

Kommunikation & Recht

K&R

7/8 | Juli/August 2026
29. Jahrgang
Seiten 437 - 536

Chefredaktion

RA Torsten Kutschke

Stellvertretende Chefredaktion

RAin Dr. Anja Keller

Redaktion

RA Dr. Maximilian Leicht
Sarah Selke

Redaktionsassistentz

Stefanie Lichtenberg

www.kommunikationundrecht.de

dfv Mediengruppe
Frankfurt am Main

Richterrecht formt KI-Governance
Dr. Christian Lange-Hausstein

- 437 Bewertungsaufforderungen und Warenkorberinnerungen per elektronischer Post im E-Commerce
Prof. Dr. Oliver Kreutz und Bennet Jaiser
- 441 Suchtwirkung durch Social-Media-Design
Karsten Gulden
- 446 Aktuelle Entwicklungen bei Suchmaschinen 2025/2026
Dr. Sebastian Meyer und Dr. Christoph Rempe
- 453 K&R Kompakt: Das Technological Sovereignty Package der EU
Stefan Hessel
- 456 Die Entwicklung des Urheberrechts seit Mitte 2025
Dr. Alexander R. Klett und Jonas Weimert
- 464 Nachvergütungsansprüche gegenüber öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten bei lizenzierten Filmen
Dr. Henning Fangmann
- 468 Länderreport Österreich
Prof. Dr. Clemens Thiele
- 484 **BGH:** Keine Hinweispflicht auf Zwölfmonats-TK-Verträge mit Kommentar von **Andreas Neumann**
- 488 **BGH:** Schutz unbegründeter und „falscher“ Meinung mit Kommentar von **Dominik Höch**
- 501 **OLG Frankfurt a. M.:** Schadensersatz bei mangelhaften Warentests mit Kommentar von **Robert Briske und Jonas Müter**
- 514 **OLG Hamm:** Zurechnung von Falschangaben eines KI-Chatbots mit Kommentar von **Dr. Joachim Mulch**
- 519 **LG München I:** Haftung für falsche Aussagen in KI-generierten Zusammenfassungen mit Kommentar von **Tobias Trost**
- 527 **LG Berlin II:** Äußerungen trotz Verschwiegenheitsklausel mit Catch-All-Klausel mit Kommentar von **Thomas Brehm**

könnte, wäre ein minderjähriger oder vulnerabler Nutzer mit medizinisch belegter Gesundheitsverletzung, intensiver Nutzung einer bestimmten Plattform, konkret identifizierbaren suchtfördernden Features, unterlassenen Schutzmaßnahmen, behördlich oder wissenschaftlich belegter Vorhersehbarkeit und einem plausiblen Kausalnachweis. In einem solchen Fall kommen § 823 Abs. 1 BGB, §§ 280 Abs. 1, 241 Abs. 2 BGB, § 823 Abs. 2 BGB i. V. m. individualschützenden DSA-Normen sowie Art. 82 DSGVO in Betracht.

Der Regelfall wird schwieriger sein. Allgemeine Aussagen, soziale Medien machten süchtig, genügen nicht. Lange Bildschirmzeit ist noch kein Schaden. Exzessive Nutzung ist nicht automatisch rechtswidrig verursacht. Und ohne Zugriff auf interne Daten bleibt der Nachweis konkreter Designwirkungen doch sehr anspruchsvoll. Deutschland wird daher keinen unmittelbaren „US-style tort“ entwickeln. Wahrscheinlicher ist ein europäisches Modell mit einer Primärsteuerung über DSA, Datenschutz- und Verbraucherschutzaufsicht; Sekundärhaftung in schweren, gut belegten Einzelfällen; kollektive Verfahren zur Durchsetzung von Transparenz-, Unterlassungs- und Abhilfensprüchen.

Der DSA wird dabei zur Referenznorm. Er zwingt Plattformen, Design nicht nur als Produktentscheidung, sondern als Risikofaktor zu behandeln. Wenn die Kommission die vorläufigen TikTok-Feststellungen bestätigt, könnte das Verfahren zum Präzedenzfall für addictive design in Europa werden. Zivilgerichte wären daran nicht gebunden. Sie würden aber einen konkretisierten Sorgfaltsmaßstab vorfinden. Welche Mechanismen sind riskant? Welche Schutzinstrumente sind unzureichend? Welche Alternativen sind technisch zumutbar? Die private Haftung folgt dann nicht automatisch. Aber sie wird wahrscheinlicher, wenn sich ein behördlich beschriebenes systemisches Risiko im individuellen Gesundheitsschaden realisiert.

Für die Beratungspraxis folgt daraus eine doppelte Agenda. Plattformen sollten ihre Risikobewertungen nicht auf Inhaltsmoderation beschränken, sondern Designentscheidungen, Default-Einstellungen und Recommender-Ziele dokumentieren. Besonders wichtig sind nachvollziehbare Tests, warum ein Zeitlimit, eine Pause oder eine Minderjährigeneinstellung tatsächlich wirkt. Kläger und Verbände werden umgekehrt versuchen müssen, den allgemeinen Vorwurf „Sucht“ in konkrete technische Mechanismen zu übersetzen: Welche Funktion wurde genutzt, welches Risiko war bekannt, welche Al-

ternative bestand und welcher Schaden ist gerade daraus entstanden? Die Debatte wird damit weniger durch Schlagworte als durch Auditfähigkeit, Dokumentation und konkrete Kausalitätsketten entschieden. Das ist nüchtern, aber praktisch sehr folgenreich. Für Redaktionen bietet sich an, Verfahren und Aufsichtspraxis fortlaufend zu beobachten, weil sie zivilrechtliche Standards rasch konkretisieren können.

XI. Thesen

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass addictive design im EU-Recht längst kein bloßes Soft-Law-Thema mehr ist, sondern Gegenstand der behördlichen Durchsetzung des DSA. Werden daraus in Deutschland individuelle Schadensersatzansprüche abgeleitet, bleiben die Hürden jedoch hoch: Sie setzen einen krankheitsverursachenden Schaden, eine konkrete Pflichtverletzung sowie eine belastbare Kausalität voraus. Dabei können die Art. 25, 28, 34, 35 und 54 DSA den zivilrechtlichen Pflichtmaßstab prägen, wenngleich ihre dogmatische Schutzgesetzqualität im Einzelnen differenziert zu beurteilen ist. Flankiert wird dieser Rahmen durch das Datenschutzrecht, wobei Art. 82 DSGVO vor allem dort Relevanz entfaltet, wo die suchtfördernde Personalisierung auf rechtswidrigem Tracking, Profiling oder einer unzulässigen Datenzusammenführung beruht. Ebenso öffnet die neue Produkthaftungsrichtlinie das Produkthaftungsrecht künftig ausdrücklich für Software sowie für medizinisch anerkannte psychische Gesundheitsschäden; eine automatische Plattformhaftung wird dadurch allerdings nicht begründet. In der Gesamtbetrachtung zeigt sich somit, dass kurzfristig regulatorische und kollektive Verfahren eine weitaus größere praktische Bedeutung entfalten werden als individuelle Gesundheitsklagen. Langfristig ist jedoch zu erwarten, dass gerade die behördlichen DSA-Entscheidungen die zivilprozessualen Beweis- und Sorgfaltsmaßstäbe erheblich verschieben werden.



Karsten Gulden

LL.M., Rechtsanwalt, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht; Gesellschafter der Medienkanzlei gulden röttger Rechtsanwälte Mainz; Lehrbeauftragter für Presserecht Universität Mainz; Schwerpunkte: Presserecht, Persönlichkeitsrecht.

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

Aktuelle Entwicklungen bei Suchmaschinen 2025/2026

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 2025, 452 ff.).

I. Einleitung

Der zunehmende Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) führt zu erheblichen Veränderungen bei den Anbietern von

* Mehr über die Autoren erfahren Sie am Ende des Beitrags. Alle zitierten Internetquellen wurden zuletzt abgerufen am 24. 6. 2026. Die Autoren danken Frau Ref. jur. *Christina Prowald* für ihre wertvolle Unterstützung.

Suchmaschinen. Zum einen stehen die Anbieter vor der Herausforderung, dass mittlerweile eine Vielzahl von Texten auf Internetseiten, die von den Suchmaschinen indexiert werden, mit Hilfe von KI erstellt wurden.¹ Die Qualität der entsprechenden Seiten ist dabei häufig fragwürdig und Anbieter von Suchmaschinen müssen versuchen, im Interesse der eigenen Nutzer die Relevanz der oft sehr generischen Inhalte richtig einzuschätzen. Gleichzeitig hat Google selbst zuletzt sehr stark die Beantwortung von Suchanfragen seiner Nutzer mit Hilfe von KI vorangetrieben, andere Suchmaschinenanbieter sind ebenfalls nachgezogen. Bei Google erscheint mittlerweile auch in Deutschland standardmäßig vor den eigentlichen Suchergebnissen eine „Übersicht mit KI“ (AI Overview). Diese Funktionalität kann im Einzelfall sehr hilfreich für die Nutzer sein, wenn diese so schneller zu den gewünschten Ergebnissen gelangen.² Gleichzeitig führt dies aber zu einer Veränderung der Suchgewohnheiten, weil wegen der KI-Antworten gar nicht mehr unbedingt die verlinkten Suchergebnisse aufgerufen werden müssen.³ Google und andere Anbieter sorgen also dafür, dass Nutzer gar nicht mehr die Suchmaschinenseite verlassen. Die angezeigten Treffer verlieren dadurch zwangsläufig an Bedeutung, selbst wenn Google immerhin auf Quellen für die eigenen Antworten verweist, wobei allerdings die Auswahl der Quellen nicht transparent ist. Gehen dagegen die unmittelbaren Aufrufe der in der Trefferliste angezeigten Ergebnisse zurück, sinkt auch die Attraktivität der verlinkten Internetseiten, zum einen für die Nutzer, zum anderen aber auch für Werbetreibende, die auf die Reichweite der Seiten achten. Es stellt sich also wieder einmal die Frage, ob Google nicht die eigene Marktmacht ausnutzt, indem ausgehend von der Suchmaschine Zusatzleistungen angeboten werden, bei denen einseitig eigene Produkte bevorzugt werden.⁴

Die Marktanteile im Markt für Suchmaschinen haben sich durch diese Entwicklung zuletzt aber kaum verschoben.⁵ Weltweit konnte sich Google wieder auf mehr als 90 % Marktanteil verbessern und damit die eigene Dominanz festigen.⁶ Das Angebot von Microsoft unter der Marke Bing kann sich weiterhin auf dem zweiten Rang behaupten, kommt aber selbst bei Einbeziehung der Suchen über Yahoo auf etwa 5 %. Keiner der anderen alternativen Anbieter kann weltweit einen Marktanteil von mehr als 1 % beanspruchen. In Deutschland ist traditionell der Marktanteil von Google mit etwa 80 % nicht ganz so hoch, aber immer noch deutlich dominierend. Bei einer Filterung der Ergebnisse nach Marktanteilen zeigt sich sehr klar, worauf die Vorherrschaft von Google basiert: Auf Mobilgeräten erreicht Google nämlich einen noch höheren Marktanteil von 95 %, unter anderem basierend auf der traditionell engen Verknüpfung der Google Suche mit Geräten unter dem Betriebssystem Android.⁷

II. Kartellrecht und DMA

Nachdem die Europäische Kommission sich bereits im vergangenen Jahr mit der Umsetzung der Vorgaben des DMA durch Google beschäftigt hatte,⁸ ergingen nunmehr auch erste nationale Gerichtsentscheidungen zum DMA. Durch die Umsetzung der Vorschriften des DMA konnten bereits erste Erfolge erzielt und bestehende Strukturen durchbrochen werden. Gleichzeitig haben sich auch erste Defizite bei der Rechtsdurchsetzung gezeigt.⁹

1. Bußgeldverfahren

Wegen Wettbewerbsverzerrung in der Werbetechnologiebranche und Verstoßes gegen die kartellrechtlichen Vorschriften

der EU hat die Europäische Kommission im September 2025 ein Bußgeld in Höhe von 2,95 Milliarden Euro gegen Google verhängt und das Unternehmen aufgefordert, sein Geschäftsmodell anzupassen und die Kommission innerhalb von 60 Tagen über den Anpassungsprozess zu unterrichten. Die Kommission rügte, dass Google seine eigenen Werbedienste gegenüber solchen von anderen Anbietern bevorzuge und sich hierdurch einen Wettbewerbsvorteil verschaffe.¹⁰ Das Unternehmen habe seine marktbeherrschende Stellung mindestens seit dem Jahr 2014 missbraucht und insoweit gegen Art. 102 AEUV verstoßen.¹¹ Auf Basis der Leitlinien der Kommission zur Festsetzung von Geldbußen¹² berücksichtigte die Kommission bei der Bemessung des Bußgelds insbesondere Dauer und Schwere des Verstoßes sowie den Umstand, dass Google in der Vergangenheit bereits sanktioniert wurde.¹³ Infolge der Sanktionierung des Tech-Giganten drohte US-Präsident Trump mit Strafzöllen gegen die EU, während Google ankündigte, Berufung einlegen zu wollen.¹⁴

Im Dezember 2025 hat die Europäische Kommission ein weiteres Untersuchungsverfahren eingeleitet, in dem überprüft werden soll, ob Google Web-Publishern und Personen, die eigene Inhalte auf YouTube veröffentlichen, unlautere Nutzungsbedingungen auferlegt oder sich Zugang zu den Inhalten verschafft habe, um diese in unberechtigter Weise und ohne Vergütung der Urheber für das Training der KI-Tools des Unternehmens – insbesondere den AI Mode – zu nutzen.¹⁵

Ende April 2025 wurde bekannt, dass die Europäische Kommission die Verhängung einer Geldbuße wegen Verstoßes gegen die Vorschriften des DMA, die für den März angekündigt worden war, zunächst ausgesetzt hat.¹⁶ Inhaltlich ging es um Wettbewerbsverzerrungen im Kontext vertikaler Suchdienste, unter anderem für Hotels, Restaurants, Flüge oder sonstige Produkte und einen Verstoß gegen Art. 6 Abs. 5 DMA.¹⁷ Das Vorgehen der EU-Kommission wurde in der Folge von verschiedener Seite heftig kritisiert.¹⁸ Nunmehr berichten verschiedene Medien, dass die Festsetzung einer Strafe erneut bevorstehen könnte. Eine Entscheidung wird noch vor der

1 Conraths, in: Ebers/Heinze/Steinrötter, KI und Robotik, 2. Aufl. 2026, § 34 Rn. 10.

2 Schultz, MMR 2026, 400, 401.

3 Witte Paz/Seitz, NZKart 2025, 576, 577.

4 Witte Paz/Seitz, NZKart 2025, 576.

5 Witte Paz/Seitz, NZKart 2025, 576, 579 zu möglichen Auswirkungen auf Marktanteile.

6 Wolf, NZKart 2025, 239 unter Verweis auf die Auswertungen von Statcounter unter <https://ruw.link/2026/137> (gs.statcounter.com).

7 Wolf, NZKart 2025, 239.

8 Meyer/Rempe, K&R 2025, 452.

9 Vgl. u. a. ITO, Mitteilung v. 7. 5. 2026, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/138> (lto.de).

10 EU-Kommission, Pressemitteilung v. 5. 9. 2025, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/139> (ec.europa.eu).

11 EU-Kommission, Pressemitteilung v. 5. 9. 2025, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/139> (ec.europa.eu).

12 Leitlinien v. 1. 9. 2006, 2006/C 210/02, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/164> (eur-lex.europa.eu).

13 EU-Kommission, Pressemitteilung v. 5. 9. 2025, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/139> (ec.europa.eu).

14 Tagesschau, Mitteilung v. 6. 9. 2025, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/140> (tagesschau.de).

15 EU-Kommission, Pressemitteilung v. 9. 12. 2025, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/141> (ec.europa.eu); siehe hierzu auch Witte Paz/Seitz, NZKart 2025, 576.

16 Handelsblatt, Mitteilung v. 21. 4. 2026, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/142> (handelsblatt.com); Heise, Mitteilung v. 6. 5. 2026, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/143> (heise.de).

17 Zu Selbstbevorzugung und Art. 6 Abs. 5 DMA siehe auch Legner, NZKart 2026, 12.

18 Zivilgesellschaftliche Organisationen, Brief v. 5. 5. 2026, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/144> (static1.squarespace.com); LobbyControl, Aufruf v. 5. 5. 2026, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/145> (lobbycontrol.de).

Sommerpause erwartet.¹⁹ Welche darüber hinausgehenden Maßnahmen nötig seien, um eine wirksame Umsetzung des DMA zu gewährleisten, werde derzeit noch diskutiert.²⁰

2. Gerichtsverfahren

Mit Urteil vom 12. 8. 2025 hat das LG Mainz entschieden, dass Google seinen eigenen E-Mail-Dienst „Gmail“ im Rahmen der Einrichtung von Android-Smartphones nicht bevorzugen darf.²¹ Der Einrichtungsprozess war mitunter so gestaltet, dass die für die Nutzung des Betriebssystems erforderliche Erstellung eines Google-Kontos für Nutzer ohne bestehende E-Mail-Adresse jedenfalls faktisch nur mittels einer Gmail-Adresse möglich war. Hierin sah das Gericht einen Verstoß gegen Art. 5 Abs. 8 DMA. Die im Laufe des Verfahrens neu eingeführte Möglichkeit, eine Telefonnummer für die Registrierung zu nutzen, führte aus Sicht des Gerichts zu keinem anderen Ergebnis, da im Hintergrund automatisch eine Gmail-Adresse für den jeweiligen Nutzer angelegt wurde.²² Dass die Registrierung mit einer bereits bestehenden E-Mail-Adresse eines anderen Anbieters die Nutzung eines Zweitgeräts erfordere, sei hingegen nicht zu beanstanden. Eine entsprechende Gleichbehandlung aller Anmeldeoptionen fordere der DMA nicht.²³ Google hat gegen die Entscheidung des LG Mainz Rechtsmittel eingelegt.²⁴

Im September 2025 hat das LG Frankfurt sich sodann mit der Haftung des Suchmaschinenbetreibers für vor dem Suchergebnis vorangestellte Informationen, die durch ein System der künstlichen Intelligenz generiert wurden, beschäftigt und den von der Antragstellerin geltend gemachten Anspruch auf Unterlassung der Aufstellung einer bestimmten Behauptung in der KI-Übersicht verneint.²⁵ Es fehle an einer unbilligen Behinderung, da die in der KI-generierten Übersicht bereitgestellten Informationen trotz dessen, dass sie nicht gänzlich fehlerfrei seien, für den angesprochenen, durchschnittlich aufmerksamen Leser in Anbetracht des Gesamtkontextes verständlich und damit nicht falsch seien. Ein Anspruch folge insbesondere auch nicht aus § 33 GWB i. V. m. Art. 6 Abs. 5 DMA. Eine Bevorzugung eigener Produkte gegenüber den Produkten anderer Marktteilnehmer liege nicht vor, da die KI-Übersicht einen Teil des Suchergebnisses darstelle und nicht als Angebot oder Verweis auf eigene Produkte zu qualifizieren sei.

Das LG Berlin II hat Idealo mit Urteil vom 14. 11. 2025 (Az. 16 O 195/19 Kart (2)) einen Anspruch auf Schadensersatz in Höhe von rund 374 Millionen Euro zuzüglich rund 91 Millionen Euro Zinsen gegen Google zugesprochen, da das Unternehmen seine marktbeherrschende Stellung als Suchmaschine missbraucht habe, indem es eigene Preisvergleichsdienste in den Suchergebnissen bevorzugt habe.²⁶ Beide Seiten haben Rechtsmittel angekündigt.²⁷ In einem parallelen Verfahren der Producto GmbH gegen Google hat das LG Berlin II ebenfalls einen Schadensersatzanspruch in Höhe von 107 Millionen Euro zuerkannt.²⁸ Laut Presseberichten hat nunmehr auch Trivago eine kartellrechtliche Schadensersatzklage gegen Google beim LG Hamburg eingereicht.²⁹

3. Konsultation der Europäischen Kommission

Gemäß Art. 6 Abs. 11 DMA sind Gatekeeper, die Online-Suchmaschinen bereitstellen, auf Antrag dazu verpflichtet, anonymisierte Ranking-, Anfrage-, Klick- und Ansichtsdaten unter fairen, zumutbaren und nichtdiskriminierenden Bedingungen an andere Suchmaschinen weiterzugeben. Um Google bei der Umsetzung dieser Vorgaben zu unterstützen, hat die EU-Kom-

mission am 27. 1. 2026 ein Verfahren zur Festlegung der erforderlichen Maßnahmen eingeleitet. Vom 16. 4. 2026 bis zum 1. 5. 2026 hatten interessierte Bürger, Unternehmen und Organisationen Gelegenheit, zu den von der EU-Kommission vorgeschlagenen Maßnahmen³⁰ zu Weitergabebedingungen, Anonymisierung, Bepreisung und den Verfahren zur Erfassung von Suchdatensätzen und zur Prüfung der Daten Stellung zu nehmen. Die Rückmeldungen werden in die endgültige Entscheidung der EU-Kommission, die bis zum 27. 7. 2026 ergehen soll, einfließen.³¹

III. Wettbewerbsrecht

Wie in den Vorjahren, so gab es auch dieses Jahr wieder einige Entscheidungen zur wettbewerbsrechtlichen Haftung von Unternehmen für Google Ads. Der BGH hat in seiner Entscheidung vom 11. 3. 2026 darüber geurteilt, wann ein Unternehmen für die durch Google im Rahmen von Google Ads geschaltete Werbung haftet.³²

Es ging um zwei durch Google für das Unternehmen gestaltete und platzierte Werbeanzeigen für Haushaltsgeräte ohne ausreichende Energiekennzeichnung. Das beklagte Unternehmen verteidigte sich damit, die Werbeanzeigen nicht selbst geschaltet und beauftragt zu haben. Vielmehr habe Google anhand bestimmter Informationen zu den angebotenen Produkten im Rahmen einer Kooperationsvereinbarung die Werbeanzeigen geschaltet und so dann auf eigenen Internetseiten und auf Internetseiten zum Google-Partner-Netzwerk gehörender Dritter geschaltet.³³

Der BGH hat entschieden, dass das beklagte Unternehmen sich die Handlungen von Google als Beauftragtem nach § 8 Abs. 2 UWG zurechnen lassen muss.³⁴ Entscheidend ist, dass das Unternehmen die ihm obliegende Aufgabe der Bewertung des Produktangebots im Wege einer arbeitsteiligen Organisation teilweise über die Kooperationsvereinbarung an Google delegiert hat.³⁵ Hierzu stellt der BGH vor allem darauf ab, dass die Kooperationsvereinbarung die entgeltliche Beauftragung von Google mit der Bewerbung der Produkte regelt und das Unternehmen Google dafür die erforderlichen Informationen zur Verfügung stellt.³⁶

Damit unterscheidet sich diese Konstellation auch von der vom BGH anders entschiedenen Konstellation für die Haftung für

19 Handelsblatt, Mitteilung v. 25. 5. 2025, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/146> (handelsblatt.com); Spiegel, Mitteilung v. 26. 5. 2026, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/147> (spiegel.de); Zentrum für Digitalrechte und Demokratie, Mitteilung v. 26. 5. 2026, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/148> (digitalrechte.de).

20 Heise, Mitteilung v. 26. 5. 2026, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/149> (heise.de).

21 LG Mainz, 12. 8. 2025 – 12 HK O 32/24, NZKart 2025, 561.

22 LG Mainz, 12. 8. 2025 – 12 HK O 32/24, NZKart 2025, 561, 562.

23 LG Mainz, 12. 8. 2025 – 12 HK O 32/24, NZKart 2025, 561, 563.

24 LTO, Mitteilung v. 25. 8. 2025, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/150> (lto.de).

25 LG Frankfurt a. M., 10. 9. 2025 – 2-06 O 271/25, K&R 2026, 197.

26 LG Berlin II, 13. 11. 2025 – 16 O 195/19 Kart (2), GRUR-RS 2025, 30862.

27 Beck aktuell, Mitteilung v. 14. 11. 2025, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/151> (beck-aktuell.de); siehe hierzu auch Legner, NZKart 2026, 12.

28 LG Berlin, 13. 11. 2025 – 16 O 275/24, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/152> (juris.de).

29 Reise vor 9, Mitteilung v. 19. 5. 2026, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/153> (reisevor9.de).

30 DMA.100209, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/154> (digital-markets-act.ec.europa.eu).

31 EU-Kommission, Konsultation v. 16. 4. 2026, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/155> (digital-markets-act.ec.europa.eu).

32 BGH, 11. 3. 2026 – I ZR 28/25, K&R 2026, 659 – Google Ads.

33 BGH, 11. 3. 2026 – I ZR 28/25, K&R 2026, 659 – Google Ads.

34 BGH, 11. 3. 2026 – I ZR 28/25, K&R 2026, 659, Rn. 19.

35 BGH, 11. 3. 2026 – I ZR 28/25, K&R 2026, 659, Rn. 21.

36 BGH, 11. 3. 2026 – I ZR 28/25, K&R 2026, 659, Rn. 21.

Affiliates.³⁷ Google werde durch die Veröffentlichung der bestandenen Anzeigen aufgrund der Kooperationsvereinbarung letztlich genauso wie eine Werbeagentur tätig, die üblicherweise als Beauftragte nach § 8 Abs. 2 UWG einzuordnen ist.³⁸ Es ist insoweit auch irrelevant, dass die Werbung im Internet größere Spielräume eröffnet.³⁹

Der Entscheidung ist zuzustimmen, da es für die Zurechnung über § 8 Abs. 2 UWG allein darauf ankommt, ob ein Unternehmen ein anderes Unternehmen mit Handlungen beauftragt, die es sonst selbst durchführte. Der BGH betont zurecht, dass sich das Unternehmen nicht hinter dem beauftragten Dritten verstecken dürfe.⁴⁰

Immer wieder Gegenstand der Rechtsprechung ist die Frage, welche Informationen im Rahmen des geringen Platzes einer Google-Anzeige zu erteilen sind, um eine Irreführung zu vermeiden. Hierzu hat das LG Bochum entschieden, dass im Rahmen der Anzeige unter Heranziehung der strengen Maßstäbe einer Preissuchmaschine auch mitzuteilen ist, dass ein bestimmter Preis nur bei Erreichen eines Mindestbestellwerts zustande kommt.⁴¹ Der Verbraucher rechne mit der Angabe des objektiven Preises, um diesen vergleichen zu können, was auch dann gilt, wenn die Anzeige mit „sponsored“ gekennzeichnet wird.⁴²

In einer früheren Entscheidung hat das LG Bochum daher geurteilt, dass im Rahmen von Google-Anzeigen auch die Versandkosten genannt werden müssen, da auch hier die strengen Maßstäbe für Preissuchmaschinen gelten.⁴³ Der Verbraucher soll aufgrund der Anlockwirkung in der Lage sein, die Endpreise zu vergleichen.⁴⁴

Auch Entscheidungen zum fast schon klassischen Thema Keyword-Advertising gibt es immer mal wieder. So musste sich das OLG Düsseldorf mit der Konstellation befassen, wonach ein markenrechtlich geschützter Begriff als Keyword verwendet wurde, bei dessen Eingabe Anzeigen zu Produkten eines Wettbewerbers erschienen.⁴⁵ In Einklang mit der Rechtsprechung des BGH und des EuGH hat das OLG Düsseldorf entschieden, dass durch Eingabe des markenrechtlich geschützten Suchworts die herkunftshinweisende Funktion der Klagemarke nicht beeinträchtigt sei.⁴⁶ Es sei für den Nutzer der Suchmaschine erkennbar gewesen, dass das Produkt nicht von dem klagenden Unternehmen stamme.⁴⁷

IV. Verantwortlichkeit bei Suchmaschinen

1. DSA

Als sehr große Suchmaschine unterliegt Google den Regelungen des 2022 in Kraft getretenen Digital Services Act (DSA).⁴⁸ Mit Urteil vom 19. 12. 2025 hat das LG Hamburg entschieden, dass Diensteanbieter – im konkreten Fall Google – sich nicht auf die Haftungsprivilegierung des Art. 6 Abs. 1 DSA berufen können, wenn Nutzer sie mittels E-Mail über eine rechtswidrige Tätigkeit oder einen rechtswidrigen Inhalt informieren, anstatt das für die Meldung von Verstößen eingerichtete Online-Formular zu verwenden. Eine Verpflichtung zur ausschließlichen Nutzung des angebotenen Meldeformulars ergebe sich nicht aus dem DSA. Ziel des Meldeverfahrens nach Art. 16 DSA sei es, die Meldung von Verstößen zu erleichtern. Eine solche Erleichterung sei aber nicht gegeben, wenn dem Nutzer andere ihm bekannte Meldewege verwehrt würden.⁴⁹ Im Hinblick auf die bisherige Bearbeitungspraxis von Google bei Meldungen über ein Online-Formular ist es im Übrigen auch nicht verwunderlich, dass Anspruchsteller Google direkt kontaktieren und nicht das Meldeformular nutzen.

2. Haftung für KI-Zusammenfassungen

Nachdem Google bei Suchanfragen sehr prominent auf die KI-generierten Antworten verweist, war es nur eine Frage der Zeit, bis die Gerichte sich erstmals mit der Frage befassen mussten, ob sich hieraus eine Verantwortung von Google dafür ergibt, dass die automatisch erzeugten Angaben nicht immer korrekt sind, sondern Halluzinationen aufweisen können. Im konkreten Fall hat sich das LG München in einem Eilverfahren sehr intensiv mit der Frage befasst, ob ein betroffenes Unternehmen im Wege einer einstweiligen Verfügung von Google verlangen kann, bestimmte falsche Aussagen im Rahmen der KI-Antworten anzuzeigen.⁵⁰ Streitpunkt war eine Suchanfrage gegenüber Google, ob ein bestimmtes Verlagsunternehmen für unseriöse Geschäftspraktiken bekannt sei. In Beantwortung dieser Frage äußerte sich die KI-Antwort sehr klar dahingehend, dass das Unternehmen für unseriöse Geschäftspraktiken bekannt sei. Leider entsprach dies allerdings objektiv nicht der Wahrheit und deckte sich auch nicht mit den Aussagen der Quellen, auf die von Google verwiesen wurde. Zutreffend hat das Gericht die gewünschte einstweilige Verfügung erlassen und diese darauf gestützt, dass Google unter dem Gesichtspunkt der Störerhaftung für falsche Aussagen bzw. nicht erweisliche Behauptungen in den KI-Antworten auf Unterlassung haftet. Google hatte vergeblich damit argumentiert, dass es sich um fremde Inhalte handeln würde, die nur mit Hilfe von KI für den Nutzer aufbereitet würde. Dies stimmt natürlich nicht, weil die KI-Antwort zwar die angegebenen Quellen heranzieht, basierend hierauf aber eine eigene Antwort erstellt.⁵¹ Dies zeigte sich im konkreten Fall sehr anschaulich daran, dass keine Quellen wirklich die Bewertung aus der KI-Antwort gestützt haben. Die Situation ist insoweit nicht vergleichbar mit der Anzeige von unveränderten Textausschnitten (Snippets) der eigentlichen Quelle. Selbst dort stellte sich bereits die Frage, ob Google nicht jedenfalls dann haften muss, wenn durch die Verkürzung ein falscher Eindruck entsteht. Aus der Einordnung der KI-Antwort als eigener Inhalt von Google ergibt sich dann zwangsläufig, dass eine Haftungsprivilegierung für die Verbreitung fremder Inhalte nicht greifen kann.

In Abgrenzung hierzu soll dagegen keine Verantwortlichkeit des Betreibers von Suchmaschinen für die Nutzung fremder Kennzeichen in automatisiert erzeugten KI-Antworten bestehen.⁵² Die Argumentation des Gerichts in diesem Fall, wonach durch die „Zusammenfassung“ der Ergebnisse ersichtlich keine eigenen Inhalte entstehen und nur auf herangezogene Quellen als fremde Inhalte Bezug genommen wird, überzeugt jedenfalls bei verfälschten Wiedergaben nicht.

3. Transparenzhinweise für Bewertungssysteme

Über die Jahre hat sich eine umfangreiche Kasuistik entwickelt, unter welchen Voraussetzungen vor allem negative Be-

37 Vgl. BGH, 26. 1. 2023 – I ZR 27/22, K&R 2023, 361 – Haftung für Affiliates.

38 BGH, 11. 3. 2026 – I ZR 28/25, K&R 2026, 659, Rn. 23.

39 BGH, 11. 3. 2026 – I ZR 28/25, K&R 2026, 659, Rn. 24.

40 BGH, 11. 3. 2026 – I ZR 28/25, K&R 2026, 659, Rn. 18.

41 LG Bochum, 14. 1. 2026 – 15 O 125/25.

42 LG Bochum, 14. 1. 2026 – 15 O 125/25.

43 LG Bochum, 25. 3. 2025 – 18 O 13/25, WRP 2025, 1096.

44 LG Bochum, 25. 3. 2025 – 18 O 13/25, WRP 2025, 1096.

45 OLG Düsseldorf, 7. 8. 2025 – 20 U 73/24, K&R 2026, 48 m. Anm. Terhaag.

46 OLG Düsseldorf, 7. 8. 2025 – 20 U 73/24, K&R 2026, 48 m. Anm. Terhaag.

47 OLG Düsseldorf, 7. 8. 2025 – 20 U 73/24, K&R 2026, 48 m. Anm. Terhaag.

48 <https://ruw.link/2026/156> (digital-strategy.ec.europa.eu).

49 LG Hamburg, 19. 12. 2025 – 324 O 400/25, BeckRS 2025, 38535.

50 LG München I, 28. 5. 2026 – 26 O 869/26, GRUR-RS 2026, 11860 = K&R, 2026, 519 ff. (in diesem Heft) m. Anm. Trost.

51 Schultz, MMR 2026, 400, 404.

52 LG Berlin II, 1. 6. 2026 – 52 O 62/26 eV, GRUR-RS 2026, 12047 – Duftimitationen.

wertungen bei Google und bei Bewertungsportalen gelöscht werden können.⁵³ Dienstleister werben teilweise sehr offensiv damit, dass durch die Löschung unliebsamer Bewertungen eine deutlich bessere Gesamtbewertung erreicht werden könne und sich dies umsatzsteigernd auswirke. Ausgangspunkt für die Aufforderungen zur Löschung negativer Bewertungen ist dabei zumeist der Ansatz, dass die Richtigkeit der Bewertung bzw. der der Bewertung zugrundeliegenden Tatsachen angezweifelt wird. Interessant ist in diesem Zusammenhang zunächst die Entscheidung des OLG Frankfurt a. M., wonach Leistungen zur Meldung und Beanstandung von Bewertungen bei Google dem Rechtsdienstleistungsgesetz (RDG) unterfallen.⁵⁴ Eine Anwaltskanzlei hatte in diesem Zusammenhang öffentlich vorgetragen, dass Anbieter ohne Anwaltszulassung oder Erlaubnis nach dem RDG eine nichtausführbare Leistung anbieten würden. Hiergegen wollte der Anbieter vorgehen, musste sich aber dahingehend belehren lassen, dass es sich bei der Aussage um eine zutreffende Tatsachenäußerung handelt, die nicht unterlassen werden muss.

Kommt es zu der Geltendmachung von Ansprüchen auf Auslistung, müssen Google und andere Anbieter nach dem jeweiligen Hinweis entscheiden, ob trotz der genannten Indizien für eine mögliche Rechtsverletzung die Bewertung beibehalten werden soll und damit riskiert wird, gerichtlich auf Löschung in Anspruch genommen zu werden. Werden zur Vermeidung von Prozessrisiken aber negative Bewertungen zu schnell gelöscht, kann dies die Aussagekraft des Bewertungssystems insgesamt beeinträchtigen.

Google hat vor diesem Hintergrund entschieden, zumindest transparent darüber zu informieren, in welchem Umfang es zu Löschungen negativer Bewertungen in der Vergangenheit gekommen ist. Die Rechtmäßigkeit dieses Vorgehens ist von dem OLG Köln in einer datenschutzrechtlichen Streitigkeit bestätigt worden.⁵⁵ Eine Arztpraxis hatte versucht, die Löschung des Hinweises zu verlangen, in welchem Umfang einzelne Bewertungen gelöscht wurden. Zur Begründung der Forderung wurde vorgetragen, dass es sich bei der Angabe über Anzahl gelöschter Bewertungen um personenbezogene Daten des Praxisinhabers handeln würde, für deren Veröffentlichung keine ausreichende Rechtsgrundlage bestehen würde. Das OLG Köln hat in der Berufungsinstanz angenommen, dass das Vorgehen tatsächlich als Verarbeitung personenbezogener Daten anzusehen ist, diese Datenverarbeitung aber durch berechnete Interessen im Sinne von Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO gerechtfertigt ist. Für die Rechtfertigung kann dabei insbesondere auf die Schaffung einer Transparenz zu dem Bewertungssystem abgestellt werden.

V. Datenschutzrecht

Die Intensität der Auseinandersetzungen mit Anbietern von Suchmaschinen unter datenschutzrechtlichen Gesichtspunkten nimmt weiter zu. Der Hintergrund für die teilweise Verlagerung der Auseinandersetzungen in den datenschutzrechtlichen Bereich dürfte darin liegen, dass seit der Einführung der DSGVO sehr klare Vorgaben sowohl für die Befugnisse der Aufsichtsbehörden als auch zur Durchsetzung von Individualansprüchen durch Betroffene bestehen.

1. Löschansprüche

Einen großen Raum in der datenschutzrechtlichen Diskussion nimmt die Frage ein, unter welchen Voraussetzungen eine betroffene Person unter Berufung auf das Recht auf Löschung die Entfernung von Inhalten mit Personenbezug bei Suchma-

schinen verlangen kann und wie weit ein solcher Anspruch reicht. In erster Linie richten sich die Ansprüche auf Löschung üblicherweise gegen den Betreiber der Seiten, auf denen die Inhalte eigentlich veröffentlicht wurde. Die jeweilige Suchmaschine vermittelt anschließend eigentlich nur den Zugang zu diesen fremden Inhalten. Klar ist zunächst, dass über Art. 17 Abs. 2 DSGVO eine Pflicht für den Seitenbetreiber begründet werden kann, jedenfalls die gängigen Suchmaschinen über die erfolgte Löschung von Daten, die zunächst veröffentlicht waren, zu informieren.⁵⁶ Hiervon ist zumindest dann auszugehen, wenn erkennbar ist, dass es dem Betroffenen nicht nur um die Löschung auf der konkreten Webseite geht, sondern zum Beispiel explizit die Abrufbarkeit über Suchmaschinen kritisiert wird.

Unabhängig davon hat der BGH bereits im Jahr 2020 klargestellt, dass sich aus dem Anspruch auf Löschung personenbezogener Daten nach Art. 17 Abs. 1 DSGVO grundsätzlich auch das Recht auf Auslistung gegenüber einem Anbieter von Suchmaschinen ableiten lässt.⁵⁷

2. Ablehnung einer proaktiven Filterpflicht für Google

Erfolglos blieb die Datenschutzaufsichtsbehörde in Hamburg mit ihrem Ansinnen, Google durch eine Untersagungsverfügung verpflichten zu wollen, zukünftig generell keine Suchergebnisse zu einzelnen Personen in einem bestimmten Kontext mehr anzuzeigen.⁵⁸ Ausgangspunkt waren regelmäßige Auslistungsanträge einer betroffenen Person bei Google, die aber immer nur bestimmte unzulässige Inhalte mit Bezug zu ihrer Person betrafen, zumeist mit einem pornografischen Hintergrund. Es kamen aber regelmäßig neue Inhalte hinzu, für die jeweils eigene Anträge auf Auslistung gestellt werden sollten. Die betroffene Person schaltete hierbei die Aufsichtsbehörde in Hamburg ein, die von Google verlangte, zukünftig generell die entsprechende Art von Inhalten auch ohne ein konkretes Verlangen auf Auslistung aus den Suchergebnissen zu entfernen. Diese Forderung sollte mit einer sofort vollziehbaren Untersagungsverfügung umgesetzt werden, wogegen sich Google auf dem Verwaltungsverfahrensweg gewehrt hat. Zutreffend hat das VG darauf verwiesen, dass als Eingriffsgrundlage nur die Abhilfebefugnis gem. Art. 58 Abs. 2 DSGVO in Betracht kommt. Danach kann die Aufsichtsbehörde unter anderem dann eingreifen, wenn die verantwortliche Stelle einem Antrag auf Löschung bzw. Auslistung zu Unrecht keine Folge leistet. Die Behörde hatte sich im Verfahren vergeblich darauf berufen, dass aus ihrer Sicht unter Berücksichtigung der Rechtsprechung des EuGH von strengeren Anforderungen und weitergehenden Befugnissen auszugehen wäre.⁵⁹ Dieser Auffassung hat sich das VG aber nicht angeschlossen und klargestellt, dass die Pflicht zur Vermeidung von Urheberrechtsverletzungen auf einem Markt nicht mit der Situation vergleichbar ist, wonach eine Suchmaschine proaktiv mögliche datenschutzrechtliche Löschansprüche prüfen muss.⁶⁰ Es bleibt insoweit bei dem grundlegenden Ansatz von „Notice and take down“, selbst wenn dies im Einzelfall bei wiederkehrenden Inhalten mühsam ist.

53 Meyer/Rempe, K&R 2025, 452, 456.

54 OLG Frankfurt a. M., 19. 3. 2026 – 16 U 2/25.

55 OLG Köln, 12. 6. 2026 – 15 W 55/26, GRUR-RS 2026, 12886.

56 Nolte/Werkmeister, in: Gola/Heckmann, 3. Aufl. 2022, Art. 17 Rn. 35.

57 Golland, ZD 2025, 317, 318 unter Verweis auf BGH, 27. 7. 2020 – VI ZR 405/18, K&R 2020, 749 ff.

58 VG Hamburg, 22. 1. 2026 – 17 K 2480/23, GRUR-RS 2026, 5914.

59 EuGH, 2. 12. 2025 – C-492/23, K&R 2026, 105 ff. = NJW 2026, 893 – Russmedia.

60 VG Hamburg, 22. 1. 2026 – 17 K 2480/23, GRUR-RS 2026, 5914; zust. Sievers, GRUR-Prax 2026, 380.

In eine ähnliche Richtung geht die Diskussion in einem anderen Verfahren, inwieweit Google über die antragsgemäße Entfernung von Bildern von betroffenen Personen hinaus verpflichtet ist, Maßnahmen zu ergreifen, um auch die künftige Anzeige der gelöschten Aufnahmen oder abgewandelter Versionen zu unterbinden und auf diese Weise das Recht auf Vergessenwerden zu gewährleisten.⁶¹ Nach Angaben von HateAid, einer Organisation, die sich gegen digitale Gewalt einsetzt und Betroffene bei der Durchsetzung ihrer Rechte unterstützt, seien intime Aufnahmen der Klägerin im Jahr 2023 gestohlen und seitdem ohne ihre Erlaubnis tausendfach verbreitet worden. Obwohl die Bilder auf Antrag der Klägerin bereits mehrfach durch Google entfernt und die zugehörigen Webseiten ausgelistet worden seien, würden die Bilder immer wieder hochgeladen und seien sodann erneut in der Bildersuche zu finden. Der Aufforderung, für eine dauerhafte Auslistung des Bildmaterials zu sorgen, sei Google nicht nachgekommen, weshalb die Thematik grundsätzlich gerichtlich geklärt werden soll, da viele weitere betroffene Personen in ähnlicher Form von der Problematik betroffen seien.⁶² Die Entscheidung des LG München I steht derzeit noch aus.

In der Literatur wird zur Abgrenzung teilweise vorgeschlagen, dass jedenfalls im Hinblick auf Unterlassungsansprüche zumindest kerngleiche Verstöße ebenfalls erfasst sein sollten, wenn zuvor bereits ausgelistete Inhalte zwar nicht identisch erneut auftauchen, aber die wesentlichen Aspekte sehr ähnlich sind.⁶³

3. Einwilligungen gegenüber Google

Das LG Berlin hatte Anfang 2025 bereits die Wirksamkeit der Einwilligungen im Kontext der Registrierung für ein Google-Konto beanstandet.⁶⁴ Bemängelt wurde unter anderem, dass Google nicht spezifisch genug darlegt, in welchem Umfang bei verschiedenen Google-Diensten personenbezogene Daten verarbeitet werden. Im Hinblick auf die neuen KI-Funktionen von Google bei der Suche stellt sich in diesem Kontext auch die Frage, ob nicht für Erfassung von Nutzerdaten im Kontext der KI-Funktionen eine zusätzliche Einwilligung der Nutzer eingeholt werden muss. Bedenken ergeben sich vor allem daraus, dass mit Hilfe der KI-Funktionen ein umfangreicheres Profil über Nutzer angelegt werden kann als bei der Auswertung klassischer Suchanfragen, da die Nutzer häufiger mehr Kontext bei Nutzung der KI-Funktionen mitliefern. Diese Informationen können zum einen für eine Profilbildung genutzt werden und zum anderen auch zum Training der KI-Modelle zum Einsatz kommen. Bezogen auf öffentlich verfügbare Daten wird dabei durchaus diskutiert, ob diese ungefragt genutzt werden dürfen.⁶⁵ Ein Vorgehen gegenüber Meta als Betreiber von Facebook war insoweit erfolglos, wobei es dort allerdings ausschließlich um öffentlich verfügbare Daten ging.⁶⁶ Wenn Google dagegen Nutzerdaten nutzen möchte, die nicht öffentlich verfügbar sind, trägt der bloße Verweis auf das berechtigte Interesse an einem KI-Training möglicherweise nicht.⁶⁷

4. Bußgeldverfahren gegen Google

Neben den Datenschutzaufsichtsbehörden geht auch die NGO NOYB (None Of Your Business) gegen aus ihrer Sicht datenschutzrechtswidrige Praktiken großer Anbieter vor. Die Aktivitäten von NOYB werden zwar teilweise – auch von Aufsichtsbehörden – kritisch gesehen, im konkreten Fall war das Vorgehen gegen Google aber erfolgreich.⁶⁸ Aufgrund von Beschwerden durch NOYB gegen Google führte die französische Aufsichtsbehörde CNIL in den Jahren 2022 und 2023 zwei Prüfverfahren gegen Google durch und verhängte als Ergebnis

ein Bußgeld in Höhe von insgesamt 325 Millionen Euro gegen das Unternehmen.⁶⁹ Darüber hinaus ordnete die Aufsichtsbehörde eine Anpassung der beanstandeten Prozesse innerhalb von sechs Monaten an. Die CNIL rügte, dass das Unternehmen in den Postfächern der Gmail-Nutzer Werbemitteilungen in Form von E-Mails einblendete, ohne vorab eine entsprechende Nutzereinwilligung einzuholen. Ferner bemängelte die Aufsichtsbehörde das Setzen technisch nicht notwendiger Cookies im Zuge der Erstellung eines Google-Kontos. Die diesbezüglichen Einwilligungen der Nutzer seien nicht wirksam, da Google sie nicht ausreichend über die Nutzung der Trackingtools informiert und durch die manipulative Gestaltung der Einwilligungsabfrage (Dark Patterns) zudem zum Akzeptieren der Cookies gedrängt habe. Bei der Bemessung des Bußgelds berücksichtigte die CNIL insbesondere die hohe Anzahl an Betroffenen, die zentrale Stellung Googles auf dem Online-Werbemarkt sowie den Umstand, dass Google bereits zweifach wegen vergleichbarer Verstöße sanktioniert wurde.⁷⁰ Die CNIL setzt damit ihr konsequentes Vorgehen gegen Google fort, obwohl für die Überwachung von Google eigentlich die irische Aufsichtsbehörde zuständig sein müsste.⁷¹

5. Informationspflichten beim „Googeln“

Das BAG hat entschieden, dass das „Googeln“ eines Bewerbers im Rahmen des Bewerbungsverfahrens einen datenschutzrechtlichen Schadensersatzanspruch nach Art. 82 DSGVO rechtfertigen kann.⁷² In dem der Entscheidung zugrunde liegenden Fall bewarb sich der Kläger auf eine von der Universität Düsseldorf ausgeschriebene Stelle. Da der Name des Bewerbers dem Personalleiter bekannt vorkam, gab er ihn bei Google ein und wurde auf ein Strafverfahren aufmerksam. Ohne den Kläger im folgenden Bewerbungsgespräch hierauf anzusprechen, bezog die Universität das Strafverfahren gegen den Kläger jedenfalls hilfsweise in die Auswahlentscheidung ein und dokumentierte dies auch. Das BAG bestätigte die Auffassung der Vorinstanz, wonach die Universität durch die unterbliebene Information des Bewerbers über die Google-Recherche und deren Berücksichtigung bei der Bewerberauswahl gegen ihre Informationspflicht nach Art. 14 Abs. 1 lit. d DSGVO verstoßen habe.⁷³ Ferner stellte das Gericht angesichts des Fehlens einer ausreichenden Rechtsgrundlage für die Erhebung und weitere Verarbeitung der Rechercheergebnisse einen weiteren Verstoß gegen die datenschutzrechtlichen Vorschriften fest.⁷⁴ Diese Entscheidung dürfte sich aber kaum im Hinblick auf die Bewertung der Zulässigkeit einer Einbeziehung von über Suchmaschinen auffindbare Informationen und

61 LTO, Mitteilung v. 2. 9. 2025, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/157> (lto.de).

62 HateAid, Pressemitteilung v. 2. 9. 2025, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/158> (hateaid.org).

63 Wachtel, GRUR-Prax 2026, 185.

64 LG Berlin, 25. 3. 2025 – 15 O 472/22, ZD 2025, 711; Meyer/Rempe, K&R 2025, 452.

65 Paal, ZfDR 2014, 129.

66 OLG Köln, 23. 5. 2025 – 15 UKI 2/25, K&R 2025, 498 ff. = NZKart 2025, 393 – Facebook KI-Training.

67 Müller/Gleisinger, LTO v. 7. 11. 2025, online abrufbar unter <https://ruw.link/2026/159> (lto.de).

68 Assion, NJW 2025, 2595, 2598.

69 Bußgeldbescheid v. 1. 9. 2025, online abrufbar unter <https://ruw.link/2026/160> (legifrance.gouv.fr).

70 CNIL, Pressemitteilung v. 3. 9. 2025, online abrufbar unter <https://ruw.link/2026/161> (cnil.fr).

71 Gerhold, EuZW 2020, 849.

72 BAG, 5. 6. 2025 – 8 AZR 117/24, K&R 2025, 741 ff. = ZD 2026, 226.

73 LAG Düsseldorf, 10. 4. 2024 – 12 Sa 1007/23, ZD 2024, 590, 590, Rn. 181.

74 BAG, 5. 6. 2025 – 8 AZR 117/24, K&R 2025, 741 ff. = ZD 2026, 226, 227, Rn. 53.

der damit einhergehenden Informationspflichten verallgemeinern lassen.⁷⁵ Es ging in dem arbeitsrechtlichen Verfahren um einen sehr spezifischen Fall, der auch noch über Art. 10 DSGVO besonders geschützte Informationen betraf, die aber gleichwohl über Google auffindbar waren. Außerdem hatte die unterlegene Universität keine Anschlussrevision eingelegt, so dass das BAG diesbezüglich an die Feststellungen der Vorinstanz gebunden war.⁷⁶

6. Einbindung von Google Fonts

Die rechtlichen Auseinandersetzungen über die Einbindung von Google Fonts auf Webseiten sind immer noch nicht vollständig abgeschlossen. Ausgangspunkt war eine Entscheidung des LG München aus dem Jahr 2022, wonach es einen Datenschutzverstoß darstellt, wenn Google Fonts so eingebunden werden, dass sie über Server von Google nachgeladen werden, obwohl auch eine Installation auf dem eigenen Server möglich wäre.⁷⁷ Diese Entscheidung war Ausgangspunkt für zahlreiche Abmahnungen, die zu Recht als rechtsmissbräuchlich angesehen wurden.⁷⁸ In der Sache hat der BGH jetzt dem EuGH verschiedene Fragen zur Ersatzfähigkeit von Schäden bei provozierten Datenschutzverstößen vorgelegt.⁷⁹ Der EuGH soll nun unter anderem klären, inwieweit auch bei einem bewusst durch den Betroffenen herbeigeführten Datenschutzverstoß ein immaterieller Schaden vorliegen kann. Tatsächlich sprechen gute Gründe dafür, in solchen Fällen bereits das Bestehen eines Schadens abzulehnen.⁸⁰ Sofern das Vorliegen eines immateriellen Schadens doch bejaht werden sollte, möchte der BGH zudem wissen, ob der Anspruch auf Ersatz des immateriellen Schadens gleichwohl wegen missbräuchlichen Verhaltens des Betroffenen verneint werden kann.

7. Umstellung des Geschäftsmodells von reCAPTCHA

Anfang des Jahres 2026 hat Google angekündigt, das Geschäfts- und Datenschutzmodell von Google reCAPTCHA umzustellen und ab dem 2. 4. 2026 weltweit von der Rolle des Verantwortlichen zur Rolle des Auftragsverarbeiters zu wechseln.⁸¹ Der Dienst von Google ermöglicht es Seitenbetreibern, zwischen Zugriffen von menschlichen Nutzern und automatisierten Zugriffen zu unterscheiden.⁸² Um die Änderung umzusetzen, hat Google seine „Google Cloud Platform Service Specific Terms“, die die Nutzung von reCAPTCHA regeln, angepasst und seine Kunden darauf hingewiesen, dass eine Anpassung ihrer Datenschutzerklärungen erforderlich sei, da ihre Nutzer mit Blick auf die Nutzung der Anwendung nicht länger den Datenschutzbestimmungen und Nutzungsbedingungen von Google unterlägen. Die Datenverarbeitung soll künftig auf Basis von Googles „Cloud Data Processing Addendum“ erfolgen. Das Unternehmen begründet die Umstellung unter anderem mit einer besseren Zweckbindung der Datenverarbeitung und weitreichenderen Kontrollmöglichkeiten seiner Kunden.⁸³ Der datenschutzkonforme Einsatz von Google reCAPTCHA wird seit Jahren immer wieder kontrovers diskutiert. Zuletzt hat sich das BVerwG in Österreich etwa mit der Frage auseinandergesetzt, auf Basis welcher Rechtsgrundlage Nutzer den Google-Dienst rechtskonform einsetzen können.⁸⁴ Durch den Rollenwechsel dürfte sich jedenfalls wieder etwas einfacher für Seitenbetreiber begründen lassen, dass der Dienst von Google datenschutzkonform eingebunden werden kann.

VI. Urheberrecht

Der EuGH hat sich mit Urteil vom 12. 5. 2026 zur Nutzung journalistischer Inhalte in Form von Presseveröffentlichungen durch Online-Plattformen positioniert und entschieden, dass

die Mitgliedstaaten ein Leistungsschutzrecht von Presseverlagen auf eine angemessene Vergütung als Gegenleistung für die Erlaubnis, Veröffentlichungen online nutzen zu dürfen, vorsehen können.⁸⁵ Trotz der entsprechenden Regelung müsse es den Presseverlagen aber unbenommen bleiben, die Erlaubnis auch zu verweigern oder unentgeltlich zu erteilen. Anbietern, die die Veröffentlichungen nicht nutzen, dürfen hingegen keine Zahlungspflichten auferlegt werden. Um die Fairness der Verhandlungen sicherzustellen und die Presseverlage zu schützen, sei es zudem zulässig, die Anbieter zu verpflichten, Verhandlungen mit den Verlagen aufzunehmen, ohne die Sichtbarkeit für die Dauer der Verhandlungen zu beschränken und die für die Festsetzung der Vergütung erforderlichen Daten zur Verfügung zu stellen.⁸⁶ Die hierdurch bedingte Einschränkung der unternehmerischen Freiheit der Anbieter sei vor dem Hintergrund der Zielsetzung der einschlägigen Regelungen, einen gut funktionierenden und gerechten Urhebermarkt sicherzustellen, gerechtfertigt.⁸⁷

Anlässlich eines weiteren Vorabentscheidungsersuchens eines ungarischen Gerichts hat der EuGH sich derzeit zudem mit verschiedenen urheberrechtlichen Fragestellungen im Kontext der Wiedergabe der Inhalte von Webseiten von Presseverlagen durch KI-basierte Chatbots zu beschäftigen.⁸⁸ Es ist insbesondere zu klären, ob die Reproduktion der Texte durch das KI-Tool eine „öffentliche Wiedergabe“ oder „Vervielfältigung“ im Sinne des europäischen Urheberrechts darstellt und die urheberrechtliche Ausnahme zum Zwecke des Text und Data Mining mit Blick auf das Training entsprechender KI-Modelle Anwendung findet. Die Entscheidung des EuGH in dieser Sache steht derzeit noch aus.



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 Fuhlrott, NZA-RR 2025, 642.

⁷⁶ Burger, öAT 2025, 231.

⁷⁷ LG München, 20. 1. 2022 – 3 O 17493/20, K&R 2022, 865 ff. = GRUR-RS 2022, 612 – Google Fonts.

⁷⁸ Meyer/Rempe, K&R 2023, 240, 245; Meyer, RDV 2022, 300.

⁷⁹ BGH, 28. 8. 2025 – VI ZR 258/24, K&R 2025, 775.

⁸⁰ Meyer, in: FS Jahnel 2025, 477, 482.

⁸¹ Schmitz, ZD-Aktuell 2026, 01168.

⁸² Captcha steht dabei als Abkürzung für completely automated public turing test to tell computers and humans apart.

⁸³ Google, Mitteilung v. 26. 1. 2026, online abrufbar unter <https://ruw.link/2026/162> (security.googlecloudcommunity.com).

⁸⁴ ÖBVwG, 13. 9. 2024 – W298 2274626-1/8E, ZD 2025, 210; Meyer/Rempe, K&R 2025, 452, 457.

⁸⁵ EuGH, 12. 5. 2026 – C-797/23, K&R 2026, 404 ff. = GRUR 2026, 861 m. Anm. Metzger.

⁸⁶ EuGH, 12. 5. 2026 – C-797/23, K&R 2026, 404 ff. = GRUR 2026, 861, Rn. 77 m. Anm. Metzger.

⁸⁷ EuGH, 12. 5. 2026 – C-797/23, K&R 2026, 404 ff. = GRUR 2026, 861, Rn. 84 ff. m. Anm. Metzger.

⁸⁸ EuGH – C-250/25, Veröffentlichung v. 10. 6. 2025, abrufbar unter <https://ruw.link/2026/163> (eur-lex.europa.eu).