

Titel:

Zugänglichkeit von De-Personalisierungsoptionen und Meldeverfahren auf sehr großen Online-Plattformen

Normenketten:

DSA Art. 16 Abs. 1 S. 2, 2 S. 2 lit. c, Art. 27 Abs. 3, Art. 34 Abs. 1, Art. 38, Art. 54, Art. 56

UKlaG § 2 Abs. 1 S. 1 u. Abs. 2 Nr. 57, § 3 Abs. 1 Nr. 1, § 5, § 6 Abs. 1 S. 1

UWG § 13 Abs. 3

ZPO § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO

Leitsätze:

1. Die öffentlichrechtliche Aufsicht gemäß Art. 51 und Art. 56 Abs. 1 DSA steht einer Klage- und Sachbefugnis eines Verbraucherschutzverbandes, um aus § 3 Abs. 1 Nr. 1 i.V.m. § 2 Abs. 1 S. 1, Abs. 2 Nr. 57 UKlaG im Rahmen eines Unterlassungsklageverfahren vorzugehen, nicht entgegen.
2. Das Verfahren zur De-Personalisierung der Feedsverwaltung gem. Art. 27 Abs. 3, 38 DSA dient dem Datenschutz der Nutzer (Art. 3 lit. b DSA), zu denen in großem Umfang auch Verbraucher gehören. Art. 27 Abs. 3 DSA und Art. 38 DSA sind verbraucherschützende Vorschriften.
3. Zu den Anforderungen der unmittelbaren und leichten Zugänglichkeit der Einstellungs- und Änderungsoption gem. Art. 27 Abs. 3 S. 2 DSA.
4. Die Vorschrift des Art. 16 Abs. 1 S. 2, 2 S. 2 lit. c DSA (Meldeverfahren) dient – über eine bloße Neben- oder Reflexwirkung hinaus – ebenfalls dem Verbraucherschutz.
5. Zu den Anforderungen der leichten Zugänglichkeit und der Benutzerfreundlichkeit des Meldeverfahrens für rechtswidrige Inhalte gem. Art. 16 Abs. 1 S. 2 DSA.

Schlagworte:

Verbraucherschutz, Empfehlungssystem, Digital Service Act, große Online-Plattform, leicht zugänglich

Fundstelle:

K & R 2026, 358

Tenor

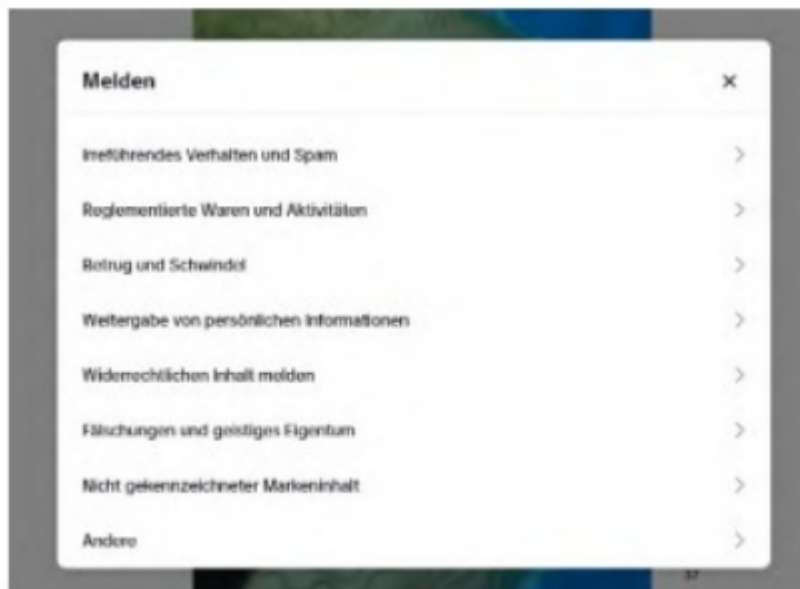
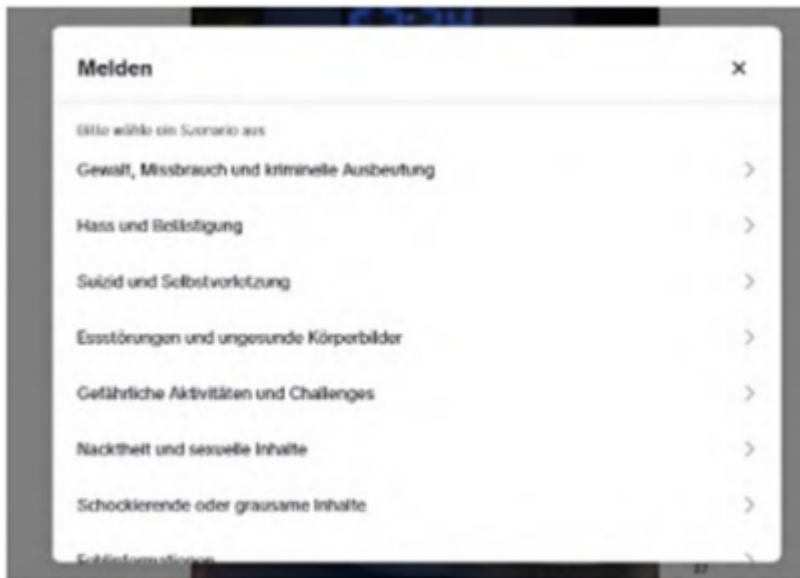
1. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, die Ordnungshaft zu vollziehen an ihren Directors (Geschäftsführern), zu unterlassen, gegenüber Verbrauchern auf der Internetseite „Y.“

a) ein Empfehlungssystem einzusetzen und dabei Nutzern für das Empfehlungssystem die Option, dass dieses nicht auf Profiling beruht, nur mittels Rechtsklicks mit der Maus auf dem Video der Bedienoberfläche und nach Klick auf den dann erscheinenden Link „Feeds verwalten“ vorzulegen, wenn dies geschieht wie in Anlage K 3 abgebildet

b) ein Verfahren zur Meldung von seitens der Nutzer als rechtswidrig angesehenen Inhalte so vorzuhalten, dass nach einem Klick auf den Melden-Button in der nachstehenden Abbildung



ein Drop-Down-Menü mit den nachstehend aufgeführten Auswahlmöglichkeiten abgebildet wird



, bei dem lediglich beim Klick auf „Widerrrechtlichen Inhalt melden“ eine Eingabemaske wie folgt erscheint:

< Melden ×

Meldegrund: illegale Hassrede

Deine E-Mail-Adresse*
Gib deine E-Mail-Adresse ein

Gerichtsbarkheit* >

Entsprechendes Gesetz (optional) 0/200
Bitte gib Einzelheiten des Gesetzes an, gegen das der Inhalt angeblich verstößt. Bitte gestalte deine Angaben so genau wie möglich, damit wir deine Meldung

Meldungserklärung* 0/400
Bitte beschreibe, inwiefern der Inhalt gegen das entsprechende Gesetz verstößt. Meldungen, die keine ausreichenden Informationen enthalten, können als ungültig

Unterschrift*
Unterschreibe hier mit deinem bürgerlichen Namen.

Ich bestätige meine Überzeugung, dass der Inhalt dieser Meldung wahr, korrekt und

Abschicken

und das Auswahlmeneu bei den anderen Auswahlmöglichkeiten mit dem Hinweis sowie der Button „Abschicken“ wie folgt endet:

< Melden ×

Hassrede und hasserfüllte Verhaltensweisen

Folgendes erlauben wir nicht:

- Darstellung oder Förderung von Gewalt, Diskriminierung und anderen schädlichen Verhaltensweisen, einschließlich des Anspruchs auf Vorrangstellung aufgrund persönlicher Merkmale wie Zugehörigkeit, Religion, Geschlecht und sexueller Ausrichtung
- Herabwürdigung einer Person aufgrund dieser persönlichen Merkmale, einschließlich der Verwendung hasserfüllter Beleidigungen
- Leugnen gut dokumentierter historischer Ereignisse, die geschützten Gruppen geschadet haben, wie etwa der Holocaust
- Förderung oder Unterstützung von Gegenständen, Personen und Organisationen, die hasserfüllte Ideologien verbreiten

Abschicken

2. Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 306,69 € nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit 13.05.2025 zu bezahlen.

3. Die Beklagte hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.

4. Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 12.000,00 € vorläufig vollstreckbar.

5. Die Revision zum Bundesgerichtshof wird zugelassen.

Tatbestand

1

Der Kläger wendet sich gegen die Ausgestaltung des Empfehlungssystems und das Verfahren zur Meldung durch Nutzer auf der von der Beklagten betriebenen Internetplattform.

I.

2

Der Kläger ist eine gemeinnützige Einrichtung zur Wahrung des wirtschaftlichen Allgemeinwohls der Verbraucher in Bayern, der gemäß Art. 1 seiner Satzung diese Aufgabe u .a. dadurch erfüllt, dass er Verstöße gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), das Bürgerliche Gesetzbuch (BGB) wegen unwirksamer Allgemeiner Geschäftsbedingungen und andere Verbraucherschutzgesetze durch geeignete Maßnahmen kollektiven Rechtsschutzes unterbindet, erforderlichenfalls auch durch Einleitung gerichtlicher Maßnahmen, sowohl national als auch international. Er ist in der vom Bundesamt für Justiz in Bonn geführten Liste qualifizierter Einrichtungen gem. § 4 UKlaG eingetragen.

3

Die Beklagte betreibt die Webseite „Y.“, auf der sie ein Videoportal für Kurzvideos bereithält und Funktionen eines sozialen Netzwerks anbietet. Es handelt sich um eine „sehr große Online-Plattform“ im Sinne des Art. 33 Abs. 1 i. V. m. Abs. 4 der VO (EU) 2022/2065 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Oktober 2022 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste und zur Änderung der RL 2000/31/EG (Gesetz über digitale Dienste), im Folgenden: DSA. Die Webseite ist über eine Applikation auf Mobilfunkgeräten („App“) und im Browser eines internetfähigen Endgeräts („Web“) nutzbar. Streitgegenständlich ist nur der Web-Auftritt.

4

1. Nach Ziff. 4.1 ihrer Allgemeinen Geschäftsbedingungen personalisiert die Webseite der Beklagten Teile der „Erfahrung auf der Plattform“ und stellt mithilfe eines Empfehlungssystems „Inhalte, Creator*innen und Themen, die für Sie interessant sein könnten“ zusammen. Für die konkrete Empfehlung seien „Faktoren wie Likes, Shares, Kommentare, Suchanfragen, Vielfalt der Inhalte und beliebte Videos“ relevant. Nach Klick auf einen Link „Hier erfahren Sie mehr“ gelangen die Nutzer zu einer Informationsseite namens „Wie Y. Inhalte empfiehlt“, auf der weiter ausgeführt wird: Die „drei wichtigsten Faktoren sind Nutzerinteraktionen, Inhaltsdaten und Nutzerdaten“.

5

Zudem enthält die Seite weitere Informationen zur Möglichkeit, zu „beeinflussen, was du bei Y. siehst“. Insoweit wird auf die Anlage K 2 Bezug genommen.

6

Die Webseite sieht auch die Alternativfunktion eines nicht personalisierten Feeds vor. Zu dieser gelangen die Nutzer auf folgendem Weg: Sie können durch einen Rechtsklick auf ein Video das Kontextmenü öffnen und dort mit einem Klick auf die Fläche „Feeds verwalten“ zu einer Auswahl gelangen, in der sie über den grünen „Toggle“-Button (also eine Umschaltfläche, die über ihre Gestaltung den Zustand „aktiviert“ oder „nicht aktiviert“ darstellt) die Einstellung „personalisierte Feeds verwalten“ an- oder abwählen können. Standardmäßig ist die Funktion aktiviert. Insoweit wird auf die Anlage K 3 Bezug genommen.

7

Bewegen Nutzer ihren Cursor über den gerade geöffneten Beitrag, erscheinen in der rechten oberen Ecke drei Punkte. Ein Klick auf die drei Punkte bewirkt das Erscheinen eines Drop-Down-Menüs, das die Auswahlmöglichkeiten „Automatisch scrollen“, „Nicht interessiert“ und „Melden“ bietet, aber keine Möglichkeit enthält, ein nicht personalisiertes Empfehlungssystem zu wählen (s. Anlage K 4). In den Kontoeinstellungen der Webseite gibt es ebenfalls keine dahingehende Einstellmöglichkeit.

8

2. Die Webseite der Beklagten enthält zudem eine Funktion, die Nutzern die Meldung konkreter Inhalte ermöglicht. Hierzu müssen sie über die drei Punkte oben rechts in dem Beitrag die Schaltfläche „Melden“ anwählen. Es öffnet sich dann ein Drop-Down-Menü mit zahlreichen Auswahlmöglichkeiten, unter anderem „Gewalt, Missbrauch und kriminelle Ausbeutung“, „Hass und Belästigung“, „Suizid und Selbstverletzung“, „Essstörungen und ungesunde Körperbilder“, „gefährliche Aktivitäten und Challenges“, „Nacktheit und sexuelle Inhalte“, „schockierende oder grausame Inhalte“, „widerrechtlichen Inhalt melden“, „Fälschungen

und geistiges Eigentum“. Wegen der vollständigen Ausgestaltung wird auf die Anlage K 5 Bezug genommen.

9

Nach einem Klick auf „Hass und Belästigung“ öffnet sich eine weitere Auswahlmöglichkeit „Hassrede und hasserfüllte Verhaltensweisen“ und „Belästigung und Mobbing“, anschließend ein Hinweis und der Button „Abschicken“. Zum Verlauf im Detail wird auf die Anlage K 5 Bezug genommen. Entsprechendes gilt für alle übrigen Schaltflächen bis auf die mit „Widerrechtlichen Inhalt melden“ betitelte.

10

Beim Klick auf „Widerrechtlichen Inhalt melden“ öffnet sich hingegen eine Eingabemaske, bei dem der Nutzer vor dem Abschicken noch die Möglichkeit erhält, seine Kontaktdaten anzugeben. Insoweit wird auf die Anlage K 6 verwiesen.

11

Mit Schreiben vom 04.11.2024 mahnte der Kläger die Beklagte im Zusammenhang mit der De-Personalisierungsfunktion und der Ausgestaltung des Meldeverfahrens ab und forderte sie zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auf. Dabei ging er allerdings seinerzeit davon aus, die von der Beklagten betriebene Internetplattform biete in ihrer Web-Funktion überhaupt keine Möglichkeit einer Auswahl nicht personalisierter Feeds. Wegen der Einzelheiten wird auf die Anlage K 7 Bezug genommen. Die Beklagte ließ mit Schreiben vom 07.01.2025 zur Abmahnung Stellung nehmen (Anlage K 8); eine Unterlassungserklärung gab sie nicht ab.

12

3. Der Kläger stützt die geltend gemachten Ansprüche auf § 2 Abs. 1 Satz 1, Abs. 2 Nr. 57 UKlaG i.V.m. Art. 27, 38 DSA und i.V.m. Art. 16 Abs. 1 DSA.

13

a. Er hält sich für klagebefugt. Mit der Bezugnahme auf den gesamten DSA in § 2 Abs. 2 Nr. 57 UKlaG (anders als in zahlreichen weiteren Nummern des § 2 Abs. 2 UKlaG, die auf Einzelnormen verwiesen) habe der deutsche Gesetzgeber zum Ausdruck gebracht, dass er den DSA insgesamt als Verbraucherschützend erachte. Dies decke sich mit der Vorschrift des Art. 1 Abs. 1 DSA, nach der Ziel der Verordnung u. a. der Grundsatz des Verbraucherschutzes sei, sowie mit Erwägungsgrund 3 DSA, der ausdrücklich auf die Erreichung eines hohen Verbraucherschutzniveaus abziele.

14

Ungeachtet dessen seien jedenfalls die hier in Rede stehenden Normen Art. 16 Abs. 1 und Art. 38 DSA als Verbraucherschutzgesetze einzustufen. Für den spezifischen Verbraucherschutz sei nicht erforderlich, dass es sich insoweit um den alleinigen Zweck handele. Vielmehr könne eine Verbraucherschützende Norm auch andere Zwecke verfolgen, solange der Verbraucherschutz nicht nur untergeordnete Bedeutung habe oder auf einer zufälligen Nebenwirkung beruhe.

15

Art. 16 Abs. 1 DSA diene der Schaffung eines sicheren und vertrauenswürdigem Online-Umfeldes und der Bekämpfung rechtswidriger Inhalte, somit auch und maßgeblich dem Verbraucherschutz. Art. 38 DSA solle dem auf der Grundlage von Profiling bestehenden Risiko einer unterbewussten Beeinflussung der Nutzer und damit der Ausbreitung eines „Überwachungskapitalismus“ entgegenwirken. Zu diesem Zweck gebe Art. 38 DSA dem Nutzer eine Abwehrmöglichkeit im Zusammenhang mit Profiling durch sehr große Online-Plattformen und -Suchmaschinen an die Hand.

16

b. Die demnach zulässigen Klageanträge seien auch begründet.

17

aa. Mit der Ausgestaltung des Empfehlungssystems verstoße die Beklagte gegen Art. 38 DSA. Nach dieser Norm i. V. m. Art. 27 DSA müssten Anbieter sehr großer Online-Plattformen, die Empfehlungssysteme verwenden, mindestens eine Option für jedes ihrer Empfehlungssysteme vorlegen, die nicht auf Profiling gemäß Art. 4 Abs. 4 DSGVO beruht. Art. 38 i.V.m. Art. 27 Abs. 3 Satz 2 DSA fordere, dass die entsprechende Funktion von dem Abschnitt der Online-Schnittstelle, in dem die Empfehlungen angezeigt

werden, unmittelbar und leicht zugänglich sein muss. Dazu gehöre auch der nutzerfreundliche Zugang zur Einstellmöglichkeit (hier das „Opt-Out“).

18

Der Kläger ist der Auffassung, die Funktion, eine nicht auf der Analyse und Bewertung personenbezogener Daten beruhende Empfehlungsalternative zu nutzen, sei auf der gegenständlichen Webseite der Beklagten entgegen den Vorgaben des DSA nicht unmittelbar und leicht zugänglich. Durch ihre Gestaltung der Webseite erschwere die Beklagte den Weg zur Einstellung nicht personalisierter Feeds (d.h. eines nicht auf Verarbeitung personenbezogener Daten beruhenden Empfehlungssystems) erheblich.

19

Der erforderliche Rechtsklick sei bereits keine naheliegende Form, um zu einem Auswahlmenü für datenschutzrelevante Optionen zu gelangen. Zudem öffne sich über die drei Punkte oben rechts im gerade aktiven Beitrag eine offensichtliche und nachvollziehbare Menüführung, die aber nicht die Möglichkeit biete, zu einem nicht personalisierten Empfehlungssystem zu optieren. Diese werde allein in einem nur schwer auffindbaren weiteren Menü bereitgehalten, mit dem die Nutzer nicht rechneten, weil schon hinter den drei Punkten oben rechts im Video ein Menü existiere und sich bei entsprechendem Ansteuern mit dem Cursor auch bereits geöffnet habe. Zudem lasse die Bezeichnung „Feeds verwalten“ nicht klar erkennen, dass es sich hierbei um eine verpflichtende Option zum Opt-Out aus der Personalisierung handele.

20

Außerdem öffne der Rechtsklick das Menü mit der Option „Feeds verwalten“ nur, wenn er auf einen Beitrag vorgenommen werde. Werde der Rechtsklick in dem Teil des Browserfensters ausgeführt, in dem dieser nicht angezeigt wird, erscheine ein Menü mit Optionen wie „zurück“, „Seite neu laden“, „Seite sichern unter...“ und „Seite drucken...“. Der Nutzer erwarte nicht, dass er in ein Menü zur Verwaltung von personalisierten Einstellungen nur durch einen Rechtsklick auf ein gerade gezeigtes Video gelange. Vor dem Hintergrund der Nutzerfreundlichkeit gehe es darum, dass er den Einstieg zu den Einstellungsmöglichkeiten von dort aus leicht finde, wo sich sein Interaktionsbedürfnis typischerweise stelle. Dies gewährleiste die Ausgestaltung der Beklagten nicht, unabhängig davon, wie viele Klicks benötigt würden, um zur gewünschten Aktion zu gelangen.

21

bb. Mit der Art und Weise der Gestaltung ihrer Internetpräsenz und dem dort vorgehaltenen Weg, um zur Meldemöglichkeit nach Art. 16 DSA zu gelangen, verstoße die Beklagte gegen Art. 16 Abs. 1 DSA. Zwar ermögliche sie ihrer Verpflichtung aus dieser Norm entsprechend die Meldung von für rechtswidrig gehaltenen Einzelinformationen durch eine Person oder Einrichtung. Die weitere aus Art. 16 Abs. 2 DSA resultierende Voraussetzung einer leicht zugänglichen und benutzerfreundlichen Ausgestaltung sei aber nicht erfüllt.

22

Bei der Meldung von Inhalten müssten die Nutzer aus unterschiedlichen Szenarien wählen. Die meisten wählbaren Szenarien führten zu einem Hinweis und die Schaltfläche „Abschicken“ ohne die Möglichkeit einer Hinterlegung von Kontaktdaten. Eine solche Möglichkeit vor dem „Abschicken“ sehe nur die Variante „Widerrechtlichen Inhalt melden“ vor. Sie müsse aber gem. Art. 16 Abs. 2 Satz 2 lit. c) DSA für jeden Meldeweg existieren, um eine Information über den Eingang der Meldung, den weiteren Verlauf, die Entscheidung sowie mögliche Rechtsbehelfe zu gewährleisten. Die Ausgestaltung des Meldeverfahrens erweise sich damit als intransparent.

23

4. Weiter macht der Kläger gem. § 5 UKlaG i.V.m. § 13 Abs. 3 UWG Abmahnkosten in Höhe von 306,69 € geltend.

24

Der Kläger hat ursprünglich die folgenden Anträge angekündigt:

(1.) Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 EUR, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, die Ordnungshaft zu vollziehen an ihren gesetzlichen Vertretern, zu unterlassen, gegenüber Verbraucherinnen und Verbrauchern auf der Internetseite Y.

a) ein Empfehlungssystem einzusetzen und dabei Nutzerinnen und Nutzern für das Empfehlungssystem die Option, dass dieses nicht auf Profiling beruht, nur mittels Rechtsklicks mit der Maus auf dem Video der Bedienoberfläche und nach Klick auf den dann erscheinenden Link „Feeds verwalten“ vorzulegen, wenn dies geschieht wie in Anlage K 3 abgebildet

und/oder

b) ein Verfahren zur Meldung von seitens der Nutzerinnen und Nutzer als rechtswidrig angesehenen Inhalte so vorzuhalten wie in Anlage K 5 wiedergegeben. [Anmerkung des Senats: Kursivdruck nicht im Original]

(2.) Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 306,69 EUR nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit zu bezahlen.

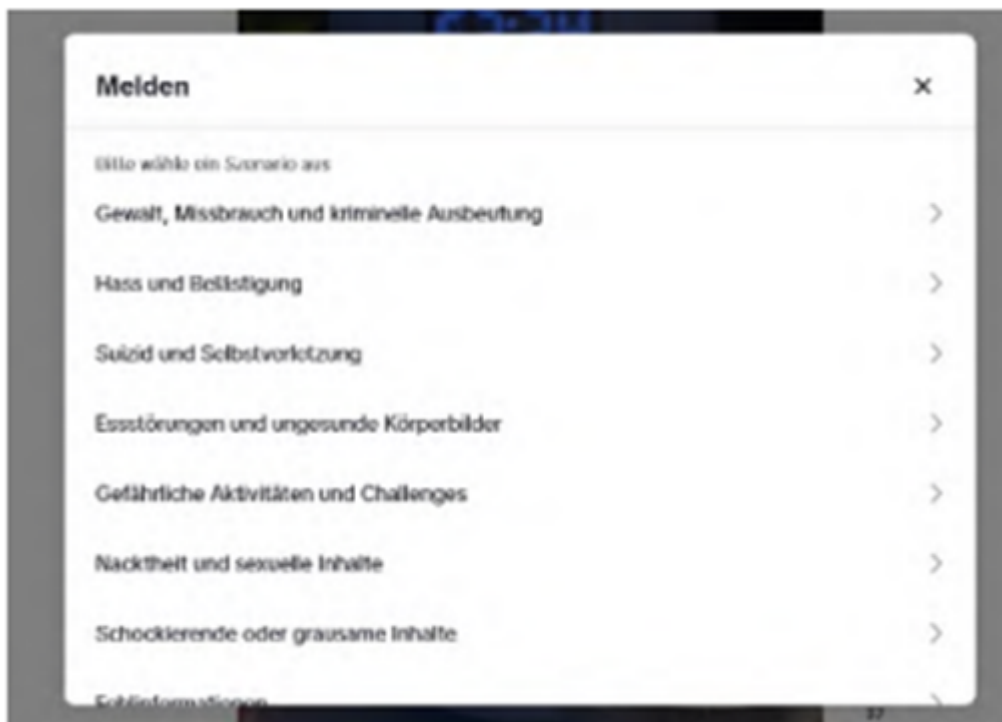
25

Auf Hinweis des Senats mit Ladungsverfügung vom 27.11.2025 hin hat der Kläger seinen Klageantrag zu Ziff. 1. b umgestellt und beantragt – bei Beibehaltung der übrigen Anträge – nunmehr

b) ein Verfahren zur Meldung von seitens der Nutzerinnen und Nutzer als rechtswidrig angesehenen Inhalte so vorzuhalten, dass nach einem Klick auf den Melden-Button in der nachstehenden Abbildung



ein Drop-Down-Menü mit den nachstehend aufgeführten Auswahlmöglichkeiten abgebildet wird



, bei dem lediglich beim Klick auf „Widerrechtlichen Inhalt melden“ eine Eingabemaske wie folgt erscheint:

und das Auswahlmeneu bei den anderen Auswahlmöglichkeiten mit dem Hinweis sowie der Button „Abschicken“ wie folgt endet:

5. Die Beklagte beantragt,
die Klage abzuweisen.

26

a. Sie hält die Klage bereits für unzulässig.

27

aa. Der Antrag zu 1 a) sei nicht gem. § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO hinreichend bestimmt. Der Kläger bezeichne nicht, in welchen Merkmalen des angegriffenen Verhaltens die Grundlage und der Anknüpfungspunkt für den Wettbewerbsverstoß und damit das Unterlassungsgebot liegen solle. Er versäume es, die konkreten Elemente des User Flows zu identifizieren, die die Basis des Unterlassungsanspruchs bilden sollten. Es bleibe unklar, ob aus seiner Sicht der in Anlage K 3 gezeigte User Flow insgesamt verboten werden solle, oder ob er beibehalten werden könne, solange er über weitere Wege als den oben dargestellten Rechtsklick erreicht werden kann. Dies führe zu einer sich in einem Vollstreckungsverfahren auswirkenden Unsicherheit.

28

Darüber hinaus sieht die Beklagte im Klageantrag Ziff. 1a) eine gem. § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO unzulässige alternative Klagehäufung. Der Kläger beziehe sich zum einen auf den Rechtsklick, erwähne aber auch die Existenz des Drei-Punkte-Menüs und beziehe sich zuletzt auf die vermeintlich unklare Bezeichnung der

Option als „Feeds Verwalten“. Dabei lege er sich jedoch nicht fest, ob der behauptete Verstoß nur aus einem dieser Kritikpunkte, aus einer bestimmten Kombination oder aus ihrer Gesamtheit folge. Dadurch unterbreite er dem Gericht mehrere alternative tatsächliche Anknüpfungstatsachen, ohne diese hinreichend zu bestimmen.

29

bb. Den Klageantrag zu 1 b) in seiner ursprünglichen Fassung hält die Beklagte ebenfalls für unbestimmt und damit unzulässig gem. § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO.

30

Die Neufassung mit Schriftsatz vom 22.12.2025 stelle eine Klageänderung gem. § 263 ZPO dar, weil der Kläger seinen Antrag nun nicht mehr auf eine fehlende leichte Zugänglichkeit und Benutzerfreundlichkeit stütze, sondern darauf, dass die Beklagte nur für den Meldegrund des „widerrechtlichen Inhalts“ die im Antrag wiedergegebene Maske verwende. Sie wolle damit die Beklagte verpflichten, auch für Verletzungen gegen Community-Richtlinien ein formelles Meldeverfahren nach Art. 16 DSA bereitzuhalten. Dies stelle ein aliud zum ursprünglich verfolgten Klageziel dar. Eine Einwilligung in diese Klageänderung werde nicht erteilt.

31

cc. Eine Unzulässigkeit der gesamten Klage ergebe sich weiter aus einer Überschreitung des dem Kläger nach dem UKlaG eröffneten Bereichs zur kollektiven Rechtsdurchsetzung.

32

(1) Er gehe über die Rechtsgrundlage des § 2 UKlaG und auch seinen ausdrücklichen Satzungszweck hinaus, indem er die beanstandeten Verhaltensweisen nicht auf solche „gegenüber Verbraucherinnen und Verbrauchern“ beschränke. § 2 UKlaG verleihe Verbraucherschutzverbänden nur eine Klagebefugnis, soweit Verbraucherschutzgesetze betroffen seien. Die Vorschriften der Art. 38 DSA und Art. 16 DSA, auf die der Kläger seine Anträge stütze, seien indes keine Verbraucherschutzgesetze, sondern dienten primär der Regulierung systemischer Marktrisiken.

33

Der Verweis des § 2 Abs. 2 Nr. 57 UKlaG auf den DSA im Ganzen sei zu weitgehend. Die Verbandsklagerichtlinie gehe nicht von einem verbraucherschützenden Charakter jeder einzelnen Vorschrift der in ihrem Anhang I genannten Rechtsakte aus. § 2 Abs. 2 UKlaG habe ausweislich der Gesetzesbegründung die Vorgaben der Verbandsklagerichtlinie wortwörtlich umsetzen, aber nicht über sie hinausgehen sollen. Deshalb müsse § 2 Abs. 2 UKlaG einschränkend dahingehend ausgelegt werden, dass der „eigentliche Zweck“ der im Katalog genannten Vorschrift im Verbraucherschutz liege, der Verbraucherschutz also nicht nur untergeordnete Bedeutung habe oder zufälliger Nebeneffekt sei. Dabei sei zu berücksichtigen, dass der DSA u. a. dem Ausschluss von Popularklagen zum Schutz der Unternehmen vor Klagemissbrauch diene; Verbraucherschutz sei dagegen nicht sein primäres Ziel.

34

Würde § 2 Abs. 2 Nr. 57 UKlaG im Sinne einer vollständigen Einbeziehung des DSA verstanden, käme Verbraucherschutzverbänden die Klagebefugnis wegen Verstößen gegen offenkundig Verbraucher nicht betreffende Pflichten wie die zur Bestellung einer Kontaktstelle oder eines EU-Repräsentanten (Art. 11, 13 DSA), zur Bereitstellung von Transparenzberichten (Art. 15 DSA) oder zur Meldung des Verdachts auf Straftaten an die Strafverfolgungs- und Justizbehörden (Art. 18 DSA) zu. Dies könne nicht richtig sein.

35

Die Beklagte meint weiter, weder Art. 16 DSA noch Art. 38 DSA seien verbraucherschützend in diesem Sinne.

36

(a) Art. 38 DSA diene der Regelung des Marktverhaltens sehr großer Online-Plattformen und sehr großer Online-Suchmaschinen. Die Norm habe damit vorrangig den Schutz des Binnenmarkts und des Wettbewerbs zum Ziel. Dass hingegen keine spezifische Verbraucherschutzregelung getroffen werden solle, zeige sich schon an der Beschränkung auf sehr große Plattformen, die aus verbraucherschutzrechtlicher Sicht willkürlich wäre. Auch zeige der Verlauf des Gesetzgebungsverfahrens, dass Verbraucherschutz nicht Zweck der Vorschrift sei.

37

(b) Der persönliche Anwendungsbereich von Art. 16 Abs. 1 und Abs. 2 DSA umfasse alle Nutzer, also nicht nur Verbraucher. Schon dies spreche gegen einen spezifisch verbraucherschützenden Charakter. Zudem verfolge die Norm die gewerblichen Verwertungsinteressen von Rechteinhabern und ordnungspolitische Zielsetzungen. Schließlich konkretisiere sie das Konzept der Haftungsprivilegierung aus Art. 6 DSA. Eine Haftungsprivilegierung für Unternehmen könne nicht gleichzeitig Individualschutz für Verbraucher vermitteln.

38

(2) Im Übrigen fehle dem Kläger die Sach- und Klagebefugnis, um aus § 3 Abs. 1 Nr. 1 i.V.m. § 2 Abs. 1 S. 1, Abs. 2 Nr. 57 UKlaG gegen die Beklagte vorzugehen.

39

Die nichtverbraucherschützenden Vorschriften des DSA würden allein öffentlichrechtlich durch die hierfür zuständigen Aufsichtsbehörden überwacht, vorliegend konkret die irische Medienaufsichtsbehörde (Coimisiún na Meán – CnaM) als Koordinatorin digitaler Dienste für die Aufsicht und Durchsetzung des DSA in Bezug auf Anbieter von Vermittlungsdiensten mit Sitz in Irland. Der Europäischen Kommission komme nach Art. 56 DSA das exklusive Recht zur Überwachung und Durchsetzung der Vorschriften zu systemischen Risiken von sehr großen Online-Plattformen nach Art. 33 bis 43 DSA (Abschnitt 5) zu.

40

Die DSAkonforme Ausgestaltung der Plattform sei bereits Gegenstand eines Dialogprozesses mit der EU-Kommission gewesen. Die Europäische Kommission habe in diesem Zusammenhang keinen Anlass gesehen, die Umsetzung der Pflichten unter Art. 16 und Art. 34 DSA durch die Beklagte zu beanstanden – anders als gegenüber A. und B., was sich aus einer Pressemitteilung vom 30.04.2024 ergebe (Anlage B 10). Der Kläger greife in den regulatorischen Kompetenzbereich der Europäischen Kommission und der nationalen Koordinatoren für digitale Dienste ein, wenn er eine Umgestaltung der Plattform der Beklagten erreichen wolle, ohne insoweit die spezifische verbraucherschützende Relevanz zumindest im Ansatz darzulegen. Der pauschale Verweis auf § 2 Abs. 2 Nr. 57 UKlaG reiche insoweit nicht aus. Jedenfalls sei eine Aussetzung des Verfahrens gem. Art. 82 Abs. 3 S. 3 DSA, § 148 ZPO analog geboten. Am 02.12.2025 habe die CnaM die Beklagte darüber informiert, dass sie eine Untersuchung unter anderem bezüglich der Umsetzung von Art. 16 DSA durch die Beklagte eingeleitet habe. Es bestehe die Gefahr widersprüchlicher Entscheidungen. Unter Bezugnahme auf den Beschluss des BGH vom 24.10.2023 (KZR 70/21) meinte die Beklagte, die Einhaltung der Pflicht der loyalen Zusammenarbeit gem. Art. 4 Abs. 3 EUV gebiete die Aussetzung eines Gerichtsverfahrens, wenn es der Entscheidung einer zuständigen Regulierungsbehörde vorgreiflich sei.

41

Die ausschließliche Zuständigkeit der EU-Kommission für die Verfolgung von Verstößen gegen Art. 38 DSA i. V. m. Art. 27 DSA folge aus Art. 56 Abs. 2 DSA und erkläre sich aus Erwägungsgrund 124. Demnach solle die Kommission „die ausschließliche Zuständigkeit für die Überwachung und Durchsetzung der zusätzlichen Verpflichtungen in Bezug auf den Umgang mit systemischen Risiken haben, die Anbietern sehr großer Online-Plattformen und sehr großer Online-Suchmaschinen gemäß dieser Verordnung auferlegt werden.“ Art. 38 DSA sei Bestandteil von Kapitel III Abschnitt 5, der ausschließlich durch die Kommission überwacht werde.

42

Die Beklagte regt ferner an, dem EuGH im Wege des Vorabentscheidungsverfahrens gem. Art. 267 AEUV die folgenden Fragen vorzulegen:

43

(1) Ist Art. 90 der Verordnung (EU) 2022/2065 (Digital Services Act) dahingehend auszulegen, dass Pflichten aus Art. 16 und Art. 38 DSA, deren Auslegung, Konkretisierung und Durchsetzung nach der Systematik des Digital Services Act primär den Koordinatoren für digitale Dienste und bei großen Online-Plattformen der Europäischen Kommission zugewiesen sind, nicht im Wege nationaler Verbandsklagen gerichtlich durchgesetzt werden können, sofern diese Durchsetzung geeignet ist, zu widersprüchlichen nationalen Entscheidungen zu führen und dadurch die einheitliche und wirksame Anwendung des Digital Services Act zu beeinträchtigen? Sowie hilfsweise

44

(2) Für den Fall, dass die Vorlagefrage 1 dahingehend beantwortet wird, dass eine Geltendmachung möglich ist, sind Art. 82 Abs. 3 Satz 2 und 3 der Verordnung (EU) 2022/2065 (Digital Services Act) dahingehend auszulegen, dass ein Gericht auch im Rahmen einer laufenden Untersuchung eines zuständigen nationalen Koordinators für digitale Dienste, und unter Berücksichtigung des Loyalitätsprinzips nach Art. 4 Abs. 3 EUV, die Notwendigkeit der Aussetzung eines Verfahrens prüfen sollte, um eine Entscheidung zu vermeiden, die einem Beschluss des Koordinators für digitale Dienste zuwiderlaufen könnte.

45

Die Beantwortung der Frage 1 sei erforderlich, um das Verhältnis zwischen der zentralisierten bzw. koordinierten behördlichen Durchsetzung durch die Koordinatoren bzw. die Kommission einerseits und der zivilgerichtlichen Durchsetzung durch Verbände andererseits zu klären. Frage 2 diene der Klärung, inwieweit Art. 82 Abs. 3 DSA als Konkretisierung des Loyalitätsprinzips des Art. 4 Abs. 3 EUV zur kohärenten Durchsetzung und Auslegung des DSA in der Union eine Aussetzungsbefugnis auf laufende Verfahren des nationalen Koordinators digitaler Dienste erfordere.

46

b. Darüber hinaus hält die Beklagte die Klage für unbegründet.

47

aa. Die gem. Art. 38 DSA gebotene Einstellungsmöglichkeit des Empfehlungssystems darauf, dass der Feed nicht auf Profiling im Sinne des Art. 4 Abs. 4 DSGVO basiere, sei entgegen der Ansicht des Klägers „unmittelbar und leicht“ zugänglich. Die Auffassung des Klägers, ein Aufruf zur Verwaltung der Feeds müsse auch bei Rechtsklick im Browserbereich außerhalb des jeweiligen relevanten Inhalts vorhanden sein, gehe fehl, denn die Zugänglichkeit beurteile sich nach dem Wortlaut der Art. 38 i.V.m. Art. 27 Abs. 3 S. 2 DSA „von dem spezifischen Abschnitt der Online-Schnittstelle der Online-Plattform, in dem die Informationen vorrangig sind“, aus.

48

Die unmittelbare Zugänglichkeit vom Bereich der Plattform aus verbiete nicht etwaige Zwischenschritte, um zum Schieberegler zu gelangen. Es reiche vielmehr aus, wenn der „Einstiegslink“, der zu der entsprechenden Einstellung führe, im Umfeld der personalisierten Empfehlungen zugänglich sei. Diese Anforderung erfülle die Einstellungsmöglichkeit der Beklagten.

49

Die Einstellungsmöglichkeit sei auch leicht zugänglich. Dass sich durch einen Rechtsklick ein Kontextmenü öffne, sei seit Jahrzehnten in nahezu allen auf den Betriebssystemen Windows und Apple basierenden Anwendungen üblich und könne als dem Nutzer bekannt vorausgesetzt werden. Von diesem Kontextmenü aus sei dann die Einstellungsmöglichkeit direkt zu erreichen. Eine Verlinkung und eine über Menüs und Untermenüs gewährleistete Erreichbarkeit von Einstellungsoptionen sei im Internet üblich. Die Erreichbarkeit mit nur zwei Klicks sei damit nicht zu beanstanden und vom BGH sogar für sehr viel strengere Umfelder wie die Impressumspflicht als unmittelbar zugänglich gebilligt worden (BGH, Urteil vom 20.07.2006 – I ZR 228/03, Rn. 23). Zudem sei die Erreichbarkeit direkt aus dem (personalisierten) Feed heraus gegeben.

50

Die Erreichbarkeit der Einstellungsmöglichkeit stelle sich auch deshalb als ausreichend dar, weil sie im selben Menü wie weitere regelmäßig genutzte Funktionen (das Herunterladen eines Videos, die Weiterleitung eines Videos an Dritte oder das Kopieren eines Videolinks) enthalten sei. Die Beklagte bezieht sich insoweit auf einen Screenshot, für den auf Bl. 62 d. A. verwiesen wird. Dieses Menü werde von den Nutzern im Rahmen der üblichen Nutzung immer wieder aufgerufen.

51

bb. Das von der Beklagten vorgehaltene Meldeverfahren entspreche den Anforderungen des Art. 16 Abs. 1 DSA. In Erwägungsgrund 50 DSA (dort S. 3) sei konkretisiert, was unter leichter Zugänglichkeit und Benutzerfreundlichkeit zu verstehen sei: „Solche Verfahren sollten klar erkennbar sein, sich in der Nähe der betreffenden Informationen befinden und mindestens ebenso leicht zu finden und zu nutzen sein wie die Verfahren zur Meldung von Inhalten, die gegen die allgemeinen Geschäftsbedingungen des Anbieters von Hostingdiensten verstoßen.“ Diese Voraussetzungen seien erfüllt.

52

(1) Durch den Einsatz eines „Meldebuttons“, der mit dem Symbol einer Flagge versehen sei und mit dem einfachen und verständlichen Signalwort „Melden“ komplettiert werde, sei das Kriterium der klaren Erkennbarkeit gegeben.

53

(2) Nach allgemeinen Grundsätzen sei von einer leichten Zugänglichkeit auszugehen, wenn sich die Informationen eindeutig einem Angebot zuordnen ließen sowie leicht erkennbar und deutlich lesbar oder sonst gut wahrnehmbar seien. Diese Voraussetzung sei ebenfalls erfüllt, weil der Meldebutton über die drei Punkte erreichbar sei und diese auf dem angesehenen Video angezeigt würden. Der Nutzer müsse sich also nicht einmal von dem angesehenen Video „wegbewegen“.

54

(3) Der Meldebutton befinde sich in der Nähe der betreffenden Information, da die drei Punkte unmittelbar in der oberen rechten Ecke eines jeden Videos erschienen. Die verwendete Sprache sei selbsterklärend.

55

(4) Das Meldeverfahren für Community Guideline-Verstöße und jenes für die Meldung potenziell rechtswidriger Inhalte dürften, anders als der Kläger suggeriere, nebeneinander und in unmittelbarer Nähe vorgehalten werden. Nach Erwägungsgrund 50 S. 3 (s. oben) sollten Verfahren zur Meldung rechtswidriger Inhalte mindestens ebenso leicht zu finden und zu nutzen sein wie die Verfahren zur Meldung von Inhalten, die gegen die allgemeinen Geschäftsbedingungen des Anbieters von Hostingdiensten verstoßen. Das Meldeverfahren der Beklagten entspreche diesem Äquivalenzprinzip, denn so wie von Erwägungsgrund 50 gefordert seien die Gründe zur Meldung eines Community Guideline-Verstoßes und der Grund „Widerrechtlichen Inhalt melden“ in derselben Menüoption aufgeführt und damit gleich leicht zu finden. Den vom Kläger postulierten Wertigkeitsvorrang der Meldungen nach Art. 16 DSA gebe es nicht.

56

Die Beklagte halte mit dem Meldeverfahren von Verstößen gegen die Community Guidelines ein freiwilliges Meldeverfahren bereit, das neben die Vorgaben des Art. 16 DSA trete. Eine Gleichwertigkeit beider Meldeverfahren sei gem. Erwägungsgrund 50 DSA ausdrücklich zulässig. Das freiwillige Meldeverfahren wegen Verstößen gegen Community Guidelines müsse nicht den Vorgaben des Art. 16 DSA für das formelle Meldeverfahren entsprechen.

57

Wegen der weiteren Einzelheiten des Parteivorbringens wird auf die gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

58

Der Senat hat am 25.02.2026 den Haupttermin durchgeführt. Insoweit wird auf die Sitzungsniederschrift vom 25.02.2026 (Bl. 134 ff. d. A.) verwiesen.

Entscheidungsgründe

59

Die Klage hat vollumfänglich Erfolg.

60

1. Die Klage ist zulässig.

61

a. Das Oberlandesgericht Bamberg ist zur Entscheidung des Rechtsstreits international, sachlich und örtlich zuständig.

62

aa. Die deutsche Gerichtsbarkeit ist international zuständig. Für Verbandsklagen, die andere Verstöße gegen Verbraucherschutzgesetze als die Verwendung missbräuchlicher Vertragsklauseln betreffen, gilt der Gerichtsstand der unerlaubten Handlung nach Art. 7 Nr. 2 EuGVO (Herberger/Martinek/Rüßmann/Weth/Würdinger/Baetge, jurisPK-BGB, 11. Aufl. 2026, Stand: 01.03.2026, § 6 UKlaG, Rn. 6; MüKoZPO/Micklitz/Rott, 6. Aufl. 2022, UKlaG § 6 Rn. 11 f.). Da sich die

streitgegenständliche Webseite der Beklagten auch an Nutzer in der Bundesrepublik richtet, ist die hiesige internationale Zuständigkeit eröffnet.

63

bb. Die sachliche und örtliche Zuständigkeit des OLG Bamberg folgt für den Unterlassungsantrag zu Ziff. 1 aus § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 UKlaG i.V.m. § 13a Abs. 1 GVG. Die Beklagte verfügt über keine gewerbliche Niederlassung und keinen Wohnsitz im Inland. Zum durch die Webseite angesprochenen Nutzerkreis gehören auch Bürger in Bayern, so dass ein Handlungsort (auch) hier gegeben ist. Gem. § 2 der gerichtlichen Zuständigkeitsverordnung Justiz – GZVJu Bayern besteht eine bayernweite Zuständigkeitskonzentration beim OLG Bamberg.

64

Auch der Klageantrag zu Ziff. 2 unterfällt der erstinstanzlichen Sonderzuständigkeit des Senats nach § 6 Abs. 1 S. 1 UKlaG, da der geltend gemachte Ersatzanspruch für die Abmahnkosten „nach diesem Gesetz“ (§ 5 UKlaG i. V. m. § 13 Abs. 3 UWG) verfolgt wird (vgl. OLG Frankfurt, Urteil vom 10.07.2025 – 6 UKI 14/24, NJW 2025, 3233, 3234 Rn. 19; OLG Koblenz, Urteil vom 05.12.2024 – 2 UKI 1/23, Rn. 55, juris; OLG Karlsruhe, Urteil vom 21.11.2024 – 12 UKI 1/24, GRUR-RR 2025, 254, 255 Rn. 28).

65

b. Der Kläger ist klagebefugt. Er beschränkt seine Klage ausweislich seines Antrags entgegen der Behauptung der Beklagten ausdrücklich auf Handlungen gegenüber Verbrauchern und hält sich damit sowohl an die Anforderung eines Handelns im Interesse des Verbraucherschutzes gem. § 2 Abs. 1 S. 1 UKlaG als auch an seinen Satzungszweck. Unabhängig davon stellt das Interesse des Verbraucherschutzes gem. § 2 Abs. 1 S. 1 UKlaG nach überwiegender Auffassung eine materiellrechtliche Beschränkung des Unterlassungsanspruchs und keine Prozessvoraussetzung dar (vgl. Köhler/Feddersen/Köhler/Alexander, UWG, 44. Aufl. 2026, UKlaG § 2 Rn. 84 m. w. Nachw.). Wird dem gefolgt, was hier nicht entschieden werden muss, so hätte ein fehlendes Verbraucherschutzinteresse damit keine Unzulässigkeit der Klage zur Folge.

66

c. Dem Kläger fehlt auch nicht wegen Vorrangs der europäischen Kontrollmechanismen die Klage- und Sachbefugnis, um aus § 3 Abs. 1 Nr. 1 i.V.m. § 2 Abs. 1 S. 1, Abs. 2 Nr. 57 UKlaG gegen die Beklagte vorzugehen.

67

Zu Recht weist die Beklagte zwar darauf hin, dass die Einhaltung der DSA als Akt europäischen Rechts grundsätzlich mit Mitteln des öffentlichen Rechts durch die Koordinatoren für digitale Dienste erfolgt (Art. 51 und Art. 56 Abs. 1 DSA), wobei gem. Art. 56 Abs. 2, 3 DSA für Verstöße durch sehr große Plattform- und Suchmaschinenanbieter im Sinne des Art. 33 DSA die Kommission ausschließlich zuständig ist (vgl. NK-DSA/Grisse, 1. Aufl. 2023, Art. 27 Rn. 51). Dies entzieht sie aber nicht der Kompetenz verbraucherschutzrechtlicher Überprüfung im Rahmen von Verfahren nach dem UKlaG. Wie der Schadensersatzanspruch des Nutzers gem. Art. 54 DSA belegt, schließt die öffentlichrechtliche Aufsicht eine zivilrechtliche Rechtsdurchsetzung nicht generell aus (Grisse a. a. O., Rn. 52; Kraul/Bartels, Das neue Recht der digitalen Dienste, 1. Aufl. 2023, § 5 Rn. 119 f.). Dies sieht die Beklagte im Grundsatz nicht anders, hält aber den Pauschalverweis des § 2 Abs. 2 Nr. 57 UKlaG für zu weitgehend und meint, einem Verbraucherschutzverband fehle die Klagebefugnis, wenn den gerügten Verstößen gegen die DSA keine verbraucherschützende Relevanz zukomme.

68

Der DSA ist in § 2 Abs. 2 Nr. 57 UKlaG ausdrücklich, und zwar ohne Einschränkung, als Verbraucherschutzgesetz genannt. Dies ist konsequent, denn grundsätzlich ist der DSA in besonderem Maße mit den Zielen des Verbraucherschutzes verbunden (KG, Beschluss vom 25.08.2025 – 10 W 70/25, WRP 2025, 1457, 1458 Rn. 17; HdB-VerbraucherR/Kroschwald, 4. Aufl. 2026, § 3b Rn. 48), wenngleich er auch nicht verbraucherschützende Vorschriften enthält. Dies hebt der Ordnungsgeber mit der Passage in Art. 1 Abs. 1 DSA ausdrücklich hervor und ergibt sich auch aus Erwägungsgrund 3.

69

Die Klagebefugnis wäre dem Kläger daher nur bei einer teleologischen Reduktion des § 2 Abs. 1 S. 1, Abs. 2 Nr. 57 UKlaG abzusprechen. Die Frage, ob einem Verbraucherverband die Klagebefugnis

ausnahmsweise fehlt, soweit er sich auf einzelne Vorschriften der DSA beruft, denen materiell kein Verbraucherschützer Gehalt zukommt – in diesem Fall dürfte es allerdings regelmäßig am Handeln im Interesse des Verbraucherschutzes gem. § 2 Abs. 1 S. 1 UKlaG fehlen –, muss im gegenständlichen Rechtsstreit nicht beantwortet werden. Jedenfalls den hier im Raum stehenden Normen Art. 16 und 27, 38 DSA kommt nämlich Verbraucherschützer Charakter zu.

70

aa. Das Verfahren zur De-Personalisierung der Feedsverwaltung gem. Art. 27 Abs. 3, 38 DSA dient dem Datenschutz der Nutzer (Art. 3 lit. b DSA), zu denen selbstverständlich in großem Umfang auch Verbraucher gehören (vgl. BeckOK UWG/Günther, 30. Ed. 01.07.2025, UKlaG § 2 Rn. 72). Die Bedeutung der De-Personalisierung kann aus Sicht des Verbraucherschutzes kaum unterschätzt werden, denn sie dient dem Erkennen, Vermeiden oder Reduzieren und Steuern systemischer Risiken, vgl. Art. 34 Abs. 1 DSA (HdB-VerbraucherR/Kroschwald, 4. Aufl. 2026, § 3b Rn. 92). Gerade vor dem Hintergrund der besonderen Bedeutung des Verbraucherschutzes für den DSA (Art. 1 Abs. 1 DSA) liegt es fern, die Zielrichtung des Art. 38 DSA vorrangig im Schutz des Binnenmarkts und fairen Wettbewerbs zu sehen und dem Verbraucherschutz nur eine Neben- oder gar bloße Reflexwirkung zuzusprechen.

71

Es überzeugt nicht, Art. 38 DSA den Verbraucherschützer Charakter deswegen abzusprechen, weil die Vorschrift nur sehr große Online-Plattformen bzw. -Suchmaschinen betrifft (so aber Steinrötter, Verbraucherschutz-Verbandsklagen zur Durchsetzung des Digital Services Act, MMR 2026, 3, 8). Für eine Einstufung als Verbraucherschützer Vorschrift ist nicht erforderlich, dass es sich um das alleinige Ziel handelt. Der Ordnungsgeber ist zu einer Abwägung berechtigt, die ihn vorliegend zu dem Ergebnis führen durfte, dass die Marktmacht der sehr großen Online-Anbieter mit der daraus folgenden Gefährdung der Allgemeinheit zusätzlich zu den alle Anbieter treffenden Verbraucherschutzinteressen eine besondere Verpflichtung zur Einrichtung eines De-Personalisierungsverfahrens rechtfertigt.

72

Zudem verengt es den Blick unsachgemäß, allein auf den Verbraucherschützer Charakter des Art. 38 DSA abzustellen. Art. 38 DSA ist eine Ergänzung zu Art. 27 DSA. Die Verpflichtung, dem Nutzer bei Existenz mehrerer Empfehlungssysteme den jederzeitigen Wechsel zu ermöglichen und diese Funktion unmittelbar und leicht zugänglich zu halten, folgt nicht aus Art. 38 DSA, sondern aus Art. 27 Abs. 3 S. 2 DSA. Dieser Absatz wiederum bezieht sich auf Art. 27 Abs. 1, Abs. 2 DSA (Transparenz der Empfehlungssysteme), einer Norm, die selbst von Autoren, die eine Verbraucherschützer Wirkung des Art. 38 DSA ablehnen, grundsätzlich als Verbraucherschutzvorschrift anerkannt wird (namentlich Steinrötter, MMR 2026, 3, 8 f.). Es wäre widersinnig und wird soweit ersichtlich auch nicht vertreten, dass die Transparenz der Empfehlungssysteme gem. Art. 27 Abs. 1, Abs. 2 DSA Verbraucherschützer ist, die Möglichkeit zum Wechsel zwischen den Systemen und die Verpflichtung zum klaren und verständlichen Hinweis gem. Art. 27 Abs. 3 DSA aber nicht.

73

Aus diesem Grund kann sich die Beklagte auch nicht mit Erfolg auf Art. 56 Abs. 2 DSA stützen. Diese Norm verleiht der Kommission ausschließliche Befugnisse, Kapitel III Abschnitt 5 zu überwachen und durchzusetzen. In diesem Abschnitt ist Art. 38 DSA enthalten, aber nicht Art. 27 DSA. Zudem betrifft Art. 56 DSA nur das Verhältnis von Kommission und mitgliedstaatlichen Behörden im Feld der Überwachung und Durchsetzung der Anbieterpflichten (Art. 51, Art. 65 ff. DSA, vgl. NK-DSA/Hofmann/Raue, 1. Aufl. 2023, Art. 56 Rn. 1, 3).

74

bb. Auch die Vorschrift des Art. 16 Abs. 1 S. 2, 2 S. 2 lit. c DSA dient – über eine bloße Neben- oder Reflexwirkung hinaus – dem Verbraucherschutz.

75

Eine wesentliche Funktion des Melde- und Abhilfeverfahrens gem. Art. 16 DSA ist die Konkretisierung der Voraussetzungen für die allgemeine Haftungsprivilegierung nach Art. 6 Abs. 1 lit. b DSA [Spindler/Schuster/Kaesling/Mörsdorf, Recht der elektronischen Medien, 5. Aufl. 2026, DSA Art. 16 Rn. 4; Gerdemann/Spindler: Das Gesetz über digitale Dienste (Digital Services Act) (Teil 1), GRUR 2023, 3, 8]. Hostingdiensteanbieter sind nach Art. 8 DSA nicht verpflichtet, gespeicherte Informationen zu überwachen. Sie müssen nicht aktiv nach Umständen forschen, die auf eine rechtswidrige Tätigkeit hindeuten (NK-

DSA/F. Hofmann, 1. Aufl. 2023, Art. 8 Rn. 15 f.). Erhält ein Host-Provider aber eine Meldung nach Maßgabe des Art. 16 DSA, deren Inhalt es einem sorgfältig handelnden Anbieter ermöglicht, ohne eingehende rechtliche Prüfung festzustellen, dass die einschlägige Tätigkeit oder Information rechtswidrig ist, begründet dies gem. Art. 16 Abs. 3 DSA eine konkrete Kenntnis und damit die Obliegenheit zum zügigen Tätigwerden nach Art. 6 Abs. 1 lit. b DSA.

76

Das formelle Meldeverfahren nützt damit zum einen dem Betreiber, dem es erspart bleibt, eigeninitiativ auf seiner Online-Plattform nach Rechtsverletzungen zu suchen. Diese Zielrichtung weist allerdings nur eine untergeordnete Bedeutung auf. Den Aufwand einer eigenen Recherche hätte der Ordnungsgeber dem Plattformbetreiber auch ersparen können, ohne ein Meldeverfahren einzuführen und hierfür eine Zunahme rechtswidriger Inhalte hinzunehmen. Dies verdeutlicht, dass Art. 16 Abs. 1, Abs. 2 DSA zugleich den Zweck verfolgt, die Plattform von rechtswidrigen Inhalten freizuhalten. Ein effektives Meldeverfahren dient damit auch dem Schutz der Nutzer – zu einem großen Anteil zugleich Verbraucher – vor rechtswidrigen Inhalten.

77

Dabei bewirkt die Angabe von Namen und E-Mail-Adresse des Melders gem. Art. 16 Abs. 2 S. 2 lit. c DSA eine Steigerung der Effektivität. Zwar muss der Hostingdiensteanbieter auch anonymen Meldungen nachgehen; allerdings wird man ihm zugestehen müssen, konkrete Erfahrungswerte von anonymen Meldungen berücksichtigen zu dürfen, um die Bearbeitung zu priorisieren und die Rechtswidrigkeit eines Inhalts zu beurteilen. So kann sich etwa in den Beschwerde- und den weiteren Rechtsbehelfsverfahren herausstellen, dass bei einer bestimmten Art von Informationen anonyme Hinweise überdurchschnittlich oft Fehlmeldungen sind (NK-DSA/Raue, 1. Aufl. 2023, Art. 16 Rn. 40). Schon deshalb steigert die Angabe von Identifizierungsmerkmalen der meldenden Person die Effektivität des sich anschließenden Abhilfeverfahrens.

78

Dieser Effekt wird noch durch die Verpflichtung des Hostingdiensteanbieters verstärkt, dem Hinweisgeber unverzüglich eine Empfangsbestätigung der Meldung (Art. 16 Abs. 4 DSA) sowie später die mit einer Rechtsbehelfsbelehrung versehene Entscheidung (Art. 16 Abs. 5 DSA) zu übermitteln. Beides setzt naturgemäß die Kenntnis seiner Identität voraus (Spindler/Schuster/Kaesling/Mörsdorf, Recht der elektronischen Medien, 5. Aufl. 2026, DSA Art. 16 Rn. 33; NK-DSA/Raue, 1. Aufl. 2023, Art. 16 Rn. 104).

79

Damit dient nicht nur das vor dem Hintergrund des Datenschutzes bestehende Recht des Melders auf Anonymität (Erwägungsgrund 50 S. 5 DSA), sondern auch umgekehrt die Möglichkeit zur Angabe der persönlichen Daten dem Verbraucherschutz.

80

d. Die Klage ist vollumfänglich hinreichend bestimmt im Sinne des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO.

81

aa. Der Klageantrag Ziff. 1. a) begegnet insoweit keinen Bedenken. Gem. § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO darf ein Unterlassungsantrag – und nach § 313 Abs. 1 Nr. 4 ZPO eine darauf beruhende Verurteilung – nicht derart undeutlich gefasst sein, dass Gegenstand und Umfang der Entscheidungsbefugnis des Gerichts nicht erkennbar abgegrenzt sind, sich der Beklagte deshalb nicht erschöpfend verteidigen kann und letztlich die Entscheidung darüber, was dem Beklagten verboten ist, dem Vollstreckungsgericht überlassen bliebe (st. Rspr.; vgl. BGH, Urteil vom 07.03.2019 – I ZR 184/17, GRUR 2019, 746, 747 Rn. 15 – Energieeffizienzklasse III; Urteil vom 30.04.2015 – I ZR 13/14, GRUR 2015, 1228, 1230 Rn. 26 – Tagesschau-App; Urteil vom 11.10.1990 – I ZR 35/89, GRUR 1991, 254, 256 – Unbestimmter Unterlassungsantrag). Eine Bezugnahme auf Anlagen – wie im Streitfall auf die Anlage K 3 – ist zur Konkretisierung der Verletzungshandlung, deren Verbot begehrt wird, zulässig (OLG Nürnberg, Beschluss vom 06.05.2015 – 3 U 379/15 –, Rn. 20, juris; BeckOK-ZPO/Bacher, 59. Ed. 01.12.2025, § 253 Rn. 57a i. V. m. Rn. 39a).

82

Nach diesen Maßstäben erweist sich der Klageantrag als hinreichend bestimmt. Für die Beklagte sind die Verletzungshandlungen klar erkennbar, deren Unterlassung der Kläger begehrt. Durch die Bezugnahme auf die konkrete Werbung gemäß Anlage K 3 ist die notwendige Konkretisierung hergestellt worden.

83

Das Argument der Beklagten überzeugt nicht, es fehle an der erforderlichen Bestimmtheit, weil der Kläger nicht bezeichne, in welchen Merkmalen des angegriffenen Verhaltens die Grundlage und der Anknüpfungspunkt für den Wettbewerbsverstoß und damit das Unterlassungsgebot liegen sollten, die konkreten Elemente des User Flows nicht identifiziere, die die Basis des Unterlassungsanspruchs bilden sollten, und im Unklaren lasse, ob der in Anlage K 3 gezeigte User Flow insgesamt verboten werden solle oder beibehalten werden könne, solange er über weitere Wege als den oben dargestellten Rechtsklick erreicht werden kann. Der Streitgegenstand wird durch den gesamten historischen Lebensvorgang bestimmt, auf den sich das Rechtsschutzbegehren des Unterlassungsklägers bezieht. Es liegt in der Hand des Klägers, die verschiedenen Aspekte, unter denen er die fragliche Bezeichnung beanstanden möchte, mit verschiedenen Anträgen im Wege der kumulativen Klagehäufung anzugreifen. Er kann aber auch nur ein Unterlassungsbegehren formulieren und mit verschiedenen Begründungen untermauern. Dann muss davon ausgegangen werden, dass der Streitgegenstand den im Antrag genannten Vorgang generell umfassen soll. Die erforderliche Bestimmtheit gem. § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO ist auch in diesem Fall gewahrt (BGH, Urteil vom 13.09.2012 – I ZR 230/11, GRUR 2013, 401, 403 Rn. 26 – Biomineralewasser).

84

Der Kläger hat die Ausgestaltung des Verfahrens zur Deaktivierung der personalisierten Feed-Funktion auf der Webseite der Beklagten dargestellt. Die Elemente, an denen er sich aus verbraucherschutzrechtlicher Perspektive stört, hat er hinreichend beschrieben; auch die Beklagte nennt keine relevanten Elemente des User Flows, die im Antrag nicht enthalten wären. Dadurch hat der Kläger das Verfahren in der konkreten, auf der von der Beklagten betriebenen Online-Plattform in der Web-Version zur Anwendung kommenden Weise zum Streitgegenstand gemacht. Über diesen hat das Gericht zu entscheiden, § 308 Abs. 1 ZPO. Der Kläger ist im Rahmen des § 253 ZPO nicht gehalten, darzulegen, welche hypothetische Alternativgestaltung er als rechtmäßig erachte. Deshalb muss er auch nicht angeben, ob er eine Ausgestaltung des Deaktivierungsverfahrens für personalisierte Feeds akzeptieren würde, wenn es auf andere Weise als über die im oberen Rand des gerade geöffneten Beitrags abgebildeten drei Punkte erreichbar wäre.

85

Aus den vorgenannten Gründen stellt Klageantrag Ziff. 1 a) keine unzulässige alternative Klagehäufung dar. Eine solche liegt vor, wenn ein einheitliches Klageziel aus unterschiedlichen Streitgegenständen abgeleitet wird (etwa gleichrangig aus eigenem und aus abgetretenem Recht; BGH, Beschluss vom 27.11.2013 – III ZR 371/12, BeckRS 2014, 01621; OLG Brandenburg, Urteil vom 09.11.2022 – 11 U 82/18, BeckRS 2022, 34191 Rn. 33; Stein/Roth, ZPO, 24. Aufl. 2024, § 253 Rn. 58). Dem gegenständlichen Klageantrag Ziff. 1 a) liegt aber nur ein Lebenssachverhalt zugrunde.

86

bb. Klageantrag Ziff. 1 b) ist in der zuletzt gestellten Fassung ebenfalls hinreichend bestimmt gem. § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO, was die Beklagte auch nicht in Abrede stellt.

87

Maßgeblich ist der Antrag aus dem Schriftsatz vom 22.12.2025 und nicht die Fassung der Klageschrift, die tatsächlich nicht hinreichend bestimmt war. Der Kläger durfte den Antrag neu formulieren. Seine Umformulierung stellt schon keine Klageänderung gem. § 263 ZPO dar, weil der zugrunde liegende Lebenssachverhalt gleich geblieben ist. Die Auffassung der Beklagten, der Klageantrag beinhalte in seiner neuen Fassung die Verpflichtung, die Meldung sämtlicher Verstöße (auch gegen die Compliance-Guideline) dem förmlichen Verfahren nach Art. 16 DSA zu unterwerfen, ist nicht zutreffend. Der Kläger stellt einen Unterlassungsantrag, der sich auf die derzeitige Ausgestaltung des Meldeverfahrens bezieht. Es handelt sich um keinen Verpflichtungsantrag, das Verfahren in einer bestimmten Weise aufzubauen.

88

Unabhängig davon wäre eine Klageänderung, die auf dem gerichtlichen Hinweis aus der Ladungsverfügung beruht, unzweifelhaft sachdienlich (§ 263 a. E. ZPO).

89

e. Der Zulässigkeit der Klage steht keine ausschließliche Entscheidungsbefugnis der EU-Kommission bzw. der Koordinatorin CnaM entgegen.

90

Die entsprechende Auffassung der Beklagten beruht auf der These, die hier maßgeblichen Normen seien nicht Verbraucherschützender Natur. Wie ausgeführt teilt der Senat diese Annahme nicht. Dass selbst bei einem Verstoß gegen Verbraucherschützende Vorschriften die Verbandsklage ausgeschlossen wäre, behauptet auch die Beklagte nicht. Eine solche Ansicht stünde auch in offenkundigem Widerspruch zu Erwägungsgrund 149 des DSA, die Nutzer hätten das Recht, eine juristische Person oder eine öffentliche Stelle mit der Ausübung ihrer in dieser Verordnung vorgesehenen Rechte zu beauftragen. Hieraus folgt, dass Nutzer die in der Verbandsklagen-RL vorgesehenen Stellen in Anspruch nehmen können. Dementsprechend führt die Verbandsklagen-RL in Anh. I Nr. 68 den DSA auf, was wiederum von § 2 Abs. 2 Nr. 57 umgesetzt wurde (Köhler/Fedderson/Köhler/Alexander, UWG, 44. Aufl. 2026, UKlaG § 2 Rn. 69; BeckOK UWG/Günther, 30. Ed. 01.07.2025, UKlaG § 2 Rn. 72).

91

2. Die zulässige Klage erweist sich auch in der Sache vollumfänglich als erfolgreich.

92

a. Dem Kläger steht gegen die Beklagte ein Unterlassungsanspruch gem. §§ 2 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 57 UKlaG zu.

93

Auf den vorliegenden Streitfall ist deutsches Sachrecht anwendbar. Richtet sich eine beanstandete Website bestimmungsgemäß an Kunden in der Bundesrepublik, so ist gem. Art. 6 Abs. 1 Rom-II-VO deutsches Recht anzuwenden, da die Rechte von Konsumenten betroffen sind, die in Deutschland leben (LG Berlin, Versäumnisurteil vom 06.05.2022 – 15 O 266/20, Rn. 8, juris; Herberger/Martinek/Rüßmann/Weth/Würdinger/Baetge, jurisPK-BGB, 11. Aufl. 2026, Stand: 01.03.2026, § 2 UKlaG, Rn. 121).

94

aa. Das von der Beklagten in der Web-Version verwendete Verfahren zur De-Personalisierung der Feeds erfüllt die Vorgaben des Art. 38, 27 Abs. 3 S. 2 DSA nicht, weil die Auswahlmöglichkeit der Funktion nicht unmittelbar und leicht zugänglich ist.

95

(1) Anbieter sehr großer Plattformen im Sinne des Art. 33 DSA müssen für ihre Empfehlungssysteme mindestens eine Nutzungsoption anbieten, die nicht auf Profiling gem. Art. 4 Abs. 4 DS-GVO, also nicht auf der Analyse und Bewertung personenbezogener Daten des Nutzers, beruht. Gibt es mehrere Empfehlungsoptionen, muss die Funktion, mit der diese (inklusive der Profilingfreien Empfehlungsoption) ausgewählt werden können, gem. Art. 38 i. V. m. Art. 27 Abs. 3 S. 2 DSA für die Nutzer von der Benutzeroberfläche aus, auf der die Empfehlungen angezeigt werden, jederzeit unmittelbar und leicht zugänglich sein (NK-DSA/Grise, 1. Aufl. 2023, Art. 38 Rn. 10, 11; Art. 27 Rn. 38).

96

Die Anforderungen der unmittelbaren und leichten Zugänglichkeit der Einstellungs- und Änderungsoption gem. Art. 27 Abs. 3 S. 2 DSA entspricht derjenigen des Art. 26 Abs. 1 lit. d DSA. Der Unterschied in der Formulierung („unmittelbar“ beziehungsweise „direkt“) geht auf eine Ungenauigkeit bei der Übersetzung zurück. Die Änderungsmöglichkeit ist direkt und leicht zugänglich, wenn sie parallel zu den gereihten Inhalten dargestellt oder über einen Hyperlink verknüpft wird (Spindler/Schuster/Kaesling/Janal, Recht der elektronischen Medien, 5. Aufl. 2026, DSA Art. 27 Rn. 20). Jedenfalls der Einstiegs-Link muss direkt im unmittelbaren Zusammenhang mit den Empfehlungen zu finden sein, z.B. in der Ecke eines Newsfeeds (Holznagel, Internet und E-Commerce: Die Regulierung von Empfehlungssystemen im DSA, CR 2025, 318, 320).

97

(a) Nach diesen Maßstäben ist die Funktion zur Deaktivierung der Personalisierung im Sinne des Art. 27 Abs. 3 S. 2 DSA unmittelbar zugänglich. Unstreitig lässt sich durch einen Rechtsklick auf ein Video ein Menü öffnen, das den Unterpunkt „Feeds verwalten“ enthält. Von diesem wiederum gelangt man zur Deaktivierungsfunktion. Nach unwidersprochen gebliebenem Vortrag der Beklagten, namentlich einem Zitat ihrer Hilfeseite, an dessen Richtigkeit kein Zweifel angemeldet wird, funktioniert dieser Weg beim Rechtsklick auf jeglichen angezeigten Beitrag und jegliches angezeigte Produkt (Anlage B 4). Da sowohl nach Art. 27 Abs. 3 S. 2 DSA als auch nach Erwägungsgrund 94 die Zugänglichkeit von der Online-

Schnittstelle aus stattfinden muss, auf der das Ergebnis des personalisierten Feeds präsentiert wird, entspricht die Positionierung in den Videos und sonstigen Produkten den Vorgaben des DSA (gleiches gilt für die Platzierung des Links in einem Nachrichten-Feed eines sozialen Mediums; Gerecke, Social-Media-Recht-HdB/Schmieke, 1. Aufl. 2023, Kap. 3 Rn. 99). Eine Platzierung in den Kontoeinstellungen ist dementsprechend nicht erforderlich (und genügte, wenn es sich um den einzigen Weg handelte, wohl auch nicht dem Unmittelbarkeitserfordernis). Dementsprechend ist es vor dem Hintergrund des Unmittelbarkeitskriteriums auch nicht zu beanstanden, dass sich das Menü mit dem Unterpunkt „Feeds verwalten“ beim Klick auf ein Teil der Benutzeroberfläche, der kein Video und kein sonstiges Produkt enthält, nicht öffnet.

98

(b) Allerdings ist die De-Personalisierungsfunktion nicht leicht zugänglich.

99

(aa) Der leichten Zugänglichkeit steht entgegen, dass die Funktion „Feeds verwalten“, die den Einstieg in das Menü zur Depersonalisierung bildet, nur bei einem Rechtsklick auf ein Video oder Produkt erscheint, bei einem Rechtsklick auf einen sonstigen Teil der Benutzeroberfläche oder auf die drei Punkte, die bei Bewegung des Cursors auf einem Video am oberen Rand erscheinen, sich aber andere Menüs öffnen, die diese Funktion nicht enthalten.

100

Eine Information ist leicht zugänglich, wenn der durchschnittliche Verbraucher auf möglichst einfache Weise von ihr Kenntnis erlangen (vgl. BT-Drs. 19/27655, S. 38, zum identischen Begriff in Art. 246d Abs. 2 EGBGB und § 312k Abs. 2 S. 4 BGB) und die Schaltfläche ohne erheblichen Aufwand finden kann (KG, Urteil vom 21.01.2025 – 5 UKI 8/24, MMR 2025, 538, 540 Rn. 34; BeckOK IT-Recht/Föhlisch, 20. Ed. 01.10.2025, BGB § 312k Rn. 20). Das setzt ihre Platzierung an der Stelle voraus, an der der Nutzer sie typischerweise erwartet (KG a. a. O., Rn. 37). Es setzt aber auch voraus, dass der Nutzer nicht erst im Rahmen einer Vielzahl von Einstellungsmöglichkeiten unterschiedlichster Art nach der Funktion suchen muss (so zu Art. 27 DSA: NK-DSA/Grise, 1. Aufl. 2023, Art. 27 Rn. 38). Korrespondierend hierzu fehlt es an der leichten Erreichbarkeit auch dann, wenn zwar das Menü, das den relevanten Unterpunkt (hier: „Feeds verwalten“) enthält, nicht überfrachtet ist, aber neben anderen Menüs besteht, die sich auf ähnliche Weise öffnen lassen und diesen Menüpunkt nicht enthalten.

101

Indem die Beklagte mit drei Punkten im oberen rechten Rand eine Menüfunktion eingerichtet hat, stellt sie eine dem durchschnittlichen Internetnutzer aus zahlreichen Programmen bekannte Option zur Ermöglichung weiterer Aktionen zur Verfügung. Bewegt vorliegend der Nutzer den Cursor über einen Beitrag und erscheinen daraufhin die drei Punkte, dann wird er regelmäßig diese anwählen, wenn er Funktionen ändern will. Im dann erscheinenden Menü findet sich aber keine Möglichkeit, die Feedsverwaltung zu depersonalisieren. Dies ist vor allem vor dem Hintergrund verwirrend, dass es mit dem Menüpunkt „nicht interessiert“ im unter den drei Punkten erscheinenden Drop-Down-Menü durchaus eine Funktion gibt, die mit der Beeinflussung der Feeds-Verwaltung zusammenhängt. Denn ausweislich der Erläuterung der Beklagten hat ein Klick auf den Unterpunkt „nicht interessiert“ zur Folge, dass künftig weniger ähnliche Inhalte angezeigt werden (Anlage K 2, „Für dich“, erster Gliederungspunkt). Der Nutzer wird demnach nicht davon ausgehen, dass die De-Personalisierung der Feeds in einem anderen Menü vorzunehmen ist, das sich nicht durch die drei Punkte, sondern über einen Rechtsklick auf ein Video oder Produkt (nicht aber auf einen „freien“ Teil der Benutzeroberfläche) aktivieren lässt.

102

Dabei ist auch von Bedeutung, dass eine möglichst einfache Weise der Kenntniserlangung gefordert wird. Die Gesetzesbegründung zum inhaltsgleichen Begriff in Art. 246d Abs. 2 EGBGB und § 312k Abs. 2 S. 4 BGB (siehe oben) ist auf Art. 27 Abs. 3 S. 2 DSA übertragbar. Es kann der Beklagten vor diesem Hintergrund zwar nicht abverlangt werden, umfangreiche Menüs zur Verfügung zu stellen, die dann wegen Überfrachtung wieder unübersichtlich und deshalb auch nicht leicht zugänglich wären. Die Aufnahme der De-Personalisierungsfunktion in das Menü, das bei einem Klick auf die drei Punkte erschien, führte aber nicht zu einer solchen Überfrachtung des bisher aus drei Schaltflächen bestehenden Menüs.

103

Der Unterlassungsantrag Ziff. 1 a) ist damit gem. §§ 2 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 57 UKlaG i. V. m. Art. 38, 27 Abs. 3 DSA begründet.

104

(bb) Da der Menüpunkt „Feeds verwalten“ entgegen Art. 27 Abs. 3 S. 2 DSA nicht leicht zugänglich ist, kommt es auf die weitere Frage nicht an, ob seine Bezeichnung die erforderliche Klarheit aufweist, also ob der durchschnittliche Nutzer unter diesem Menüpunkt die Möglichkeit zur De-Personalisierung erwartet.

105

bb. Die Beklagte verstößt zudem mit der Ausgestaltung ihres Meldeverfahrens für rechtswidrige Inhalte auf der von ihr betriebenen Online-Plattform gegen Art. 16 Abs. 1 S. 2, Abs. 2 S. 2 lit. c DSA.

106

Gem. Art. 16 Abs. 1 DSA haben die Hostingdiensteanbieter Verfahren einzurichten, nach denen Personen oder Einrichtungen ihnen mutmaßlich rechtswidrige Inhalte von Einzelinformationen in ihren Diensten melden können. Diese Verfahren müssen leicht zugänglich sowie benutzerfreundlich sein und eine Übermittlung von Meldungen ausschließlich auf elektronischem Weg ermöglichen. Sie müssen das Übermitteln hinreichend genauer und angemessen begründeter Meldungen erleichtern. Dazu haben die Hostingdiensteanbieter die erforderlichen Maßnahmen zu ergreifen, um die Übermittlung von Meldungen zu ermöglichen und zu erleichtern, die u. a. den Namen und die Adresse der meldenden Person enthalten (Art. 16 Abs. 2 S. 1, S. 2 lit. c DSA).

107

(1) Leicht zugänglich im Sinne des Art. 16 Abs. 1 S. 2 DSA ist das Meldeverfahren, wenn bereits der Einstieg in das Verfahren klar erkennbar ist (vgl. Erwägungsgrund 50 S. 3 DSA). Der meldewilligen Person oder Einrichtung muss es danach möglich sein, direkt in der Nähe des zu meldenden Inhalts in das Meldeverfahren einzusteigen (Spindler/Schuster/Kaesling/Mörsdorf, Recht der elektronischen Medien, 5. Aufl. 2026, DSA Art. 16 Rn. 10; NK-DSA/Raue, 1. Aufl. 2023, Art. 16 Rn. 24). Klar erkennbar ist der Einstieg in das Meldeverfahren zudem nur dann, wenn sich anhand seiner äußeren Gestaltung die Möglichkeit einer Meldung rechtswidriger Inhalte ohne weiteres erschließt. Etabliert haben sich durch ein Flaggensymbol und/oder den Text „Inhalt melden“ gekennzeichnete Schaltflächen (Meldebuttons), nach deren Anklicken sich ein Webformular oder auch ein mehrstufiges Menü zur Meldung des Inhalts öffnet (Mörsdorf a. a. O.).

108

Nach diesen Maßstäben bestehen an der leichten Zugänglichkeit des gegenständlichen Meldeverfahrens keine Zweifel; solche werden vom Kläger auch nicht geltend gemacht.

109

(2) Die Ausgestaltung des Meldeverfahrens stellt sich aber nicht als benutzerfreundlich im Sinne des Art. 16 Abs. 1 S. 2 DSA dar.

110

(a) Benutzerfreundlich ist das Meldeverfahren, wenn es ohne Unannehmlichkeiten für meldewillige Personen und Einrichtungen durchschritten werden kann (Spindler/Schuster/Kaesling/Mörsdorf, Recht der elektronischen Medien, 5. Aufl. 2026, DSA Art. 16 Rn. 11). Auswahlmenüs, die meldewilligen Personen eine juristische Bewertung des von ihnen gemeldeten Inhalts abverlangen, sind im Hinblick auf die nach Art. 16 Abs. 2 S. 2 lit. a DSA geforderte Erläuterung zulässig; auch sie müssen aber benutzerfreundlich ausgestaltet sein (Mörsdorf a. a. O.).

111

Vorliegend sieht das Drop-Down-Menü, das sich nach einem Klick auf den leicht zugänglichen Meldebutton öffnet, eine ganze Reihe von Auswahlmöglichkeiten vor, von denen nur die Schaltfläche „Widerrechtlichen Inhalt melden“ einen den Vorgaben des Art. 16 DSA genügenden Weg eröffnet. Diese befindet sich ohne besondere Hervorhebung inmitten der weiteren Schaltflächen. In keiner Weise ist kenntlich gemacht, dass sie sich von den übrigen Untermenüs qualitativ unterscheidet. Der Nutzer kann nicht erkennen, dass er nur bei Auswahl der Schaltfläche „Widerrechtlichen Inhalt melden“ ein offizielles Meldeverfahren gem. Art. 16 DSA in die Wege leitet. Dies ist umso mehr von Bedeutung, als einige der übrigen Unterpunkte ebenfalls rechtswidrige Inhalte gem. Art. 3 lit. h) DSA betreffen (etwa „Hass und Belästigung“, „Betrug und Schwindel“ oder „Fälschungen und geistiges Eigentum“).

112

Faktisch hängt es daher häufig vom Zufall ab, welche Schaltfläche der Nutzer betätigt und demnach auch, ob er ein den Anforderungen des Art. 16 DSA genügendes Meldeverfahren in die Wege leitet. Der Nutzer, der (ungewöhnlicherweise) die Anforderungen des Art. 16 Abs. 2 DSA kennt, müsste eventuell den eingeleiteten Meldevorgang abbrechen und weitere Menüpunkte ausprobieren, bis er auf die Schaltfläche „widerrechtlichen Inhalt melden“ stößt. Die Auffindung dieses Meldeverfahrens wird dem Nutzer daher durch die Ausgestaltung in einer Weise erschwert, dass sie entgegen der Vorgabe der Benutzerfreundlichkeit mit Unannehmlichkeiten verbunden ist. Der weitaus häufigere Fall wird allerdings ohnehin sein, dass der meldewillige Nutzer gar nicht bemerkt, kein den Anforderungen des Art. 16 DSA entsprechendes Verfahren in die Wege geleitet zu haben.

113

(b) Dem steht der Einwand der Beklagten nicht entgegen, zur Einrichtung eines parallelen Meldeverfahrens für Verstöße gegen ihre Community-Standards berechtigt zu sein, das nicht den Anforderungen des Art. 16 DSA genügen muss. Dieses Recht steht ihr zweifellos zu. Ebenso wenig wie es mit Art. 16 DSA vereinbar ist, wenn dieses Meldeverfahren das vom DSA vorgesehene benachteiligt (Spindler/Schuster/Kaesling/Mörsdorf, *Recht der elektronischen Medien*, 5. Aufl. 2026, DSA Art. 16 Rn. 12), kann es aber dazu berechtigen, das Verfahren nach Art. 16 DSA so in den Hintergrund treten zu lassen, dass seine Benutzerfreundlichkeit leidet. Dies ist vorliegend indes mangels jedweder Kennzeichnung, welche Schaltflächen die Meldung der Verletzung von Community-Standards und welche die Meldung rechtswidriger Inhalte im Sinne des Art. 16 Abs. 1 DSA betreffen, der Fall.

114

(c) Dementsprechend besteht der Unterlassungsanspruch im unter Ziff. 1 b) beantragten Umfang. Entgegen der Auffassung der Beklagten ist Unterlassungsantrag nicht zu weitgehend.

115

Ein Unterlassungsantrag ist zu weitgehend, soweit er den materiellen Unterlassungsanspruch übersteigt (Köhler/Feddersen/Bornkamm/Feddersen, *UWG*, 44. Aufl. 2026, UKlaG § 2 Rn. 86 i. V. m. *UWG* § 8 Rn. 1.66). Der sachliche Umfang des Unterlassungsanspruchs richtet sich nach dem Umfang einer Begehungsgefahr. Ausgangspunkt ist dabei die konkrete Verletzungshandlung. Dabei ist zu beachten, dass sich die durch eine Verletzungshandlung begründete Wiederholungsgefahr grundsätzlich auf alle im Kern gleichartigen Verletzungshandlungen erstreckt, ohne dass insofern auf eine Erstbegehungsgefahr zurückgegriffen werden müsste (Köhler/Feddersen/Bornkamm/Feddersen a. a. O., Rn. 1.64).

116

Nach diesen Maßstäben entspricht der Antrag, der sich eng am konkreten Verstoß orientiert, der Reichweite des materiellen Unterlassungsanspruchs. Er umfasst nur die Unterlassung der konkreten Ausgestaltung des Meldevorgangs. Der Beklagten wird die Vorhaltung eines zusätzlichen – neben dem formellen nach Art. 16 Abs. 1, Abs. 2 DSA bestehenden – Meldewegs für Verstöße gegen Community-Standards nicht verboten. Sie kann dabei grundsätzlich auch Untermenüs mit den jetzt schon vergebenen Bezeichnungen vorhalten, sofern ihre konkrete Ausgestaltung nicht dem Gebot der Benutzerfreundlichkeit im Sinne des Art. 16 Abs. 1 S. 2 DSA des vom DSA vorgesehenen Meldeverfahrens für als rechtswidrig angesehene Inhalte entgegensteht und sich nicht als kerngleich mit dem hier gegenständlichen Erstverstoß darstellt.

117

cc. Das Interesse des Verbraucherschutzes an den geltend gemachten Unterlassungsansprüchen im Sinne des § 2 Abs. 1 S. 1 UKlaG folgt regelmäßig aus den Zuwiderhandlungen gegen verbraucher-schützende Normen (Köhler/Feddersen/Köhler/Alexander, *UWG*, 44. Aufl. 2026, UKlaG § 2 Rn. 84). Anhaltspunkte für ein nicht im Kollektivinteresse liegendes oder aus sonstigen Gründen nicht vom Verbraucherschutzinteresse gedecktes Tätigwerden des Klägers (vgl. BeckOK *UWG/Günther*, 30. Ed. 01.07.2025, UKlaG § 2 Rn. 82 f.) bestehen vorliegend nicht.

118

dd. Da die Beklagte die geforderte strafbewehrte Unterlassungserklärung nicht abgegeben hat, streitet eine tatsächliche Vermutung für das Vorliegen der auch im Anwendungsbereich des UKlaG für einen Unterlassungsanspruch konstitutiven Wiederholungsgefahr (vgl. BGH, *Urt. v. 06.06.2018 – VIII ZR 247/17*, GRUR-RR 2018, 454, 456 Rn. 35 – Strompreise; Beschluss vom 16.11.1995 – I ZR 229/93, GRUR 1997, 379, 380 – Wegfall der Wiederholungsgefahr II; Köhler/Feddersen/Köhler/Alexander, *UWG*, 44. Aufl. 2026,

§ 2 UKlaG Rn. 82; Nomos-BR/Walker, UKlaG, 1. Aufl. 2016, § 2 Rn. 7). Gründe, die eine Wiederholungsgefahr ausnahmsweise auch ohne Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung ausreichen ließen, sind nicht vorgetragen und nicht ersichtlich.

119

b. Der Kläger hat weiter einen Anspruch auf Erstattung von Abmahnkosten in der geforderten Höhe gem. § 5 UKlaG i. V. m. § 13 Abs. 3 UWG (Klageantrag Ziff. 2).

120

Hierfür kommt es nicht darauf an, dass die Abmahnung zum Teil auch einen unrichtigen Sachverhalt zugrunde legte, nämlich soweit sie sich auf den Verstoß gegen die Pflicht zur Einrichtung eines nicht auf Profiling beruhenden Empfehlungssystems gem. Art. 38 DSA bezieht. Anders als dort ausgeführt (Anlage K 7, S. 4), hat die Beklagte ein solches System unstreitig vorgehalten und insoweit ihrer Verpflichtung genügt. In Streit steht nunmehr die in der Abmahnung noch nicht gegenständliche Ausgestaltung des De-Personalisierungsverfahrens.

121

Dies berührt die Höhe der berechtigten Abmahnkosten aber nicht. Bei einer nur teilweisen Berechtigung der von einem Verband in Rechnung gestellten Abmahnkostenpauschale kommt keine Kürzung in Betracht, denn die Höhe der Abmahnkostenpauschale ist nicht von der Zahl der abgemahnten Verstöße abhängig. Sobald daher ein Verband auch nur einen berechtigten Unterlassungsanspruch geltend gemacht, ist es für seinen Aufwendungsersatzanspruch unschädlich, wenn in derselben Abmahnung zugleich nicht bestehende Ansprüche erhoben werden. Daher sind solche Kostenpauschalen auch bei nur teilweise berechtigten Abmahnungen ungekürzt zu erstatten (BGH, Urteil vom 10.12.2009 – I ZR 149/07, GRUR 2010, 744, 749 Rn. 51 – Sondernewsletter; OLG Köln, Urteil vom 13.03.2020 – 6 U 267/19, GRUR-RR 2020, 506, 508 Rn. 34; Köhler/Feddersen/Bornkamm/Feddersen, UWG, 44. Aufl. 2026, § 13 Rn. 122; Russlies, Die Abmahnung im gewerblichen Rechtsschutz, 1. Aufl. 2021, Rn. 467).

122

b. Die verlangte Pauschale von 306,69 € brutto ist vom Kläger plausibel dargelegt worden (Klageschrift vom 01.04.2025, S. 19 = Bl. 19 d. A.; Abmahnung vom 04.11.2024, Anlage K 7, S. 6) und der Höhe nach im Rahmen der dem Senat nach § 287 ZPO zustehenden Ermessensentscheidung nicht zu beanstanden. Einwendungen werden insoweit von der Beklagten auch nicht erhoben. Dass der Kläger in seiner Berechnung sogar auf einen Betrag von 307,69 € kommt, ist unbeachtlich, da er einen solchen nicht geltend macht (§ 5 UKlaG i. V. m. § 308 Abs. 1 S. 1 ZPO).

III.

123

1. Die Kostenentscheidung folgt aus § 91 ZPO.

124

2. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit ergibt sich aus § 709 S. 1, S. 2 ZPO.

IV.

125

1. Die Revision war gemäß § 6 Abs. 2 UKlaG i. V. m. § 543 Abs. 2 ZPO zuzulassen. Die Rechtssache hat grundsätzliche Bedeutung (§ 543 Abs. 2 S. 1 Nr. 1 ZPO), zudem erfordert die Fortbildung des Rechts eine Entscheidung des Revisionsgerichts.

126

Rechtsprechung zum verbraucherschützenden Charakter der Art. 16 und 38 DSA liegt noch nicht vor. Der soweit ersichtlich einzige aktuelle Beitrag aus der juristischen Fachliteratur, der sich vertieft mit dieser Frage auseinandersetzt (Steinrötter, MMR 2026, 3 ff.), kommt zu anderen Ergebnissen als der Senat. Da die Empfehlungssysteme sehr großer Online-Plattformen auf einem ähnlichen Prinzip beruhen wie das von der Beklagten auf der streitgegenständlichen Plattform angewandte, reicht die Bedeutung über den Einzelfall hinaus.

127

2. Zuständiges Revisionsgericht ist der Bundesgerichtshof, da die streitentscheidenden Rechtsnormen dem Bundesrecht entspringen und nicht im Wesentlichen in den Landesgesetzen enthalten sind (§ 6 Abs. 2 UKlaG i. V. m. Art. 11 BayAGGVG, § 8 Abs. 1, Abs. 2 EGGVG, § 7 Abs. 1 EGZPO).

V.

128

1. Eine Aussetzung analog § 148 ZPO im Hinblick auf die Überprüfung der von der Beklagten betriebenen Plattform durch die EU-Kommission ist nicht geboten.

129

2. Eine Vorlage an den EuGH gem. Art. 267 EUV ist schon aus dem Grund nicht erforderlich, dass der Senat nach Zulassung der Revision nicht letztentscheidendes Gericht ist.