veröffentlicht von Rechtsanwalt **Arndt Joachim Nagel**

Schwarzhandel mit Bundesligakarten

Der Bundesgerichtshof hatte kürzlich darüber zu entscheiden, ob der Hamburger Sportverein (HSV) verhindern kann, dass von ihm nicht autorisierte Händler Eintrittskarten für Heimspiele des HSV anbieten.

Der HSV vertreibt die Eintrittskarten in autorisierten Verkaufsstellen, nach telefonischer Bestellung und über das Internet. Nach Nummer 2 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) für den Kartenverkauf sagt der Erwerber verbindlich zu, die Eintrittskarte(n) ausschließlich für private Zwecke zu nutzen.

Die Beklagten bieten gewerblich im Internet Karten für Fußballspiele – auch für Heimspiele des HSV – an, wobei die Preise regelmäßig erheblich über dem offiziellen Verkaufspreis liegen. Sie erwerben die Karten entweder direkt vom HSV, ohne sich als kommerzielle Anbieter zu erkennen zu geben, oder von Privatpersonen. Der HSV hat den Kartenhandel der Beklagten als wettbewerbswidrig beanstandet. Das Landgericht Hamburg hat der Unterlassungsklage des HSV stattgegeben. Das Oberlandesgericht Hamburg hat dieses Urteil bestätigt.

Der Bundesgerichtshof hat entschieden, dass der HSV den Beklagten den Handel mit den Eintrittskarten nur teilweise untersagen lassen kann. Er muss es nicht hinnehmen, dass die Beklagten von seiner Vertriebsorganisation Karten zum Zwecke des Weiterverkaufs beziehen. Er kann den Beklagten aber nicht den Handel mit Eintrittskarten verbieten, die sie von Privatpersonen erworben haben.

Im autorisierten Vertrieb des HSV können die Beklagten die Karten nur kaufen, wenn sie über ihre Wiederverkaufsabsicht täuschen. Beim Erwerb der Karten von der Verkaufsorganisation des HSV gelten für die Beklagten – unter den vorliegenden Umständen – dessen AGB. Der HSV hatte den Beklagten seine AGB im Zuge einer Abmahnung unter ausdrücklichem Hinweis darauf übersandt, dass eine Abgabe von Karten an Wiederverkäufer ausgeschlossen sei. Es steht dem HSV – so der BGH – frei, einen Kartenverkauf an gewerbliche Kartenhändler abzulehnen. Gegen die Wirksamkeit der entsprechenden Klausel in den AGB bestünden keine Bedenken. Bei dem – in der Absicht des Weiterverkaufs erfolgenden – Erwerb der Karten durch die Beklagten oder ihre Mitarbeiter handele es sich um einen unlauteren Schleichbezug, zu dessen Unterlassung die Beklagten wettbewerbsrechtlich verpflichtet seien.

Erwerben die Beklagten über Suchanzeigen in Sportzeitschriften Karten von Privatpersonen, täuschen sie indessen nicht über ihre Wiederverkaufsabsicht. Soweit private Verkäufer mit dem Verkauf von Eintrittskarten an die Beklagten gegen die gegenüber dem HSV eingegangene vertragliche Verpflichtung verstoßen, ist das Verhalten der Beklagten – so der BGH – auch nicht unter dem Aspekt des Verleitens zum Vertragsbruch oder der Ausnutzung fremden Vertragsbruchs wettbewerbswidrig. Darin, dass die Beklagten in einer an die Allgemeinheit gerichteten Anzeige ihre Bereitschaft ausdrücken, Eintrittskarten von Privatpersonen zu erwerben, liege noch kein unlauteres Verleiten zum Vertragsbruch. Das Ausnutzen eines fremden Vertragsbruchs sei grundsätzlich nicht wettbewerbswidrig. Es sei nicht Aufgabe eines Dritten, für die Einhaltung vertraglicher Abreden zu sorgen, die der HSV mit den Käufern von Eintrittskarten schließe. Dies gelte auch, wenn der HSV mit diesen Abreden legitime

Copyright © | **IT-Recht Kanzlei München** | Alter Messeplatz 2 | 80339 München | **Tel.** + 49 (0)89 13014330 | **Fax** +49 (0)89 130143360

Interessen der Stadionsicherheit und der Einhaltung eines sozial verträglichen Preisgefüges verfolge.

Urteil vom 11. September 2008 – I ZR 74/06 – bundesligakarten.de

Quelle: PM des BGH

Veröffentlicht von:
RA Arndt Joachim Nagel
Rechtsanwalt und Fachanwalt für Informationstechnologierecht