

# Gewerblicher Weiterverkauf von Fußball Eintrittskarten erlaubt

## Eigener Leitsatz:

Im vorliegenden Urteil entschieden die Düsseldorfer Oberlandesrichter, dass der gewerbliche Weiterverkauf von Fußball Eintrittskarten zulässig ist.

**Oberlandesgericht Düsseldorf**

**Urteil vom 19.06.2007**

**Az.: I-20 U 154/06**

## TENOR:

Auf die Berufung der Beklagten wird das Urteil der 2. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Mönchengladbach vom 25. September 2006 wie folgt abgeändert:

Das Versäumnisurteil des Landgerichts Mönchengladbach vom 15.02.2006 wird mit der Maßgabe aufrechterhalten, dass die Beklagte verurteilt wird, es zu unterlassen,

Eintrittskarten für die Blöcke 1 – 5 und 1a – 5a im „...“ unter der Behauptung anzubieten, es handele sich hierbei um Plätze im Gästeblock.

Der Beklagten wird für jeden Fall der Zuwiderhandlung gegen die Anordnung ein Ordnungsgeld von 5 € bis zu 250.000 €, für den Fall, dass dieses nicht beigetrieben werden kann, ersatzweise für je 500 € einen Tag Ordnungshaft, zu vollziehen am gesetzlichen Vertreter oder Ordnungshaft von 1 Tag bis zu 6 Monaten, ebenfalls zu vollziehen am gesetzlichen Vertreter, angedroht.

Die Beklagte wird weiterhin verurteilt, an die Klägerin außergerichtliche Rechtsverfolgungskosten in Höhe von 325,90 € nebst 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz hieraus seit dem 29.11.2005 zu zahlen.

Im Übrigen werden das Versäumnisurteil vom 15.02.2006 aufgehoben und die Klage abgewiesen.

Die weitergehende Berufung wird zurückgewiesen.

Die Kosten des Rechtsstreits werden der Beklagten zu 1/3 und der Klägerin zu 2/3 auferlegt, mit Ausnahme der durch die Säumnis im Termin vom 15.02.2006 entstandenen Kosten, welche die Beklagte zu tragen hat.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

#### ENTSCHEIDUNGSGRÜNDE:

I.

Die Klägerin hat entsprechend einer Vorgabe der ... Allgemeine Ticket-Geschäftsbedingungen (ATGB; Bl. 119-122) verfasst, durch die sie u.a. den Erwerb und die Verwendung der Eintrittskarten zu Fußballspielen ihrer Lizenzspielermannschaft regeln will. Danach ist

"zur Vermeidung von Gewalttätigkeiten und Straftaten im Zusammenhang mit dem Stadionbesuch, zur Durchsetzung von Stadionverboten, zur Unterbindung des Weiterverkaufs von Tickets zu überhöhten Preisen und zur Trennung von Anhängern der aufeinander treffenden Mannschaften während eines Fußballspiels die Weitergabe von ausschließlich zur privaten Nutzung verkauften Tickets in der Weise eingeschränkt, dass den Ticketinhabern untersagt wird

- a) Tickets bei Internetauktionshäusern zum Verkauf anzubieten,
- b) Tickets ohne ausdrückliche vorherige schriftliche Zustimmung durch den Club gewerblich und/oder kommerziell zu veräußern;

c) im Rahmen einer privaten Weitergabe die Tickets zu einem höheren Preis als dem, der auf den Tickets angegeben ist, zu veräußern;

d) Tickets an Personen weiterzugeben, die aus Sicherheitsgründen vom Besuch von Fußballspielen ausgeschlossen wurden;

e) Tickets an Anhänger von Gast-Vereinen weiterzugeben;

f) Tickets ohne ausdrückliche vorherige schriftliche Zustimmung durch den Club zu Zwecken von Werbung, der Vermarktung, als Bonus, Werbegeschenk, Gewinn oder als Teil eines nicht autorisierten Hospitality-oder Reisepakets weiterzugeben oder zu verwenden.

Im November 2005 hat die Beklagte über "... " im Internet (nicht personalisierte) Eintrittskarten für Heimspiele der Bundesligamannschaft der Klägerin gegen den ... und den ... zum Verkauf angeboten, während der allein durch die Klägerin erfolgende Erstverkauf circa zwei Monate später startete.

Die Klägerin hat den Rechtsstreit begonnen, in dem sie ausschließlich den Zeitpunkt des Verkaufs der Tickets durch die Beklagte als wettbewerbsrechtlich unlauter – weil imageschädigend – beanstandet hat. Im Hinblick auf das am 03.02.2005 verkündete Urteil des OLG Hamburg (NJW 2005, 3004 ff.) und später auch das am 05.04.2006 verkündete Urteil des OLG Hamburg (NJW 2007 1588 ff.) hat die Klägerin im weiteren Verlauf des Rechtsstreits einen gewerblichen Weiterverkauf von Tickets generell beanstandet und die Beklagte entsprechend mit anwaltlichem Schreiben vom 17.03.2006 (Anlage K 9), mit dem der Beklagten zugleich die ATGB der Klägerin übersandt wurden, abgemahnt.

Darüber hinaus rügt die Klägerin, dass die Beklagte Sitzplatzkarten für die Blöcke 1 – 5 und 1a – 5a mit der Beschreibung, dass es sich dabei um "Gästeblocks" handele, anbietet. Die Gästeblocks im Stadion der Klägerin seien mit 6/6a/7/7a bezeichnet. Durch die Falschangabe in Bezug auf die Gästeblocks würden primär Fans der Gästemannschaft

angesprochen, was für das Sicherheitskonzept der Klägerin Schwierigkeiten bereite. Weil der sog. echte Fan, der im Gästeblock sitzen möchte, in den von der Beklagten angebotenen Blöcken nicht auf ein entsprechendes Umfeld träfe, sei die Falschangabe auch wettbewerbsrechtlich relevant.

In Bezug auf diesen Vorwurf hat die Klägerin die Beklagte durch anwaltliches Schreiben vom 18.11.2005 (Anlage K 5) abgemahnt und macht hierfür mit ihrem Zahlungsantrag zu 2.325,90 € Abmahnkosten geltend.

Das Landgericht hat der Beklagten unter Androhung von Ordnungsmitteln untersagt

- a) Eintrittskarten für Heimspiele der Lizenzspielermannschaft der Klägerin zu Zeitpunkten anzubieten, zu denen die Klägerin selbst noch nicht mit dem offiziellen Verkauf für die jeweiligen Spiele begonnen hat;
- b) Eintrittskarten für die Blöcke 1 – 5 und 1a – 5a im "...“ unter der Behauptung anzubieten, es handele sich hierbei um Plätze im Gästeblock;

es hat weiterhin die Beklagte verurteilt, an die Klägerin außergerichtliche Rechtsverfolgungskosten in Höhe von 325,90 € nebst 5 %-Punkten über dem Basiszinssatz hieraus seit dem 29.11.2005 zu zahlen.

Zur Begründung des ersten Verbots hat das Landgericht sich im wesentlichen die Ausführungen des OLG Hamburg in den Urteilen vom 03.02.2005 und 05.04.2006 zum allgemeinen Weiterverkaufsverbot zu eigen gemacht. Darüber hinaus hat das Erstgericht festgestellt, dass durch das Kartenangebot der Beklagten der Eindruck entstehen könne, dass ...-Verkäufer bevorzugt bedient würden und die Reaktion der Fans verständlich sei, wenn sie der Klägerin Kollusion mit Unternehmen wie der Beklagten anlasteten. Dass dadurch eine erhebliche Rufschädigung eintrete, sei ohne weiteres nachvollziehbar.

Das sich auf die Bezeichnung bestimmter Blocks als Gästeblock beziehende weitere Verbot hat das Landgericht damit begründet, dass die Beklagte selbst vorgetragen habe, dass es keine offizielle Bezeichnung als Gästeblocks gebe und von daher die von ihr gewählte Bezeichnung falsch sei. Die Klägerin habe sich diesen Vortrag hilfsweise zu eigen gemacht. Das Landgericht hat eine Irreführung nach § 5 UWG darin gesehen, dass die Fans in ihrer Erwartung, gemeinsam mit anderen Fans der Gastmannschaft zusammensitzen, getäuscht würden.

Mit der Berufung rügt die Beklagte, dass sie zum Zeitpunkt der Transaktion keine Kenntnis von den allgemeinen Ticketgeschäftsbedingungen der Klägerin gehabt habe; auch stehe sie unstreitig in keiner Geschäftsbeziehung zur Klägerin. Ihr (der Beklagten) könne auch nicht – wie vom Landgericht – unterstellt werden, dass sie durch ihr Geschäftsgebaren verhindere, dass die Klägerin die Tickets an Letztverbraucher veräußere. Die Klägerin habe im Hinblick auf den originären Kartenverkauf ein faktisches Monopol. Da zwischen den Parteien keine direkte Geschäftsbeziehung bestehe, führe die Beklagte auch nicht durch den Aufkauf von Ticketkontingenten eine Verknappung der Kontingente herbei.

Die Beklagte verweist – wie auch schon in erster Instanz – nochmals auf die Verkehrsfähigkeit der Eintrittskarten als Inhaberpapiere.

Schließlich könne der Beklagten auch nicht entgegengehalten werden, einen missbilligten Schwarzmarkt zu fördern. Die Beklagte verstoße gegen kein gesetzliches oder vertragliches Verbot, das ihr die Ticketveräußerung untersage. Darüber hinaus fehle es an einer Preisfixierung.

In Bezug auf das im Tenor des landgerichtlichen Urteils unter 1. b) aufgeführte Verbot rügt die Beklagte, dass das Landgericht keine Feststellungen dazu getroffen habe, ob es einen offiziellen Gästeblock, der sich auf die Blöcke 6/6a/7/7a beschränke, gebe.

Die Beklagte beantragt,

die angefochtene Entscheidung des Landgerichts Mönchengladbach (Urteil vom 25.09.2006) aufzuheben und die Klage abzuweisen.

Die Klägerin beantragt,

die Berufung der Beklagten zurückzuweisen.

Die Klägerin verteidigt unter Vertiefung ihres erstinstanzlichen Vorbringens das landgerichtliche Urteil und tritt den Ausführungen der Beklagten in deren Berufungsbegründung entgegen.

II.

Die zulässige Berufung der Beklagten hat in der Sache teilweise Erfolg.

1. Das vom Landgericht ausgesprochene Verbot, Eintrittskarten für Heimspiele der Lizenzspielermannschaft der Klägerin zu Zeitpunkten anzubieten, zu denen die Klägerin selbst noch nicht mit dem offiziellen Verkauf für die jeweiligen Spiele begonnen hat, ist nicht gerechtfertigt. Die von der Klägerin erhobenen Beanstandungen begründen keine wettbewerbsrechtliche Unlauterkeit.

Die Klägerin hat in der mündlichen Verhandlung vom 17.04.2007 auf Nachfrage des Senats zur Klarstellung des Streitgegenstandes ihre Beanstandungen wie folgt präzisiert:

- Der Erwerb und Weiterverkauf von Eintrittskarten in Kenntnis, dass ein solcher Verkauf durch die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Klägerin ausgeschlossen sei,
- Verkauf der Eintrittskarten schon vor Beginn des eigenen Verkaufs der Klägerin deshalb, weil durch einen solchen Verkauf der Ruf der Klägerin geschädigt werde, nämlich durch Erweckung der Vorstellung, dass ein kollusives Zusammenwirken zwischen der Beklagten und der Klägerin bestehe,
- Beeinträchtigung der Bemühung der Klägerin, einen Zugang zu

den raren Eintrittskarten in einer sozial ausgeglichenen Weise zu gewährleisten, also zu verhindern, dass die Karten nur für Interessenten zugänglich sind, die einen hohen Preis zahlen können,

– Beeinträchtigung der Bemühung der Klägerin, die Plätze im Stadion so zu verteilen, dass Konflikte zwischen verschiedenen Zuschauergruppen möglichst verhindert werden, wobei die entsprechende Obliegenheit der Klägerin von der ... vorgegeben sei.

a) Der Beklagten ist der Ticket-Weiterverkauf nicht bereits generell, d.h. unabhängig vom Zeitpunkt des Angebotes verboten, nur weil ein entsprechendes Weiteräußerungsverbot in den ATGB der Klägerin enthalten ist.

Es ist in tatsächlicher Hinsicht völlig unklar, wie die Beklagte sich die von ihr weiterveräußerten Tickets, die originär allein von der Klägerin auf den Markt gebracht werden, verschafft. Die Klägerin hat in der Klageschrift dargetan, keine Kenntnis über die Bezugsquellen der Beklagten zu haben. In zweiter Instanz stellt sie die Behauptung auf, die Beklagte lasse sich planmäßig für Heimspiele der Klägerin von Dritten in Kenntnis des Verstoßes gegen die ATGB Karten verschaffen und organisiere zu diesem Zweck "ganze Busse Strohleute". Dieser Vortrag bewegt sich jedoch allein im Bereich der Spekulation und besagt nichts darüber, wie der genaue Weg der Fußballtickets von der Klägerin zur Beklagten verlaufen soll und insbesondere wie und wann auf diesem Weg die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Klägerin Vertragsinhalt geworden sein sollen. Die Beklagte hat mehrfach darauf hingewiesen, dass die Karten von der Klägerin ohne Einbeziehung der ATGB verkauft würden, dass insbesondere in den drei Vorverkaufsstellen in M. weder ein deutlich sichtbarer Aushang der ATGB vorhanden sei noch ein entsprechender Hinweis auf die Bedingungen beim Kartenverkauf erfolge. Dem ist die Klägerin nicht entgegengetreten und hat sich nicht veranlasst gesehen – unter Beweisantritt –

vorzutragen, wie die ATGB in die Ticket-Kaufverträge einbezogen werden sollen.

Es muss der rechtlichen Beurteilung somit als Sachverhalt zugrundegelegt werden, dass zwar die ATGB der Klägerin, die der Beklagten auch bekannt sind, existieren, dass sie aber nicht Gegenstand der Kaufverträge über die Karten, die von der Beklagten weiterveräußert werden, geworden sind. Mithin scheidet ein unlauteres Verhalten der Beklagten in Form des Ausnutzens fremden Vertragsbuchs schon deshalb aus, weil nicht festgestellt werden kann, dass die Ticketverkäufer, von denen die Beklagte die Karten erwirbt, ihrerseits gegen vertragliche Vereinbarungen verstießen. Insofern braucht auch nicht weiter auf die Problematik, dass nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (GRUR 2004, 941, 943 – Metallbett) das bloße Ausnutzen eines Vertragsbruchs weder einer der in § 4 Nr. 9 UWG ausdrücklich, aber nicht abschließend genannten Fallgruppen zuzuordnen ist noch einen sonstigen unlauterkeitsbegründenden Umstand darstellt, eingegangen zu werden.

Die Argumentation des Oberlandesgerichts Hamburg, auf dessen Urteile vom 03.02.2005 und 05.04.2006 sich die Klägerin für ihre Rechtsposition stützt, geht dahin, dass es im Rahmen einer ständigen Geschäftsbeziehung – wie zwischen der dortigen Beklagten zum klagenden ... .. – ausreicht, wenn der Vertragspartner Kenntnis davon hat, dass der andere Teil einen Vertragsschluss nur auf der Grundlage seiner Allgemeinen Geschäftsbedingungen vorzunehmen gedenkt und diese konkludent Vertragsgegenstand würden, wenn der andere Teil (also die Beklagtenseite) nicht widerspricht. Dies gelte auch dann, wenn sich die Beklagte gegenüber dem Kläger nicht namentlich zu erkennen gegeben bzw. die für den Kläger handelnden Personen von der Sachlage keine unmittelbare Kenntnis gehabt hätten.

Die Klägerin meint, diese Ausführungen träfen auch auf den vorliegenden Fall zu, da sich die zur Beurteilung anstehenden Sachverhalte nicht unterscheiden würden. Dem kann jedoch nicht

gefolgt werden. Das Oberlandesgericht Hamburg ist bei seiner Entscheidung vom 05.04.2006 im ersten Absatz der Gründe in tatsächlicher Hinsicht davon ausgegangen, dass die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des (dortigen) Klägers in seiner Verkaufsstelle aushängen und bei der Internet-Bestellung dem Interessenten zugänglich gemacht werden. Wie den Gründen des Landgerichts Hamburg unter II. 1. b) weiter zu entnehmen ist, berühmten sich die dortigen Beklagten einer ständigen Geschäftsbeziehung zum Kläger. Ein derartiger Sachverhalt ist – wie bereits oben ausgeführt – hier gerade nicht gegeben. Dass die AGB der Klägerin etwa durch Aushang zum Inhalt der in den Vorverkaufsstellen abgeschlossenen Ticketkaufverträge gemacht würden, wird von der Klägerin ebenso wenig dargelegt wie das Bestehen einer direkten Vertragsbeziehung zwischen den Parteien. Insofern kann die in der Berufungsbegründung von der Klägerin in den Raum gestellte Frage, ob von der Beklagten vorgeschobene Ticketverkäufer überhaupt im eigenen Namen oder im Rahmen einer verdeckten Stellvertretung für die Beklagte handelten, substantiierten Sachvortrag nicht ersetzen.

Da mithin schon die Tatsachengrundlagen mit dem vom Oberlandesgericht Hamburg zu beurteilenden Fall nicht übereinstimmen, braucht auf die rechtliche Argumentation, die dem Senat diskussionsbedürftig erscheint, nicht weiter eingegangen zu werden. Vorliegend hat die Klägerin ihren Willen, einen gewerblichen Weiterverkauf von Tickets zu unterbinden, in Allgemeinen Geschäftsbedingungen formuliert, die sie in ihren Verkaufsstellen nicht ausgehängt und nicht zum Gegenstand der dort geschlossenen Kartenkaufverträge gemacht hat, die sie aber der Beklagten, zu der sie in keiner direkten Vertragsbeziehung steht, zur Kenntnis gebracht hat. Daraus kann keine wettbewerbsrechtlich schützenswerte Position zugunsten der Klägerin hergeleitet und der Beklagten Unlauterkeit vorgehalten werden.

b) Soweit die Klägerin rügt, dass ihr Ruf durch den von der Beklagten vor Beginn des offiziellen Vorverkaufs betriebenen

Kartenverkauf geschädigt werde, weil dadurch der Eindruck eines kollusiven Zusammenwirkens zwischen den Parteien entstehe, ist der Unterlassungsanspruch ebenfalls unbegründet.

Es kann nicht festgestellt werden, dass eine derartige Fehlvorstellung bei den Fans, denen gegenüber die Klägerin ihren Ruf gewahrt haben will, existiert.

Die Beklagte gibt bei ihrem Verkaufsangebot an, die Karten bis spätestens 7 Tage vor dem Spiel zu übersenden; der angesprochene Verkehr erwartet damit keine sofortige Übersendung, die den Besitz bei der Beklagten schon vor Beginn des offiziellen Vorverkaufs voraussetzte. Es ist nicht nachvollziehbar, worauf sich die von der Klägerin umschriebene Fehlvorstellung eines kollusiven Zusammenwirkens zwischen den Parteien zu Lasten der Fans begründen soll. Die Klägerin legt als Beispiel drei Fan-Beschwerden (Anlage K 6) vor, von denen die der Herren ... und ... Meldungen an die Klägerin darstellen, in denen ein sog. Schwarzmarkt-Verkauf angeprangert aber nicht der Klägerin als Beteiligter zugerechnet wird. Es wird von der Klägerin lediglich erwartet, gegen solche Strukturen etwas zu tun. Diese Tendenz hat auch die Beschwerde eines gewissen "...", der zudem äußert, dass man beinahe meinen könnte, dass die Klägerin ...-Mitgliedern Karten früher anbieten würde. Allein mit diesem im Konjunktiv und mit dem Zusatz "beinahe" geäußerten Gedanken eines einzigen Fans kann jedoch nicht die von der Klägerin behauptete Fehlvorstellung belegt werden.

c) Das von der Klägerin gerügte Verkaufsverhalten der Beklagten ist auch nicht unter dem Gesichtspunkt als unlauter zu verbieten, dass das Bestreben der Klägerin, die Eintrittskarten in sozial ausgeglichener und preislich gemäßiger Weise zu verkaufen, unterwandert würde.

Da diesbezüglich keiner der Beispielstatbestände des § 4 Nr. 1 – 11 UWG einschlägig ist, ist die gerügte Wettbewerbshandlung anhand der Generalklausel des § 3 UWG, die den Unlauterkeitsbegriff nicht weiter definiert, zu beurteilen;

nach der amtlichen Begründung (BegrRegEntw, B zu § 1, BT – Drucks 15/1487, S 16) werden alle Handlungen, die den anständigen Gepflogenheiten in Handel, Gewerbe, Handwerk oder selbständiger beruflicher Tätigkeit zuwiderlaufen, als unlauter bezeichnet.

Es liegt fern und wird von keiner dem Senat bekannten Meinung vertreten, dass es zu den anständigen Gepflogenheiten gehören soll, dass ein Wettbewerber auf die ideellen Ziele seines Konkurrenten Rücksicht zu nehmen hat und im Hinblick darauf sogar eine Geschäftstätigkeit völlig einstellen müsste, wenn sie den ideellen Zielen des Wettbewerbers zuwiderliefe. Der unbestimmte Rechtsbegriff der Lauterkeit ist verfassungskonform im Lichte des Grundrechts auf freie Berufsausübung auszulegen (vgl. Piper, Ohly, Kommentar zum UWG, 4. Aufl., § 3 Rdnr. 39), und es widerspricht dem bei Eingriffen in die Berufsausübungsfreiheit zu beachtenden Grundsatz der Verhältnismäßigkeit, das Interesse eines Marktteilnehmers, seine Geschäftstätigkeit sozialverträglich zu gestalten höher zu bewerten als die auf Gewinn ausgerichtete Tätigkeit eines Konkurrenten.

Vor allen Dingen ist bei der Beurteilung der Lauterkeit zu berücksichtigen, dass die Klägerin das von ihr beanstandete Verhalten durch die Ausgabe nicht personalisierter Tickets, auf denen ihre AGTB nicht abgedruckt sind, selbst ermöglicht. "Gewöhnliche" Fußballkarten, wie die Klägerin sie in den Verkehr bringt, sind kleine Inhaberpapiere, für die § 796 BGB regelt, dass der Aussteller dem Inhaber nur solche Einwendungen entgegensetzen kann, die die Gültigkeit der Ausstellung betreffen oder sich aus der Urkunde ergeben oder dem Aussteller unmittelbar gegen den Inhaber zustehen. Mit der wertpapierrechtlichen Verbriefung wird wirtschaftlich die Förderung der Umlauffähigkeit bezweckt (Palandt, Bürgerliches Gesetzbuch, 65. Aufl., § 793 BGB Rdnr. 1). Insofern liefe es dem wertpapierrechtlichen Charakter der Tickets zuwider, wenn über das Lauterkeitsrecht schuldrechtliche Pflichten eine

Verdinglichung gegenüber weiteren Erwerbern erführen. Die Klägerin hätte es vielmehr, um ihre ideellen Ziele zu erreichen und einen diese beeinträchtigenden Weiterkauf zu verhindern, selbst in der Hand, urkundliche Einwendungen zu formulieren. Versäumt sie dies, dann sollten die Folgen der Säumnis nicht durch das Wettbewerbsrecht auf den Mitbewerber abgewälzt werden (vgl. Gutzeit, Handelsbeschränkungen für Eintrittskarten, BB, 2007, 113, 119).

d) Schließlich ist das von der Klägerin gerügte Verhalten der Beklagten nicht deshalb als unlauter zu verbieten, weil die Klägerin dadurch in der Erfüllung der ihr vorgegebenen Sicherheitsbestimmungen beeinträchtigt werde. Durch die Vergabe nicht personalisierter Tickets kann die Klägerin ohnehin nicht verhindern, dass eine Vermischung der Fangruppen der jeweiligen Heim- und Gastmannschaft stattfindet oder die Tickets an solche Personen gelangen, die sich später an Schlägereien beteiligen. Vielmehr wäre eine Trennung der Fans über den Verkauf der Tickets nur zu erreichen, wenn man – wie bei der Fußballweltmeisterschaft 2006 erfolgt – personalisierte Tickets verkaufen und vor Betreten des Stadions (mit einem nicht unbeträchtlichen Personalaufwand) kontrollieren würde, dass Identität zwischen der Eintritt begehrenden Person und derjenigen, auf die das Ticket ausgestellt ist, besteht (vgl. Ensthaler/Zech, Verkehrsfähigkeit von Inhaberkarten nach § 807 BGB, NJW 2005, 3389). Vor diesem Hintergrund ist die Argumentation der Klägerin mit Sicherheitsinteressen ungeeignet, das beantragte Verbot zu rechtfertigen.

2. Die Werbung der Beklagten, Sitzplätze in den Blöcken 1 – 5, 1a – 5a seien solche in "Gästeblocks", ist als irreführend im Sinne von § 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG zu verbieten.

Bei der Prüfung, ob eine Angabe geeignet ist, den Verkehr irrezuführen, kommt es auf das Verständnis der Verkehrskreise, an die sich die Werbung richtet, an.

Die Klägerin hat – unwidersprochen – vorgetragen (Seite 8 des Schriftsatzes vom 18.05.2006), dass im Fußball der Begriff "Gästeblock" eine feste Konnotation habe und zwar in dem Sinne, dass damit die Bereiche gemeint sind, in denen die sog. echten Fans stehen, die vielfach Mitglied des jeweiligen Fanclubs sind und für eine Aufheizung der Stimmung zugunsten ihrer Mannschaft sorgen. Bei einem solchen als unstreitig zugrundezulegenden Verkehrsverständnis von der Angabe "Gästeblock" ist diese falsch, wenn es sich bei den damit bezeichneten Bereichen, für die die Beklagte Karten anbietet, um "neutrale Blocks" handelt, in denen Anhänger der Gästemannschaft zwar auch Gleichgesinnte finden, die sich aber wesentlich gemäßiger und ruhiger verhalten als "echte Fans". Daraus ergibt sich auch die wettbewerbsrechtliche Relevanz, die die Beklagte unter dem Gesichtspunkt anzweifelt, dass die Blöcke immerhin zahlenmäßig bezeichnet seien und der Käufer ersehen könne, wo er sitze. Dies mag zutreffen, ändert aber nichts daran, dass die Beklagte falsche Vorstellungen über das Umfeld, in denen der Käufer der von ihr angebotenen Karten dann schließlich im Stadion sitzt, erzeugt.

Des weiteren ist entgegen der von der Beklagten vertretenen Ansicht nicht entscheidend, ob es für die Gästeblocke 6/6a, 7/7a eine offizielle Bezeichnung als Gästeblock gibt. Um Karten und Werbung für diese Blöcke geht es im vorliegenden Rechtsstreit nicht.

Gegen die Verurteilung zur Zahlung der Abmahnkosten bringt die Beklagte keine Berufungsgründe, die weitergehen, als die Verneinung des der Abmahnung zugrundeliegenden Unterlassungsanspruches, vor.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 92, § 344 ZPO.

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit ergibt sich aus § 708 Nr. 10 i.V.m. § 713 ZPO.

Für die Zulassung der Revision besteht kein Anlass, weil die

Sache weder grundsätzliche Bedeutung hat, noch die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung des Revisionsgerichts erfordert. Dem Senat hat ein in wesentlichen Punkten anders gelagerter Sachverhalt zur Beurteilung vorgelegen als in dem vom Oberlandesgericht Hamburg entschiedenen Fall, indem die Revision zugelassen und auch eingelegt worden ist.

Streitwert: 20.000,00 € für den Antrag zu 1a) 10.000,00 € für den Antrag zu 1b) 325,90 € für den Zahlungsantrag 30.325,90 €

Vorinstanz:

Urteil des LG Mönchengladbach vom 15.02.2006