenen Jahr erneut umfassend mit kartellrechtlichen Verfahren gegen Google (bzw. Alphabet) beschäftigt. Innerhalb weniger Tage musste Google eine empfindliche Niederlage vor dem EuGH hinnehmen, konnte vor dem EuG aber auch einen Teilerfolg erzielen.¹⁶ In beiden Verfahren ging es um die Überprüfung einer von der EU-Kommission verhängten Kartellstrafe in Milliarden-Höhe.

Den Anfang machte der EuGH, indem er die von der Kommission verhängte Geldbuße von 2,4 Milliarden Euro wegen des Missbrauchs der Marktmacht durch Bevorzugung des eigenen Preisvergleichsdienst „Google Shopping“ gegenüber denen der Konkurrenz bestätigte.¹⁷ Die im Jahr 2002 noch unter dem Namen „Froogle“ gestartete Produktsuchmaschine von Google wurde im Jahr 2007 unter der Bezeichnung „Google Product Search“ neu gestaltet. In der Folge stellte Google die Suchergebnisse des eigenen Preisvergleichsdienstes in hervorgehobener Darstellung an die oberste Position der Ergebnisliste. Die Suchergebnisse der Konkurrenten wurden erst weiter unten eingeblendet. Der nunmehr bestätigte Beschluss der EU-Kommission aus dem Jahr 2017 sah wegen der damit erfolgten Privilegierung des eigenen Preisvergleichsdienstes gegenüber denen der Konkurrenz einen Missbrauch der marktbeherrschenden Stellung von Google.¹⁸ Abgestraft wurde dabei „die Kombination zweier Praktiken, nämlich zum einen der bevorzugten Positionierung und Präsentation ihrer eigenen spezia-

lisierten Ergebnisse auf ihren allgemeinen Ergebnisseiten gegenüber den Ergebnissen der konkurrierenden Preisvergleichsdienste und zum anderen der gleichzeitigen Herabstufung der Ergebnisse der konkurrierenden Preisvergleichsdienste durch Anpassungsalgorithmen.“¹⁹

Nur wenige Tage nach diesem Urteil des EuGH hob der EuG in einem anderen Verfahren gegen Google eine von der EU-Kommission verhängte Wettbewerbsstrafe von 1,49 Milliarden Euro auf.²⁰ Nach dem Urteil des EuG habe die Kommission bei der Prüfung der im Streit stehenden Vertragsklausel von Google nicht alle relevanten Umstände berücksichtigt. Die angegriffene, von Google bereits seit 2016 aber nicht mehr verwendeten Vertragsklauseln sahen im Rahmen des „AdSense for Search“-Dienst neben einer Ausschließlichkeitsvereinbarung unter anderem auch vor, dass Betreiber, die auf ihrer Internetseite die Google-Suchmaske einbinden, die Google-Anzeigen bevorzugt zu platzieren haben. Die Rechtssache ist nunmehr vor dem EuGH anhängig (Az. C-826/24).²¹

Ein weiteres anhängiges Google-Verfahren steht hingegen kurz vor dem Abschluss. Bei der mündlichen Verhandlung am 28.1.2025 vor dem EuGH ging es um die Überprüfung eines Urteils des EuG aus dem Jahr 2018.²² In dem Urteil stützte das EuG die Auffassung der Kommission, wonach Google den Herstellern von Android-Geräten und den Betreibern von Mobilfunknetzen rechtswidrige Beschränkungen auferlegt habe, um seine marktbeherrschende Stellung zu sichern und auszubauen.²³ Demnach habe Google durch zwangsweise vorinstallierte Apps (insbesondere die Google-Suche und den Chrome-Browser) sowie exklusive Vereinbarungen mit Geräteherstellern den Wettbewerb im Markt für mobile Betriebssysteme und Apps erheblich verzerrt.²⁴ Lediglich die Wettbewerbsstrafe der EU-Kommission in Höhe von 4,34 Milliarden Euro reduzierte der EuG auf 4,125 Milliarden Euro, da die Kommission die Dauer und Schwere des wettbewerbswidrigen Verhaltens von Google nicht umfassend berücksichtigt habe.²⁵

Auch in den USA sieht sich Google verschärften Kontrollen ausgesetzt. Nach einem über vierjährigen Verfahren entschied im August 2024 das US-Bezirksgericht von Columbia, dass Google im Bereich der Internetsuche ein Monopol innehatte und dieses durch exklusive Vereinbarungen mit Partnern wie Apple, Samsung und Mozilla aufrechterhalte.²⁶ Zudem halte Google auch bei Textwerbung in Suchmaschinen ein Monopol. Der derzeitige CTO von Google, Prabhakar Raghavan, sagte während des Kartellverfahrens aus, dass Google allein im Jahr 2021 über 26 Milliarden US-Dollar gezahlt habe, um als Standard-Suchmaschine vorinstalliert zu sein.²⁷ Durch derartige Vereinbarungen seien zwar Konkurrenten wie Bing oder DuckDuckGo nicht ausdrücklich ausgeschlossen. Sie stellen aus

13 <https://ruw.link/2025/74> (xpert.digital).

14 Hierzu Meyer/Rempe, K&R 2021, 232, 233.

15 Koalitionsvertrag der 21. Legislaturperiode von CDU/CSU und SPD, abrufbar unter <https://ruw.link/2025/75> (koalitionsvertrag2025.de).

16 EuGH, 10. 9. 2024 – C-48/22 P, K&R 2024, 805 ff. und EuG, 18. 9. 2024 – T-334/19.

17 EuGH, 10. 9. 2024 – C-48/22 P, K&R 2024, 805 ff. – Google LLC und Alphabet Inc./Europäische Kommission.

18 Hierzu Meyer/Rempe, K&R 2018, 217, 218.

19 EuGH, 10. 9. 2024 – C-48/22 P, K&R 2024, 805 ff. – Google LLC und Alphabet Inc./Europäische Kommission, Rn. 97, 107.

20 EuG, 18. 9. 2024 – T-334/19 – Google Suchmaschinen-Werbung.

21 <https://ruw.link/2025/76> (eur-lex.europa.eu).

22 <https://ruw.link/2025/77> (eur-lex.europa.eu).

23 EuG, 14. 9. 2022 – T-604/18 – Google Android.

24 Hierzu ausführlich Meyer/Rempe, K&R 2019, 221, 222.

25 EuG, 14. 9. 2022 – T-604/18 – Google Android.

26 United States v. Google, LLC, Case No. 20-cv-3010, 2024 WL 3647498 (D.D.C. Aug. 5, 2024), <https://s3.documentcloud.org/documents/25032745/045110819896.pdf>.

27 <https://ruw.link/2025/78> (news.bloomberglaw.com).

Sicht des Gerichts jedoch hinreichend exklusive Ausschließlichkeitsvereinbarungen dar.²⁸ In der Folge wurden mögliche Abhilfemaßnahmen diskutiert. Dabei schlug die Forderung des US-Justizministeriums, Google zum Verkauf seines Browsers Chrome zu verpflichten auf erwartbar heftigen Widerstand.²⁹ Doch nicht nur Google wehrt sich in dem im April 2025 wieder aufgenommenen Verfahren, auch die CEO von Mozilla, Laura Chambers, warnt, dass die im Raum stehenden Rechtsmittel gegen Google die Zukunft von Firefox und anderen Nicht-Big-Tech-Browser-Engines riskieren würde.³⁰ Hintergrund ist, dass alleine die Zahlungen für die Ausschließlichkeitsvereinbarungen von Google an Firefox 83 % der gesamten Jahreseinnahmen von Mozilla ausmachten.³¹ Das Urteil des District of Columbia kann somit nicht nur für Google, sondern auch für andere Tech-Konzerne weitreichende Folgen haben.

Das aktuelle Bestreben des US-Justizministeriums, Google zu zerschlagen, zeigt sich in verschiedenen Forderungen. Neben der Aufforderung, den Browser Chrome zu veräußern, verlangte das Ministerium auch die Abspaltung des Betriebssystems Android.³² Darüber hinaus forderte das Ministerium das US-Bezirksgericht für den östlichen Bezirk von Virginia auf, Google zum Verkauf der Werbesparte „Google Ad Managers“ zu zwingen.³³ Hintergrund ist eine Entscheidung des US-Bezirksgericht im April 2025, in dem Google verurteilt wurde, in wettbewerbswidriger Weise eine Monopolstellung auf den Märkten für Publisher-Adserver und Ad-Exchange für Open-Web-Display-Werbung erlangt und aufrechterhalten zu haben.³⁴ Zudem entschied das Gericht, dass die unrechtmäßige Kopplung der beiden Dienste Wettbewerber ausgeschlossen und die eigene Marktbeherrschung gesichert habe. Richterin Leonie M. Brinkema betonte in ihrem abschließenden Statement, dass Google nicht nur den Wettbewerb durch die Behinderung von Konkurrenten eingeschränkt, sondern auch Kunden und Nutzern der eigenen Dienste erheblichen Schaden zugefügt habe.³⁵ Google kündigte unmittelbar nach dem Urteil an, gegen die Entscheidung Berufung einzulegen.

Doch nicht nur in der EU und den USA, auch im Vereinigten Königreich³⁶ und sogar in China muss sich Google einer kartellrechtlichen Untersuchung unterziehen.³⁷ Während sich die britischen Maßnahmen auf eine mögliche Einstufung Googles als Unternehmen mit einem sog. *Strategic Market Status* (SMS) nach dem am 1.1.2025 in Kraft getretenen *Digital Markets, Competition and Consumers Act* (DMCC) stützen,³⁸ wird das Vorgehen der chinesischen Behörden jedoch primär als handelspolitische Reaktion auf die von den USA verhängten Zölle interpretiert.³⁹ Google selbst ist seit dem Jahr 2010 nicht mehr als Betreiber einer Suchmaschine auf dem chinesischen Markt präsent.

3. Entwicklungen im Zusammenhang der Durchführung des Digital Markets Act (DMA)

Google wurde bereits im September 2023 formell als Gatekeeper im Sinne des DMA für den Google-Suchdienst und den Google Play App Store für Android benannt.⁴⁰ Im November 2024 gab das Unternehmen erste Maßnahmen zur Einhaltung des DMA bekannt.⁴¹ Google nahm bereits über 20 Produktänderungen vor. Bestimmte Funktionen – darunter auch das Angebot „Google Flüge“ – wurden von der Suchergebnisseite entfernt. Zudem implementierte Google neue Einwilligungsbanner, mit denen die Nutzer die Verknüpfung und damit den Datenaustausch zwischen den verschiedenen Google-Diensten zustimmen können.

Die von Google vorgenommenen Anpassungen erachtet die Europäische Kommission aber offenbar als unzureichend. Im

Rahmen eines laufenden Verfahrens hat die Europäische Kommission Google nun zwei vorläufige Feststellungen übermittelt, in denen dem Unternehmen Verstöße gegen den DMA vorgeworfen werden.⁴²

Gegenstand der ersten Feststellung ist die mutmaßlich systematische Bevorzugung eigener spezialisierter Dienste (z. B. Shopping, Hotels, Finanzen) in der Google-Suche zulasten konkurrierender Drittangebote. Dies stehe im Widerspruch zu Art. 6 Abs. 5 DMA, der Gatekeepern wie Google auferlegt, Rankings anhand transparenter und fairer Bedingungen vorzunehmen.⁴³

Die zweite Feststellung betrifft die nach Auffassung der Kommission unzulässige Beschränkung sogenannter Lenkungsmaßnahmen durch Google im Google Play Store. Insbesondere verhindere Google, dass App-Entwickler Nutzer kostenfrei über alternative, preisgünstigere Angebots- und Vertriebskanäle außerhalb von Google Play informieren können, was gegen Art. 5 Abs. 4 DMA verstoßen könnte. Zudem werden die von Google erhobenen Provisionen als unangemessen hoch und langfristig kritisiert.⁴⁴

Die vorläufigen Feststellungen eröffnen dem Unternehmen nun die Möglichkeit zur Stellungnahme. Eine abschließende Entscheidung über eine förmliche Feststellung der Nichteinhaltung bleibt dem weiteren Verlauf des Verfahrens vorbehalten. Google droht neben verpflichtend umzusetzenden Vorgaben auch eine empfindliche Strafzahlung von bis zu zehn Prozent des weltweiten Jahresumsatzes.⁴⁵ Gemessen am Jahresumsatz von 2024 könnte dies zu einer Rekordstrafe von bis zu 34,8 Milliarden US-Dollar führen.⁴⁶

In einer ersten Stellungnahme äußert Google Kritik an den Entscheidungen der EU-Kommission und verweist dabei vor allem auf die ihrer Ansicht nach weitreichenden Nachteile für Verbraucher und Unternehmen.⁴⁷ Gleichzeitig betont das Unternehmen jedoch seine Bereitschaft, den Dialog mit der Kommission fortzusetzen und die Vorgaben des DMA weiterhin einzuhalten.

Der Handelsverband Deutschland (HDE) begrüßte hingegen die vorläufigen Feststellungen der EU-Kommission zu möglichen Verstößen Googles gegen das Selbstbevorzugungsverbot nach Art. 6 Abs. 5 DMA.⁴⁸ Er fordert eine konsequente Durchsetzung des DMA, um faire und transparente Wettbewerbsbedingungen im Online-Handel sicherzustellen. Online-Verkaufskanäle und Sichtbarkeit in Suchergebnissen seien für Händler essenziell.

28 United States v. Google, LLC, Case No. 20-cv-3010 (Fn. 26).

29 <https://ruw.link/2025/79> (blog.google).

30 <https://ruw.link/2025/80> (blog.mozilla.org).

31 <https://ruw.link/2025/81> (bloomberg.com).

32 <https://ruw.link/2025/82> (handelsblatt.com).

33 <https://ruw.link/2025/83> (zeit.de).

34 United States v. Google LLC, No. 23-cv-108, <https://ag.ny.gov/sites/default/files/court-filings/united-states-of-america-et-al-v-google-llc-memorandum-opinion-2025.pdf>.

35 United States v. Google LLC, No. 23-cv-108 (Fn. 34).

36 <https://ruw.link/2025/84> (gov.uk).

37 <https://ruw.link/2025/84> (table.media).

38 <https://ruw.link/2025/86> (assets.publishing.service.gov.uk).

39 <https://ruw.link/2025/87> (cnbc.com).

40 Hierzu Meyer/Rempe, K&R 2024, 393, 394.

41 <https://ruw.link/2025/88> (blog.google).

42 Pressemitteilung der EU-Kommission vom 19. 3. 2025, <https://ruw.link/2025/89> (ec.europa.eu).

43 Pressemitteilung der EU-Kommission vom 19. 3. 2025, <https://ruw.link/2025/89> (ec.europa.eu).

44 Pressemitteilung der EU-Kommission vom 19. 3. 2025, <https://ruw.link/2025/89> (ec.europa.eu).

45 <https://ruw.link/2025/90> (netzpolitik.org).

46 <https://ruw.link/2025/91> (de.statista.com).

47 <https://ruw.link/2025/92> (blog.google).

48 Pressemitteilung des HDE vom 20. 3. 2025, <https://ruw.link/2025/93> (einzelhandel.de).

Dabei dürften Preisvergleichsplattformen keine zusätzliche Vermittlungshürde darstellen. Ziel müsse ein dauerhaftes „Level Playing Field“ im digitalen Binnenmarkt sein.

III. Recht auf Vergessenwerden

Im vergangenen Jahr wurde das Recht auf Vergessenwerden durch wegweisende Urteile des EuGH und des BGH konkretisiert.⁴⁹ In allen Verfahren ging es um die Frage des Anspruchs auf Löschung personenbezogener Daten aus einem Register nach Art. 17 Abs. 1 der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Ein solcher Löschananspruch ist nach Art. 17 Abs. 3 lit. b DSGVO ausgeschlossen, sofern er Daten betrifft, die zur Erfüllung einer rechtlichen Verpflichtung des Registergerichts erforderlich sind. Beispielsweise stellen die Namen, die Geburtsdaten und die Wohnanschriften von Vereinsvorständen oder GmbH-Geschäftsführern entsprechende Daten dar, deren Eintragung, Speicherung und Offenlegung im Verein- bzw. Handelsregister gesetzlich vorgeschrieben sind.⁵⁰

Der BGH hatte sich mit der Frage zu befassen, ob ein ehemaliges Vorstandsmitglied eines Vereins einen Anspruch auf Löschung seiner personenbezogenen Daten aus dem Vereinsregister geltend machen kann.⁵¹ Den auf eine vollständige Löschung gerichteten Hauptantrag wies der BGH mit Urteil vom 4. 6. 2024 zurück. Weder die DSGVO noch das nationale Recht sehe einen generellen Anspruch auf Entfernung personenbezogener Eintragungen aus dem Vereinsregister vor. Anders beurteilte das Gericht jedoch den hilfsweise gestellten Antrag: Nach Ansicht des BGH kann sich ein ehemaliges Vorstandsmitglied auf Art. 17 Abs. 1 DSGVO berufen, sofern seine Daten im Internet im Rahmen automatisierter Verfahren unbeschränkt öffentlich zugänglich sind.⁵² In einem solchen Fall sei das Interesse der betroffenen Person am Schutz ihrer Daten gegenüber dem öffentlichen Interesse an der Registerpublizität vorrangig zu bewerten. Gleichwohl sei auch in diesen Konstellationen keine vollständige Löschung erforderlich. Vielmehr genüge es, die Daten aus der freien Online-Zugänglichkeit zu nehmen und nur noch bei berechtigtem Interesse im Einzelfall bereitzustellen.

Der Entscheidung des BGH lag ein Sachverhalt zugrunde, bei dem zwischen dem Ausscheiden des Antragstellers aus dem Vorstand im Jahr 2004 und dem Löschanbegehren nahezu zwei Jahrzehnte lagen. Die Frage, ab wann das individuelle Interesse am Datenschutz das öffentliche Interesse an der Registertransparenz überwiegt, lässt der BGH offen.⁵³ Eine klare zeitliche Grenze formuliert er nicht – eine Klärung durch die Registergerichte in künftigen Einzelfällen bleibt abzuwarten.

Aus diesen beiden Entscheidungen des BGH lassen sich Rückschlüsse auf Löschanprüche gegen Suchmaschinenbetreiber ziehen, über deren Indexe die Daten abrufbar sein können. Insoweit wird auch der Suchmaschinenbetreiber argumentieren, dass er den Zugang zu den Daten des Registers vermitteln darf, da sie dort rechtmäßig aufgeführt sind. Andererseits ließe sich hiergegen einwenden, dass der Zugang und die Auffindbarkeit der Daten zu stark erleichtert würde, was allein bei der Abrufbarkeit aus dem Register für sich noch nicht der Fall wäre.

In dem vom EuGH zu beurteilenden Fall betrafen die Daten hingegen Informationen, deren Offenlegung weder nach nationalem noch nach Unionsrecht zwingend vorgeschrieben ist. Hierzu entschied der EuGH mit Urteil vom 4. 10. 2024, dass personenbezogene Daten, die nach den handelsrechtlichen Bestimmungen nicht offen gelegt werden müssen, entfernt oder unkenntlich gemacht werden müssen.⁵⁴ Davon erfasst ist etwa die eigenhändige Unterschrift einer natürlichen Person. Das Urteil könnte zur Folge haben, dass zukünftig im

Einzelfall die jeweilige registerführende Stelle selbst Schwärzungen vorzunehmen hat.⁵⁵

IV. Verantwortlichkeit für und bei Suchmaschinen

Entsprechend der Bedeutung der Suchmaschinen unterliegen die Anbieter besonderen rechtlichen Vorgaben, die auch jeweils im politischen Kontext gesehen und bewertet werden müssen. Der überwiegende Teil der Regulierung erfolgt mittlerweile auf der europäischen Ebene, insbesondere über den Digital Service Act und weitere Regelwerke.

1. Regulatorische Rahmenbedingungen

Die neue Koalition möchte die Einführung einer Abgabe für Online-Plattformen prüfen, die Medieninhalte nutzen.⁵⁶ Einzelne Anwendungsfälle nennt der Koalitionsvertrag hierzu zwar nicht, betroffen könnten aber auch die von Google bei den Suchergebnissen verwendeten kurzen Textausschnitte sein, die Google selbst als „Snippets“ bezeichnet.⁵⁷ Ein Snippet („Schnipsel“) liefert eine kurze und präzise Antwort auf die jeweilige Suchanfrage und soll Nutzern helfen, die Relevanz der Treffer im jeweiligen Kontext zu bewerten.⁵⁸ Die Snippets erscheinen prominent in den Suchergebnissen und sind visuell hervorgehoben. Ausweislich des Koalitionsvertrags sollen die mit der Abgabe erzielten Erlöse dem Medienstandort zugutekommen. Generell hat sich die Bundesregierung zwischenzeitlich dahingehend geäußert, dass Google und andere Anbieter für ihre Online-Dienste in Deutschland stärker besteuert werden sollen oder eine Art Digitalabgabe zu zahlen haben. Konkrete Vorschläge gibt es hierzu noch nicht, eine Gesetzesvorlage ist aber nach Angaben des zuständigen Kultur- und Medienstaatsministers in Arbeit.⁵⁹

Zudem beabsichtigt die neue Bundesregierung, die im Digital Service Act vorgesehenen Regelungen konsequent anzuwenden und weiterzuentwickeln.⁶⁰ Systematisches Versagen bei der Beachtung soll danach sanktioniert werden, was allerdings nur in einem abgestimmten Verfahren mit der EU-Kommission möglich ist.⁶¹ Google ist mit seiner Suchmaschine und anderen Angeboten einer der wenigen Anbieter, der in die höchste Stufe der „Very Large Online Platforms“ bzw. „Very Large Online Search Engines“ (VLOP/VLOSE) gem. Art. 33 DSA fällt und dementsprechend besonders intensiv reguliert ist.⁶² Anders als zahlreiche große Online-Plattformen hat Google die ent-

49 EuGH, 4. 10. 2024 – C-200/23, K&R 2025, 29 ff.; BGH, 23. 1. 2024 – II ZB 7/23, K&R 2024, 421 ff.; BGH, 4. 6. 2024 – II ZB 10/23.

50 BGH, 23. 1. 2024 – II ZB 7/23, K&R 2024, 421 ff.

51 BGH, 4. 6. 2024 – II ZB 10/23.

52 BGH, 4. 6. 2024 – II ZB 10/23.

53 BGH, 4. 6. 2024 – II ZB 10/23.

54 EuGH, 4. 10. 2024 – C-200/23, K&R 2025, 29 ff. – Agentsia po vprisvanyata/OL.

55 So auch *Ante*, GWR 2025, 148.

56 Koalitionsvertrag der 21. Legislaturperiode von CDU/CSU und SPD, S. 122, abrufbar unter <https://ruw.link/2025/75> (koalitionsvertrag2025.de).

57 Snippets werden jedenfalls explizit als Beispiel von netzpolitik.org genannt, vgl. der Beitrag v. 9. 4. 2025, abrufbar unter <https://ruw.link/2025/94> (netzpolitik.org).

58 Zur Bedeutung und Relevanz von Snippets vgl. die Ausführungen von Google unter <https://ruw.link/2025/95> (developers.google.com).

59 Wirtschaftswoche vom 29. 5. 2025, online abrufbar unter <https://ruw.link/2025/96> (wiwo.de).

60 Koalitionsvertrag der 21. Legislaturperiode von CDU/CSU und SPD, S. 123, abrufbar unter <https://ruw.link/2025/75> (koalitionsvertrag2025.de); <https://ruw.link/2025/97> (eur-lex.europa.eu).

61 Koalitionsvertrag der 21. Legislaturperiode von CDU/CSU und SPD, S. 122, abrufbar unter <https://ruw.link/2025/75> (koalitionsvertrag2025.de).

62 *Legner*, ZUM 2024, 99, 104.

sprechenden Verpflichtungen akzeptiert und hat die eigene Einstufung nicht gerichtlich überprüfen lassen.⁶³

Am 1. 8. 2024 ist außerdem die europäische Verordnung über künstliche Intelligenz (KI-Verordnung) in Kraft getreten.⁶⁴ Die KI-Verordnung soll einen grundsätzlichen Rahmen für den Einsatz von KI vorgeben; besonderer Fokus liegt dabei auf den Bereichen Gesundheit, Sicherheit und Grundrechte von EU-Bürgern.⁶⁵ Suchmaschinenbetreiber werden von dem Anwendungsbereich der KI-Verordnung erfasst, sofern sie generative KI oder andere KI-Funktionen integrieren. Ist dies wie bei Google mit dem KI-Modell Gemini der Fall, verpflichtet die Verordnung sie zu umfassenden Transparenzmaßnahmen. Nutzer müssen klar erkennen können, wenn Inhalte KI-generiert sind oder Suchergebnisse durch KI beeinflusst wurden. Bei der Nutzung von AI Overview weist Google insoweit explizit auf die KI-Nutzung zur Erstellung der Zusammenfassung hin. Im Zusammenspiel zwischen DSA und KI-VO dürfte Google aber nicht nur verpflichtet sein, auf den eigenen KI-Einsatz hinzuweisen, sondern auch offenzulegen, in welchem Umfang als Treffer ausgewiesene Inhalte mithilfe von KI erzeugt oder manipuliert wurden. Der entsprechende Einsatz von KI ist dafür verpflichtend zu kennzeichnen, und zwar gem. Art. 50 Abs. 2 KI-VO wohl in maschinenlesbarer Form. Google als sehr großer Suchmaschinenanbieter hat dann im Rahmen der eigenen Maßnahmen zur Risikoreduzierung nach Art. 25 Abs. 1 lit. k DSA die Pflicht, den maschinenlesbaren Hinweis in eine eindeutige Kennzeichnung für die Nutzer zu überführen.⁶⁶

2. Verantwortlichkeit von Google

Soweit sich Google im Einzelfall nicht an die geltenden rechtlichen Vorgaben hält, etwa bezogen auf die Pflicht zur Löschung bestimmter Seiten aus den Suchergebnissen, stellt sich regelmäßig die Frage, gegen wen im Falle einer gerichtlichen Klage, die Klage gerichtet werden muss. Die deutsche Gesellschaft ist insoweit nicht der richtige Adressat, weil es sich entsprechend der Strukturen bei Google um eine reine Vertriebsgesellschaft ohne eigene Steuerungsfunktion handelt.⁶⁷ Für die datenschutzrechtliche Verantwortlichkeit wurde bisher angenommen, dass die amerikanische Muttergesellschaft (Google LLC) und die irische Gesellschaft (Google Ireland Ltd.) als gemeinsame Verantwortliche gem. Art. 26 DSGVO angesehen werden müssen.⁶⁸ Folgerichtig kann sich Google bei einem Lösungsanspruch nach Art. 17 DSGVO nicht darauf berufen, die entsprechende Klage müsse zwingend gegen die amerikanische Muttergesellschaft erhoben werden. Diese Sichtweise ist durch das OLG Köln jetzt nochmals ausdrücklich bestätigt worden.⁶⁹ Der Verweis von Google auf die alleinige Verantwortlichkeit der US-amerikanischen Muttergesellschaft ließ das OLG Köln nicht gelten. Nach den Feststellungen des Gerichts sei es unerheblich, dass die irische Tochtergesellschaft lediglich den Zugang zu der Suchmaschine anbiete, während die Entscheidungen darüber, wie auf eine Suchanfrage reagiert wird und wie die relevanten Suchergebnisse angezeigt werden, in den USA getroffen werde. Für eine datenschutzrechtliche Verantwortlichkeit sei nicht ein etwaiges Zueigen-Machen der Suchergebnisse entscheidend. Ausreichend sei bereits, dass die irische Tochtergesellschaft deutschen Internetnutzern den Zugang zur Google-Suchmaschine anbiete. Denn mit dem damit verbundenen Bereitstellen der von der Muttergesellschaft aufbereiteten Suchergebnisse führe sie selbst eine Datenverarbeitung gem. Art. 4 Nr. 2 DSGVO durch. Betroffenen steht es folglich nach Art. 26 Abs. 3 DSGVO frei, die Löschung rechtswidriger Suchergebnisse von der Google Ireland Ltd. oder der Google LLC zu verlangen.⁷⁰

3. Sterne-Bewertungen bei Google

Über Google lassen sich relativ bequem einzelne Unternehmen und andere Einrichtungen bewerten, ohne dass Google hier besondere Überprüfungen vornimmt. Die Relevanz der Bewertungen ist relativ hoch, weil das Ergebnis der Bewertungen prominent bei entsprechenden Suchergebnissen angezeigt wird. Folglich gibt es immer wieder Streitigkeit zu der Frage, unter welchen Voraussetzungen vor allem negative Bewertungen abgegeben werden dürfen und ob hierfür etwa ein Kundenkontakt erforderlich ist.⁷¹ Für die negative Bewertung einer Anwaltskanzlei bei Google hat das OLG Oldenburg entschieden, dass standardmäßig angenommen werden kann, Bewertungen erfolgen nur durch den jeweiligen Mandanten, weswegen bei negativen Bewertungen ohne Mandatsbeziehung an sich ein Lösungsanspruch besteht.⁷² Mit der Klarstellung in der Bewertung, dass die Bewertung nicht durch einen Mandanten erfolgt ist, soll aber ausnahmsweise eine negative Bewertung durch Nicht-Mandanten möglich bleiben.

V. Datenschutz bei Suchmaschinen

Traditionell sieht sich Google als größter Suchmaschinenanbieter dem Vorwurf ausgesetzt, die datenschutzrechtlichen Vorgaben, die in der Europäischen Union vor allem durch die DSGVO vorgegeben werden, nicht hinreichend ernst zu nehmen. Tatsächlich hat es bei Google eine lange Tradition, sich für die Auswertung personenbezogener Daten auf fragwürdige Bedingungen und vorformulierte Einwilligungen zu berufen und nicht sonderlich transparent über Datenverarbeitungsvorgänge zu informieren.⁷³

1. Datenschutzbehörden

Für die Prüfung des Datenschutzes bei Google ist aufgrund des Sitzes von Google Ireland Ltd. die irische Datenschutzbehörde (Irish Data Protection Commission, DPC) zuständig. Im Herbst 2024 gab die DPC bekannt, dass sie eine grenzüberschreitende Untersuchung gegen das von Google trainierte KI-Sprachmodell PaLM2 eingeleitet habe.⁷⁴ Das DPC möchte insbesondere untersuchen, ob Google zuvor eine hinreichende Datenschutz-Folgenabschätzung im Sinne von Art. 35 DSGVO vorgenommen hat. Das Training des KI-Modells beschränkt sich nicht nur auf die bereits bekannte Mehrsprachigkeit und Überset-

63 Zuletzt hat der EuGH entsprechende Einstufungen anderer Anbieter bestätigt bzw. ein vorläufiges Vorgehen abgelehnt, vgl. etwa für Aylo („Pornhub“) EuGH, 6. 9. 2024 – C-511/24, GRUR-RS 23651; dazu auch Heine, GRUR-Prax 2024, 728; für Amazon vgl. EuGH, 27. 3. 2024 – C-639/23, MMR 2024, 939 m. Anm. Wiebe.

64 VO (EU) 2024/1689 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. 6. 2024 zur Festlegung harmonisierter Vorschriften für künstliche Intelligenz, online abrufbar unter <https://ruw.link/2025/97> (eur-lex.europa.eu).

65 Zur Systematik der KI-VO vgl. etwa Becker/Feuerstack, KIR 2024, 62; vgl. auch die Darstellung der EU-Kommission unter <https://ruw.link/2025/98> (commission.europa.eu).

66 Kumkar/Griesel, KIR 2024, 117, 123.

67 So bereits LG Berlin, 21. 8. 2014 – 27 O 293/14, ZD 2015, 235.

68 LG Köln, 4. 7. 2022 – 28 O 168/22, ZD 2022, 564.

69 OLG Köln, 4. 7. 2024 – 15 U 60/23, K&R 2024, 609 ff. = MMR 2024, 788 m. Anm. Schneider/Plum.

70 Claßen/Plum-Schneider, NJW 2025, 327, 331.

71 Hierzu bereits Meyer/Rempe, K&R 2023, 240, 244; vgl. auch OLG Köln, 23. 12. 2022 – 6 U 83/22, K&R 2023, 288.

72 OLG Oldenburg, 4. 6. 2024 – 13 U 110/23, K&R 2024, 756 ff. = BRAK-Mitt. 2024, 349 m. Anm. Modi.

73 Vgl. etwa LG Berlin, 19. 11. 2013 – 15 O 402/12, K&R 2014, 56 ff. = VuR 2014, 183; nachfolgend KG Berlin, 21. 3. 2019 – 23 U 268/13, K&R 2019, 414 ff. = ZD 2020, 310 zur Unwirksamkeit der Datenschutzhinweise von Google.

74 DPC Pressemitteilung v. 12. 9. 2024, online abrufbar unter <https://ruw.link/2025/99> (dataprotection.ie); zur Kontrolle von KI-Modellen durch das DPC vgl. auch bereits Werry, MMR 2023, 911.

zungsfunktion. Mit den auf PaLM2 aufbauenden KI-Modellen Med-PaLM 2 und Sec-PaLM bietet Google das Modell auch auf den datenschutz- und sicherheitssensiblen Bereichen der Medizin- und Cybersicherheit an.⁷⁵ Ansonsten hält sich die irische Aufsichtsbehörde weiterhin im Hinblick auf die Überwachung von Google und der Veröffentlichung von Kontrollmaßnahmen zurück, was immer wieder kritisiert wird.⁷⁶

2. Unwirksamkeit der Google-Einwilligungen

In Deutschland hat das LG Berlin II zuletzt mit Urteil vom 25. 3. 2025 festgestellt, dass die datenschutzrechtliche Einwilligung bei der Anmeldung eines Google-Kontos nicht mit den geltenden Vorgaben der DSGVO vereinbar ist.⁷⁷ Das Gericht gab damit einer Klage des Bundesverbands der Verbraucherzentralen (vzbv) statt und entschied, dass Google im Rahmen der Kontoerstellung seine Nutzer umfassend darüber informieren muss, welche seiner mehr als 70 Dienste personenbezogene Daten verarbeiten. Nach den Feststellungen fehle es bereits deshalb an der notwendigen Transparenz, weil „die Beklagte weder über die einzelnen Google-Dienste noch Google-Apps, Google-Websites oder Google-Partner aufklärt, für welche die Daten verwendet werden sollen“.⁷⁸ Das Ausgangsgericht beanstandete insbesondere, dass Nutzer bei der „Express-Personalisierung“ lediglich die Wahl haben, der Nutzung ihrer Daten insgesamt zuzustimmen oder den Vorgang abzubrechen. Eine differenzierte Ablehnung einzelner Datenverarbeitungen ist dagegen nicht vorgesehen. Die Entscheidung ist noch nicht rechtskräftig; Google hat – wie immer – Berufung eingelegt.

3. Bewertung von Google reCAPTCHA

In Österreich hat das dortige BVerwG entschieden, dass der Dienst Google reCAPTCHA wohl nur datenschutzkonform mit Einwilligung der Nutzer eingesetzt werden kann.⁷⁹ Viele Seitenbetreiber nutzen den Dienst zur Überprüfung, ob der Seitenaufruf von einem Nutzer oder durch einen automatisierten Abruf

erfolgt, um etwa den Missbrauch durch Bots zu verhindern. Allerdings führt die Integration des Google-Dienstes dazu, dass umfangreiche Daten an die Server von Google übermittelt werden, was für den Betrieb der Internetseite als solches eigentlich nicht erforderlich ist.⁸⁰ Die Auseinandersetzung ähnelt insoweit der Diskussion über die Zulässigkeit der Nutzung von Google Fonts, was ebenfalls umstritten war und zu zahlreichen Abmahnungen geführt hat.⁸¹ Es bleibt insoweit abzuwarten, ob die deutschen Gerichte der Einschätzung aus Österreich folgen und möglicherweise eine neue Abmahnwelle droht.



Dr. Sebastian Meyer

Jahrgang 1976; FA für IT-Recht; seit 2005 im Bielefelder Büro von BRANDI Rechtsanwälte; außerdem Notar, Datenschutzauditor (TÜV) und Lehrbeauftragter für IT-Recht und Datenschutz an der Universität Bielefeld.



Dr. Christoph Rempe

Jahrgang 1984; FA für IT-Recht und FA für Urheber- und Medienrecht, seit 2013 Rechtsanwalt im Bielefelder Büro von BRANDI Rechtsanwälte. Studiert hat er in Münster. Er ist überwiegend im IT-Recht, im Urheberrecht, Medienrecht und Wettbewerbsrecht tätig.

75 Google Blog v. 10. 5. 2023 zu PaLM 2, online abrufbar unter <https://ruw.link/2025/100> (blog.google).

76 NOYB kritisiert etwa die fehlende Transparenz bei Prüfungen der DPC, vgl. etwa Pressemitteilung v. 26. 6. 2023, online abrufbar unter <https://ruw.link/2025/101> (noyb.eu).

77 LG Berlin, 25. 3. 2025 – 15 O 472/22.

78 LG Berlin, 25. 3. 2025 – 15 O 472/22, S. 32.

79 ÖBVwG, 13. 9. 2024 – W298 2274626-1/8E, ZD 2025, 210.

80 Zur Einordnung der Entscheidung vgl. ZD-Aktuell 2024, 01935.

81 Meyer/Rempe, K&R 2023, 240, 245; Meyer, RDV 2022, 300.

RAin Dr. Diana Ettig, LL.M. und RA Dominik Höch*

Schadensersatz und Urteilsveröffentlichung bei Warentests – neue Haftungsrisiken für die Stiftung Warentest?

Zugleich Kommentar zu LG Frankfurt a. M., Urteil vom 13. 3. 2025 – 2-03 O 430/21, K&R 2025, 512 ff. (in diesem Heft)

Kurz und Knapp

Gegenstand des Verfahrens ist die Veröffentlichung eines mangelhaften Warentests für einen Rauchwarnmelder der Klägerin durch die Stiftung Warentest. Nachdem der Unterlassungsanspruch durch Teilanerkennnis der Beklagten¹ erledigt wurde, streiten die Parteien noch über Urteilsveröffentlichung und Schadenersatz. Beiden Anträgen gab das LG Frankfurt a. M. in seinem Urteil vom 13. 3. 2025

in weiten Teilen statt, dem Anspruch auf Schadensersatz zunächst im Rahmen eines Grundurteils.

* Mehr über die Autorin und den Autor erfahren Sie am Ende des Beitrags. Alle zitierten Internetquellen wurden zuletzt abgerufen am 6. 7. 2025.

1 LG Frankfurt a. M., 5. 3. 2024 – 2-03 O 430/21; im Verfügungsverfahren war der Anspruch zunächst erfolglos geblieben: LG Düsseldorf, 11. 1. 2021 – 4 C O 72/19; OLG Köln, 9. 3. 2021 – 15 W 6/21, GRUR-RS 2021, 30560.