



BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 107/23

vom

21. November 2024

in dem Rechtsstreit

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein
BGHR: ja
JNEU: nein

DFL-Supercup

UWG § 2 Abs. 1 Nr. 4, § 8 Abs. 3 Nr. 1

- a) Die Leistung eines Plattformbetreibers, der Angebote Dritter vermittelt, ohne selbst die von Dritten angebotenen Produkte anzubieten, ist nicht mit dem Angebot dieser Produkte austauschbar, so dass es unter diesem Gesichtspunkt an einer Stellung des Plattformbetreibers als Mitwerber im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 4 UWG (§ 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG aF) fehlt.
- b) Zwischen dem Betreiber einer Plattform, auf der Dritte gegen eine Servicegebühr Eintrittskarten für Fußballspiele eines kommerziellen Veranstalters anbieten, und diesem Veranstalter besteht ein Wettbewerbsverhältnis unter dem Gesichtspunkt einer wettbewerblichen Wechselwirkung im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 4 UWG (§ 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG aF), wenn werbliche Maßnahmen des Plattformbetreibers zur Förderung des Absatzes auf der Plattform geeignet sind, sich nachteilig auf geschäftliches Ansehen und Tätigkeit des Veranstalters auszuwirken (Fortführung von BGH, Urteil vom 26. Januar 2017 - I ZR 217/15, GRUR 2017, 918 [juris Rn. 16] = WRP 2017, 1085 - Wettbewerbsbezug; BGH, Urteil vom 24. Februar 2022 - I ZR 128/21, GRUR 2022, 729 [juris Rn. 13] = WRP 2022, 727 - Zweitmarkt für Lebensversicherungen II).

BGH, Urteil vom 21. November 2024 - I ZR 107/23 - OLG München
LG München I

ECLI:DE:BGH:2024:211124UIZR107.23.0

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 11. September 2024 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Koch, die Richter Dr. Löffler und Feddersen, die Richterinnen Pohl und Dr. Schmaltz

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das Urteil des 29. Zivilsenats des Oberlandesgerichts München vom 20. Juli 2023 aufgehoben.

Die Sache wird zur neuen Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten der Revision, an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

1 Die Klägerin ist ein Zusammenschluss der 36 Vereine und Kapitalgesellschaften der 1. und 2. Fußball-Bundesliga. Sie veranstaltet jährlich ein Spiel um den DFL-Supercup. Die Beklagte betreibt unter www.v...de eine Online-Ticketbörse. Für Ticketverkäufe über diese Börse erhält sie eine Servicegebühr.

2 Beim DFL-Supercup am 3. August 2019 trafen die Clubs Borussia Dortmund und FC Bayern München aufeinander. Die Klägerin erwarb im Rahmen eines Testkaufs am 14. Juni 2019 Tickets für dieses Spiel über die Plattform der Beklagten.

3 Mit ihrer Klage beanstandet die Klägerin, dass die Beklagte den Verkauf von Eintrittskarten für Veranstaltungen der Klägerin ermögliche, bevor für die jeweilige Veranstaltung bei der Klägerin oder autorisierten Stellen Karten verfügbar seien (Klageantrag 1). Bei dem Testkauf gab die Beklagte verschiedene, mit den Klageanträgen 2 a) und b) angegriffene Garantieerklärungen ab. Während des Testkaufs erschienen Angaben zur Verfügbarkeit der Karten, die mit dem Klageantrag 3 angegriffen werden. Namen und Anschrift des Verkäufers wurden dem Käufer weder vor noch nach dem Vertragsschluss genannt, wie die Klägerin ebenfalls mit der Klage angreift (Klageantrag 4). Schließlich wendet sich die Klägerin dagegen, dass das Impressum der Internetseite der Beklagten keine E-Mail-Adresse enthielt (Klageantrag 5).

4 Die Klägerin hält das Vorgehen der Beklagten unter den Gesichtspunkten der Irreführung und Informationspflichtverletzung für unlauter.

5 Das Landgericht hat die Beklagte weitgehend antragsgemäß zur Unterlassung verurteilt. Dagegen hat die Beklagte Berufung eingelegt.

6 In der Berufungsinstanz hat die Klägerin das erstinstanzliche Urteil mit der Maßgabe verteidigt, dass die Beklagte unter Androhung näher bezeichneter Ordnungsmittel verurteilt werde, es zu unterlassen,

1. auf der Internetseite www.v .de den Verkauf von Tickets für Veranstaltungen der Klägerin zu ermöglichen, bevor für die jeweilige Veranstaltung bei der Klägerin und/oder von ihr autorisierten Stellen Tickets zum Verkauf angeboten werden in Kombination mit den Werbeaussagen "heiß begehrt und vermutlich schon bald ausverkauft" und/oder "fast ausverkauft" und/oder "weniger als 5 % der Tickets verfügbar" und/oder "173 Bereiche sind bereits ausverkauft", wenn dies geschieht wie in Anlage K 21 Seite 1, K 22 Seite 1 und K 22a Seite 1;
2. den Verkauf von Tickets mit einer Garantie, und zwar mit den werblichen Aussagen "Alle Tickets zu 100 % garantiert" und/oder "Wir garantieren, dass Sie gültige Tickets rechtzeitig vor der Veranstaltung erhalten" zu bewerben, wenn
 - a) nicht in unmittelbarer Nähe der Garantie die Garantiebedingungen wiedergegeben werden, und/oder
 - b) das beworbene Ticket kein bestehendes Recht zum Besuch der jeweiligen Veranstaltung verschafft,

und dies wie aus der Anlage K 17 Seiten 1 bis 5 ersichtlich geschieht: (...)

3. auf der Internetseite www.v .de durch hervorgehobene Hinweise mit den Aussagen "heiß begehrt und vermutlich schon bald ausverkauft" und/oder "fast ausverkauft" und/oder "weniger als 5 % der Tickets verfügbar" und/oder "173 Bereiche sind bereits ausverkauft" für die jeweilige Veranstaltung zu werben, bevor für die jeweilige Veranstaltung bei der Klägerin und/oder bei von ihr autorisierten Stellen Tickets zum Verkauf angeboten werden, wenn dies geschieht wie in Anlage K 21 Seite 1, K 22 Seite 1 und K 22a Seite 1: (...)
4. auf der Internetseite www.v .de den Verkauf von Tickets der Klägerin zu ermöglichen, ohne dass ein Käufer über die Identität und Anschrift des Verkäufers informiert wird und zwar bei unternehmerisch handelnden Verkäufern rechtzeitig vor Abgabe der Vertragserklärung des Käufers und bei nicht unternehmerisch handelnden Verkäufern unmittelbar nach Abgabe der Vertragserklärung des Käufers, wenn dies wie aus Anlage K 16 Seiten 36 und 43 ersichtlich geschieht;
5. auf der Internetseite www.v .de die Adresse der elektronischen Post nicht leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten.

7 Das Berufungsgericht hat die Klage abgewiesen.

8 Mit der vom Senat zugelassenen Revision, deren Zurückweisung die Beklagte beantragt, verfolgt die Klägerin ihre Schlussanträge aus der Berufungsinstanz weiter.

Entscheidungsgründe:

9 A. Das Berufungsgericht hat die Klage für zulässig, aber unbegründet erachtet und hierzu ausgeführt:

10 Das Berufungsgericht sei international und örtlich zuständig. Die Klageanträge seien hinreichend bestimmt. Der Klageantrag 5 sei zu weit gefasst, da er jede Einschränkung auf einen Bereich vermissen lasse, in dem zwischen den Parteien ein Wettbewerbsverhältnis bestehen könnte, und daher unbegründet.

11 Im Übrigen sei die Klage mangels Aktivlegitimation der Klägerin unbegründet. Zwischen der Klägerin als Verkäuferin von Eintrittskarten für das Spiel um den DFL-Supercup und der Beklagten, die einen Marktplatz für Eintrittskarten betreibe, bestehe kein konkretes Wettbewerbsverhältnis. An einem solchen fehle es zwischen den Anbietern von Waren, die auf einer Internetplattform vertrieben würden, und dem Betreiber eines Online-Marktplatzes für solche Waren, sofern der Plattformbetreiber nicht selbst als Anbieter von Produkten tätig werde. Die Klägerin habe schon nicht behauptet, die bei ihrem Testkauf erworbene Eintrittskarte sei von der Beklagten selbst angeboten worden. Auch im Übrigen könne nicht angenommen werden, dass die Beklagte selbst Eintrittskarten vertreibe. Eine sekundäre Darlegungslast treffe die Beklagte insoweit nicht, da die Klägerin schon keine konkreten Ticketverkäufe durch die Beklagte dargetan habe.

12 Unter dem Gesichtspunkt der Förderung fremden Wettbewerbs sei ebenfalls kein konkretes Wettbewerbsverhältnis anzunehmen. Es fehle an Vortrag der Klägerin dazu, dass ein unternehmerisch handelnder Verkäufer, der im Wettbewerb zur Klägerin stehe, über die Plattform der Beklagten Eintrittskarten verkauft habe.

13 B. Die zulässige Revision der Klägerin hat Erfolg. Sie führt zur Aufhebung des angefochtenen Urteils und zur Zurückverweisung. Die Klage ist bis auf den Antrag 5 zulässig (dazu nachfolgend B I). Mit der vom Berufungsgericht gegebenen Begründung kann der Klägerin die Anspruchsberechtigung als Mitbewerberin im Sinne von § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG nicht abgesprochen werden (dazu B II).

14 I. Die Klage ist - bis auf den Klageantrag 5 - zulässig.

15 1. Die auch in der Revisionsinstanz von Amts wegen zu prüfende internationale Zuständigkeit deutscher Gerichte (vgl. BGH, Urteil vom 7. November 2019 - I ZR 222/17, GRUR 2020, 647 [juris Rn. 22] = WRP 2020, 730 - Club Hotel Robinson) ist - auch in Anbetracht des Umstands, dass die Beklagte ihren Sitz in der Schweiz hat - gemäß Art. 5 Nr. 3 des Übereinkommens über die gerichtliche Zuständigkeit und die Anerkennung und Vollstreckung von Entscheidungen in Zivil- und Handelssachen, geschlossen in Lugano am 30. Oktober 2007 (ABl. EU L 339 S. 3), gegeben. Der in deutscher Sprache gehaltene und in Deutschland unter www.v...de abrufbare Internetauftritt der Beklagten richtet sich jedenfalls bestimmungsgemäß auch an Verkehrskreise im Inland (zum Markenrecht vgl. BGH, Urteil vom 15. Februar 2018 - I ZR 201/16, GRUR 2018, 935 [juris Rn. 18] = WRP 2018, 1081 - goFit).

16 2. Der Klageantrag 5 erweist sich mangels hinreichender Bestimmtheit im Sinne von § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO als unzulässig.

- 17 a) Nach § 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 der Streitgegenstand und der Umfang der Prüfungs- und Entscheidungsbefugnis des Gerichts nicht klar umrissen sind, der Beklagte sich deshalb nicht erschöpfend verteidigen kann und im Ergebnis dem Vollstreckungsgericht die Entscheidung darüber überlassen bleibt, was dem Beklagten verboten ist. Der Mangel der Bestimmtheit ist auch im Revisionsverfahren von Amts wegen zu beachten (st. Rspr.; vgl. nur BGH, Urteil vom 29. Mai 2024 - I ZR 145/23, GRUR 2024, 1129 [juris Rn. 16] - Verwarnung aus Kennzeichenrecht III, mwN).
- 18 b) Der mit dem Klageantrag 5 geltend gemachte Unterlassungsantrag, mit dem die Klägerin das Verbot begehrt, die Adresse der elektronischen Post nicht "leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar" zu halten, genügt diesen Bestimmtheitsanforderungen nicht.
- 19 aa) Diese vom erstinstanzlich gestellten Klageantrag abweichende Formulierung geht auf das Landgericht zurück, das sich hierbei am Wortlaut von Art. 5 Abs. 1 der Richtlinie 2000/31/EG über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt (Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr; ABl. L 178 vom 17. Juli 2000, S. 1) orientiert hat. Die Klägerin hat das Ersturteil mit diesem Inhalt verteidigt und sich damit den abweichend formulierten Urteilstenor zu Eigen gemacht (vgl. BGH, Urteil vom 20. April 1990 - V ZR 282/88, BGHZ 111, 158 [juris Rn. 8]).
- 20 bb) Unterlassungsanträge, die lediglich den Wortlaut eines Gesetzes wiederholen, sind grundsätzlich als zu unbestimmt und damit unzulässig anzusehen (BGH, Urteil vom 2. Februar 2012 - I ZR 81/10, GRUR 2012, 945 [juris Rn. 16] = WRP 2012, 1222 - Tribenuronmethyl; Urteil vom 31. Oktober 2018 - I ZR 73/17,

GRUR 2019, 82 [juris Rn. 19] = WRP 2019, 68 - Jogginghosen, mwN). So verhält es sich hier. Ein Fall, in dem die Wiedergabe des gesetzlichen Verbotstatbestands in der Antragsformulierung ausnahmsweise unschädlich ist (vgl. BGH, Urteil vom 29. April 2010 - I ZR 202/07, GRUR 2010, 749 [juris Rn. 21] = WRP 2010, 1030 - Erinnerungswerbung im Internet, mwN), liegt nicht vor. Die Anforderungen an eine leichte Erkennbarkeit, unmittelbare Erreichbarkeit und ständige Verfügbarkeit sind stark einzelfallabhängig und können daher nicht bereits als durch eine gefestigte Auslegung geklärt gelten (vgl. zum Diskussionsstand Spindler in Spindler/Schmitz, Telemediengesetz, 2. Aufl., § 5 Rn. 24 bis 40). Das mit dem Klageantrag 5 verfolgte Unterlassungsbegehren orientiert sich auch nicht an einer konkreten Verletzungsform, sondern bezieht sich auf eine Internetseite in ihrer Gesamtheit, so dass jegliche näheren Bezugsparameter fehlen.

21 cc) Der Grundsatz des Vertrauensschutzes und der Anspruch der Parteien auf ein faires Gerichtsverfahren gebieten es bei erstmals in der Revisionsinstanz festgestellten Mängeln des Klageantrags jedoch, von einer Abweisung der Klage als unzulässig abzusehen und dem Kläger eine Antragsanpassung in der wiedereröffneten Berufungsinstanz zu ermöglichen, wenn das Klagebegehren - wie hier - nicht von vornherein unbegründet ist (BGH, GRUR 2024, 1129 [juris Rn. 20] - Verwarnung aus Kennzeichenrecht III, mwN).

22 II. Mit der vom Berufungsgericht gegebenen Begründung kann der Klägerin die Anspruchsberechtigung als Mitbewerberin im Sinne von § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG nicht abgesprochen werden.

23 1. Wie das Berufungsgericht zutreffend angenommen hat, ist gemäß Art. 6 Abs. 1 und 2 in Verbindung mit Art. 3 der Verordnung (EG) Nr. 864/2007 über das auf außervertragliche Schuldverhältnisse anzuwendende Recht (ABl. L 199

vom 31. Juli 2007, S. 44, Rom-II-VO) deutsches Lauterkeitsrecht auf die beanstandeten Handlungen anwendbar.

24 2. Soweit der Unterlassungsanspruch auf Wiederholungsgefahr gestützt ist, besteht er nur, wenn das beanstandete Verhalten sowohl zum Zeitpunkt seiner Vornahme rechtswidrig war als auch zum Zeitpunkt der Revisionsentscheidung rechtswidrig ist (st. Rspr.; siehe nur BGH, Urteil vom 27. Juni 2024 - I ZR 98/23, GRUR 2024, 1122 [juris Rn. 13] = WRP 2024, 928 - klimaneutral, mwN). Die Anspruchsberechtigung des Mitbewerbers nach § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG in der seit dem 1. Dezember 2021 geltenden Fassung setzt über das schon zuvor (und auch weiterhin) erforderliche konkrete Wettbewerbsverhältnis hinaus voraus, dass der Mitbewerber Waren oder Dienstleistungen in nicht unerheblichem Maße und nicht nur gelegentlich vertreibt oder nachfragt.

25 3. Nach § 2 Abs. 1 Nr. 4 UWG (§ 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG in der bis zum 27. Mai 2022 geltenden Fassung) ist "Mitbewerber" jeder Unternehmer, der mit einem oder mehreren Unternehmern als Anbieter oder Nachfrager von Waren oder Dienstleistungen in einem konkreten Wettbewerbsverhältnis steht. Ein konkretes Wettbewerbsverhältnis in diesem Sinne kann auf unterschiedliche Weise begründet werden.

26 a) Ein unmittelbares Wettbewerbsverhältnis liegt vor, wenn beide Parteien gleichartige Waren oder Dienstleistungen innerhalb desselben Endverbraucherkreises abzusetzen versuchen und daher das Wettbewerbsverhalten des einen den anderen beeinträchtigen, das heißt im Absatz behindern oder stören kann. Ein solcher Substitutionswettbewerb setzt voraus, dass sich die beteiligten Unternehmer auf demselben sachlich, räumlich und zeitlich relevanten Markt betätigen, ohne dass sich der Kundenkreis und das Angebot der Waren oder Dienstleistungen vollständig decken müssen (BGH, Urteil vom 29. März 2007

- I ZR 122/04, GRUR 2007, 1079 [juris Rn. 18, 22] = WRP 2007, 1346 - Bundesdruckerei; Urteil vom 17. Oktober 2013 - I ZR 173/12, GRUR 2014, 573 [juris Rn. 17] = WRP 2014, 353 - Werbung für Fremdprodukte). Ein konkretes Wettbewerbsverhältnis setzt nicht voraus, dass die Parteien auf der gleichen Vertriebsstufe tätig sind, solange sie letztlich gleichartige Waren oder Dienstleistungen innerhalb desselben Endverbraucherkreises abzusetzen versuchen (BGH, Urteil vom 10. April 2014 - I ZR 43/13 GRUR 2014, 1114 [juris Rn. 27] = WRP 2014, 1307 - nickelfrei; Urteil vom 21. Januar 2016 - I ZR 252/14, GRUR 2016, 828 [juris Rn. 20] = WRP 2016, 974 - Kundenbewertung im Internet, mwN).

27 b) Ein unmittelbares Wettbewerbsverhältnis kann ferner auch dann vorliegen, wenn beide Parteien keine gleichartigen Waren oder Dienstleistungen anbieten.

28 Weil im Interesse eines wirksamen lauterkeitsrechtlichen Individualschutzes grundsätzlich keine hohen Anforderungen an das Vorliegen eines konkreten Wettbewerbsverhältnisses zu stellen sind, genügt für die Annahme eines konkreten Wettbewerbsverhältnisses, dass sich der Verletzer durch seine Verletzungshandlung im konkreten Fall in irgendeiner Weise in Wettbewerb zu dem Betroffenen stellt. Dies ist der Fall, wenn zwischen den Vorteilen, die die eine Partei durch eine Maßnahme für ihr Unternehmen oder das eines Dritten zu erreichen sucht, und den Nachteilen, die die andere Partei dadurch erleidet, eine Wechselwirkung in dem Sinne besteht, dass der eigene Wettbewerb gefördert und der fremde Wettbewerb beeinträchtigt werden kann (BGH, GRUR 2014, 1114 [juris Rn. 32] - nickelfrei; BGH, Urteil vom 26. Januar 2017 - I ZR 217/15, GRUR 2017, 918 [juris Rn. 16] = WRP 2017, 1085 - Wettbewerbsbezug; Urteil vom 24. Februar 2022 - I ZR 128/21, GRUR 2022, 729 [juris Rn. 13] = WRP 2022, 727 - Zweitmarkt für Lebensversicherungen II, jeweils mwN). Nicht ausreichend ist es allerdings, wenn die Maßnahme den Anderen nur irgendwie in seinem Marktstreben

betrifft und es an jeglichem Konkurrenzmoment im Angebots- oder Nachfragewettbewerb fehlt. Für die Annahme eines Wettbewerbsverhältnisses ist vielmehr erforderlich, dass die von den Parteien angebotenen Waren oder Dienstleistungen einen wettbewerblichen Bezug zueinander aufweisen (vgl. BGH, GRUR 2014, 573 [juris Rn. 21] - Werbung für Fremdprodukte; GRUR 2014, 1114 [juris Rn. 32] - nickelfrei; GRUR 2017, 918 [juris Rn. 16] - Wettbewerbsbezug).

29 Da es für die wettbewerbsrechtliche Beurteilung regelmäßig nur um die konkret beanstandete Wettbewerbshandlung geht, genügt es, dass die Parteien durch eine Handlung miteinander in Wettbewerb getreten sind, auch wenn ihre Unternehmen im Übrigen unterschiedlichen Branchen oder Wirtschaftsstufen angehören (BGH, Urteil vom 24. Juni 2004 - I ZR 26/02, GRUR 2004, 877 [juris Rn. 21] = WRP 2004, 1272 - Werbeblocker I; BGH, GRUR 2014, 573 [juris Rn. 17] - Werbung für Fremdprodukte, mwN).

30 c) Ein mittelbares Wettbewerbsverhältnis wirkt unter dem Gesichtspunkt der Förderung fremden Wettbewerbs anspruchsbegründend, wenn der Anspruchsgegner den Wettbewerb eines Unternehmens fördert, das mit dem Anspruchsteller in unmittelbarem Wettbewerb steht. Dieser kann gegen den Fördernden vorgehen, sofern er durch die Förderung des dritten Unternehmens in eigenen wettbewerbsrechtlich geschützten Interessen berührt ist (vgl. BGH, GRUR 2014, 573 [juris Rn. 19] - Werbung für Fremdprodukte; BGH, Urteil vom 5. November 2020 - I ZR 234/19, GRUR 2021, 497 [juris Rn. 16] = WRP 2021, 184 - Zweitmarkt für Lebensversicherungen I, mwN).

31 4. Die Auffassung des Berufungsgerichts, ein unmittelbares Wettbewerbsverhältnis bestehe nicht unter dem Gesichtspunkt des Substitutionswettbewerbs, hält der rechtlichen Nachprüfung stand.

- 32 a) Das Berufungsgericht hat nicht feststellen können, dass die Beklagte selbst Eintrittskarten für das Spiel um den DFL-Supercup verkauft, und hierzu ausgeführt: Die Klägerin habe nicht behauptet, dass das im Testkauf erworbene Ticket von der Beklagten verkauft worden sei. Die Behauptung der Klägerin, die Beklagte verkaufe selbst Eintrittskarten für Fußballveranstaltungen, habe die Beklagte wirksam bestritten, indem sie dies in Abrede gestellt habe. Soweit die Klägerin darauf verweise, dass es im "V Seller Team Manual - Stand Juli 2010" heiße: "we also sell tickets on the website", habe die Beklagte darauf verwiesen, dieses Handbuch sei schon Anfang 2017 durch die "Seller Terms of Use" ersetzt worden und habe im Zeitpunkt des Testkaufs am 14. Juni 2019 keine Gültigkeit mehr gehabt. Die Antwort der Klägerin, dies sei eine Schutzbehauptung, ersetze keinen substantiierten Vortrag. Diese Beurteilung ist revisionsrechtlich nicht zu beanstanden.
- 33 b) Die Revision wendet sich ohne Erfolg gegen die Würdigung des Berufungsgerichts, die Beklagte habe selbst keine Eintrittskarten - insbesondere nicht für das Spiel "DFL-Supercup 2019" - verkauft, sondern betreibe lediglich einen Marktplatz für Eintrittskarten.
- 34 aa) Die Revision macht vergeblich geltend, das Berufungsgericht habe eine insoweit bestehende sekundäre Darlegungslast der Beklagten verkannt.
- 35 (1) Zu Recht ist das Berufungsgericht davon ausgegangen, dass der Anspruchsteller grundsätzlich für die tatbestandlichen Voraussetzungen des geltend gemachten Unterlassungsanspruchs darlegungs- und beweisbelastet ist, mithin auch für die tatsächlichen Voraussetzungen der Mitbewerberstellung des Anspruchsgegners. Der Verweis darauf, dass die Klägerin von vornherein nicht in der Lage sei, konkrete Ticketverkäufe durch die Beklagte selbst darzulegen, da sich der Ticketerwerb über die Internetplattform der Beklagten weitestgehend anonym vollziehe und die Beklagte selbst nicht erkennen könne, wer Verkäufer

der Tickets sei, begründet keine Darlegungslast der Beklagten zur Identität der Verkäufer. Grundsätzlich ist keine Partei verpflichtet, dem Prozessgegner die für den Prozesserfolg erforderlichen Informationen zu verschaffen. Die Auferlegung einer sekundären Darlegungslast zu Vorgängen, die außerhalb des Wahrnehmungsbereichs der anderen Partei liegen, kommt erst in Betracht, wenn die darlegungs- und beweisbelastete Partei greifbare Anhaltspunkte für die Richtigkeit der von ihr aufgestellten Behauptung liefert (zu einer Fallgestaltung anonymen Handelns von Plattformnutzern vgl. BGH, Urteil vom 2. Juni 2022 - I ZR 140/15, BGHZ 234, 56 [juris Rn. 82] - YouTube II).

36 (2) An der Darlegung solcher Anhaltspunkte durch die Klägerin fehlt es hier.

37 (a) Ohne Rechtsfehler - und insoweit von der Klägerin unbeanstandet - hat das Berufungsgericht festgestellt, die Klägerin behaupte schon nicht, dass die Beklagte jene Tickets, die Gegenstand des streitgegenständlichen Testkaufs waren, selbst zum Kauf angeboten habe.

38 (b) Die Revision vermag auch nicht auf vom Berufungsgericht übergebenen Vortrag zu verweisen, aus dem sich konkrete Anhaltspunkte für einen Verkauf von Eintrittskarten durch die Beklagte ergäben.

39 Soweit die Klägerin anführt, das Berufungsgericht habe ihren Vortrag zu dem von ihr vorgelegten "V Seller Team Manual - Stand Juli 2010" unzureichend gewürdigt, dringt sie damit nicht durch. Den dort enthaltenen - etwa neun Jahre vor der Austragung des in Rede stehenden Fußballspiels publizierten - Aussagen ("we also sell tickets on the website"; "Please note that neither seller nor buyer should know that we are the seller of certain tickets, nor should any of the information below be divulged to our power sellers"; "Here we have purchased tickets from the primary market like a normal individual and we resell them") lässt sich angesichts des langen Zeitablaufs nicht entnehmen, dass die

Beklagte auch im Jahr 2019 noch eigene Verkäufe - insbesondere mit Blick auf das hier gegenständliche Fußballspiel - tätigte. Das Berufungsgericht hat in revisionsrechtlich nicht zu beanstandender Weise dafürgehalten, dass die Klägerin dem Vortrag der Beklagten, wonach das "V Seller Team Manual" bereits Anfang 2017 durch die "Seller Terms of Use" ersetzt worden sei, nicht substantiiert entgegengetreten ist.

40 Vergeblich rügt die Revision, das Berufungsgericht habe unter Verstoß gegen § 286 ZPO den Vortrag der Klägerin nicht beachtet, nach dem im Rahmen des Verkaufsprozesses von der Beklagten abgefragt werde, ob ein Arbeitsverhältnis zu V bestehe und ob es sich um den Veranstalter selbst oder um eine Person handele, die im Namen der Vorgenannten tätig werde. Dieser Vortrag lässt ebenfalls keine Rückschlüsse auf den Verkauf von Eintrittskarten für Fußballspiele durch die Beklagte zu.

41 (3) Im Übrigen ist auch nicht von einer Beweisnot der Klägerin auszugehen. Es ist nicht ersichtlich, dass die Klägerin die ihr zur Verfügung stehenden Erkenntnismöglichkeiten ausgeschöpft hat.

42 Dazu, ob und gegebenenfalls in welchem Umfang die Klägerin den Versuch unternommen hat, die erworbenen Eintrittskarten auf einen bestimmten Verkäufer zurückzuverfolgen, führt sie nichts aus. Sie macht lediglich allgemeine Ausführungen dazu, über welche Kanäle die Eintrittskarten für den "Supercup 2019" von ihr in den Verkehr gebracht worden seien. Soweit die Beklagte bestreitet, selbst Eintrittskarten verkauft zu haben, geht das Berufungsgericht zutreffend davon aus, dass ihr mit Blick auf das unzureichende Vorbringen der Klägerin zulässiges (einfaches) Bestreiten eine weitere Substantiierung dieser negativen Tatsache nicht erfordert.

43 Vielmehr hätte es der Klägerin offen gestanden, für ihre Behauptung, die Beklagte verkaufe selbst Eintrittskarten, Beweis - etwa durch Benennung von Zeugen aus dem Unternehmen der Beklagten - anzutreten. Dass und inwiefern Beweisangebote der Klägerin übergangen worden wären, rügt die Revision nicht.

44 bb) Entgegen der Auffassung der Revision war das Berufungsgericht mangels entsprechender Anhaltspunkte nicht verpflichtet, den Vortrag der Klägerin zum Anlass zu nehmen, nach § 144 Abs. 1 Satz 1 ZPO von Amts wegen ein Sachverständigengutachten zu den in den EDV-Anlagen der Beklagten vermeintlich gespeicherten Verkäuferdaten einzuholen. Das Gericht ist im von der Partei-maxime beherrschten Zivilprozess nicht verpflichtet, eine Beweisaufnahme nach § 144 Abs. 1 ZPO anzuordnen, wenn der Parteivortrag sich bloß in ganz allgemeinen Erwägungen erschöpft, ohne konkrete Anhaltspunkte für den behaupteten Umstand aufzuzeigen (vgl. BGH, Urteil vom 3. April 1952 - IV ZR 136/51, BGHZ 5, 302 [juris Rn. 30]). Die Annahme, das Berufungsgericht hätte auf die Notwendigkeit einer entsprechenden Beweisaufnahme hinweisen müssen, liegt aus denselben Gründen fern.

45 c) Auf der Grundlage der rechtsfehlerfrei getroffenen Feststellungen versuchen die Parteien nicht, gleichartige Waren oder Dienstleistungen innerhalb desselben Endverbraucherkreises abzusetzen.

46 Weder sind die Parteien auf dem gleichen sachlichen Markt noch in der gleichen Branche tätig. Die Klägerin verkauft Eintrittskarten im Erstverkauf. Die Beklagte stellt als Dienstleister gegen eine umsatzabhängige Vergütung eine Verkaufsplattform für den Verkauf von Eintrittskarten zur Verfügung. Eine Substituierbarkeit der Leistungen beider Parteien lässt sich nicht allein daraus ableiten, dass beide ihr Angebot an Fußballinteressierte richten, die Tickets für ein Spiel erwerben wollen. Die Ausrichtung der Leistungen an denselben Endkundenkreis

reicht insoweit nicht aus. Denn die Parteien sind nicht lediglich auf unterschiedlichen Wirtschaftsstufen mit der gleichen Leistung befasst. Die Leistung eines Plattformbetreibers, der Angebote Dritter vermittelt, ohne selbst die von Dritten angebotenen Produkte anzubieten, ist nicht mit dem Angebot dieser Produkte austauschbar (vgl. BGH, Urteil vom 19. März 2015 - I ZR 94/13, GRUR 2015, 1129 [juris Rn. 20] = WRP 2015, 1326 - Hotelbewertungsportal; Beschluss vom 23. April 2024 - KVB 56/22, WRP 2024, 1220 [juris Rn. 115 bis 118] - Amazon; OLG Koblenz, GRUR-RR 2006, 380 [juris Rn. 44 bis 51]; OLG Hamburg, GRUR-RR 2020, 533 [juris Rn. 49 f.]; Ohly in Ohly/Sosnitza, UWG, 8. Aufl., § 2 Rn. 71; Köhler in Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 42. Aufl., § 2 Rn. 4.17c; aA OLG Celle, Urteil vom 27. Februar 2020 - 13 U 18/19, juris Rn. 39; OLG Hamburg, MMR 2014, 595 [juris Rn. 156], und Urteil vom 10. Juni 2021 - 5 U 147/19, Umdruck S. 16 unter b). Ein Wettbewerbsverhältnis kann sich in diesen Fällen allerdings unter dem Gesichtspunkt der Förderung fremden Wettbewerbs ergeben (vgl. BGH, Urteil vom 13. Dezember 2018 - I ZR 3/16, GRUR 2019, 298 [juris Rn. 30] = WRP 2019, 327 - Uber Black II; Urteil vom 28. Juli 2022 - I ZR 205/20, GRUR 2022, 1447 [juris Rn. 25] = WRP 2022, 1259 - Servicepauschale II; dazu sogleich unter Rn. 47 bis 51).

47 5. Die Beurteilung des Berufungsgerichts, es bestehe auch kein mittelbares Wettbewerbsverhältnis unter dem Gesichtspunkt der Förderung fremden Wettbewerbs durch die Beklagte, ist gleichfalls revisionsrechtlich nicht zu beanstanden.

48 a) Das Berufungsgericht hat angenommen, die Beklagte fördere keinen Wettbewerb von Unternehmen, die mit der Klägerin in einem konkreten Wettbewerbsverhältnis stünden. Es fehle an Vortrag der Klägerin zu einem Unternehmen, das über die Plattform der Beklagten unternehmerisch handelnd Fußball Eintrittskarten verkaufe und daher im Wettbewerb mit der Klägerin stehe. Die Klägerin habe nicht vorgetragen, dass der Testverkauf im Wege unternehmerischen

Handelns erfolgt sei. Die allgemeine Behauptung der Klägerin, die Plattform der Beklagten werde sowohl von privaten als auch von gewerblichen Anbietern genutzt, erlaube nicht den Schluss darauf, dass dort auch Fußballtickets von gewerblichen Anbietern verkauft würden. Zwar könnten etwa Sponsoren, die von der Klägerin Tickets erhalten hätten, diese über die Plattform der Beklagten verkaufen. Dass dies geschehe, und nicht etwa der Verkauf auch in diesen Fällen durch Verbraucher erfolge, habe die Klägerin aber nicht dargetan. Dies gelte auch im Hinblick auf die von der Klägerin in Bezug genommenen, bei der Beklagten beworbenen "VIP-Karten", welche die Klägerin an Unternehmen verkaufe. Es fehle auch an einer Erstbegehungsfahr. Diese Beurteilung hält der Nachprüfung ebenfalls stand.

49 b) Soweit die Revision geltend macht, das Berufungsgericht habe die Anforderungen an den Vortrag der Klägerin überspannt, indem es den Vortrag der Klägerin zu unternehmerisch handelnden Verkäufern von Fußballtickets über die Internetplattform der Beklagten als unzureichend angesehen habe, dringt sie damit nicht durch. Der Hinweis auf regelmäßig an Unternehmen gereichte Sponsoren-Tickets zeigt nicht auf, dass und weshalb der Klägerin nähere Ausführungen zu den Adressaten der Sponsoren-Tickets und eine Rückverfolgung im Falle ihrer Weitergabe nicht möglich gewesen sein sollten, um zu einer etwaigen Unternehmereigenschaft von Verkäufern vortragen zu können.

50 Eine andere Beurteilung ist - wie das Berufungsgericht rechtsfehlerfrei unter Würdigung des Sachvortrags der Klägerin festgestellt hat - auch nicht mit Blick auf die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Beklagten und das "v Frequent-Seller-Handbuch April 2016" gerechtfertigt. Auch in Anbetracht des - vom Berufungsgericht als unstreitig behandelten - Umstands, dass grundsätzlich auch Unternehmen Tickets über die Plattform der Beklagten verkaufen können, lassen sich aus diesen Unterlagen keine Anhaltspunkte für den Verkauf von

Fußball-Eintrittskarten durch unternehmerisch handelnde Verkäufer gewinnen, deren Wettbewerb die Beklagte gefördert hätte.

51 Zutreffend hat das Berufungsgericht zudem angenommen, dass generell bestehende unternehmerische Aktivitäten auf der Plattform nicht bereits eine Erstbegehungsgefahr dafür begründen, dass Unternehmen dort auch Eintrittskarten für Fußballspiele vertreiben. Die Klägerin setzt in einer für das Revisionsverfahren unbehelflichen Weise lediglich ihre eigene tatsächliche Würdigung anstelle derjenigen des Berufungsgerichts.

52 6. Ein unmittelbares Wettbewerbsverhältnis zwischen den Parteien kann mit der vom Berufungsgericht gegebenen Begründung indes unter dem Gesichtspunkt der Förderung eigenen und der Beeinträchtigung fremden Wettbewerbs nicht verneint werden.

53 a) Das Berufungsgericht hat angenommen, ein konkretes Wettbewerbsverhältnis zwischen Anbietern von Waren, die auf der von der Beklagten für den Verkauf von Eintrittskarten angebotenen Plattform - gegen eine Servicegebühr - vertrieben werden, und der Beklagten sei ausgeschlossen, sofern diese als Plattformbetreiberin nicht selbst als Anbieter der Produkte tätig werde. Die Beklagte versuche auch nicht mittelbar, derartige Waren an denselben Abnehmerkreis abzusetzen, sondern stelle lediglich ein virtuelles Schaufenster und einen technischen Weg zum Angebot bereit. Diese Beurteilung hält der rechtlichen Nachprüfung nicht stand.

54 b) Soweit das Berufungsgericht ein konkretes Wettbewerbsverhältnis - jenseits einer eigenen Anbieterstellung der Beklagten - mit der Erwägung verneint hat, die Tätigkeit der Beklagten beschränke sich darauf, gegen eine umsatzabhängige Vergütung eine Verkaufsplattform in Form eines virtuellen Schaufensters und einen technischen Weg zum Angebot bereitzuhalten, wendet es

rechtsfehlerhaft einen unzutreffenden rechtlichen Maßstab an und lässt infolgedessen wesentliche Umstände des Streitfalls außer Betracht.

55 aa) Das Berufungsgericht hat nicht berücksichtigt, dass ein konkretes Wettbewerbsverhältnis im Falle fehlender Substituierbarkeit der angebotenen Waren oder Dienstleistungen auch vorliegen kann, wenn zwischen den Vorteilen, welche die Beklagte als Betreiber eines Internetmarktplatzes zur Vermittlung von Wiederverkäufen von Tickets auf dem Zweitmarkt zu erreichen sucht, und den Nachteilen, welche die Klägerin als Direktvermarkter von Originaltickets auf dem Erstmarkt erleidet, eine Wechselwirkung und ein hinreichender wettbewerblicher Bezug bestehen (zu diesem Maßstab bereits vorstehend Rn. 27 bis 29). Da es für die wettbewerbsrechtliche Beurteilung regelmäßig nur um die konkret beanstandete Wettbewerbshandlung geht, genügt es, dass das Wettbewerbsverhältnis erst durch diese Wettbewerbshandlung begründet worden ist, auch wenn die Parteien unterschiedlichen Branchen angehören (vgl. BGH, GRUR 2014, 1114 [juris Rn. 30] - nickelfrei; GRUR 2022, 729 [juris Rn. 21] - Zweitmarkt für Lebensversicherungen II).

56 bb) Im Streitfall kommt in Betracht, dass die für die Begründung eines Wettbewerbsverhältnisses notwendige Wechselwirkung durch die mit der Klage beanstandeten Werbeaussagen begründet wird, die die Beklagte auf ihrer Internetplattform im Zuge des Verkaufsvorgangs von Eintrittskarten getätigt hat. Diese Aussagen, mit denen die Beklagte den Verkauf von Eintrittskarten für die Veranstaltung der Klägerin fördert, sind geeignet, sich nachteilig auf das Ansehen der Klägerin und die Vermarktung ihrer Fußballspiele auszuwirken. Dies betrifft die Bewerbung des Verkaufs von Eintrittskarten auf dem Marktplatz der Beklagten vor Beginn des Vorverkaufs der Klägerin, weil hierdurch der geschäftsschädigende Eindruck entstehen könnte, die Klägerin bevorzuge einen Vertriebskanal, der nicht ihrer durch soziale Erwägungen limitierten Preisgestaltung unterliegt. Weiter versteht der angesprochene Verkehr nach den vom Berufungsgericht in

Bezug genommenen Feststellungen des Landgerichts die Werbung für "garantierte Tickets" dahin, dass die Eintrittskarten ein Zutrittsrecht zur Veranstaltung der Klägerin vermitteln. Die darin liegende Bezugnahme auf die vermeintlich garantierte Leistung der Klägerin ist ebenfalls geeignet, eine geschäftsschädigende Beeinträchtigung ihres Ansehens zu verursachen, weil die Klägerin für Probleme beim Zutritt verantwortlich gemacht werden könnte, wenn Eintrittskarten nicht anerkannt werden.

57 cc) Besteht die für die Annahme eines Wettbewerbsverhältnisses erforderliche Wechselwirkung (dazu vorstehend Rn. 56), liegt angesichts der Eignung der angegriffenen Werbung, das geschäftliche Ansehen der Klägerin und die Vermarktung ihrer Fußballspiele zu beeinträchtigen, auch der erforderliche wettbewerbliche Bezug zwischen den von den Parteien angebotenen Leistungen vor.

58 C. Das Berufungsurteil ist demnach aufzuheben und die Sache zur neuen Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten der Revision, an das Berufungsgericht zurückzuverweisen (§ 562 Abs. 1, § 563 Abs. 1 Satz 1 ZPO). Einer eigenen Entscheidung des Senats in der Sache steht entgegen, dass es mangels hinreichender Feststellungen des Berufungsgerichts an der Entscheidungsreife fehlt.

59 Im wiedereröffneten Berufungsverfahren wird das Berufungsgericht - neben einer erneuten Prüfung der Anspruchsberechtigung der Klägerin nach § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG - auf eine zulässige Fassung des Klageantrags 5 hinzuwirken haben. Soweit das Berufungsgericht angenommen hat, der Klageantrag 5 sei zu weit gefasst und deshalb als unbegründet abzuweisen, wird es der Klägerin

Gelegenheit zu einer diesen Bedenken Rechnung tragenden Einschränkung des Antrags zu geben haben. Angesichts des erstinstanzlichen Erfolgs dieses Antrags durfte das Berufungsgericht ihn nicht ohne einen Hinweis nach § 139 Abs. 1 Satz 2 ZPO abweisen (vgl. BGH, Beschluss vom 13. Juli 2023 - I ZR 206/22, GRUR 2023, 463 [juris Rn. 11] = WRP 2023, 1467).

Koch

Löffler

Feddersen

Pohl

Schmaltz

Vorinstanzen:

LG München I, Entscheidung vom 15.12.2021 - 37 O 6538/20 -

OLG München, Entscheidung vom 20.07.2023 - 29 U 174/22 -

Verkündet am:

21. November 2024

Hemminger, Justizangestellte

als Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle