

Ticketzweitmarkt

Heute hat die unter anderem auf das Gesetz gegen den Unlauteren Wettbewerb (UWG) spezialisierte 39. Zivilkammer einer Klage der FC Bayern München AG gegen einen Ticket-Anbieter überwiegend stattgegeben (39 O 11168/19).

Der Beklagte wurde zur Unterlassung des Verkaufs von Tickets der Klägerin zu kommerziellen/gewerblichen Zwecken sowie Auskunft, Zahlung von Schadenersatz in Form des Verletzergewinns und zur Zahlung der vorgerichtlichen Rechtsanwaltskosten der Klägerin verurteilt.

Das Geschäftsmodell des Beklagten basiert darauf, dass er u.a. Tickets für Fußballspiele des jeweiligen Vereins von Erstkunden bzw. Dritten bezieht, um diese dann für einen höheren Preis weiterzuverkaufen.

Die Klägerin hatte am 21.02.2019 einen Testkauf bei der Beklagtenseite vorgenommen und so zwei Tickets für das Heimspiel der Klägerin im Champions League Viertelfinale gegen den FC Liverpool am 13.03.2019 zu einem Gesamtbetrag in Höhe von 6.500,00 EUR netto erworben. Der Originalpreis für beide Tickets lag bei insgesamt lediglich 1.200 EUR netto.

In den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Klägerin ist eine Weitergabe an gewerbliche Tickethändler oder ein Verkauf von Tickets auf nicht von der Klägerin autorisierten Zweitmarktplattformen verboten.

Die streitgegenständlichen Tickets der Klägerin waren darüber hinaus mit einem individuellen QR-Code, Warenkorbnummer, Strichcode und dem Namen des Erstkäufers bedruckt.

Der Testkäufer der Klägerin erhielt mit den Tickets ein Anschreiben des Beklagten, das ihn dazu aufforderte, gegebenenfalls bei Einlasskontrollen am Stadion wahrheitswidrig anzugeben, er sei von dem Erstkäufer eingeladen worden, dieser habe ihm also seine beiden Tickets überlassen.

Zur Überzeugung der 39. Zivilkammer verstößt der Beklagte dadurch, dass er Fußballtickets über sein Netzwerk bezieht und zu einem deutlich höheren Preis weiterverkauft, die von der Klägerin personalisiert werden und hinsichtlich derer der gewerbliche Weiterverkauf von der Klägerin untersagt ist, gegen § 4 Nr. 4 UWG (wettbewerbswidriger Schleichbezug).

Das Landgericht München I führte in seinen Urteilsgründen aus, dass durch die von der Klägerin getroffenen Vorkehrungen die Tickets der Klägerin nicht jedem Ticketinhaber ein Zutrittsrecht zum Stadion vermitteln, sondern nur demjenigen, der auch über eine entsprechende Legitimierung durch die Klägerin verfüge. Ohne diese bestehe keine Pflicht, dem Inhaber des Tickets Zutritt zum Stadion zu gewähren.

Durch die Aktivierung seines Netzwerks wirke der Beklagte zudem gezielt darauf hin, dass Dritte (d.h. die Erstkäufer) die aus den AGB der Klägerin bestehenden Vertragspflichten brechen würden, was die Unlauterkeit seines Verhaltens begründe.

Darüber hinaus habe der Beklagte durch die deutliche Aufforderung an den Testkäufer, gegenüber der Eingangskontrolle am Stadion wahrheitswidrige Angaben zu machen, die nach § 3 II UWG bestehende unternehmerische Sorgfaltspflicht missachtet.

Der Beklagte habe nicht nur die Erstkäufer der Tickets dazu verleitet, Vertragsbruch zu begehen, sondern seine Käufer darüber hinaus aufgefordert zu lügen. Dies stelle eine klare Verletzung der unternehmerischen Sorgfaltspflicht dar, so die 39. Zivilkammer.

Im Übrigen wurde die Klage wegen Verjährung der geltend gemachten Forderungen abgewiesen.

Das Urteil des Landgerichts München I ist nicht rechtskräftig.