

Rechtsanwalt Ralf Möbius LL.M.    Tel.: 0511 - 844 35 35  
Rechtsinformatik                      Fax: 03212 - 844 35 35\*  
Fachanwalt für IT-Recht              \* 2,9 cent pro Minute  
Am Ortfelde 100                        e-mail: ralfmoebius@gmx.de  
D - 30916 Isernhagen                  www.rechtsanwaltmoebius.de

Januar 2012

## **Die Zulässigkeit des Weiterverkaufs von Eintrittskarten zu Spielen der Fußball-Bundesliga**

### **A. Einleitung**

Eintrittskarten für Punktspiele der Fußball-Bundesliga erfreuen sich einer hohen Beliebtheit und werden, wie nahezu jedes andere Wirtschaftsgut auch, verstärkt im Internet angeboten. Die von den Bundesligavereinen verwendeten Allgemeinen Geschäftsbedingungen zum Erwerb dieser Eintrittskarten entsprechen in der Regel vom DFB vorgegebener Bedingungen und verbieten jedenfalls dem Wortlaut nach dem Inhaber der Eintrittskarten über das Internet etwa über „ebay.de“, „bundesligakarten.de“, „seatwave.de“, „viagogo.de“ oder anderen Handelsplattformen weiterzuverkaufen. Die Realität zeigt jedoch, dass das von den Vereinen und dem DFB angestrebte Handelsverbot von den Kartenerwerbern missachtet wird. Je nach Spielpaarung und deren Bedeutung können vom Verkäufer leicht das Doppelte des ursprünglichen an die Vereine gezahlten Verkaufspreises erzielt werden.

Teilnehmer dieses schwunghaften Internethandels fragen sich dabei wegen des statuierten Weiterverkaufsverbots seitens der Vereine und des DFB zu Recht, inwieweit dieses überhaupt beachtlich ist. Schließlich ist der Kartenaufdruck „Der Weiterverkauf ist nicht gestattet“ eindeutig formuliert und kaum zu übersehen. Es ist bekannt, dass sich der Hamburger Sportverein den Kampf gegen den Handel mit Eintrittskarten auf die Fahnen geschrieben hat und mit Vertragsstrafen bis zu EUR 2.500,- droht. Auch der FC Bayern hat schon zahlreiche Abmahnungen an Ebay-Verkäufer wegen des Anbietens von Eintrittskarten für Spiele des FC Bayern München verschickt. Die formulierten Bedingungen sind drastisch. Es droht nicht nur der Verlust des im Internet erworbenen Tickets sondern Stadionverbot und der Ausschluss für den zukünftigen Erwerb von Eintrittskarten für Spiele seines Vereins.

Bereits mehrfach haben sich Gerichte aller Instanzen mit der Frage nach der Gültigkeit der Allgemeinen Geschäftsbedingungen im Zusammenhang mit dem Weiterverkauf von Bundesligakarten auseinandergesetzt.<sup>1</sup> Jeder Bundesligaverein bedient sich ähnlicher AGBs für den Verkauf seiner Stadiontickets, so auch Hannover 96<sup>2</sup>, so dass ein genauer Blick auf die Bestimmungen der Niedersachsen am Anfang der Betrachtungen stehen soll.

## **I. Allgemeinen Geschäftsbedingungen auf der Internetseite und als Aushang bei den Verkaufsstellen von Hannover 96**

So heißt es bei Hannover 96 in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen für alle Lieferungen und Leistungen im Rahmen des Dauer- und Einzelkartenverkaufs:

„Für Bestellungen von Eintrittskarten für die Heimspiele von Hannover 96 gelten ausschließlich die hier vorliegenden Bedingungen.

1. Die Dauerkarte gilt ausschließlich für alle 17 Heimspiele in der Bundesligasaison 2010/ 2011. Von der Gültigkeit der Dauerkarte sind sämtliche stattfindenden Sonderspiele, wie Freundschaftsspiele, Pokalspiele jeglicher Art und Relegationsspiele ausgeschlossen.

### 2. Weitergabe der Tickets

Zur Vermeidung von Gewalttätigkeiten und Straftaten im Zusammenhang mit dem Stadionbesuch, zur Durchsetzung von Stadionverboten, zur Unterbindung des Weiterverkaufs von Tickets zu überhöhten Preisen und zur Trennung von Anhängern der aufeinander treffenden Mannschaften während eines Fußballspiels liegt es im

---

<sup>1</sup> Grundlegend BGH Urt. V. 11.9.2008 –Az I ZR 74/06 – NJW 2009, 1504 (1505) – bundesligakarten.de; ältere Rspr: OLG Hamburg, v. 3.2.2005 – Az. 5 U 65/04 (EV) – NJW 2005, 3003; OLG Hamburg, Urt. V. 5.4.2006 . AZ. 5 U 89/05 (Hauptsache) – NJOZ 2007, 1588- Bundesligakarten II; LG Köln, Urt. V. 13.4.2006 – Az. 31 O 28/26; LG Duisburg, Urt v. 14.6.2006 – AZ. 23 O 521/05; LG Mönchengladbach, Urt. V. 14.6.2006 – Az. 8 O 94/05; LG Nürnberg-Fürth, Urt.v. 12.7.2007 – Az. 1 HKO 3849/07 – SpuRt 2008,34; LG Nürnberg-Fürth, Urt. V. 8.8.2007 – Az 4 HKO 3850/07 – SpuRt 2008, 35; neuere Rspr: LG Essen, Urt. V. 26.03.2009, Az 4 O 69/09; OLG Hamm vom 17.7.2009, Az. 9HK O 3382/09; LG München I, Urt. V. 6.5.2009, Az. 11 HK o 19331/08; LG Hamburg, Urt.v.5.3.2010, Az. 406 O 159/09; OLG Hamburg, Beschluss v. 29.4.2010 – Az. 3 W 23/10.

<sup>2</sup>Vgl. zu den Weiterveräußerungsverboten in Ticket-AGBs ausführlich: Felix Holzhäuser, in: Vieweg, Facetten des Sportrechts, S.179.

Interesse des Clubs und der Sicherheit der Zuschauer, die Weitergabe von Tickets einzuschränken.

Der Verkauf der Tickets erfolgt daher ausschließlich zur privaten Nutzung. Dem Ticketinhaber ist es insbesondere untersagt,

- a) Tickets bei Internetauktionshäusern zum Verkauf anzubieten;
- b) Tickets ohne ausdrückliche vorherige schriftliche Zustimmung durch den Club gewerblich und/oder kommerziell zu veräußern;
- c) im Rahmen einer privaten Weitergabe die Tickets zu einem höheren Preis als den, der auf den Tickets angegeben ist, zu veräußern;
- d) Tickets an Personen weiterzugeben, die aus Sicherheitsgründen vom Besuch von Fußballspielen ausgeschlossen wurden;
- e) Tickets an Anhänger von Gast-Vereinen weiterzugeben;
- f) Tickets ohne ausdrückliche vorherige schriftliche Zustimmung durch den Club zu Zwecken der Werbung, der Vermarktung, als Bonus, Werbegeschenk, Gewinn oder als Teil eines nicht autorisierten Hospitality- oder Reisepakets weiterzugeben oder zu verwenden.

Auf Verlangen des Clubs ist der Kunde im Falle einer Weitergabe des Tickets dazu verpflichtet, Name, Anschrift und Geburtsdatum des neuen Ticketbesitzers mitzuteilen.

Wird ein Ticket für die vorgenannten unzulässigen Zwecke verwendet oder verstößt der Ticketinhaber in sonstiger Weise gegen diese AGB, so wird das Ticket ungültig. Der Club ist in diesem Fall berechtigt, das Ticket – auch elektronisch – zu sperren

und dem Besitzer des Tickets entschädigungslos den Zutritt zum Stadion zu verweigern bzw. ihn des Stadions zu verweisen.

Für jeden Verstoß gegen die vorgenannten Untersagungen kann der Club von dem Kunden zudem die Zahlung einer Vertragsstrafe in Höhe von bis zu 2.500 Euro verlangen. Weitergehende Schadensersatzansprüche bleiben hiervon unberührt. Zudem behält sich der Club das Recht vor, Personen, die gegen diese Untersagungen verstoßen, in Zukunft vom Ticketerwerb auszuschließen, gegen sie ein Stadionverbot auszusprechen und/oder weitere zivil- und/oder strafrechtliche Maßnahmen einzuleiten.....<sup>3</sup>

## **II. Ticketaufdruck**

Zusätzlich druckt Hannover 96 ein Verkaufsverbot wie folgt:

"Der Weiterverkauf ist nicht gestattet. Ein Umtausch der Karte ist ausgeschlossen.“

auf der Rückseite eines jeden Tickets auf.

### **B. Die Zulässigkeit der Allgemeinen Geschäftsbedingungen**

Im folgenden Gutachten wird daher die zunächst die Zulässigkeit der Allgemeinen Geschäftsbedingungen untersucht. die ein strenges Verbot des Weiterverkaufs von Eintrittskarten vorsehen. Aus deren Gültigkeit ergibt sich notwendiger Weise auch die Zulässigkeit der für den Weiterverkauf angedrohten Sanktionen.

Dabei ist die Unterscheidung zwischen gewerblichen und privaten Verkäufern notwendig, da auch die Allgemeinen Geschäftsbedingungen unterschiedliche Regelungen hierzu treffen.

Weiterhin muss zwischen der Gültigkeit der Allgemeinen Geschäftsbedingung veröffentlicht auf der Internetseite und jenen auf den Tickets differenziert werden.

---

<sup>3</sup>vgl. [http://www.hannover96.de/CDA/fileadmin/php/download.php?file=fileadmin/1011Dateien/PDFs/AGB\\_Ticketing\\_2010\\_2011.pdf](http://www.hannover96.de/CDA/fileadmin/php/download.php?file=fileadmin/1011Dateien/PDFs/AGB_Ticketing_2010_2011.pdf), Stand 26.09.2011

## **C. Vorliegen Allgemeiner Geschäftsbedingungen**

Zunächst müsste es sich überhaupt bei den „Allgemeinen Geschäftsbedingungen für alle Lieferungen und Leistungen im Rahmen des Dauer- und Einzelkartenverkaufs“<sup>4</sup> von Hannover 96 um Allgemeine Geschäftsbedingungen i.S.d. §§ 305ff. BGB handeln, welche wirksam in den Ticketkaufvertrag einbezogen werden.

I. Nach § 305 Abs.1 BGB sind allgemeine Geschäftsbedingungen alle für eine Vielzahl von Verträgen vorformulierten Vertragsbedingungen, die eine Vertragspartei (Verwender) der anderen Vertragspartei bei Abschluss eines Vertrages stellt. Vertragsbedingungen sind Regelungen, die den Vertragsinhalt gestalten sollen.<sup>5</sup> Vorformuliert bedeutet insoweit, dass die Bedingungen vor Vertragsschluss entworfen und schriftlich aufgezeichnet oder in sonstiger Weise fixiert wurden. Maßgeblich ist die subjektive Zweckbestimmung der Bedingung für die mehr als einmalige Verwendung.<sup>6</sup> Ist eine mehrfache Verwendung vorgesehen, so gelten die §§ 305 ff. BGB auch schon bei der ersten Verwendung.<sup>7</sup> Die Bedingungen sind dann einseitig vom Verwender gestellt, wenn die rechtsgeschäftliche Gestaltungsmacht von dem Verwender unter Ausschluss des anderen Vertragspartners in Anspruch genommen wird. Dabei dürfen diese nicht zwischen den Vertragsparteien ausgehandelt worden sein. Unter Aushandeln versteht der BGH mehr als nur ein „Verhandeln“.<sup>8</sup> Ein Aushandeln liegt nur dann vor, wenn der Verwender die in seinen AGB enthaltenen Bestimmungen, welche den wesentlichen Inhalt der gesetzlichen Regelung ändern oder ergänzen, ernsthaft zur Disposition stellt und somit dem Vertragspartner die Möglichkeit gibt, zur Wahrung eigener Interessen an der Vertragsgestaltung teilzuhaben.<sup>9</sup> Dabei muss der Vertragspartner die reale Möglichkeit haben, den Inhalt der Vertragsbedingungen zu beeinflussen.

Vorliegend werden die „Allgemeinen Geschäftsbedingungen für alle Lieferungen und Leistungen im Rahmen des Dauer- und Einzelkartenverkaufs“ von Hannover 96

<sup>4</sup> vgl. [http://www.hannover96.de/CDA/fileadmin/php/download.php?file=fileadmin/1011Dateien/PDFs/AGB\\_Ticketing\\_2010\\_2011.pdf](http://www.hannover96.de/CDA/fileadmin/php/download.php?file=fileadmin/1011Dateien/PDFs/AGB_Ticketing_2010_2011.pdf), Stand 26.09.2011

<sup>5</sup> *Heinrichs* in: Palandt, vor § 305 Rn. 1.

<sup>6</sup> BGH v. 11.12.2003 - VII ZR 31/03 - ZIP 2004, 315-317.

<sup>7</sup> *Becker* in: Bamberger/Roth, § 305 Rn. 23.

<sup>8</sup> *Roloff* in: Erman, § 305 Rn. 12, 18; BGH v. 09.10.1981 - I ZR 188/79 - LM Nr. 4 zu § 54 ADSp und BGH v. 16.12.1982 - VII ZR 92/82 - BGHZ 86, 135-143.

<sup>9</sup> BGH v. 27.03.1991 - IV ZR 90/90 - juris Rn. 15 - NJW 1991, 1678; OLG Jena v. 08.12.2004 - 2 U 559/04 - OLG-NL 2005, 5-7.

gestellt und für eine Vielzahl von Kartenverkaufverträgen benutzt. Dabei hat der einzelne Kartenerwerber keine Möglichkeit auf die Bedingungen Einfluss zu nehmen, so dass sie nicht ausgehandelt sind, sondern einseitig gestellt werden. Es handelt sich damit unproblematisch um AGBs i.S.d. § 305 Abs.1 BGB.

II. Der sachliche und persönliche Anwendungsbereich der AGB-Vorschriften ist zudem eröffnet. Bei dem Ticketkaufvertrag handelt es sich nicht um einen in dem § 310 IV BGB aufgeführten Vertrag. Danach finden die AGB-Vorschriften keine Anwendung auf Verträge im Erbrecht, Familienrecht und andere. Allgemeine Geschäftsbedingungen sind zwischen Unternehmer (§14 BGB) und Verbraucher (§ 13 BGB) anwendbar. Zwischen Unternehmer finden die AGB-Vorschriften unter der Einschränkung des § 310 BGB Anwendung.<sup>10</sup> Damit ist auch der persönliche Anwendungsbereich eröffnet.

III. Letztlich müssten die AGBs auch in den Vertrag einbezogen werden. Gemäß § 305 Abs.2 BGB werden allgemeine Geschäftsbedingungen nur dann Bestandteil eines Vertrages, (Nr.1) wenn der Verwender bei Vertragsschluss die andere Vertragspartei ausdrücklich oder, wenn ein ausdrücklicher Hinweis wegen der Art des Vertragsschlusses nur unter unverhältnismäßigen Schwierigkeiten möglich ist, durch deutlich sichtbaren Aushang am Orte des Vertragsschlusses auf sie hinweist und (Nr.2) der anderen Vertragspartei die Möglichkeit verschafft, in zumutbarer Weise, die auch eine für den Verwender erkennbare körperliche Behinderung der anderen Vertragspartei angemessen berücksichtigt, von ihrem Inhalt Kenntnis zu nehmen und wenn die andere Vertragspartei mit ihrer Geltung einverstanden ist.<sup>11</sup>

Soweit Hannover 96 die AGBs bei ihren Verkaufsständen und den autorisierten Verkaufsständen gut sichtbar aushängen haben, werden diese wirksam in den Kaufvertrag einbezogen. Der Ticketerwerber erklärt dabei bei seinem Kauf in der Regel sein Einverständnis bezüglich der Geltung der AGBs stillschweigend.

---

<sup>10</sup> OLG Dresden v. 13.02.1998 - 8 U 2863/97 - NJW-RR 1999, 846-847.

<sup>11</sup> Roloff in: Erman, § 305 Rn. 29.

## **D. Der Weiterverkauf der Tickets durch gewerbliche Anbieter**

Hannover 96 verkauft die Tickets für Spiele der eigenen Mannschaft, wie alle Bundesligisten nahezu ausschließlich an Endkunden im Direktverkauf (sog. Erstmarkt). Der Zweiterwerb, d.h. der Weiterverkauf von auf dem Erstmarkt erworbenen Karten soll nach Willen der Vereine und Verbände insbesondere aus Sicherheits- und Imagegründen sowie politischen Gründen (Erhaltung einer sozialen Preisstruktur) weitgehend ausgeschlossen werden.

Der Weiterverkauf der Tickets durch gewerbliche Anbieter könnte daher in zweierlei Hinsicht unzulässig sein. Zunächst ist die Unzulässigkeit aufgrund Verstoßes gegen die AGBs denkbar. Daneben kommt ein Verstoß gegen das Gesetz zum Schutz vor unlauterem Wettbewerb (UWG) in Betracht.

### **I. Unzulässigkeit des Weiterverkaufs von Tickets durch gewerbliche Anbieter wegen Verstoßes gegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen**

Ein Verstoß gegen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist nur möglich, wenn sie zulässig sind.

1. Die Gültigkeit Allgemeiner Geschäftsbedingungen hängt zunächst wie bereits oben unter B. III. erläutert von dem wirksamen Einbezug bei Vertragsschluss ab. Dabei gilt es, zwei denkbare Fallkonstellationen zu unterscheiden. Als Bezugsquelle kommen sowohl die offiziellen Verkaufsstände der Vereine, wie auch der Ankauf von privaten Anbietern durch die gewerblichen Händler in Betracht.

a) Die Kriterien für den wirksamen Einbezug der AGBs sind in den meisten Fällen beim direkten Kauf von den Vereinen bzw. deren offiziellen Verkaufsständen erfüllt. Erforderlich ist, dass die Allgemeinen Geschäftsbedingungen dem Vertragspartner vorgelegt werden und dieser ausreichend Gelegenheit zur Kenntnisnahme hat.<sup>12</sup>

b) Bei dem Ankauf der Tickets von Privatpersonen können die AGBs hingegen nicht Bestandteil dieses Vertrags werden. AGBs binden nur im jeweiligen Vertragsverhältnis, d.h. im Verhältnis zwischen Verein und Privatperson. Verträge

---

<sup>12</sup> Roloff in: Erman, § 305 Rn. 29.

aber binden nur die Parteien die im gegenseitigen Verhältnis auftreten. Damit ist eine Fortwirkung der AGBs im Rahmen des Zweitmarktes, d.h. bei dem (Weiterverkaufs-) Vertrag zwischen Privatperson und gewerblichen Tickethändler ausgeschlossen.<sup>13</sup>

2. Neben dem wirksamen Einbezug müssen die AGBs zur Gültigkeit einer Inhaltskontrolle gemäß §§ 307, 308, 309 BGB Stand halten.

a) Nach in der Literatur vertretener Ansicht<sup>14</sup> stellt das Verbot der Weiterveräußerung ein Abtretungsverbot bezüglich in Fußballtickets verbriefter Forderungen gemäß § 399 Alt. 2 BGB dar, was nur bei rechtfertigender Interessen wirksam durch AGBs in den Vertrag einbezogen werden kann. Die Interessen des Verwenders müssen dabei deutlich überwiegen, da das AGB-rechtliche Abtretungsverbot die Verkehrsfähigkeit von Wirtschaftsgütern für Dritte einschränkt.<sup>15</sup> Ein vollständiger Abtretungsausschluss stellt nach der Ansicht der Literatur eine unangemessene Benachteiligung i.S.d. § 307 I BGB dar, die auch nicht mit dem Ziel der Unterbindung des Schwarzmarktes gerechtfertigt werden kann.<sup>16</sup>

Als Rechtfertigung führen die Vereine regelmäßig die Trennung rivalisierender Fangruppen zur Sicherheit des Publikums, sowie die Unterbindung des „Schwarzhandels“ an.<sup>17</sup> Beides greift im Ergebnis zur Rechtfertigung nicht durch.

Die Trennung rivalisierender Fangruppen ist kein Argument, da die Tickets anonym verkauft werden und so bereits der Erstverkauf nicht zur Verwirklichung dieses Interesses beiträgt. Die Vergabe nicht personalisierter Tickets kann ohnehin nicht verhindern, dass eine Vermischung der Fangruppen der jeweiligen Heim- und Gastmannschaft stattfindet oder die Tickets an solche Personen gelangen, die sich später an Schlägereien beteiligen. Vielmehr wäre eine Trennung der Fans über den Verkauf der Tickets nur zu erreichen, wenn man - wie bei der Fußballweltmeisterschaft 2006 erfolgt - personalisierte Tickets verkaufen und vor Betreten des Stadions (mit einem nicht unbeträchtlichen Personalaufwand) kontrollieren würde, dass Identität zwischen der Eintritt begehrenden Person und

<sup>13</sup> Vgl. zu deren Einbeziehung: *Heiderhoff*, ZIP 2006, 793-798; BGH v. 07.11.2001 - VIII ZR 13/01 - juris Rn. 40 - BGHZ 149, 129-139.

<sup>14</sup> Prof. Dr. Dr. Ernsthaler und Dr. Zech in NJW 2005, S.3389 ff.

<sup>15</sup> *Weller*, NJW 2005, 934, 936; *Weller*, JuS 2006, 497, 500; *Gutzeit*, BB 2007, 113, 115.

<sup>16</sup> *Weller*, NJW 2005, 934; *Gutzeit*, BB 2007, 113, 115.

<sup>17</sup> *Weller*, NJW 2005, 934; *Gutzeit*, BB 2007, 113, 115.

derjenigen, auf die das Ticket ausgestellt ist, besteht.<sup>18</sup> Vor diesem Hintergrund mag die Argumentation mit Sicherheitsinteresse ein Verbot der Weiterveräußerung nicht rechtfertigen.

Der „Schwarzhandel“ stellt sich schon gar nicht als solcher dar, da die gewerblichen Anbieter nach hier vertretener Ansicht nicht gegen wettbewerbsrechtliche Regeln verstoßen.

Zudem sprechen gegen eine Rechtfertigung durch die genannten Interessen die verbleibenden gewichtigen Interessen der Ticketinhaber auf der anderen Seite. Die Karten müssen als Wirtschaftsgüter bewegungsfähig bleiben, damit bspw. bei Verhinderung durch Krankheit, Beruf etc. selbige an andere Personen weitergegeben und verkauft werden können. Nur so kann ein finanzieller Schaden verhindert werden.

Insgesamt fällt die Interessenabwägung damit zu Lasten der Vereine aus, so dass der Abtretungsausschluss nicht wirksam ist und die AGBs der Inhaltskontrolle insgesamt nicht Stand halten. Im Ergebnis liegt danach eine unangemessene Benachteiligung i.S.d. § 307 I BGB vor, die zur Unwirksamkeit der AGB führt.

b) In der Rechtsprechung hat sich soweit ersichtlich nur das Landgericht Essen mit der Frage der Zulässigkeit dieser AGBs auseinandergesetzt.<sup>19</sup>

aa) Die Oberlandesgerichte<sup>20</sup> wie auch der BGH<sup>21</sup> haben sich nicht mit der Frage der Inhaltskontrolle auseinandergesetzt. Auf die Frage der Geltung der AGBs kam es in ihren Fallkonstellationen nicht an. Denn selbst, wenn die AGBs zulässig gewesen wären, hätte aus dieser Vertragsverletzung nicht der von den klagenden Vereinen gewollte Anspruch auf künftige, generelle Unterlassung, resultieren können.

Der Verstoß gegen die AGBs stellt eine vertragliche Pflichtverletzung mit Anspruch auf Schadenersatz nach § 280 I BGB dar. Dieser Schadenersatzanspruch beinhaltet zwar einen Anspruch auf Unterlassung. Allerdings kann sich ein solcher Unterlassungsanspruch nur auf das konkrete, im Zeitpunkt der Verletzungshandlung bestehende Schuldverhältnisse auswirken. Damit nur auf solche Stadiontickets, die

---

<sup>18</sup> vgl. Ensthaler/Zech, Verkehrsfähigkeit von Inhaberkarten nach § 807 BGB, NJW 2005, 3389.

<sup>19</sup> LG Essen v. 26.03.2009 - 4 O 69/09 - juris Rn. 50 - CR 2009, 395-398.

<sup>20</sup> Vgl. OLG Düsseldorf, Urteil 19.06.2007. Az.: I-20 U 154/06, [http://www.rechtsanwaltmoebius.de/urteile/olg-duesseldorf\\_I-20-u-154-06\\_bundesligakarten.html](http://www.rechtsanwaltmoebius.de/urteile/olg-duesseldorf_I-20-u-154-06_bundesligakarten.html), Stand 01.12.2011

<sup>21</sup> Vgl. BGH, bundesliga.de Entscheidung vom 11.09.2008, Az.: I ZR 74/06.

im Zeitpunkt des Unterlassungsbegehren Gegenstand des Kaufvertrages zwischen Verein und gewerblichen Händler sind. In den meisten Fällen begehrt der Verein aber einen darüber hinausgehenden, generellen und auf die Zukunft bezogenen Unterlassungsanspruch. Dieser ist in Ermangelung eines Schuldverhältnisses nicht aus § 280 I BGB begründet.

Aus diesem Grunde haben die Gerichte keine ausführliche AGB Prüfung unternommen.

bb) Einzig das Landgericht Essen<sup>22</sup> äußerte sich bislang konkret zur Wirksamkeit der AGBs und erklärt sie für unwirksam, da sie den Vertragspartner im Sinne von § 307 BGB unangemessen benachteiligen. Zwar sei ein schuldrechtliches Veräußerungsverbot grundsätzlich über AGBs zu vereinbaren jedoch in der konkret zu beurteilenden Ausgestaltung unzulässig. Unangemessen sind die Sanktionen bei einem Verstoß gegen das Veräußerungsverbot. Der Verein ist dann berechtigt, schon bei kleinen Pflichtverletzungen wie schon dem Veräußerungsversuch den Zutritt zum Stadion zu verweigern. In Kombination mit der angedrohten Vertragsstrafe qualifiziert das Landgericht diese AGBs für unangemessen. Hinzu kommt, dass der Verein das Eintrittsrecht gegenüber dem jeweiligen Ticketinhaber verweigert, so dass seine AGBs auch Zweiterwerber sanktioniert, ohne dass diesen gegenüber die AGBs in Ermangelung eines Vertragsverhältnis überhaupt anwendbar seien.<sup>23</sup>

## **II. Unzulässigkeit des Weiterverkaufs von Tickets durch gewerbliche Anbieter wegen Verstoß gegen das UWG**

Wie bereits dargestellt bringt ein Unterlassungsanspruch gerichtet auf den konkreten Weiterverkauf des jeweiligen Tickets wenig. Schließlich streben die Vereine mit der Verpflichtung in ihren AGBs die generelle Unterlassung jeglicher gewerblicher Weiterverkäufe an. Deshalb wurde in den einschlägigen Urteilen vielfach ein Verstoß gegen das UWG seitens der Vereine geltend gemacht. Auch hier gehen die Meinungen auseinander.

---

<sup>22</sup> LG Essen, Urteil vom 26.03.2009, Az. 4 O 69/09

<sup>23</sup> Leitsätze des Ur. V. 26.03.2009, in: K&R 2009, 418-421; CR 2009, 395-398 (red. Leitsatz und Gründe); SpuRt 2010, 163-165

## 1. Erwerb der Tickets von Vereinen und autorisierten Verkaufsständen

Unter den Gerichten herrscht Uneinigkeit darüber, ob die gewerbliche Veräußerung gegen das Wettbewerbsrecht verstößt oder nicht.

a) Der BGH, wie auch einige OLGs verurteilen den Erwerb bei offiziellen Verkaufsständen und den Vereinen selbst als unlauteren Schleichbezug, da hierbei die Absicht der Weiterveräußerung trotz Kenntnis des Weiterveräußerungsverbots verschleiert würde.<sup>24</sup> Dies verstoße gegen §§ 3, 4 Nr. 10, § 8 Abs. 1 und 3 Nr. 1 UWG, § 1 UWG. Schwerpunkt der Vorwerfbarkeit sei dabei die Behinderung eines fremden Vertriebskonzepts. In seinen AGBs habe der Verein deutlich gemacht, dass er den Verkauf nur zur privaten Nutzungsabsicht erlaubt. Aus Sicht des BGHs ist diese AGB jedenfalls nicht zu beanstanden. Sobald ein gewerblicher Händler die Karten erwirbt, täuscht er gleichzeitig über seine Absicht die Karten gewerblich zu nutzen und diese weiter zu vertreiben. Ohne diese Täuschung können die gewerblichen Anbieter die Karten damit nicht erwerben. Die weiteren Umstände, die zu einer unzulässigen konkreten Behinderung hinzutreten müssen, sind aufgrund einer Interessenabwägung gegeben. Die Vereine haben die Entscheidung getroffen nur autorisierte Verkaufsstände zu beliefern, umso die Preispolitik zu bestimmen und insbesondere bei Spitzenspielen eine Preisexplosion zu vermeiden und die Spiele für jedermann zugänglich zu erhalten. Zudem verfolgen sie durch den Ausschluss gewerblicher Händler das Interesse die Stadionsicherheit zu gewährleisten. Das gegenüberstehende Interesse der Händler, die Karten als Wirtschaftsgut verkehrsfähig zu halten, muss jedenfalls dann zurücktreten, wenn sie die Karten unredlich, nämlich durch Täuschung über ihre Weiterverkaufsabsicht erwerben.

b) Ganz anders hat sich dagegen das Landgericht Essen geäußert<sup>25</sup>, als es den umgekehrten Fall, die Klage eines gewerblichen Händlers gegen das Verbot zur gewerblichen Weiterveräußerung, zu beurteilen hatte. Hier setzte das Landgericht früher als der BGH an, und beurteilte die Frage, ob die Vereine durch das Weiterveräußerungsverbot nicht ihrerseits gegen das Gesetz zum unlauteren Wettbewerb verstoßen. Das Landgericht Essen geht von einer unlauteren Beschränkung des Wettbewerbs aus. In dem Verfahren standen sich eine

---

<sup>24</sup> BGH, Urt. v. 11.09.2008 – I ZR 74/06.

<sup>25</sup> LG Essen, Urteil vom 26.03.2009, Az. 4 O 69/09

Internetplattform zum Austausch der Stadiontickets als Verfügungskläger, wie ein Verein als Verfügungsbeklagter gegenüber. Beide Parteien stehen in einem Wettbewerbsverhältnis. Der Verein, welcher die Veräußerung ausschließlich über seine autorisierten Verkaufsstände erlaubt, behindert hierdurch den fremden Absatz der Internetplattform. Damit wird im Sinne von § 4 III UWG die wettbewerbsrechtliche geschützte Entfaltungsmöglichkeit des gewerblichen Händlers verhindert. Eine solche Absatzbehinderung ist nur bei Vorliegen eines sachlichen Grundes zulässig. Der sachliche Grund bestimmt sich danach, ob bei umfassender Interessenabwägung der Marktteilnehmer, die Behinderung gerechtfertigt erscheint. Dabei darf der Grundsatz der Wettbewerbsfreiheit nicht außer Acht gelassen werden.

Diese Interessenabwägung fällt anders als beim BGH zu einem nachteiligen Ergebnis für die Vereine aus. Bei der Gesamtabwägung wirkte sich entscheidend zu Lasten des Verfügungsbeklagten aus, dass der beklagte Verein zivilrechtlich unwirksam die Erwerber von Tickets ausschließt. Wie oben gezeigt halten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Vereine einer Inhaltskontrolle nach dem Landgericht Essen nicht stand. Die ideellen Interessen, wie Gewährleistung der Stadionsicherheit und gleichbleibenden Zugangsmöglichkeit durch Preisstabilität können dabei unter wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten nicht zu einem rechtfertigenden Interesse führen.

Das OLG Düsseldorf bestätigt in seinem Urteil<sup>26</sup>, dass Mitbewerbern nicht die Pflicht auferlegt werden darf, auf solche Interessen Rücksicht zu nehmen. Dies könne schon nicht gelten, wenn die Vereine ihre Ziele durch das Ausschalten der gewerblichen Anbieter gar nicht erreichen können. Erneut wird bemängelt, dass die Tickets generell anonym verkauft werden und damit gar keine Kontrolle stattfinden kann, ob Tickets an Personen verkauft werden, die die Sicherheit im Stadion beeinträchtigen könnten. Eine Vermischung der Heim- und Gastmannschaft Fans werde dadurch nicht unterbunden. Weiterhin wird aus der Sicht des OLG Düsseldorf das Grundrecht der Berufsfreiheit nicht hinreichend berücksichtigt, wenn die Interessen der Vereine an einem sozialverträglicheren Verkauf der Tickets höher zu bewerten sind, als der auf Gewinn ausgerichtete Verkauf der gewerblichen Anbieter.

---

<sup>26</sup> . OLG Düsseldorf, Urteil 19.06.2007. Az.: I-20 U 154/06, [http://www.rechtsanwaltmoebius.de/urteile/olg-duesseldorf\\_I-20-u-154-06\\_bundesligakarten.html](http://www.rechtsanwaltmoebius.de/urteile/olg-duesseldorf_I-20-u-154-06_bundesligakarten.html), Stand 01.12.2011

Es ist bedauerndswert, dass der BGH in seiner bundesliga.de-Entscheidung, die Wirksamkeit der AGBs nicht geprüft hat. Denn wie gezeigt ist die Gültigkeit der Allgemeinen Geschäftsbedingungen gerade das entscheidende Kriterium zur unterschiedlichen Beurteilung der wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit durch die Gerichte. Der BGH hat in seinem Urteil zwar kurz festgestellt, dass die AGBs im Hinblick auf die ausschließlich zulässige private Nutzung nicht zu beanstanden sei.<sup>27</sup> Damit hat er aber die Frage bezüglich der übrigen AGBs zum Weiterverkauf offen gelassen und das Zusammenspiel der einzelnen Bestimmungen hierzu, das aus Sicht des Landgerichts gerade deren gesamte Unwirksamkeit bedingt, nicht berücksichtigt. Eine umfassende Inhaltskontrolle der AGBs ist daher unerlässlich.

## **2. Erwerb der Tickets von Privatpersonen**

Der Erwerb von Privatpersonen wird durch die gewerblichen Anbieter in der Regel durch Internet- und Zeitungsanzeigen initiiert. Hierin werden lukrative Angebote beim Verkauf von Stadiontickets versprochen. Die Vereine haben mehrfach geltend gemacht, die Weiterveräußerung der Tickets von Privatpersonen an gewerbliche Anbieter stelle einen Verstoß gegen das UWG wegen unlauterer Verleitung zum Vertragsbruch dar. Dies wurde aber einhellig von allen Gerichten verneint. Durch den Weiterverkauf nutzten die gewerblichen Anbieter einen fremden Vertragsbruch aus. Das bloße Ausnutzen eines fremden Vertragsbruchs sei aber grundsätzlich nicht wettbewerbswidrig. Es sei nicht Aufgabe eines Dritten, für die Einhaltung vertraglicher Abreden zu sorgen, die die Vereine mit den Käufern von Eintrittskarten schlossen. Vielmehr müsse die Ausnutzung als „unlauter“ im wettbewerbsrechtlichen Sinne zu qualifizieren sein. Ein unlauteres Verleiten zu fremden Vertragsbruch sei aber nur dann gegeben, wenn bewusst und gezielt auf einen anderen eingewirkt werde, eine ihm obliegende Pflicht zu verletzen. Die Zeitungs- und Internetannoncen richteten sich aber an die Allgemeinheit, so dass eine Ausuferung des Tatbestandes „Verletzung zu fremden Vertragsbruch“ folge, wenn man hierin eine konkrete Verleitung einzelner Vertragspartner sehen würde. Dieser Tatbestand könne also nur bei besonderen Umständen angenommen werden, was schon aus dem Grundsatz folge, dass schuldrechtliche Verpflichtungen nur im jeweiligen Vertragsverhältnis

---

<sup>27</sup> Vgl. BGHZ Band 117 S. 280 ff. ( 284), NJW 1992 S. 1222.

bänden, im Übrigen aber keine rechtliche Drittwirkung entfalten würden. Besondere Umstände nahmen die Gerichte für diese Fälle jedoch nicht an.

## **E. Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (I.) und der Weiterverkauf von Tickets durch Privatpersonen**

### **I. Allgemeine Geschäftsbedingung**

Die AGBs, wie veröffentlicht auf der Internetseite, können wie bereits aufgezeigt nicht Bestandteil eines Vertrages zwischen gewerblichen Anbieter und Privatperson sein.

Bei dem direkten Erwerb von den Vereinen und deren autorisierten Verkaufsständen gelten die Ausführungen zur Gültigkeit der AGBs unter B.

### **II. AGB Zusatz auf dem Ticket**

*"Der Weiterverkauf ist nicht gestattet. Ein Umtausch der Karte ist ausgeschlossen."*

Dieser Zusatz trifft den jeweiligen privaten Endverbraucher des Tickets.

In einem ausführlichen obiter dictum äußerte der BGH erhebliche Zweifel daran, dass ein solcher Aufdruck zu relevanten Nutzungsbeschränkungen führen könne.

Wichtig für die Beurteilung der Gültigkeit der Allgemeinen Geschäftsbedingung auf den Eintrittskarten selbst ist zunächst die Qualifizierung der Eintrittskarten.

Es handelt sich um kleine Inhaberkarten gemäß § 807 BGB. Inhaberkarten sind Urkunden, die ihren Aussteller erkennen lassen, sich aber nicht an einen bestimmten Gläubiger richten. Der Aussteller verpflichtet sich zu der ausgeschriebenen Leistung gegenüber dem jeweiligen Inhaber der Karte. Die Eintrittskarten berechtigen ihren jeweiligen Eigentümer das Stadion an einem bestimmten Spieltag zu betreten.

Die Weitergabe der Inhaberpapiere erfolgt nach sachenrechtlichen Grundlagen, so dass dem Inhaber der Karte nur solche Einwendungen entgegengesetzt werden

können, deren tatsächliche Grundlagen sich aus dem Inhalt der Karte ergeben (§ 796 BGB)<sup>28</sup>. Bei den Aufdrucken auf den Tickets handelt es sich aber nicht um Einwendungen nach § 796 BGB. Ließe man dieses Veräußerungsverbot als wirksame urkundliche Einwendung gelten, widerspräche dies dem Charakter des nicht personalisierten Tickets als kleinem Inhaberpapier. Allein durch den Aufdruck würde aus dem schuldrechtlichen Veräußerungsverbot eines, das auch nachfolgende Kartenerwerber bindet. Dies würde aber einen Verstoß gegen § 137 I BGB darstellen, wonach rechtsgeschäftliche Verfügungsbeschränkungen verboten sind. Zudem würde ein Veräußerungsverbot dem Prinzip, dass bei kleinen Inhaberpapieren eine Leistungspflicht gegenüber dem jeweiligen Inhaber besteht (§§ 793 I, 807 BGB) völlig zuwiderlaufen. Außerdem wird nur bei der Weiterverkaufsmöglichkeit dem sachenrechtlichen Grundsatz der Mobilität von Waren Rechnung getragen und das Trennungsprinzip gewahrt. Schließlich dürfte der Aufdruck erst nach Kartenerwerb gelesen werden können, so dass er beim Kauf nicht Vertragsbestandteil werden konnte

## **F. Zusammenfassung**

Die Feststellungen in diesem Gutachten lassen sich auf drei wesentliche Kernpunkte zusammenfassen:

I. Im Hinblick auf den gewerblichen Handel muss zwischen deren Direkterwerb von Vereinen und autorisierten Verkaufsständen und dem Zweiterwerb unterschieden werden. Jedenfalls im Falle des Zweiterwerbes herrscht Einigkeit darüber, dass ein Weiterverkauf nicht rechtswidrig ist. Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten in diesem Zusammenhang nicht und ein wettbewerbsrechtlicher Verstoß wegen Verleitung zu fremden Vertragsbruch ist nicht gegeben.

II. Im Hinblick auf den Direktwerb durch gewerbliche Anbieter\_nimmt der BGH einen wettbewerbsrechtlichen Verstoß an, während sich aus der Argumentation des Landgerichts Essen ergibt, dass auch ein solcher Verstoß nicht vorliegt. Der Grund für diese Unterscheidung liegt darin, dass das Landgericht Essen die AGBs im Hinblick auf das Weiterveräußerungsverbot für unzulässig hält, während der BGH

---

<sup>28</sup> Schoene, in Fachdienst für Gewerblichen Rechtsschutz (FD. GewRS) 2009, Ausgabe I, S. 273326

eine ausführliche AGB-Prüfung nicht vorgenommen hat. Die wettbewerbsrechtlichen Konsequenzen müssen wie aus der Sicht des Landgerichts Essen zutreffend gerade unter Betrachtung der gesamten AGBs und damit der Berücksichtigung ihrer Unzulässigkeit ausgelegt werden.

III. Privatpersonen kann aufgrund eines Ticketaufdrucks nicht der Zugang zum Spiel untersagt werden, denn ein den Weiterverkauf und Erwerb sanktionierender Aufdruck ist keine Einwendung im Sinne von § 796 BGB zu Gunsten des Verwenders. Der Ticketaufdruck bindet die Käufer auch mangels Kenntnisnahme vor Vertragsschluss nicht. Damit wären auch die von den Vereinen angedrohten weiteren Maßnahmen wie Vertragsstrafen oder Stadionverbote wegen des Verkaufs oder Erwerbs von Eintrittskarten zu Spielen der Fußball-Bundesliga unzulässig.