

# **Vermittlungsplattform darf den Verkauf personalisierter Online-Tickets nicht ermöglichen**

## **Eigener Leitsatz:**

Die Vermittlung personalisierter Online-Tickets durch eine Vermittlungsplattform ist wettbewerbswidrig, sofern die Eintrittskarten von gewerblichen Anbietern angeboten werden. Bei personalisierten Eintrittskarten, d.h. Eintrittskarten auf denen der Name des Erstbesitzers aufgedruckt ist, handelt es sich um nicht verkehrsfähige Waren, die unter das per-se-Verbot des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG fallen, so dass ein Anbieten der Karten wettbewerbswidrig ist. Das Abtretungsverbot des Veranstalters in seinen Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist wirksam und verstößt auch nicht gegen Kartellrecht. Der Betreiber einer Vermittlungsplattform haftet wegen Verletzung von Verkehrssicherungspflichten, wenn dieser nach einem Hinweis auf den Verkauf personalisierter Eintrittskarten das Angebot nicht sperrt und keine Kontrollmaßnahmen eingeleitet hat. Bietet ein Verkäufer 70 Eintrittskarten an, handelt es sich eindeutig um einen gewerblichen Verkäufer, auch wenn dieser als Privatverkäufer auftritt.

**Landgericht Hamburg**

**Urteil vom 09.03.2011**

**Az.: 315 O 489/10**

**Tenor:**

I. Die einstweilige Verfügung vom 20.12.2010 wird mit der Maßgabe aufrecht erhalten, dass es in Ziffer I. 1. heißen muss:

„... im geschäftlichen Verkehr, insbesondere im Internet und dort insbesondere auf den Internetseiten ... und ..., den gewerblichen und/oder kommerziellen Weiterverkauf personalisierter Online-Tickets für die „...“ Tour 2011 in Deutschland zu ermöglichen;“

II. Die Antragsgegnerin hat auch die weiteren Kosten des Verfahrens zu tragen.

Tatbestand

Die Antragstellerin wendet sich dagegen, dass die Antragsgegnerin auf dem sogenannten Ticketzweitmarkt, nämlich ihrer Ticketbörse im Internet, personalisierte Eintrittskarten trotz aus ihrer, der Antragstellerin, Sicht fehlender Verkehrsfähigkeit für die „...“ Tour 2011 anbietet und diese Tickets als „100% gültig“ bewirbt.

Die Antragstellerin ist eine in Deutschland ansässige Konzertagentur. Sie veranstaltet die im Rahmen der „...“ Tournee 2011 in Deutschland stattfindenden drei Konzerte der Band in H..., D... und M... . Für die Konzerte in H und D werden ausschließlich sog. Online-Tickets verkauft. Diese werden exklusiv durch die Vertriebspartnerin der Antragstellerin unter der Internetadresse .de veräußert. Für das Konzert in M... werden 25% der Tickets als sog. Computertickets verkauft, nämlich über die Vorverkaufsstellen und Callcenter der Firma M Ticket. Die übrigen 75% werden ebenfalls als Online-Tickets über ...de verkauft. Am 05.11.2010 startete der Vorverkauf. Alle Ticketpreise für die Online-Tickets liegen unter 100 EUR. Zu Beginn des Bestellvorgangs im Internet wird der Kunde darauf hingewiesen, dass der Erwerb von Tickets pro Person auf maximal sechs beschränkt ist und dass es sich bei den Tickets um personalisierte Tickets handelt, das heißt, der Name des zum Einlass Berechtigten ist Bestandteil des Tickets. Bei

Einlass zum Konzert muss sich der Besucher im Rahmen von Ticketkontrollen gegebenenfalls legitimieren. In den AGBs der Antragstellerin (Anlage ASt. 3), die der Kunde vor Abschluss einer Bestellung durch Setzen eines Häkchens akzeptieren muss, sind in Ziffer 10 die „Besonderen Bestimmung für den Erwerb personalisierter Tickets“ und in Ziffer 11 „Die Übertragung und Umpersonalisierung der personalisierten Online Tickets“ geregelt. Die Weiterveräußerung der Tickets an einen Dritten setzt nach Ziffer 10.4 die Zustimmung der Antragstellerin voraus, die dort vorbehaltlich der in Ziffer 10.5 genannten Einschränkungen vorab erteilt wird. Dort ist bestimmt:

„10.5 Aus Gründen der Fairness, zur Unterbindung des Weiterverkaufs von Tickets zu überhöhten Preisen und um eine damit verbundene Rufschädigung des Veranstalters zu vermeiden, wird die Zustimmung des Veranstalters zum Eintritt eines Dritten in den Veranstaltervertrag gem. Ziffer 10.4 in den folgenden Fällen nicht erteilt:

a) bei einer gewerblichen und/oder kommerziellen Weitergabe oder Veräußerung von Online-Tickets ohne vorherige ausdrückliche Zustimmung des Veranstalters,

b) ...

c) bei einer Veräußerung von Online-Tickets zu einem Preis, der den Originalpreis der Tickets zuzüglich Vorverkaufsgebühr und zuzüglich Unkosten, die dem Verkäufer sonst aufgrund des Erwerbs oder der Weiterveräußerung des Tickets entstanden sind (maximal jedoch in Höhe von 15% des Originalpreises plus Vorverkaufsgebühr) übersteigt,

d) bei einer Veräußerung von Online-Tickets um Gewinn zu erzielen,

e) ...

f) ...

In diesen Fällen ist einer Weitergabe und/oder Weiterveräußerung der Online-Tickets untersagt.

10.6 Im Falle eines Verstoßes gegen die in Ziff. 10.5 enthaltenen Verbote ist der Veranstalter berechtigt, die betroffenen Tickets zu sperren und dem jeweiligen Ticketinhaber den Zugang zur Veranstaltung zu verweigern. Im Fall eines nur geringfügigen Verstoßes wird der Veranstalter dem jeweiligen Ticketinhaber die Sperrung zunächst androhen. Im Fall eines schwerwiegenden Verstoßes gegen die in Ziff. 10.5 enthaltenen Verbote erfolgt die Sperrung ersatzlos, d.h. ohne Rückerstattung des gezahlten Ticketpreises.

10.7 Für jeden Fall einer schuldhaften Zuwiderhandlung ... ist der Veranstalter darüber hinaus berechtigt, von Ihnen die Zahlung einer Vertragsstrafe zu verlangen. ...“

Für die weiteren Einzelheiten der AGBs wird auf die Anlage ASt. 3 verwiesen. Diese Bedingungen sind – in verkürzter Form – auch auf den Tickets selbst enthalten. Auf die als Muster beigelegten Tickets in Anlage ASt. 7 wird verwiesen.

Die in L... ansässige und über eine Zweigniederlassung in M verfügende Antragsgegnerin betreibt unter der deutschen Internet-Domain ...de und der Seite ...com ein Online-Ticketportal. Auf diesem können registrierte Nutzer eine Vielzahl von Eintrittskarten für Musik- und Sportveranstaltungen ankaufen oder zum Verkauf anbieten. Ausweislich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen kauft und verkauft die Antragsgegnerin die Tickets nicht selbst; sie vermittelt lediglich den Verkauf zwischen ihren Nutzer gegen eine Vermittlungsgebühr. Die Transaktion zwischen den Nutzern läuft so ab, dass ein potentieller Verkäufer zunächst auf der Internetseite der Antragsgegnerin die Veranstaltung auswählt, für die er Eintrittskarten verkaufen möchte. Nach einer Registrierung bei der Antragsgegnerin legt der Verkäufer anhand eines von der Antragsgegnerin bereitgestellten Formulars bzw. weiterer Informationen eine genaue Beschreibung

der angebotenen Eintrittskarte, den Verkaufspreis und den Verkaufsmodus fest. Die Angebote der verschiedenen Verkäufer werden dem registrierten Käufer, der nach Tickets für ein bestimmtes Konzert sucht, in Form einer Liste aufgestellt. Aus der Liste kann sich der Käufer ein Angebot herausuchen. Nach Erhalt der Bestätigung, dass ein registrierter Käufer ein Ticket gekauft hat, erhält der Verkäufer von der Antragsgegnerin eine Aufforderung zum Versand der Eintrittskarte. Nach Erhalt der Bestätigung, dass der Verkäufer die Eintrittskarten versendet hat, zieht die Antragsgegnerin den Kaufpreis, ihre Vermittlungsgebühr einschließlich der anfallenden Mehrwertsteuer sowie die Kosten für die Versendung der Tickets vom Käufer ein. Nachdem der Käufer das Ticket erhalten hat, leitet die Antragsgegnerin den Kaufpreis unter Abzug der Vermittlungsgebühr an den Verkäufer weiter. Die Antragsgegnerin gewährt eine Garantie für die Sicherheit der Transaktionen auf ihrer Internetseite.

Noch vor Beginn des Vorverkaufs informierte die Antragstellerin die Antragsgegnerin mit Schreiben für die „...“ Tour 2011 um sog. personalisierte Tickets handele, die ohne Zustimmung der Antragstellerin nicht unbeschränkt handelbar seien. Nach Beginn des Vorverkaufs kontrollierte die Antragstellerin die Internetplattform der Antragsgegnerin. Bereits auf der ersten Seite der Homepage der Antragsgegnerin wurden die Konzerte als „unsere Empfehlungen“ beworben. Nach Anklicken des Links „...“ hieß es unter der Überschrift „Tickets“:

„... verspricht das größte Konzertereignis in 2011 zu werden. Verpassen Sie diese einmalige Gelegenheit nicht und sichern Sie sich Ihre ... Tickets jetzt!“

Auf der Plattform wurden zahlreiche „...“-Online-Tickets zu – im Vergleich zu den Originalpreisen – deutlich höheren Preisen und zudem teilweise durch Wiederverkäufer angeboten, die diese zuvor unter Verstoß gegen die Kontingentierung bei der Antragstellerin erworben hatten. In der Folgezeit erhielten

diverse Kunden Tickets mit anderen Namen und zahlten hierfür deutlich höhere Preise als die von der Antragstellerin geforderten Originalpreise. Auf entsprechende Beschwerden der Käufer antwortete die Antragsgegnerin per Email (Anlage ASt. 17):

„Lieber Kunde,

wir kontaktieren Sie heute bezüglich Ihrer Transaktion für ... . Wie es auf dem sekundären Ticketmarkt üblich ist, kann es durchaus vorkommen, dass auf Ihren Tickets die Namen der Erstbesitzer gedruckt sind. Dieses sollte sie jedoch keineswegs beunruhigen. [...] Aus unserer Erfahrung können wir Ihnen aber versichern, dass dieses zu keinen Problemen führt, da nicht die Namen bei derartigen Events überprüft werden, sondern nur die Gültigkeit der Tickets – und dieses ist Ihnen durch ... zu 100% garantiert.[...]“

Die Antragstellerin mahnte die Antragsgegnerin daraufhin am 24.11.2010 unter Hinweis auf drei Fälle des gewerblichen Tickethandels unter Angabe der jeweiligen Ticket-Barcodes der Antragsgegnerin erfolglos ab. Auf die Anlage ASt. 23 wird für weitere Einzelheiten verwiesen. Im Rahmen weiterer Nachforschungen stieß die Antragstellerin in der Folgezeit auf den „Ticketgroßhändler“ G... , der sich nach dem Verkauf von 162 Tickets nach entsprechender Abmahnung durch die Antragstellerin strafbewehrt zu Unterlassung verpflichtete (Anlage ASt. 21).

Die Antragstellerin erwirkte schließlich bei dem angerufenen Gericht die einstweilige Verfügung vom 20.12.2010, mit welcher der Antragsgegnerin bei Meidung der gesetzlichen Ordnungsmittel verboten worden ist,

1. im geschäftlichen Verkehr, insbesondere im Internet und dort insbesondere auf den Internetseiten ...de und ...com, den Verkauf personalisierter Online-Tickets für die "... Tour 2011 in Deutschland zu ermöglichen;

und/oder

2. im geschäftlichen Verkehr zu behaupten, die unter Ziffer 1. beschriebenen Tickets seien gültig und/oder deren Gültigkeit werde 100 % garantiert.

Hiergegen richtet sich der Widerspruch der Antragsgegnerin.

Im Verlauf des Widerspruchsverfahrens stieß die Antragsgegnerin im Rahmen ihrer Nachforschungen auf drei weitere „Ticketgroßhändler“, nämlich die Herren E... und M... sowie eine T... .

Die Antragstellerin trägt vor:

Ihr stehe ein Unterlassungsanspruch aus §§ 8 Abs. 1, 3 Abs. 3 UWG i.V.m. Nr. 9 des Anhangs zum UWG sowie aus §§ 8 Abs. 1, 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 1, 5a Abs. 2, Abs. 3 Nr. 1 UWG zu, weil es an der Verkehrsfähigkeit der angebotenen Online-Tickets fehle. Das beanstandete Verhalten der Antragsgegnerin sehe sie zum einen in der „Ermöglichung des Verkaufs“, nämlich dem gesamten Vermittlungsvorgang bestehend aus dem Angebot der Tickets, dem Bewerben, dem Organisieren der Veräußerung über die Plattform, dem Zur-Verfügung-Stellen der Plattform für Verkäufe dieser Art, dem Einzug des Geldes und dem After-Sell-Service. Zum anderen verstoße die Antragstellerin auch gegen die sie treffenden Verkehrssicherungspflichten, indem sie den Verkauf von Tickets durch gewerbliche Tickethändler zulasse. Obwohl die Antragsgegnerin durch die Abmahnung der Antragstellerin auf derartige unzulässige gewerbliche Angebote hingewiesen worden sei, habe sie keine Sperrungs- bzw. Kontrollmaßnahmen eingeleitet.

Zwischen den Parteien bestehe ein Wettbewerbsverhältnis, denn die Parteien wendeten sich an denselben Abnehmerkreis. Die Antragsgegnerin gestalte die Angebote inhaltlich selbst (z.B. Werbetexte, Ankündigungen, Darstellung der Konzerte/Termine, interaktiver Saalplan, Kartenkategorien), versende die Tickets selbst und ziehe auch den Kaufpreis ein. Durch das Angebot auf

ihrer Internetseite erwecke die Antragsgegnerin den Eindruck, als seien die Tickets verkehrsfähig. Tatsächlich sei dies nicht der Fall, da die Tickets personalisiert seien. Eine Umpersonalisierung der Tickets sei kaum möglich, da der Käufer seinen Vertragspartner gar nicht kenne und keinerlei Kontaktdaten im Verlauf der Transaktion erhalte. Eine Weiterveräußerung sei zudem nur unter bestimmten Voraussetzungen zulässig. Bei den Tickets handele sich um qualifizierte Legitimationspapiere, deren Übertragung durch Abtretung erfolge, die hier durch die AGBs zulässig gem. § 399 BGB eingeschränkt worden sei. Diese AGB-Bestimmungen seien auch wirksam, denn die Antragstellerin verfolge mit der Weiterveräußerungsbeschränkung das berechtigte Interesse, den Weiterverkauf, insbesondere auch an jugendliche Fans, zu überhöhten Preisen auf dem Schwarzmarkt zu verhindern. Außerdem werde ihr guter Ruf gefährdet, wenn die Tickets zu teuer würden oder Fans am Eingang abgewiesen würden. Ferner ließe die vertragliche Regelung dem Käufer hinreichende Möglichkeiten zum Weiterverkauf seines Tickets.

Die Aussagen der Antragsgegnerin, insbesondere in ihren Emails, dass die Tickets zu 100% gültig seien, seien vor diesem Hintergrund irreführend.

Eine Kartellrechtswidrigkeit der Abtretungsverbote sei nicht gegeben. Eine marktbeherrschende Stellung auf dem relevanten Markt habe die Antragsgegnerin nicht dargelegt. Der relevante Markt sei im Übrigen der für den Verkauf von Eintrittskarten für Rock- und Popkonzerte. Ein Missbrauch der marktbeherrschenden Stellung liege erst recht nicht vor.

Die Antragstellerin beantragt,

die einstweilige Verfügung vom 20.12.2010 mit der Maßgabe aufrecht zu erhalten, dass an die Ziffer I.1 an „...in Deutschland zu ermöglichen“ angefügt wird:

„...es sei denn, dass der Verkauf der personalisierten Online-

Tickets mit Zustimmung der Antragstellerin nach § 7.4 in Verbindung mit § 7.5 der AGB der Antragstellerin erfolgt“;

hilfsweise:

...untersagt,

im geschäftlichen Verkehr, insbesondere im Internet und dort insbesondere auf den Internetseiten ...de und ...com den Verkauf personalisierter Online-Tickets für die „...“ Tour 2011 in Deutschland zu bewerben und/oder bewerben zu lassen, wenn das geschieht wie in der Anlage AS 15 geschehen.“

Die Antragsgegnerin beantragt,

die einstweilige Verfügung vom 20.12.2010 aufzuheben und den auf ihren Erlass gerichteten Antrag zurückzuweisen.

Die Antragsgegnerin trägt vor:

Die Antragsgegnerin versende die Tickets nicht selbst. Der Verkäufer erhalte von ihr zur Vereinfachung der Versendung ein UPS-Label mit der Anschrift des Käufers, auf dem die Antragsgegnerin aber nur als Rücksendeadresse erscheine. Die Antragsgegnerin werde zu keinem Zeitpunkt Eigentümerin der Tickets.

Der Antrag zu 1) sei bereits vom Unterlassungsanspruch nicht gedeckt, denn es könne allenfalls verlangt werden, dass die Antragsgegnerin es einstelle, einen bestimmten irreführenden Eindruck zu erwecken, nicht aber, dass sie den gesamten Vertrieb der Tickets einstelle.

Es fehle ferner am Wettbewerbsverhältnis zwischen den Parteien. Die Antragsgegnerin sei keine Konzertveranstalterin, sondern nur Betreiberin einer Online-Handelsplattform.

Die Antragsgegnerin erwecke keinen falschen Eindruck über die Verkehrsfähigkeit der Tickets, da diese ohne jede Einschränkung verkehrsfähig seien. Denn zum Einen habe die

Antragsgegnerin die AGBs bereits nicht wirksam in ihre Verträge miteinbezogen, soweit die sog. Computertickets in M... betroffen seien. Zum anderen seien die darin enthaltenen Abtretungsverbote unwirksam, da durch die Veräußerungsverbote eine unangemessene Benachteiligung der Käufer vorliege. Ein schützenswertes Interesse der Antragstellerin an dem Verbot des Weiterverkaufs bestehe nämlich nicht. Der Preis richte sich allein nach der Nachfrage, einen „fairen“ Preis gebe es in der freien Marktwirtschaft nicht, die gerade durch den Preiswettbewerb gekennzeichnet sei. Jeder Fan habe zudem die Gelegenheit gehabt, die Eintrittskarten bei der Antragstellerin zu kaufen; die Antragstellerin hätte auch extra Tickets für Jugendliche vorsehen können. Ein besonderes Interesse der Antragstellerin an der Kenntnis von der Identität der Konzertbesucher bestehe im Gegensatz zu Fußballspielen nicht. Demgegenüber bestünden berechnigte Belange der Wiederverkäufer an der Weiterveräußerung der Tickets. Denn diesen stehe bereits aus dem verfassungsrechtlich abgesicherten Recht der Vertragsfreiheit das Recht zu, die Tickets weiterzuveräußern. Wäge man die einander gegenüber stehenden Interessen ab, so fehle es an der Erforderlichkeit des Abtretungsverbots. Denn auch die bloße Kontingentierung der Tickets sichere schon die Interessen der Antragstellerin. Auch die Angemessenheit sei nicht gegeben. Die Abtretungsverbote beträfen zum Einen die Mehrzahl der Fälle, statt sich auf einige wenige Ausnahmefälle zu beschränken. Zum Anderen sei hier weder ersichtlich, dass ein besonderes persönliches Band zwischen der Antragstellerin und dem Käufer bestehe, noch stünden Bonitätsgesichtspunkte (der Käufer habe das Ticket ja schon bezahlt) oder Sicherheitsaspekte im Raum. Für die Unangemessenheit der Regelung spreche schließlich der umfassende Strafmechanismus, der zu einem vollständigen Rechteverfall des Käufers führen könne. Die Rechtsfolge der Unwirksamkeit nach § 307 BGB sei die Unwirksamkeit der gesamten Klausel Ziffer 7 mit der Folge, dass die gesetzliche Regelung eingriffe, die Tickets also unbeschränkt übertragbar seien.

Außerdem verstoße Ziffer 7 der AGBs auch gegen europäisches Kartellrecht, nämlich gegen Art. 102 AEUV = Art. 82 EGV und deutsches Kartellrecht, § 134 BGB i.V.m. § 19 GWB bzw. § 1 GWB. Als einzige Anbieterin von „...“ Tickets verfüge die Antragstellerin über ein Monopol. Bei dem Verbot der Weiterveräußerung handele es sich um eine missbräuchliche Ausnutzung der Monopolstellung. In dem Verbot der Veräußerung zu einem mehr als 15% höheren Preis liege eine unzulässige Preisbindung der zweiten Hand.

Selbst wenn man aber von der Wirksamkeit der AGBs ausginge, fehle es an einer Täuschung über die Verkehrsfähigkeit der Tickets durch die Antragstellerin. Denn zum Einen könne sich die Eigenschaft der Verkehrsfähigkeit nur auf die Ware als solche und nicht auf die Berechtigung des Verkäufers zum Verkauf beziehen. Zum Anderen enthalte die bloße Bewerbung und das Ermöglichen des Angebots der Tickets durch Dritte keine Aussage der Antragsgegnerin über die Verkehrsfähigkeit der Tickets. Denn es seien nur die Verkäufer, die konkrete Angaben zu den Tickets machten. Auch treffe die Antragsgegnerin daher keine entsprechende Aufklärungspflicht, die eine Verletzung durch Unterlassen begründen könne.

Ergänzend wird für den Tatbestand auf die wechselseitigen Schriftsätze nebst Anlagen sowie das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 02.03.2011 verwiesen.

### **Gründe:**

Die einstweilige Verfügung war auch unter Berücksichtigung des Widerspruchsvorbringens in der aus dem Tenor ersichtlichen, leicht abgewandelten Form aufrecht zu erhalten. Verfügungsgrund und Verfügungsanspruch liegen vor.

#### **I.**

Das Vorliegen der erforderlichen Eilbedürftigkeit wird nach § 12 Abs. 2 UWG vermutet. Diese Vermutung wurde durch die Antragsgegnerin nicht widerlegt.

## II.

Der Antragstellerin stehen die geltend gemachten Unterlassungsansprüche gegen die Antragsgegnerin zu. Im Einzelnen:

A. Ziffer 1 der einstweiligen Verfügung (nach Maßgabe des Urteils)

Der Antragstellerin kann von der Antragsgegnerin beanspruchen, dass diese es unterlässt, im geschäftlichen Verkehr, insbesondere im Internet und dort insbesondere auf den Internetseiten ...de und ...com, den gewerblichen und/oder kommerziellen Weiterverkauf personalisierter Online-Tickets für die "... Tour 2011 in Deutschland zu ermöglichen. Der Anspruch ergibt sich aus §§ 8 Abs. 1, 3 Abs. 3 UWG i.V.m. Nr. 9 des Anhangs zum UWG.

1. Die Antragstellerin ist aktivlegitimiert. Denn sie ist Mitbewerberin im Sinne von § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG.

a) Mitbewerber im Sinne der Legaldefinition des § 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG ist jeder Unternehmer, der mit einem oder mehreren Unternehmern als Anbieter oder Nachfrager von Waren oder Dienstleistungen in einem konkreten Wettbewerbsverhältnis steht. Grundsätzlich gilt dabei, dass im Interesse eines wirksamen lauterkeitsrechtlichen Individualschutzes an das Bestehen eines konkreten Wettbewerbsverhältnisses keine hohen Anforderungen zu stellen sind (siehe Hefermehl/Köhler/Bornkamm, UWG, 27. Auflage 2009 § 2 UWG Rn. 92 mit weiteren Nachweisen aus der Rspr.). Für die Annahme eines konkreten Wettbewerbsverhältnisses ist es ausreichend, dass sich Waren oder gewerbliche Leistungen gegenüberstehen, die nach der Verkehrsanschauung einander im Absatz (wenn auch nur mittelbar) behindern können (BGH GRUR 1982, 431 f.). Es bedarf dabei bezogen auf denselben Endverbraucherkreis einer Wechselwirkung dergestalt, dass der eigenen Wettbewerb gefördert, der fremde beeinträchtigt wird.

Ausreichend ist es auch, dass der Inanspruchgenommene fremden Wettbewerb bewusst gefördert hat. Wenn es um eine solche Förderung fremden Wettbewerbs geht, muss ein konkretes Wettbewerbsverhältnis zwischen dem geförderten Unternehmen und dessen Mitbewerber bestehen (BGH GRUR 1990, 611ff; OLG Koblenz GRUR-RR 2006, 380ff). Dabei gilt auch insoweit, dass zwischen den Vorteilen, die der Inanspruchgenommene für das Unternehmen des Dritten zu erreichen sucht, und den Nachteilen, die der – als unmittelbar Betroffene klagende – Mitbewerber durch dieses Verhalten erleidet, eine Wechselbeziehung und damit ein konkretes Wettbewerbsverhältnis zwischen dem geförderten Dritten und dem klagenden Mitbewerber besteht (BGH GRUR 1997, 907 f. – Emil-Grünbär-Club). Der Mitbewerber muss durch die Förderung des dritten Unternehmens gerade in seinen eigenen wettbewerbsrechtlich geschützten Interessen berührt sein.

b) Ein Wettbewerbsverhältnis liegt hier vor. Während die Antragstellerin Konzerttickets direkt an den Kundenkreis vertreibt, vermittelt die Antragsgegnerin den Verkauf von Tickets über ihre Internetplattform und erhält hierfür Vermittlungsgebühren. Es werden also, wenn auch einmal in Form des Direktverkaufs und einmal in Form der Verkaufsvermittlung, von beiden Parteien identische Waren an identische Abnehmerkreise abgesetzt. Damit dürften die Parteien bereits unmittelbar miteinander im Wettbewerb stehen. Letztlich kann es aber hier dahinstehen, ob zwischen der Antragstellerin und der Antragsgegnerin ein unmittelbares Wettbewerbsverhältnis gegeben ist. Denn jedenfalls fördert die Antragsgegnerin den Ticketabsatz ihrer Nutzer durch die Bereitstellung der Internetverkaufsplattform. Diese wiederum stehen in einem konkreten Wettbewerbsverhältnis zu der Antragstellerin, solange sie gewerblich und/oder kommerziell handeln und damit Mitbewerber im Sinne von § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG sind. Durch die Förderung der Geschäftstätigkeiten dieser Nutzer wird die Antragstellerin, die ebenfalls Tickets veräußert, also unmittelbar in ihren wettbewerbsrechtlichen Interessen beeinträchtigt.

2. In dem Ermöglichen des gewerblichen und/oder kommerziellen Weiterverkaufs von personalisierten Online-Tickets für die Tour 2011 durch die Nutzer ihrer Internetplattform liegt eine nach § 3 Abs. 3 UWG i.V.m. Nr. 9 des Anhangs unzulässige Wettbewerbshandlung der Antragsgegnerin. Denn die Antragsgegnerin hat trotz Kenntnis davon, dass bestimmte Nutzer ihrer Internetplattform Online-Tickets gewerblich und/oder kommerziell angeboten und hierdurch einen unzutreffenden und damit irreführenden Eindruck über die Verkehrsfähigkeit der Tickets erweckt haben, keinerlei Maßnahmen zur Unterbindung dieser Verstöße ergriffen, sondern im Gegenteil betroffenen Ankäufern gegenüber pauschal die 100%-ige Gültigkeit der Online-Tickets versichert. Sie hat damit gegen die sie treffende wettbewerbliche Verkehrssicherungspflicht verstoßen. Im Einzelnen:

a) Die Antragsgegnerin verstößt zunächst nicht dadurch gegen das Irreführungsverbot des § 3 Abs. 3 UWG, dass sie den Anbietern ihre Plattform zur Verfügung stellt und dort irreführende Angebote veröffentlicht werden können. Die Antragsgegnerin bietet die Tickets nicht selbst zum Verkauf an, sondern stellt nur die Verkaufsplattform für ihre Nutzer zur Verfügung. Das Angebot und der Verkauf der Tickets erfolgt allein durch die jeweiligen Anbieter.

Allein der Umstand, dass ein Betreiber einer Internet-Auktionsplattform eine Plattform eröffnet, auf der private und gewerbliche Anbieter Waren im Internet versteigern können, reicht nicht aus, um ihn als Täter eines Wettbewerbsverstößes anzusehen, falls ein Anbieter wettbewerbswidrige Angebote einstellt (vgl. BGH GRUR 2007, 890 – Jugendgefährdende Schriften). Auch aus der pauschalen Bewerbung der „...“-Tour 2011 und der Betreuung der Veräußerung durch Einziehen des Geldes und After-Sell-Service ergibt sich keine unmittelbare eigene täterschaftliche Verantwortlichkeit der Antragsgegnerin für die Angebote der Nutzer. Denn diese allein sind für die – den Verstoß begründenden – Angebote und deren Erstellung

verantwortlich. Weder die pauschale Bewerbung, noch wie die Transaktionen letztlich im Einzelnen unter Zuhilfenahme von Dienstleistungen der Antragsgegnerin verlaufen, ist für den hier beanstandeten wettbewerblichen Verstoß relevant, der jeweils allein dem konkreten Angebot der Nutzer anhaftet. Diese „Tat“-Beiträge der Antragsgegnerin können daher nicht die Annahme begründen, die Verstöße seien unmittelbar als ihrige anzusehen.

b) Eine Haftung der Antragsgegnerin als Teilnehmerin an den Rechtsverstößen ihrer Nutzer scheidet ebenfalls aus. Die hier allein in Betracht zu ziehende Gehilfenstellung setzt zumindest einen bedingten Vorsatz voraus, der das Bewusstsein der Rechtswidrigkeit einschließen muss (vgl. BGH a.a.O. – Jugendgefährdende Schriften). Da die Antragsgegnerin die Angebote ihrer Nutzer vor Veröffentlichung auf ihrer Auktionsplattform nicht zur Kenntnis nimmt, scheidet eine vorsätzliche Teilnahme der Antragsgegnerin aus. Die Antragsgegnerin hat keine Kenntnis von konkret drohenden Haupttaten, so dass es an dem erforderlichen Gehilfenvorsatz fehlt.

c) Ebenso scheidet eine Haftung der Antragsgegnerin wegen unlauteren Verleitens zum Vertragsbruch aus. Denn es fehlt an einer gezielten und bewussten Hinwirkung darauf, dass andere eine ihnen obliegende Vertragspflicht verletzen. Die Bereitstellung eines Internetportals reicht hierfür ebenso wenig aus wie die Mitwirkung bei der Abwicklung des Verkaufs (vgl. auch OLG Düsseldorf, Urt. vom 07.07.2010, Anlage AG 1). Ebenso wenig hat die Antragsgegnerin einen fremden Vertragsbruch ausgenutzt, denn es fehlt an den erforderlichen, die Unlauterkeit begründenden Umständen. Nur weil der Betreiber eines Internetportals seine Plattform auch zum Verkauf solcher Tickets zur Verfügung stellt, deren gewerblicher oder kommerzieller Weiterverkauf formularmäßig untersagt ist, handelt er nicht unlauter (vgl. BGH GRUR 2009, 173, 176 – bundesligakarten.de; OLG Düsseldorf, a.a.O.).

d) Die Haftung der Antragsgegnerin ergibt sich aber aus einer Verletzung ihrer Verkehrssicherungspflichten.

Wer durch sein Handeln im geschäftlichen Verkehr in einer ihm zurechenbaren Weise die Gefahr eröffnet, dass Dritte Interessen von Marktteilnehmern verletzen, die durch das Wettbewerbsrecht geschützt sind, begeht eine unlautere Wettbewerbshandlung, wenn er diese Gefahr nicht im Rahmen des Möglichen und Zumutbaren begrenzt (vgl. BGH GRUR 2007, 890 – Jugendgefährdende Medien bei eBay). Die wettbewerbsrechtliche Verkehrspflicht eines Telediensteanbieters konkretisiert sich als Prüfungspflicht. Allein die Bereitstellung einer Internet-Auktionsplattform kann aber nicht schon Prüfungspflichten der Antragsgegnerin begründen, wenn die dortigen Angebote vor Veröffentlichung von der Antragsgegnerin nicht zur Kenntnis genommen werden. Ein Telemediendiensteanbieter ist nach § 7 Abs. 2 Telemediengesetz nicht verpflichtet, die von ihm übermittelten oder gespeicherten Informationen zu überwachen oder nach Umständen zu forschen, die auf eine rechtswidrige Tätigkeit hinweisen. Die Antragsgegnerin ist als Betreiberin einer Plattform für Internetauktionen also nicht verpflichtet, jedes Angebot vor Veröffentlichung im Internet auf eine mögliche Rechtsverletzung hin zu untersuchen.

Eine Handlungs- bzw. Prüfpflicht der Antragsgegnerin entsteht aber, sobald sie selbst oder über Dritte Kenntnis von konkreten wettbewerbswidrigen Angeboten durch entsprechende Hinweise erlangt hat. In einem solchen Fall müsste sie nicht nur das konkrete Angebot sofort sperren, sondern auch technisch mögliche sowie zumutbare Maßnahmen ergreifen, um Vorsorge dafür zu treffen, dass es nicht zu weiteren gleichartigen Wettbewerbsverletzungen kommt (BGH a.a.O. – Jugendgefährdende Medien).

Diese Voraussetzungen sind hier erfüllt. Denn die Antragsgegnerin hat durch die Abmahnung vom 24.11.2010 Kenntnis von mehreren wettbewerbswidrigen Verkaufsangeboten auf ihrer Internetplattform erhalten, die gegen ein den

jeweiligen Verkäufern auferlegtes gewerbliches Weiterverkaufsverbot der Antragstellerin verstoßen haben. Dennoch hat sie keine geeigneten Maßnahmen zur Unterbindung weitere Verstöße unternommen. In der Folgezeit ist es zu weiteren gleichartigen Verstößen gekommen.

aa) Bei den in der Abmahnung vom 24.11.2010 benannten Verkäufen sowie den weiteren im Verlauf des Rechtsstreits dargestellten Verkäufen durch Ticketgroßhändler (G... E..., M..., T...) handelt es sich um wettbewerbswidrige Angebote, die gegen § 3 Abs. 3 UWG i.V.m. Nr. 9 des Anhangs verstoßen.

Nach § 3 Abs. 3 UWG i.V.m. Nr. 9 des Anhangs ist stets unzulässig „die unwahre Angabe oder das Erwecken des unzutreffenden Eindrucks, eine Ware oder Dienstleistung sei verkehrsfähig“. Durch die hier in Frage stehenden beanstandeten Ticket-Angebote auf der Internetplattform der Antragsgegnerin wird der unzutreffende Eindruck erweckt, die Tickets seien verkehrsfähig.

(1) Für einen Wettbewerbsverstoß der jeweiligen Anbieter ist zunächst ein Handeln im geschäftlichen Verkehr im Sinne von § 3 UWG erforderlich. Rein privates Handeln begründet dagegen keinen Wettbewerbsverstoß und löst dementsprechend auch keine Verkehrssicherungspflichten der Antragsgegnerin aus. Bei den hier in Frage stehenden Angebote, die in dem Schreiben vom 24.11.2010 genannt werden, handelt es sich bereits angesichts der Anzahl der durch die jeweiligen Verkäufer erworbenen Tickets (in einem Fall 150 Tickets, in einem Fall 70 Tickets) um gewerbliche Verkäufe. Auch die später aufgedeckten Verkäufe durch die „Ticketgroßhändler“ G..., E..., M..., T... stellen gewerbliche Verkäufe dar. Dies ist auch von der Antragsgegnerin nicht substantiiert in Abrede gestellt worden.

(2) Durch das Angebot der Tickets auf der Plattform der Antragsgegnerin wird bei den Erwerbern konkludent der Eindruck erweckt, die betroffenen Tickets seien unbeschränkt verkehrsfähig. Zu dem Tatbestandsmerkmal des

„Eindruckerweckens“ schreibt Bornkamm in Köhler/Bornkamm, UWG, 29. Auflage 2011, Anh zu § 3 III Rn. 9.3:

„Im Übrigen gehört nicht viel dazu, beim Verbraucher den Eindruck zu erwecken, das angebotene Produkt sei verkehrsfähig. Denn dies wird der Verbraucher in aller Regel schon deswegen annehmen, weil das Produkt zum Verkauf angeboten wird. Stellt der Unternehmer diesen Irrtum nicht richtig und weist er nicht ausdrücklich auf das Fehlen der Verkehrsfähigkeit (zB der Betriebserlaubnis) hin, ist der Tatbestand der Nr 9 erfüllt. Ein teilweise im Schrifttum (Harte/Henning/Weidert Anh § 3 III Nr 9 Rdn 8) verlangtes aktives Tun wird in einem solchen Fall schon im Angebot des nicht verkehrsfähigen Produkts liegen (Leible GRUR 2010, 183, 185).““

Dem schließt sich die Kammer an. Im Rahmen der Angebote wurde – dies ist unstrittig – nicht erwähnt, dass die Tickets im Rahmen gewerblicher oder kommerzieller Weiterverkäufe aufgrund der bestehenden Abtretungsverbote tatsächlich nicht übertragbar sind. Hierdurch entsteht bei dem angesprochenen Verkehr der Eindruck, die Tickets könnten rechtmäßig ohne weitere Hindernisse erworben werden.

(3) Tatsächlich ist dies jedoch nicht der Fall. Denn die personalisierten Online-Tickets für die „...“ Tour 2011 sind nicht verkehrsfähig, wenn sie im Rahmen einer kommerziellen und/oder gewerblichen Weiterveräußerung unter Verstoß gegen die AGB-Abtretungsverbote auf der Plattform der Antragsgegnerin angeboten werden.

(3a) Die Frage, wie der Begriff der Verkehrsfähigkeit, u.a. bekannt aus dem Arzneimittel- und Lebensmittelrecht, im Rahmen des UWG ausgelegt werden muss, wird derzeit noch diskutiert. Eine gefestigte Rechtsprechung hierzu existiert, soweit ersichtlich, bislang nicht. Klar ist, dass sich das Fehlen der Verkehrsfähigkeit auf das Produkt selbst beziehen muss, diesem also unmittelbar anhaften muss, und sich nicht lediglich aus

den Verkaufsmodalitäten, also aus produktbezogenen Verkehrsverboten ergibt. Einigkeit besteht derzeit wohl auch dahingehend, dass Nr. 9 vor allem Waren oder Dienstleistungen betrifft, deren Besitz, bestimmungsgemäße Benutzung oder Entgegennahme gegen ein gesetzliches Verbot verstoßen (Sosnitzka, in: Piper/Ohly/Sosnitzka, UWG, 5. Auflage, Anhang zu § 3 Abs. 3, Rn. 25; Bornkamm, in: Köhler/Bornkamm, UWG, 29. Auflage 2011, Anh zu § 3 III Rn. 9.4ff). Ob sich der Begriff der fehlenden Verkehrsfähigkeit dagegen auch auf anderweitige Veräußerungsverbote bezieht, ist ungeklärt. In der Gesetzesbegründung zu Nr. 9 der „Schwarzen Liste“ (BT-Drucks. 16/10145 21) heißt es:

„Nach Nr. 9 des Anhangs sind unwahre Angaben und das Erwecken des unzutreffenden Eindrucks über die Verkehrsfähigkeit von Waren und Dienstleistungen unzulässig. Dies betrifft vor allem Waren und Dienstleistungen, deren Besitz, bestimmungsgemäße Benutzung oder Entgegennahme gegen ein gesetzliches Verbot verstößt, wie dies z.B. beim Fehlen der Betriebserlaubnis für ein technisches Gerät der Fall sein kann.“

Der genannte Beispielfall legt eine enge Auslegung, beschränkt auf gesetzliche Veräußerungsverbote, nahe. Allerdings scheint Nr. 9 des ersten Anhangs zur UGP-Richtlinie (RL 2005/29/EG) ein deutlich weiteres Verständnis zu Grunde zu liegen, denn dort heißt es:

„Stets wettbewerbswidrig ist die Behauptung oder anderweitige Herbeiführung des Eindrucks, ein Produkt könne rechtmäßig verkauft werden, obgleich dies nicht der Fall ist.“

Dieser weiteren Auffassung ist zu folgen, denn es ist nicht ersichtlich, dass es einen Unterschied in der Schutzbedürftigkeit der Verbraucher machen soll, ob ein Produkt infolge gesetzlicher oder wirksamer vertraglicher Abtretungsverbote nicht rechtmäßig bzw. überhaupt verkauft werden kann. In beiden Fällen nimmt der Verbraucher zu Unrecht an, er habe ein frei handelbares Gut erworben.

(3b) Legt man diese über das Bestehen eines gesetzlichen Verbots hinausgehende weitere Definition der Verkehrsfähigkeit zugrunde, so fehlt es bei kommerziellen oder gewerblichen Weiterverkäufen der streitgegenständlichen Tickets daran. Denn die personalisierten Online-Tickets, die das Recht auf den Konzertbesuch verkörpern, können nach den AGBs der Antragstellerin in diesen Fällen gar nicht wirksam weiterübertragen werden: Bei den personalisierten Online-Tickets handelt es sich um sogenannte qualifizierte Legitimationspapiere im Sinne von § 808 BGB. Bei ihnen folgt das Recht am Papier (also am Online-Ticket) dem Recht aus dem Papier (also der schuldrechtlichen Forderung auf Besuch des Konzerts). Die Übertragung der Online-Tickets erfolgt durch Abtretung der schuldrechtlichen Forderung (§ 398 BGB) und Übergabe des Tickets. Dabei ist die Vereinbarung von Abtretungsverboten nach § 399 BGB grundsätzlich möglich. Die Abtretung ist dann im Falle des Verstoßes gegen ein solches vertragliches Abtretungsverbot unwirksam. Hierzu schreibt der Palandt (66. Auflage 2007, § 399 Rn. 11):

„...§ 399 [ist] keine das rechtliche Dürfen beschränkende Verbotsnorm [...], sondern [nimmt] der Forderung die Verkehrsfähigkeit““

Genau darum geht es im Rahmen des Nr. 9 Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG bereits ausweislich des Wortlauts. Im Gegensatz zu produktbezogenen gesetzlichen Verboten, die die Verkehrsfähigkeit von Waren einschränken, ist es bei den hier in Frage stehenden Online-Tickets sogar so, dass der Verbraucher das Online-Ticket verbunden mit dem Konzertbesuch gar nicht wirksam erwerben kann. Er erhält infolge des Abtretungsverbots kein Recht aus dem Papier (also keine schuldrechtliche Forderung auf Besuch des Konzerts), so dass er auch kein Recht am Papier (also am Online-Ticket) erwirbt.

(4) Die Verkehrsfähigkeit ist nicht gegeben, weil die Abtretungsverbote aus Ziffer 10.5 der AGBs der Antragstellerin, soweit sie zu überprüfen waren, auch wirksam

sind. Nach Ziffer 10.5 dieser AGBs ist die Weitergabe oder Weiterveräußerung der Online-Tickets u.a. in folgenden Fällen untersagt:

a) bei einer gewerblichen und/oder kommerziellen Weitergabe oder Veräußerung von Online-Tickets ohne vorherige ausdrückliche Zustimmung des Veranstalters

b) ...

c) bei einer Veräußerung von Online-Tickets zu einem Preis, der den Originalpreis der Tickets zuzüglich Vorverkaufsgebühr und zuzüglich Unkosten, die dem Verkäufer sonst aufgrund des Erwerbs oder der Weiterveräußerung des Tickets entstanden sind (maximal jedoch in Höhe von 15% des Originalpreises plus Vorverkaufsgebühr) übersteigt,

d) bei einer Veräußerung von Online-Tickets um Gewinn zu erzielen,

e) ...

f) ...

Zu prüfen ist dabei lediglich das Abtretungsverbot zu Ziffer a). Denn die Verkehrssicherungspflicht der Antragsgegnerin besteht nur dann, wenn die jeweiligen Anbieter im geschäftlichen Verkehr, also zu gewerblichen oder kommerziellen Zwecken handeln. Dies ist bei den weiteren Abtretungsverboten nicht zwangsläufig gegeben (obwohl häufig beides vorliegen wird), die daher nicht zu überprüfen sind. Denn auch ein privat Handelnder kann mit dem Verkauf einzelner Tickets Gewinn erzielen wollen oder einen über 15% des Originalpreises liegenden Preis fordern.

(4a) Zunächst wurden die AGBs wirksam einbezogen. Beim Kauf der Online-Tickets unter [www...de](http://www...de) muss der Ankäufer unter Setzung eines entsprechenden Häkchens die AGBs der Antragstellerin akzeptieren. Der Rechtsstreit betrifft

ausschließlich diese Online-Tickets, nicht aber die sog. Computertickets, die über die Vorverkaufsstellen in München veräußert werden.

(4b) Das Abtretungsverbot zu Ziffer a) ist nicht nach § 307 BGB unwirksam. Allgemeine Geschäftsbedingungen sind danach unwirksam, wenn sie den Vertragspartner entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligen. Grundsätzlich sind in Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowohl die Vereinbarung eines abgeschwächten als auch eines uneingeschränkten Abtretungsausschlusses unbedenklich. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ist eine derartige Klausel nur dann nach § 307 BGB unwirksam, wenn „ein schützenswertes Interesse des Verwenders an dem Abtretungsverbot nicht besteht oder die berechtigten Belange des Vertragspartners an der freien Abtretbarkeit vertraglicher Ansprüche das entgegenstehende Interesse des Verwenders überwiegen“ (vgl. BGH NJW 2006, 3468 – Vermietungs-GbR).

Die Abwägung ergibt, dass die berechtigten Belange der Antragstellerin an einer Beschränkung des Weiterverkaufs das Interesse der Kartenerwerber an einer freien gewerblichen Handelbarkeit der Online-Tickets überwiegen. Im Einzelnen:

Das Interesse des Erwerbers einer Konzertkarte ist vornehmlich darin zu sehen, die Konzertveranstaltung „live“ besuchen zu können. Sein grundsätzlich ebenfalls legitimes Interesse daran, mit den Eintrittsrechten als verkehrsfähigem Wirtschaftsgut auch Handel zu treiben, hat gegenüber den Interessen der Antragstellerin an dem von ihr gewählten Vertriebssystem zurückzutreten.

Dass die Einschränkung der Verkehrsfähigkeit von Forderungen durch vertragliche Abtretungsverbote grundsätzlich möglich sein soll, ergibt sich bereits aus § 399 BGB. An der Verfassungsmäßigkeit dieser Norm, insbesondere deren Vereinbarkeit mit Art. 2 Abs. 1 und Art. 14 GG bestehen keine Zweifel. Hieraus lässt sich schlussfolgern, dass

grundsätzliche Bedenken gegen die Zulässigkeit derartiger Abtretungsausschlüsse nicht gerechtfertigt sind. Daraus folgt, dass auch der mit einem Abtretungsverbot naturgemäß stets verbundene Eingriff in die Verfügungsmöglichkeiten des Erwerbers grundsätzlich nicht zu bestehen ist. Nur wenn weitere Umstände hinzutreten, kann im Einzelfall dem Abtretungsausschluss mangels schutzwürdigem Interesse des Schuldners bzw. wegen eines vorrangig schutzwürdigen Interesse des Gläubigers die Wirkung zu versagen sein (§ 242 BGB). Liegen derartige weitere Umstände nicht vor, ist das Abtretungsverbot wirksam. Hieraus ergibt sich für den hier vorliegenden Fall, dass das – hier ausschließlich bemühte – bloße Interesse des Erwerbers an der freien Handelbarkeit des Tickets allein nicht ausreicht, um ein besonders schutzwürdiges Interesse des Erwerbers anzunehmen zu können, welches zu einer Unwirksamkeit des Abtretungsverbots führen könnte.

Demgegenüber kann die Antragstellerin als Veräußerer bzw. Schuldner ein besonders schutzwürdiges Interesse an dem Abtretungsverbot für sich in Anspruch nehmen. Denn sie hat ein berechtigtes Interesse daran, den gewerblichen Weiterverkauf der Tickets zur Vermeidung überhöhter Ticketpreise einzuschränken. Die Antragstellerin als Veranstalterin legt die Eintrittspreise in Absprache mit dem Künstler und dessen Management fest. Bei der Preisbildung finden nicht allein Gewinnerzielungsinteressen Eingang, sondern auch das Interesse des Künstlers, vielen Fans seine Musik zu vertretbaren Preisen näherzubringen, das heißt also, auch weniger zahlungskräftigen „...“-Fans den Konzertbesuch zu ermöglichen und sich das Wohlwollen der Fans durch eine „soziale Preisstruktur“ bzw. „finanzielle Chancengleichheit“ zu sichern. Diese Interessen sind grundsätzlich ebenfalls schützenswert. Wird nun der gewerbliche Weiterverkauf zugelassen, so liegt es nahe, dass gewerbliche Ankäufer bereits zu Beginn des offiziellen Vorverkaufs große Kartenkontingente aufkaufen, auf diese Weise das Angebot verknappen und hierdurch maßgeblich zur

Preissteigerung beitragen. Die dabei erzielbaren, weitaus höheren Preise dokumentieren, dass die Antragstellerin für die Konzerte auch durchaus höhere Eintrittspreise fordern könnte. Wenn sie darauf verzichtet, damit die Online-Tickets auch für den durchschnittlichen Zuschauer noch halbwegs erschwinglich bleiben, so hat sie ein legitimes Interesse daran, dass die dann vergleichsweise günstigen Online-Tickets nicht in großem Umfang von Zweithändlern aufgekauft und zu deutlich höheren Preisen weiterverkauft werden, wie dies über die Plattform der Antragsgegnerin infolge der Verknappung leicht möglich ist. Dies führt nämlich nicht nur dazu, dass sich nicht mehr alle Fans den Konzertbesuch leisten können, sondern auch zu Ärger bei den Fans über die überhöhten Preisen, die oftmals der Antragstellerin zugerechnet werden. Nur durch den Ausschluss des gewerblichen Weiterverkaufs kann sie also darauf verzichten, den für Eintrittskarten am Markt erzielbaren Höchstpreis zu verlangen. Dass die Sicherung der eigenen Preispolitik und Vertriebsstruktur, nicht zuletzt zur Vermeidung eines sogenannten „Schwarzmarkts“, ein berechtigtes Interesse des Verwenders sein kann, hat auch der Bundesgerichtshof bereits entschieden (BGH a.a.O. – bundesligakarten.de: „'Der Kl. hat die unternehmerische Entscheidung getroffen, außerhalb seiner Vertriebsorganisation stehende, gewerbliche Kartenhändler nicht zu beliefern. Mit dieser Beschränkung seines Kartenvertriebs auf von ihm autorisierte Verkaufsstellen verfolgt der Kl. legitime Interessen. Insbesondere kann er auf diese Weise mit seiner Preispolitik den finanziellen Möglichkeiten auch weniger zahlungskräftiger Fußballanhänger Rechnung tragen und vor allem bei Spitzenspielen darauf verzichten, für Eintrittskarten den am Markt erzielbaren Höchstpreis zu verlangen'“). Dass die dort in Frage stehende entsprechende AGB-Klausel nach § 307 BGB unwirksam sein könnte, hat der Bundesgerichtshof in seiner Entscheidung gar nicht in Betracht gezogen.

Die vereinbarten Abtretungsverbote sind auch erforderlich, um

diese Interesse der Antragstellerin durchzusetzen. Eine bloße Kontingentierung ist hierfür nicht ausreichend, da es der Antragstellerin – wie bereits die entsprechenden Fälle zeigen – kaum möglich ist, die Einhaltung der Kontingentierung in der Praxis zu überprüfen. Dinglich wirkende Abtretungsverbote sind daher erforderlich, um die gewerbliche Veräußerung auf dem Zweitmarkt wirksam einzuschränken. Die Abtretungsverbote der Antragstellerin sind auch nicht unangemessen, da Möglichkeiten der Weiterveräußerung in nicht gewerblichen Rahmen bestehen und der Ticketerwerber, im Falle einer Verhinderung, damit durchaus Möglichkeiten hat, sein Ticket ohne Verluste weiterzuverkaufen. Auch die umfassenden Sanktionsmöglichkeiten bei Verstoß gegen das Abtretungsverbot führen nicht zu einer Unangemessenheit des Abtretungsverbots, da sie ein ausdifferenziertes dreistufiges Sanktionsprogramm enthalten, also nicht jeder Verstoß zwangsläufig zur Ungültigkeit der entsprechenden Tickets führt.

(4c) Das Abtretungsverbot in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist auch nicht kartellrechtswidrig nach §§ 134 BGB i.V.m. § 19 GWB und damit unwirksam. Es fehlt bereits an substantiiertem Vortrag der Antragsgegnerin zu einer Monopolstellung der Antragstellerin. Nur weil die Antragstellerin alleinige Anbieterin von „...“-Tickets ist, bedeutet dies nicht zwangsläufig, dass der hier zu beurteilende relevante Markt derjenige der „...“- Tickets ist. Zugrunde zu legen wäre wohl vielmehr der Markt für Eintrittskarten für Rock- und Popkonzerte. Diese Frage kann letztlich jedoch dahinstehen, da es jedenfalls an einem Missbrauch fehlt, weil dem Verbot der gewerblichen Weiterveräußerung ein sachlicher Grund zugrunde liegt. Auf die obigen Ausführungen wird verwiesen.

Für einen Verstoß gegen § 1 GWB fehlt es bereits an substantiiertem Vortrag der Antragsgegnerin, soweit das hier zu prüfende Abtretungsverbot betroffen ist.

bb) Die Antragsgegnerin hat Kenntnis von den

wettbewerbswidrigen Angeboten ihrer Nutzer erhalten. Dass die Antragstellerin AGB-Weiterverkaufsverbote für ihre Online-Ticket vorgesehen hatte und damit deren Verkehrsfähigkeit eingeschränkt war, war der Antragsgegnerin bereits durch das Informationsschreiben der Antragstellerin vom 08.11.2010 bekannt. Sie wurde durch die Abmahnung vom 24.11.2010 auf drei Angebote ihrer Nutzer hingewiesen, in denen Online-Tickets der Antragstellerin, die unter Umgehung der Kontingentierung bei dieser erworben wurden, unter Verstoß gegen das rechtswirksam auferlegte Weiterverkaufsverbot gewerblich auf der Plattform der Antragsgegnerin zum Kauf angeboten wurden.

cc) Trotz Kenntnis dieser Vertrags- bzw. Rechtsverstöße ist die Antragsgegnerin in der Folgezeit ihrer durch den Hinweis ausgelösten Verkehrspflicht zur Sperrung der betreffenden Angebote und Vornahme zumutbarer Kontrollmaßnahmen nicht nachgekommen. Denn es ist in der Folgezeit – wie der Vortrag der Antragstellerin zu weiteren Ticketgroßhändlern zeigt – zu erneuten gleichartigen Verstößen gekommen, indem nämlich weitere kommerzielle Verkäufe über die Plattform der Antragsgegnerin stattfanden. Dies wurde auch von der Antragsgegnerin nicht substantiiert in Abrede gestellt. Dass die Antragsgegnerin zur Verhinderung dieser Verstöße die ihr möglichen und zumutbaren Maßnahmen getroffen hätte, ist nicht ersichtlich. Die Antragsgegnerin trifft insoweit eine sekundäre Darlegungslast dahin, welche Schutzmaßnahmen sie angesichts der ihr nachgewiesenen klaren Verstöße ergreifen konnte und weshalb ihr, falls besagten Maßnahmen keine lückenlosen Schutz gewährleisten, weitergehende Maßnahmen nicht zugemutet werden konnten (OLG Düsseldorf, a.a.O., m.w.N.). Dass die Antragsgegnerin insoweit irgendwelche Maßnahmen getroffen hätte, behauptet auch die Antragsgegnerin nicht. Dies ist – aus ihrer Sicht – bereits deshalb folgerichtig, weil sie davon ausging, dass die Weiterveräußerungsverbote unwirksam seien. Die zwischen den Parteien unterschiedlich beurteilte Rechtsfrage, inwieweit das Weiterverkaufsverbot wirksam auferlegt wurde und damit

tatsächlich ein Wettbewerbsverstoß vorliegt, kann aber nicht dazu führen, dass die Antragsgegnerin keine Prüfungspflichten treffen, denn ansonsten würde die Verkehrssicherungspflichten in vielen Fällen ausgehöhlt.

Die Antragsgegnerin hat – im Gegenteil – trotz Kenntnis davon, dass die Tickets aufgrund der bestehenden Abtretungsverbote und der Personalisierung nicht uneingeschränkt verkehrsfähig waren und teilweise durch gewerbliche Tickethändler veräußert wurden, die betroffene Kunden per Email angeschrieben und diesen gegenüber pauschal versichert hat, die Tickets hätten 100%ige Gültigkeit. Hier hätte es an der Antragsgegnerin gelegen, den Kunden deutlich zu machen, dass die Tickets bei Verstoß gegen die Abtretungsverbote gerade nicht 100% gültig sind und eine Umpersonalisierung in diesen Fällen auch nicht möglich ist. Durch dieses Verhalten hat die Antragsgegnerin gleichzeitig mehr als deutlich gemacht, dass sie eventuelle Maßnahmen zur Verhinderung weiterer Verstöße nicht treffen wird.

3. Die Kammer hat den Antrag gem. § 938 ZPO an das Klagebegehren angepasst.

Der Antrag, der sich auf ein generelles Verbot des Ermöglichens des Verkaufs der Online Tickets richtete, war zu weit gefasst und nicht vom der Antragschrift zugrunde liegenden Unterlassungsanspruch umfasst. Denn außerhalb der durch die AGB auferlegten Weiterveräußerungsverbote erfolgt die Veräußerung der Online-Tickets mit Zustimmung der Antragstellerin und ist daher zulässig. Ferner besteht eine Verkehrssicherungspflicht der Antragsgegnerin zur Unterbindung des Verhaltens ihrer Nutzer nur dann, wenn diese selbst gewerblich handeln, nicht also dann, wenn diese nur – ohne gewerblich oder kommerziell zu handeln – gegen Abtretungsverbote (z.B. wegen überhöhter Preise oder Auktionsverkauf) verstoßen. Der Antrag umfasste also in zweifacher Hinsicht auch zulässige Verhaltensweisen. Er war daher nach § 938 ZPO anzupassen.

Eine teilweise Zurückweisung kam nicht in Betracht, da das in der Antragschrift zum Ausdruck kommende Klagebegehren mit dem Antrag in seiner jetzigen Form im Wesentlichen übereinstimmt. Die Auslegung des Klagantrags anhand der Antragschrift ergibt, dass es der Antragstellerin darum geht, das Angebot von Online-Tickets über die Internetplattform der Antragsgegnerin zu unterbinden, wenn durch die Veräußerung gegen die AGB-Abtretungsverbote verstoßen wird. Eine generelle Unterbindung des Verkaufs war daher nicht gewollt. Was die Begrenzung auf gewerbliche und/oder kommerzielle Verkäufe angeht, so hat die Antragstellerin – so versteht die Kammer ihren Vortrag – die Ermöglichung des Verkaufs der Tickets durch die Antragsgegnerin sowohl hinsichtlich ihrer Werbe- und Vermittlungstätigkeiten als auch (wohl kumulativ, jedenfalls aber alternativ) hinsichtlich der Verletzung ihrer Verkehrssicherungspflichten beanstandet. Die Kammer war in der rechtlichen Bewertung also insoweit nicht gebunden und hat den Antrag entsprechend an das Klagebegehren, nämlich unter Zugrundelegung des Anspruchs wegen Verletzung der Verkehrssicherungspflichten, angepasst.

#### B. Ziffer 2 der einstweiligen Verfügung

Der Antragstellerin kann ferner von der Antragsgegnerin beanspruchen, es zu unterlassen zu behaupten, die unter Ziffer 1. der einstweiligen Verfügung beschriebenen Tickets seien gültig und/oder deren Gültigkeit werde zu 100% garantiert.

Der Anspruch ergibt sich ebenfalls aus § 3 Abs. 2 i.V.m. Nr. 9 des Anhangs. In der Behauptung der Antragsgegnerin, die Tickets seien gültig, liegt die ausdrückliche Behauptung, die Online-Tickets für die „...“ Tour 2011 seien verkehrsfähig, wenn diese gewerblich oder kommerziell weiterveräußert werden. Dies ist tatsächlich nicht der Fall. Auf die obigen Ausführungen wird zur Vermeidung von Wiederholungen verwiesen.

III.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 ZPO. Eine teilweise Auferlegung der Kosten wegen der Antragsmodifikation schied aus den unter Ziffer II. A. 3. genannten Gründen aus.