von **Mag. iur Christoph Engel**

Goldankauf: Keine wettbewerbsrechtlich relevante Konkurrenz zwischen ortsgebundenem und online-Ankäufer

Zwei Goldankäufer werden nicht schon dann zu Mitbewerbern im Sinne des Wettbewerbsrechts, wenn einer der beiden auch auf dem Postweg Gold ankauft. Vielmehr müssen beide Unternehmer auf demselben sachlich, räumlich und zeitlich relevanten Markt tätig sein, ansonsten fehlt der direkte Wettbewerb zwischen beiden Parteien und somit auch die Klagebefugnis nach wettbewerbsrechtlichen Normen (vgl. aktuell OLG Celle, Urt. v. 08.03.2012, Az. 13 U 174/11).

Wie kann ich jeden beliebigen Mitbewerber in ganz Deutschland abmahnen? Ich gehe mit meinem Gewerbe ins Internet, schon kann ich gegen praktisch jeden Konkurrenten vor Gericht ziehen – so dachte sich das wohl eine Goldankäuferin, als sie Klage gegen einen weit entfernt niedergelassenen Ankäufer erhob.

Das OLG Celle sah die Sache jedoch etwas anders: Es wies die Klage ab, da die Richter gerade keine hinreichende Konkurrenz zwischen Klägerin und Beklagtem erkennen konnten. Und auch dem Ankauf auf dem Postweg ließen die Richter nicht als Argument gelten, da auch dadurch keine hinreichende räumliche Konkurrenz geschaffen wird (vgl. OLG Celle, Urt. v. 08.03.2012, Az. 13 U 174/11; mit weiteren Nachweisen):

> „Die für die Annahme der Klagebefugnis i. S. v. § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG erforderliche Stellung als Mitbewerber i. S. v. § 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG liegt vor, wenn die Parteien versuchen, Waren oder Dienstleistungen innerhalb derselben Verkehrskreise abzusetzen mit der Folge, dass das konkrete beanstandete Wettbewerbsverhalten den anderen beeinträchtigen kann. Dies setzt voraus, dass sich die beteiligten Unternehmen auf demselben sachlich, räumlich und zeitlich relevanten Markt betätigen [...].
>
> Der maßgeblich relevante räumliche Markt ist der der Geschäftstätigkeit des Beklagten. Dieser betreibt sein Ladengeschäft in [W] (Niedersachsen). Zwar ist der Internetauftritt der Klägerin, mit dem sie damit wirbt, dass sie Gold auch auf dem Postweg ankauft, als solcher selbstverständlich auch in [W] zu empfangen. Rein theoretisch käme daher in Betracht, dass Kunden aus [W] und Umgebung, die beabsichtigen, Gold zu verkaufen, zunächst auf den Internetauftritt der Klägerin aufmerksam werden und sich dann auch tatsächlich dazu entschließen, von diesem Verkaufsweg Gebrauch zu machen. Indes hat die Klägerin weder dargelegt geschweige denn unter Beweis gestellt, dass Derartiges in der Praxis tatsächlich geschieht, was dem Senat im Übrigen auch als lebensfremd erscheinen würde.
>
> Zunächst ist bereits nicht erkennbar, dass potentielle Interessenten aus [W] und

> Umgebung überhaupt auf die Internetseite der Klägerin gelangen. Der Beklagte hat unwidersprochen vorgetragen, dass der Internetauftritt der Klägerin bei einer Sucheingabe bei der Suchmaschine [G] jedenfalls nicht auf den ersten drei Trefferseiten erscheint. Dann aber ist schon nicht ersichtlich, wie potentielle Goldverkäufer aus W. und Umgebung überhaupt auf die Internetseite der Klägerin stoßen sollen. Selbst wenn Derartiges aber geschehen würde, vermöchte der Senat nicht zu erkennen, dass potentielle Goldverkäufer aus [W] und Umgebung dann auch tatsächlich in Erwägung ziehen würden, ihr Gold auf dem Postweg an die Klägerin, die ihren Sitz in [P] hat, zu versenden.

Insbesondere besteht nach Ansicht der Richter gerade im Goldankauf keine direkte Konkurrenz zwischen ortsgebundenen und online-Ankäufern, weil der durchschnittliche Kunde bei diesem sicherheitsempfindlichen Geschäft wohl die Nachteile des Postwegs meiden wird:

> *„Wie dem Senat aus eigenem Wissen bekannt ist, gibt es heutzutage stationäre Goldankaufstellen in jeder Stadt in größerer Anzahl. Dass es angesichts dessen Personen gibt, die ihre Goldvorräte, anstatt sie in ein Geschäft vor Ort zu bringen, auf dem – unsicheren und kostenauslösenden – Postweg an die Klägerin versenden, wo die Ware und der eventuell zu zahlende Erlös überhaupt erst einmal geprüft werden muss, ohne dass der potentielle Verkäufer zu diesem Zeitpunkt noch Zugriff auf sein Gold hat, erscheint dem Senat als überaus lebensfremd, zumal die Klägerin auch gar nicht behauptet, dass ihr Angebot sich von dem anderer Goldankaufsstellen im für den potentiellen Kunden positiven Sinne unterscheidet.“*

In dem derzeit boomenden Geschäft des Goldankaufs wird sich nach diesem Urteil also die Konkurrenz auf die örtlichen Wettbewerber beschränken; überregionale Abmahnungen dürften in Zukunft sehr erschwert sein. Nicht ausgeschlossen ist natürlich die Wettbewerbereigenschaft zwischen konkurrierenden Internet-Goldankäufern.

Autor:
Mag. iur Christoph Engel
(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)