

Kein Anspruch auf Platzierung von bezahlter Wettanbieter-Werbung in Sport-Apps

Landgericht Hamburg

Beschluss vom 05.07.2016

Az.: 408 HKO 54/16

Tenor

Der Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung gegen die Antragsgegnerinnen zu 1. und 2. wird zurückgewiesen.

Die Antragstellerin hat die Kosten des Verfahrens zu tragen.

Der Verfahrenswert wird auf Euro 150.000 festgesetzt.

Entscheidungsgründe

I.

Die Antragstellerin möchte erreichen, dass sie auf ihren diversen sog. Sport-Apps weiterhin bezahlte Werbung für Wettanbieter platzieren kann. Dabei ist unstreitig, dass nach den vertraglich einbezogenen Programmrichtlinien für den Vertrieb über den App-Store „G.-Play“ Inhalte oder Dienste, die Online-Glücksspiele unterstützen, generell nicht akzeptiert werden. Darunter fallen auch Sportwetten, um die es der Antragstellerin vorliegend geht. Der Antragstellerin ist es ungeachtet dessen seit August 2013 gelungen, Werbung für Sportwetten in ihre Apps zu integrieren; sie ist jetzt von der Antragsgegnerin ausdrücklich aufgefordert worden, diese Praxis einzustellen.

Die Antragstellerin hält dieser Aufforderung für unzulässig und stützt sich auf unterschiedliche Argumente:

- Obwohl die jetzt angeführte Gambling-Policy seit langer Zeit bestehe, hätten die Antragsgegnerinnen das Anbieten von Apps mit Wettbezug oder mit Bewerbung für Wettanbieter bislang ohne Beanstandung geduldet;
- die Aufforderung sei selektiv und willkürlich nur an einige Anbieter gerichtet worden; nicht aber an bestimmte Wettbewerber der Antragstellerin mit vergleichbaren Angeboten;
- die Antragsgegnerin setzte sich mit dem Verlangen in krassen Widerspruch dazu, dass sie eigene Apps von Sportwettenanbietern zum Verkauf bereit halte;
- die Antragsgegnerin verschaffe sich mit der Durchsetzung des Werbeverbots einen eigenen Wettbewerbsvorteil, indem sie die Anbieter vom Sportwetten indirekt dazu dränge, G.-AdWords Werbung im Rahmen der G.-Suchfunktion zu schalten;
- Werbung für Sportwetten sei heutzutage rechtlich unbedenklich. Ein genereller Ausschluss für Wettwerbung stelle sich als kartellrechtlich relevanter Behinderungsmissbrauch dar.

II.

Ein Anspruch auf Zulassung von Werbeeinblendungen für Wettanbieter für ihre sog. Sport-Apps steht der Antragstellerin unter keinem rechtlichen Gesichtspunkt zu; weder wegen missbräuchlicher Ausnutzung einer marktbeherrschenden Stellung (§§ 33, 18, 19 GWB) noch wegen Behinderung (§ 4 Nr. 4 UWG).

Die Kammer kann nicht erkennen, dass es den Antragsgegnerinnen von Rechts wegen untersagt sein soll, Glücksspielwerbung in Form von Sportwetten auf den über den G.-Play Store beziehbaren Apps zu verbieten, wie dies ausweislich der in den

Vertrag einbezogenen Gambling-Policy geschieht. Online-Glücksspiele erfreuen sich zwar seit einigen Jahren einer erheblichen Nachfrage. Dies kann aber nicht darüber hinwegtäuschen das Online-Glückspieldienstleistungen zugleich erhebliche Herausforderungen darstellen, was den Schutz der Verbraucher, Minderjähriger und besonders sucht-gefährdeter Gruppen, die Vorbeugung gegen Betrug und Geldwäsche und den Schutz der Integrität des Sports und der Verhütung von Spielabsprachen anbelangt. Dies hat bekanntlich dazu geführt, dass Glücksspiele, Online-Glücksspiele und die Werbung dafür erheblichen ordnungspolitischen Restriktionen unterliegen, wie der Glücksspielstaatsvertrag mit den gerade auch für die Werbung (§ 5 GlüStzV) vorgesehenen Beschränkung deutlich macht. Bekanntlich ist die rechtliche Lage mit der gegenwärtigen Suspendierung von Konzessionsverfahren einigermaßen unübersichtlich. Dies betrifft aber erster Linie das Verhältnis der Anbieter von Sportwetten im Verhältnis zu den obersten Glücksspielaufsichtsbehörden der Länder. Es ist nicht zu erkennen, warum freien Unternehmen des Wirtschaftsverkehrs gehindert sein sollen, für sich die Entscheidung zu treffen, sich in diesem nach wie vor gräulichem Bereich nicht involvieren zu lassen. Die Antragstellerin erklärt zwar, dass es ihr von vornherein nur darum gehe, Werbung für „erlaubte Anbieter“ einzublenden. Damit ist das Problem aber nicht gelöst, denn bekanntlich gehen die Meinungen darüber stark auseinander, unter welchen Voraussetzungen auf dem Unionsmarkt mit der dort herrschenden Dienstleistungsfreiheit von einer erlaubten Tätigkeit auszugehen ist. Und selbst wenn dies grundsätzlich geklärt sein sollte, wären immer noch Einschränkungen bei der Werbung (§ 5 GlüStzV) zu beachten. Es ist rechtlich nicht zu beanstanden, dass der Anbieter des App-Store „G.-Play“ sich der Überprüfung anhand dieser nicht unkomplizierten Rechtslage von vornherein dadurch entzieht, dass er für die von ihm vermittelten Angebote derartige Werbereinblendungen von vornherein ausschließt. Zumal die Überprüfung aufwändig wäre, da sie sich u.U. auf die Inhalte der verlinkten Internetseite

der Wettanbieter erstrecken müsste und sowohl diese Inhalte als auch die Werbeeinblendungen als solche einer recht dynamischen Veränderung unterliegen können. Vor diesem Hintergrund ist nicht zu erkennen, dass der Anbieter des App-Store „G.-Play“ seine Gambling-Policy nicht an einem sachlich vertretbaren Konzept ausgerichtet hat.

Der Vorwurf der Antragstellerin, dass der Anbieter des App-Store „G.-Play“ seine Gambling-Policy selektiv und willkürlich nur gegenüber einigen Anbieter durchsetze, bestimmte Wettbewerber der Antragstellerin demgegenüber unbehelligt blieben, könnte sich im Grundsatz als missbräuchliche Ausnutzung einer marktbeherrschenden Stellung darstellen. Allerdings reicht hierzu der glaubhaft gemachte Vortrag der Antragstellerin (Ziff. 8 der Anlage Ast. 6) im Tatsächlichen nicht aus. Die Antragstellerin nennt gerade einmal zwei Unternehmen, ohne deren Apps genauer zu bezeichnen und inhaltlich darzustellen. Sie sagt auch nichts dazu, in welchem Umfang Anbieter von Apps das vereinbarte Werbeverbot – gegebenenfalls auch ohne vorausgegangene Abmahnung – beachten, obwohl derartige Werbung naheliegen würde. Auf die sich weiter stellenden Fragen danach, ob Verstöße durch andere Anbieter von der Gegenseite überhaupt zu erkennen waren, so dass eine fehlende Abmahnung sich als Duldung darstellen würde, kommt es deshalb nicht an.

Man wird die Einblendung von Werbung für Sportanbieter auch nicht ohne weiteres damit vergleichen können, dass eigene Apps von Sportwettanbietern bereitgehalten werden oder dass Anbieter vom Sportwetten G.-AdWords Werbung im Rahmen der G.-Suchfunktion schalten. Der Unterschied derartiger Angebote zur Werbeeinblendung besteht darin, dass sie sich von vornherein als solche von Wettanbietern darstellen und sie deshalb einer Überprüfung auf rechtliche Zulässigkeit und sonstige Angemessenheit leichter zugänglich sind, während Werbeeinblendungen nicht gleichermaßen sichtbar sind. Die Frage, ob die von der Antragstellerin in diesem Zusammenhang

angeführten Apps (Anlage Ast. 20) überhaupt für den Abschluss von Sportwetten werben – was von der Gegenseite bestritten wird – kann deshalb dahinstehen. Hinzu kommt, dass Werbung von Glücksspielanbietern von Teilen des Verkehrs als möglicherweise belästigend oder sogar anstößig empfunden wird. Die Intensität stellt sich aber unterschiedlich dar, je nachdem ob sich eine solche Werbung nur bei aktivem Zugriff entfaltet oder ob der Verkehr sich ihr – als Werbung mehr oder weniger kenntlich – passiv ausgesetzt sieht.

Der Vorwurf, dass der Anbieter des App-Store „G.-Play“ das Anbieten von Apps mit Bewerbung für Wettanbieter bislang ohne Beanstandung geduldet habe, ist schon nicht hinreichend glaubhaft gemacht. Duldung würde voraussetzen, dass der Gegenseite die entsprechenden Werbeinhalte bekannt gewesen sind, sie diese also Verstoß gegen ihre Gambling-Policy erkannt und trotzdem nicht eingeschritten ist. Vorliegend ist ebenso gut denkbar, dass diese Kenntnis gerade nicht vorgelegen hat und die Gegenseite stattdessen davon ausgegangen ist, dass die Antragstellerin sich – entsprechend der vertraglich übernommenen Zusage – vertragstreu verhalte. Dass die Gegenseite den Fall der Antragstellerin – und möglicherweise andere Fälle – nicht früher aufgegriffen hat, kann sich angesichts der Vielzahl von Apps ebenso gut als punktuelle Erscheinung darstellen, ohne dass der Verdacht der Willkür indiziert ist. Und letztlich wird man der Antragsgegnerin mit Blick auf die Vielfalt und Schnelllebigkeit der im Internet angebotenen Glücksspiele einerseits und der ungeklärten rechtlichen Entwicklung für Glücksspielangeboten andererseits auch nicht verwehren können, eine Geschäftspolitik nunmehr konsequent durchzusetzen, die immerhin der vertraglichen Vereinbarung entspricht und der gegenüber sich ein schützenswerter Besitzstand deswegen nicht hat bilden können.

Die Kammer lässt offen, ob eine Verantwortlichkeit der Antragsgegnerin zu 2. überhaupt gegeben ist, was wohl eher

nicht der Fall sein dürfte.