



BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 194/20

Verkündet am:
22. Juli 2021
Führinger
Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein
BGHR: ja

Rundfunkhaftung

UWG §§ 3a, 8 Abs. 3 Nr. 2, GlüStV 2012 § 5 Abs. 5, GlüStV 2021 § 5 Abs. 7

- a) Ein Mischverband liegt nicht vor, wenn die vom Verband satzungsgemäß verfolgten Interessen seiner gewerblichen Mitglieder mit den von ihnen zu wahrenden Verbraucherinteressen übereinstimmen und deshalb nicht die Gefahr einer Interessenkollision besteht.
- b) Eine Fernsehwerbung für Glücksspielangebote auf einer benannten Internetseite kann der mittelbaren Förderung des Absatzes von Glücksspielangeboten auf einer anderen Internetseite mit nahezu identischem Domainnamen und ähnlich gestaltetem Inhalt dienen.
- c) Eine Holdinggesellschaft, die aufgrund der konzerninternen Aufgabenverteilung die wettbewerbsrechtlichen Prüfungspflichten der konzernangehörigen Rundfunkveranstalter übernimmt, hat für die Ausstrahlung rechtswidriger Werbung einzustehen, wenn sie einen bestimmten, durchsetzbaren Einfluss auf die Tochterunternehmen hinsichtlich der Veröffentlichung der Werbung hat.
- d) Die durch eine Abmahnung ausgelöste Prüfungspflicht eines Rundfunkveranstalters beschränkt sich auf grobe und unschwer erkennbare Rechtsverstöße. Eine aufwändige Prüfung der Sach- und Rechtslage unter Einbeziehung höchstrichterlich nicht geklärter Rechtsfragen ist einem Rundfunkveranstalter regelmäßig nicht zumutbar.

BGH, Urteil vom 22. Juli 2021 - I ZR 194/20 - OLG Köln
LG Köln

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 22. Juli 2021 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Koch, den Richter Feddersen, die Richterinnen Pohl, Dr. Schmaltz und Wille

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten wird das Urteil des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Köln vom 30. Oktober 2020 aufgehoben.

Auf die Berufung der Beklagten wird das Urteil der 31. Zivilkammer des Landgerichts Köln vom 18. Februar 2020 teilweise abgeändert und die Klage insoweit abgewiesen, als hinsichtlich der TV-Werbespots für MrGreen.de zum Nachteil der Beklagten erkannt worden ist.

Im übrigen Umfang der Aufhebung wird die Sache zur neuen Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten der Revision, an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

1 Der Kläger ist der Bundesverband der e. V. Zu seinen Mitgliedern zählen unter anderem Landeslotteriegesellschaften. Die Verbandssatzung enthält in § 2 folgende Bestimmungen zu dem Zweck und den Aufgaben des Klägers:

- 1.) Der Verband nimmt die allgemeinen, ideellen und wirtschaftlichen Interessen der deutschen Glücksspielunternehmen wahr, die gemäß § 10 Abs. 2 Glücksspielstaatsvertrag (GlüStV) die öffentliche Aufgabe der Bundesländer

erfüllen, ein ausreichendes Glücksspielangebot sicherzustellen (...). Er (...) dient der Förderung der Aufgaben der Verbandsmitglieder, wie sie ihnen von Gesetzes wegen gemäß § 1 Nr. 1 bis 5 GlüStV auferlegt sind. Es sind dies die Förderung von Verbraucherberatung und Verbraucherschutz (§ 1 Nr. 1, 2, 4 und 5 GlüStV), jeweils im Bereich des Glücksspielwesens. Hierzu unterstützt er die Umsetzung der ordnungsrechtlichen Aufgaben der staatlichen Glücksspielunternehmen im Sinne der die Klagebefugnisse regelnden Bestimmungen des UWG (...).

- 2.) Der Satzungszweck wird verwirklicht insbesondere durch die Förderung
 - a) der gemeinsamen Interessen seiner Mitglieder in den Bereichen des Glücksspielrechts, des Wettbewerbsrechts (...) zur Verbesserung des für das Glücksspielwesen maßgeblichen Verbraucherschutzrechts durch Sicherung eines seriösen, lauterer und verantwortungsvollen staatlichen Glücksspielangebots in der Bundesrepublik Deutschland;

(...)

- 3.) (...)
- 4.) Der Verband hat ferner den Zweck,
 - a) zur Verbesserung des Jugend-, Spieler- und Verbraucherschutzes das Marktverhalten von Marktteilnehmern im Bereich des Glücksspielwesens zu beobachten und in Bezug auf die Einhaltung der geltenden gesetzlichen Vorschriften und Bestimmungen zu kontrollieren (...).

2 Die Beklagte ist die Holdinggesellschaft der Mediengruppe R. . Zu dem Konzern gehören Rundfunkveranstalter, die die privaten Fernsehsender R. , R. p. , R. n. , V. und n. betreiben. Die von den Rundfunkveranstaltern angebotenen Werbezeiten werden über ein konzernangehöriges Unternehmen, die I. D. GmbH, zentral vermarktet. Die Beklagte erbringt für die Konzerngesellschaften auf der Grundlage von Kooperationsvereinbarungen entgeltliche Serviceleistungen im Bereich der Rechtsberatung.

3 Die Tochterunternehmen der Beklagten strahlten in der Zeit von Juni 2018 bis Februar 2019 Fernsehspots aus, in denen für Casino- und Automaten Spiele auf den Internetseiten "www.onlinecasino.de", "www.drückglück.de" und "www.wunderino.de" geworben wurde. In die Spots wurden die Domainnamen

mit einem Bildelement farbig eingeblendet und im gesprochenen Begleittext genannt. Im Bild fand sich in kleiner Schrift der Hinweis, eine Teilnahme sei nur im Geltungsbereich des Glücksspielgesetzes von Schleswig-Holstein möglich.

4 Auf den Internetseiten "www.onlinecasino.de", "www.drückglück.de" und "www.wunderino.de" können Nutzer nach ihrer Registrierung und der Einzahlung eines Geldbetrags auf ein virtuelles Konto an Casino- und Automatenspielen teilnehmen. Die Anbieter der Online-Spiele waren Inhaber von befristeten, am 18. Dezember 2018 oder 7. Februar 2019 auslaufenden Erlaubnissen des Landes Schleswig-Holstein zur Veranstaltung von Online-Casinospielen im Gebiet des Bundeslandes. Die Erlaubnisse galten aufgrund des am 28. Juni 2019 in Kraft getretenen Gesetzes zur Übergangsregelung für Online-Spiele des Landes Schleswig-Holstein längstens bis zum 30. Juni 2021 weiterhin als erteilt. Seit dem Inkrafttreten des Staatsvertrags zur Neuregulierung des Glücksspielwesens in Deutschland am 1. Juli 2021 gelten sie als Erlaubnisse für das Hoheitsgebiet von Schleswig-Holstein längstens bis zum 31. Dezember 2024 mit der Maßgabe fort, dass die in der Genehmigung sowie in den ergänzenden Nebenbestimmungen enthaltenen Regelungen Anwendung finden.

5 In der Zeit von November 2018 bis Juni 2019 strahlten die Tochtergesellschaften der Beklagten Werbespots für kostenlose Casinospiele auf der Internetseite "www.mrgreen.de" aus. Der in Grün gehaltene, um eine männliche Silhouette ergänzte Domainname wurde in die Fernsehspots eingeblendet. Im gesprochenen Begleittext wurde das Angebot als "Mr. green" bezeichnet.

6 Angebote für Online-Spiele finden sich auch auf den in deutscher Sprache aufrufbaren Internetseiten "www.onlinecasino-eu.com", "www.drueckglueck.com", "www.wunderino.com" und "www.mrgreen.com". Dort können Nutzer gegen Entgelt an Casino- und Automatenspielen teilnehmen. Die

Betreiber dieser Internetseiten verfügten nicht über Lizenzen zur Veranstaltung von Glücksspielen in Deutschland.

- 7 Der Kläger wies die Beklagte mit Schreiben vom 23. Januar 2019 darauf hin, dass sie Verstöße gegen den Glücksspielstaatsvertrag fördere, indem im Fernsehprogramm ihres Unternehmens für nicht erlaubte Online-Casinospiele, zum Beispiel "drückglück.de", ohne gültige Erlaubnis aller Bundesländer geworben werde. Mit Schreiben vom 18. Februar 2019 mahnte er die Beklagte wegen der bundesweiten Ausstrahlung von Werbung für die Internetseiten "www.onlinecasino.de", "www.drückglück.de" und "www.wunderino.de" auf ihren Sendern ab. Er führte an, bei den dortigen Angeboten handele es sich - ebenso wie bei den aufgrund der Namensgleichheit und unmittelbaren Angebotsverknüpfung mit bekannt gemachten Angeboten auf den deutschsprachigen Internetseiten "www.onlinecasino-eu.com", "www.drueckglueck.com" und "www.wunderino.com" - um in Deutschland nicht erlaubtes Glücksspiel, das nicht beworben werden dürfe. Der die Seiten "www.onlinecasino.de" oder "www.drückglück.de" aufrufende Nutzer werde im Zuge der Registrierung auf die Seiten "www.onlinecasino-eu.com" oder "www.drueckglueck.com" weitergeleitet, wenn er einen Wohnsitz außerhalb von Schleswig-Holstein angebe.
- 8 Die Beklagte verpflichtete sich am 27. Februar 2019 strafbewehrt zur Unterlassung der Ausstrahlung von Werbespots für die Angebote "www.onlinecasino.de", "www.drückglück.de" und "www.wunderino.de", wenn für das jeweils beworbene Angebot entgegen einer Angabe im Werbespot zum Zeitpunkt der Ausstrahlung keine Lizenz oder Duldung des Bundeslandes Schleswig-Holstein besteht. Nach der Zurückweisung der Unterwerfungserklärung seitens des Klägers gab die Beklagte am 18. März 2019 eine modifizierte strafbewehrte Unterlassungserklärung ab.

9 Mit Schreiben vom 4. Juli 2019 mahnte der Kläger die Beklagte erfolglos wegen der Ausstrahlung des Werbespots für die Internetseite "www.mrgreen.de" ab, weil damit zugleich das unerlaubte Glücksspielangebot "www.mrgreen.com" beworben werde.

10 Der Kläger macht geltend, die Beklagte verstoße durch die Ausstrahlung der Fernsehspots gegen die Werbeverbote des Glücksspielstaatsvertrags. Soweit darin auf die entgeltlichen Spielangebote auf den Internetseiten "www.onlinecasino.de", "www.drückglück.de" und "www.wunderino.de" hingewiesen werde, sei auf Grundlage der Glücksspiellizenzen des Landes Schleswig-Holstein eine bundesweite Werbung nicht erlaubt. Nutzer der Internetseiten "www.onlinecasino.de" und "www.drückglück.de", die sich mit einem Wohnsitz außerhalb von Schleswig-Holstein registrierten, würden zudem automatisch auf die Internetseiten "www.onlinecasino-eu.com" oder "www.drueckglueck.com" weitergeleitet. Überdies würden in allen Fernsehspots mittelbar die in Deutschland nicht erlaubten Glücksspiele auf den weitgehend identisch aufgemachten Internetseiten mit der Top-Level-Domain "com" beworben. Hierfür habe die Beklagte als die Geschäftstätigkeit ihrer Tochterunternehmen beeinflussende Holdinggesellschaft einzustehen.

11 Der Kläger hat beantragt, die Beklagte unter Androhung näher bezeichneter Ordnungsmittel zu verurteilen,

es zu unterlassen, in der Bundesrepublik Deutschland für nicht erlaubte Glücksspiele, insbesondere Online-Casino- und Automaten Spiele zu werben, wenn dies wie in den [in den Unterlassungsantrag eingeblendeten] TV-Werbespots für Onlinecasino.de, DruckGlück.de, Wunderino.de und MrGreen.de geschieht.

12 Das Landgericht hat der Klage stattgegeben (LG Köln, ZUM 2020, 638). Die Berufung der Beklagten ist ohne Erfolg geblieben (OLG Köln, WRP 2021,

102). Mit ihrer vom Berufungsgericht zugelassenen Revision verfolgt die Beklagte ihren Klageabweisungsantrag weiter. Der Kläger beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

13 A. Das Berufungsgericht hat die Klage als zulässig und begründet erachtet. Dazu hat es ausgeführt:

14 Der Unterlassungsantrag sei aufgrund der Bezugnahme auf die konkreten Verletzungsformen hinreichend bestimmt. Das Vorgehen des Klägers sei nicht missbräuchlich. Es sei nicht ersichtlich, dass er vergleichbare Wettbewerbsverstöße seiner Mitglieder planmäßig dulde.

15 Die Klage sei begründet. Der Kläger sei klagebefugt. Er sei nicht als Mischverband konzipiert. Die Ausstrahlung der Werbesendungen beeinflusse den Wettbewerb zwischen seinen Mitgliedsunternehmen und den von der Werbung begünstigten Unternehmen.

16 Ein Verstoß gegen die als Marktverhaltensnormen einzustufenden Werbe-
regeln des Glücksspielstaatsvertrags liege unabhängig von der Frage vor, ob die
unmittelbar beworbenen Angebote in Schleswig-Holstein geduldet seien. Jeden-
falls werde mittelbar für die Betreiber von Internetseiten geworben, deren Glücks-
spielangebote in Deutschland unzulässig seien. Die Werbewirkung der Fernseh-
spots erfasse nicht nur die direkt beworbenen "de"-Angebote, sondern auch die
"com"-Angebote. Aufgrund der Ähnlichkeit von Domainbezeichnungen und Ge-
staltung der Internetauftritte bestehe die Gefahr gleichbleibender Herkunftser-
wartungen der Adressaten. Es sei zu erwarten, dass die Fernsehzuschauer le-
diglich die Bestandteile eingangs der angeführten Domainnamen, also die Ange-

botsbezeichnung selbst, in Erinnerung behielten und über Suchmaschinen recherchierten, die in räumlichem Zusammenhang die "de"-Angebote und die "com"-Angebote anzeigten. Eine beide Angebotsgruppen erfassende Werbewirkung sei ersichtlich subjektiv gewollt.

17 Der Verstoß entfalle nicht unter dem Gesichtspunkt des sogenannten Anzeigenprivilegs. Die Prüfungspflicht der Medienverbreiter sei dadurch aktiviert worden, dass der Verstoß durch Kenntnisgabe in den Schreiben des Klägers vom 23. Januar 2019 und 18. Februar 2019 offensichtlich geworden sei. Die Beklagte habe für die Verstöße aufgrund der Verletzung eigener wettbewerbsrechtlicher Verhaltenspflichten einzustehen. Sie habe aufgrund der konzerninternen Aufgabenverteilung die Prüfungspflichten der die Werbung ausstrahlenden Rundfunksender übernommen, die Rechtsverletzungen geprüft und im Rahmen ihrer Weisungsbefugnis die Entscheidung über die Aufrechterhaltung der Werbung getroffen. Selbst wenn die wettbewerbsrechtlichen Prüfungspflichten bei den Rundfunktöchtern verblieben seien, liege es nahe, dass die Beklagte die im Konzern begangenen Rechtsverletzungen als Konzernmutter unter dem Gesichtspunkt der Haftung des Unternehmensinhabers zu verantworten habe. Hinsichtlich des Weisungsspielraums der Beklagten gegenüber ihren Tochterunternehmen treffe die Beklagte eine sekundäre Darlegungslast für die Organisationsstruktur des Konzerns. An einer solchen Darlegung fehle es.

18 Aufgrund des Verletzungstatbestands bestehe eine Vermutung für die Wiederholung.

19 B. Die gegen diese Beurteilung gerichtete Revision der Beklagten hat Erfolg. Sie führt zur Aufhebung des Berufungsurteils sowie zur Abweisung der Klage, soweit diese sich gegen die Ausstrahlung der Werbespots für das Angebot "mr green" richtet, und im Übrigen zur Zurückverweisung der Sache an das Berufungsgericht.

20 Entgegen der Ansicht der Revisionserwiderung ist die Revision unbeschränkt zulässig. Der Entscheidungssatz des Berufungsurteils enthält keine Beschränkung der Revisionszulassung. In der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ist zwar anerkannt, dass sich eine Eingrenzung der Zulassung der Revision auch aus den Entscheidungsgründen ergeben kann. Nach dem Grundsatz der Rechtsmittelklarheit müssen die Parteien allerdings zweifelsfrei erkennen können, welches Rechtsmittel für sie in Betracht kommt und unter welchen Voraussetzungen es zulässig ist. Die bloße Angabe des Grundes für die Zulassung der Revision reicht nicht, um von einer nur beschränkten Zulassung des Rechtsmittels auszugehen (st. Rspr.; vgl. nur BGH, Urteil vom 23. April 2020 - I ZR 85/19, GRUR 2020, 886 Rn. 13 = WRP 2020, 1017 - Preisänderungsregelung, mwN). Das Berufungsgericht hat in den Entscheidungsgründen ausgeführt, bei der Frage, in welchem Umfang eine Konzernobergesellschaft für Handlungen ihrer Konzerntöchter einstandspflichtig ist, gehe es um eine grundsätzliche Rechtsfrage, die bisher vom Bundesgerichtshof für Konstellationen wie der vorliegenden noch nicht entschieden worden sei. Damit hat es lediglich den Grund für die Revisionszulassung angegeben, ohne das Rechtsmittel zu beschränken.

21 Die Revision ist begründet. Der Kläger ist zwar klagebefugt (dazu B I) und sein Vorgehen nicht missbräuchlich (dazu B II). Auch ist der Klageantrag hinreichend bestimmt (dazu B III). Mit der vom Berufungsgericht gegebenen Begründung kann der vom Kläger geltend gemachte Unterlassungsanspruch jedoch nicht bejaht werden (dazu B IV).

22 I. Das Berufungsgericht hat die Klagebefugnis des Klägers nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG zu Recht bejaht.

23 1. Gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG (in der bis zum 30. November 2021 geltenden Fassung) stehen Ansprüche aus § 8 Abs. 1 UWG rechtsfähigen Verbän-

den zur Förderung gewerblicher oder selbständiger beruflicher Interessen zu, soweit ihnen eine erhebliche Zahl von Unternehmern angehört, die Waren oder Dienstleistungen gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt vertreiben, wenn sie insbesondere nach ihrer personellen, sachlichen und finanziellen Ausstattung imstande sind, ihre satzungsmäßigen Aufgaben der Verfolgung gewerblicher oder selbständiger beruflicher Interessen tatsächlich wahrzunehmen und soweit die Zuwiderhandlung die Interessen ihrer Mitglieder berührt. Die Vorschrift des § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG regelt nicht nur die sachlich-rechtliche Anspruchsbeziehung, sondern auch die prozessuale Klagebefugnis eines Verbands (BGH, Urteil vom 16. November 2006 - I ZR 218/03, GRUR 2007, 610 Rn. 14 = WRP 2007, 778 - Sammelmitgliedschaft V; Urteil vom 7. Mai 2015 - I ZR 158/14, GRUR 2015, 1240 Rn. 13 = WRP 2015, 1464 - Der Zauber des Nordens). Liegen ihre Voraussetzungen nicht vor, ist die Klage bereits unzulässig (vgl. BGH, Urteil vom 18. Oktober 1995 - I ZR 126/93, BGHZ 131, 90, 91 [juris Rn. 9] - Anonymisierte Mitgliederliste; Büscher/Hohlweck, UWG, 2. Aufl., § 8 Rn. 325; Köhler/Feddersen in Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 39. Aufl., § 8 Rn. 3.9).

24

2. Das Berufungsgericht hat angenommen, die Klagebefugnis des Klägers folge daraus, dass die Ausstrahlung der Fernsehwerbung den Wettbewerb zwischen seinen Mitgliedsunternehmen und den von der Werbung begünstigten Unternehmen beeinflusse. Die Mitgliedsunternehmen und die durch die Werbetätigkeit begünstigten Betreiber der streitgegenständlichen Webseiten seien Mitbewerber auf demselben sachlichen und räumlichen Markt. Sie böten - wenn auch auf Seiten der Mitgliedsunternehmen des Klägers im legalisierten Bereich der Lotterien und auf Seiten der Werbenden im nicht eindeutig legalisierten Bereich der Online-Spiele - Glücksspiele an, die den Abnehmern als alternative Spielmöglichkeiten zur Verfügung stünden. Da die Fernsehwerbung bundesweit empfangen werden könne, sei sie in ihrer stimulierenden Wirkung räumlich nicht auf die in Schleswig-Holstein wohnenden Zuschauer beschränkt.

- 25 Diese Beurteilung wird von der Revision hingenommen und lässt keinen Rechtsfehler erkennen. Die Klagebefugnis eines Verbands ist auch bei Verstößen von Unternehmen zu bejahen, die - wie die die Werbespots ausstrahlenden Rundfunkveranstalter - den fremden Wettbewerb eines mit den Verbandsmitgliedern konkurrierenden Unternehmens fördern. Dabei kann der Verband auch einen an den Verstößen beteiligten Dritten - wie vorliegend die Beklagte - in Anspruch nehmen (vgl. BGH, Urteil vom 9. November 2000 - I ZR 167/98, GRUR 2001, 529, 531 [juris Rn. 24] = WRP 2001, 531 - Herz-Kreislauf-Studie). Für die Eigenschaft als Mitbewerber kommt es allein auf das tatsächliche Bestehen eines Wettbewerbsverhältnisses unabhängig davon an, ob die das Wettbewerbsverhältnis begründende Tätigkeit gesetzeskonform ist (BGH, Urteil vom 24. Februar 2005 - I ZR 101/02, BGHZ 162, 246, 251 [juris Rn. 21] - Vitamin-Zell-Komplex).
- 26 3. Die Revision zieht nicht in Zweifel, dass der Kläger nach seiner Ausstattung in der Lage ist, seinen in der Satzung vorgesehenen Aufgaben nachzukommen. Sie wendet sich erfolglos gegen die Annahme des Berufungsgerichts, die Aufgabe des Klägers bestehe in der Verfolgung von gewerblichen Interessen seiner Mitglieder und nicht auch von widerstreitenden Verbraucherschutzinteressen.
- 27 a) Einem Verband ist die Klagebefugnis abzusprechen, wenn er gleichrangig sowohl der Förderung gewerblicher Interessen als auch der Wahrnehmung von Verbraucherinteressen dient und beide Gruppen gleichgewichtig in einer Weise vertritt, dass er weder als Verband zur Förderung gewerblicher Interessen noch als Verbraucherverband angesehen werden kann. Bei einem solchen Verband besteht die Gefahr, dass gegenläufige Interessen der gleichrangig zusammengeschlossenen Gewerbetreibenden und Verbraucher miteinander kollidieren, die sich auf die Willensbildung und -betätigung des Verbands auswirken, und der Verband dadurch in der Wahrnehmung der ihm gesetzlich zugewiesenen Auf-

gabe der Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs beeinträchtigt wird (vgl. BGH, Urteil vom 14. Oktober 1982 - I ZR 81/81, GRUR 1983, 129, 130 [juris Rn. 11 f.] = WRP 1983, 207 - Mischverband I).

28 Für die Annahme eines Mischverbands ist nicht allein auf die satzungsgemäße Gleichstellung der Verfolgung von gewerblichen Interessen und Verbraucherinteressen abzustellen, sondern auch auf die tatsächlichen Gegebenheiten (BGH, GRUR 1983, 129, 130 [juris Rn. 13] - Mischverband I; BGH, Urteil vom 19. Mai 1988 - I ZR 170/86, GRUR 1988, 832, 833 [juris Rn. 23] = WRP 1988, 663 - Benzinwerbung). Entscheidend ist das Gesamtbild, das der Verband bei einer zusammenfassenden Betrachtung seiner satzungsgemäßen Ziele, der Zusammensetzung seiner Mitglieder, des satzungsgemäßen und tatsächlichen Gewichts der einzelnen Mitgliedergruppen und seiner konkret ausgeübten Tätigkeiten bietet (BGH, GRUR 1983, 129, 130 [juris Rn. 13] - Mischverband I; BGH, Urteil vom 12. Juli 1984 - I ZR 37/82, GRUR 1985, 58, 59 [juris Rn. 13] = WRP 1985, 19 - Mischverband II; BGH, GRUR 1988, 832, 833 [juris Rn. 23] - Benzinwerbung).

29 b) Das Berufungsgericht hat angenommen, die bei Mischverbänden zu befürchtende Interessenkollision könne bei dem Kläger nicht eintreten, weil zu seinen Mitgliedern keine Verbraucher gehörten. Es liege weder eine Majorisierung der einen durch die andere Gruppe vor, noch sei eine inhaltliche Interessenkollision ersichtlich. Diese Beurteilung ist aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden.

30 c) Die Revision rügt erfolglos, das Berufungsgericht habe rechtsfehlerhaft allein auf die Mitgliederstruktur des Klägers abgestellt, ohne dessen Satzungszwecke in die gebotene Gesamtwürdigung einzubeziehen. Nach § 2 der Verbandssatzung verfolge der Kläger Verbraucherschutzinteressen mindestens gleichrangig mit den gewerblichen Interessen von Glücksspielunternehmen.

- 31 Das Berufungsgericht hat die Gefahr einer Interessenkollision zutreffend bereits deswegen verneint, weil dem Kläger ausschließlich Glücksspielunternehmen angehören. Allein die satzungsgemäße Gleichstellung der Verfolgung von Gewerbe- und Verbraucherinteressen bietet keine ausreichende Grundlage für die Annahme eines Mischverbands, wenn sie den tatsächlichen Gegebenheiten nicht entspricht (vgl. BGH, GRUR 1983, 129, 130 [juris Rn. 13] - Mischverband I). Das Berufungsgericht ist ferner zu Recht davon ausgegangen, dass der Kläger nach seiner Satzung keine gegenläufigen Verbandsinteressen vertritt. Die von ihm satzungsgemäß wahrzunehmenden ideellen Interessen der Glücksspielunternehmen betreffen die Sicherstellung eines seriösen, lauterer und verantwortungsvollen staatlichen Glücksspielangebots zum Schutz der Verbraucher, wie es nach den Glücksspielstaatsverträgen Aufgabe der Glücksspielunternehmen ist. Mit Blick darauf stimmen die vom Kläger satzungsgemäß verfolgten ideellen Interessen seiner gewerblichen Mitglieder mit den von ihnen zu wahrenden Verbraucherschutzinteressen überein.
- 32 II. Das Berufungsgericht hat ein rechtsmissbräuchliches Vorgehen des Klägers im Sinne von § 8 Abs. 4 Satz 1 UWG in der bis zum 1. Dezember 2020 geltenden Fassung (§ 8c Abs. 1 UWG in der seit dem 2. Dezember 2020 geltenden Fassung) verneint. Es sei nicht erkennbar, dass der Kläger gleichartige Wettbewerbsverstöße seiner Mitgliedsunternehmen planmäßig hinnehme. Soweit die Beklagte unzulässige Werbungen durch Mitgliedsunternehmen des Klägers angeführt habe, betrafen diese keine verbotene Werbung für Online-Glücksspiele. Diese tatgerichtliche Beurteilung lässt keinen Rechtsfehler erkennen und wird von der Revision nicht angegriffen. Ein selektives, von sachfremden Erwägungen geleitetes Verhalten des Klägers liegt danach nicht vor.
- 33 III. Das Berufungsgericht ist zu Recht davon ausgegangen, dass der vom Kläger gestellte Unterlassungsantrag den Bestimmtheitsanforderungen des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO genügt.

1. 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 (st. Rspr., vgl. nur BGH, Urteil vom 11. Februar 2021 - I ZR 227/19, GRUR 2021, 758 Rn. 13 = WRP 2021, 610 - Rechtsberatung durch Architektin, mwN). Aus diesem Grund sind Unterlassungsanträge, die lediglich den Wortlaut eines Gesetzes wiederholen, grundsätzlich als zu unbestimmt und damit unzulässig anzusehen. Abweichendes kann gelten, wenn entweder bereits der gesetzliche Verbotstatbestand selbst entsprechend eindeutig und konkret gefasst oder der Anwendungsbereich einer Rechtsnorm durch eine gefestigte Auslegung geklärt ist, oder wenn der Kläger hinreichend deutlich macht, dass er nicht ein Verbot im Umfang des Gesetzeswortlauts beansprucht, sondern sich mit seinem Unterlassungsbegehren an der konkreten Verletzungshandlung orientiert. Die Bejahung der Bestimmtheit setzt in solchen Fällen allerdings grundsätzlich voraus, dass zwischen den Parteien kein Streit darüber besteht, dass das beanstandete Verhalten das fragliche Tatbestandsmerkmal erfüllt. Die Wiedergabe des gesetzlichen Verbotstatbestands in der Antragsformulierung ist auch unschädlich, wenn sich das mit dem selbst nicht hinreichend klaren Antrag Begehrte im Tatsächlichen durch Auslegung unter Heranziehung des Sachvortrags des Klägers eindeutig ergibt und die betreffende tatsächliche Gestaltung zwischen den Parteien nicht infrage gestellt ist, sondern sich ihr Streit ausschließlich auf die rechtliche Qualifizierung der angegriffenen Verhaltensweise beschränkt. Eine auslegungsbedürftige Antragsformulierung kann im Übrigen hinzunehmen sein, wenn dies zur Gewährleistung effektiven Rechtsschutzes erforderlich ist (BGH, Urteil vom 2. März 2017 - I ZR 194/15, GRUR 2017, 537 Rn. 12 = WRP 2017, 542 - Konsumgetreide; Urteil vom 8. November 2018

- I ZR 108/17, GRUR 2019, 627 Rn. 16 = WRP 2019, 731 - Deutschland-Kombi; Urteil vom 10. Januar 2019 - I ZR 267/15, GRUR 2019, 813 Rn. 23 = WRP 2019, 1013 - Cordoba II).

35 2. Nach diesen Grundsätzen sind der Unterlassungsantrag und der darauf beruhende landgerichtliche Verbotsausspruch als hinreichend bestimmt anzusehen, auch wenn sie dem Wortlaut des Werbeverbots in § 5 Abs. 5 des Glücksspielstaatsvertrags 2012 (1. Glücksspieländerungsstaatsvertrag [GlüStV 2012]) und § 5 Abs. 7 des Glücksspielstaatsvertrags 2021 (Staatsvertrag zur Neuregulierung des Glücksspielwesens in Deutschland [GlüStV 2021]) entlehnt sind.

36 a) Der darin aufgenommene Begriff des Glücksspiels ist durch die Legaldefinition in § 3 Abs. 1 Satz 1 bis 3 GlüStV 2012, § 3 Abs. 1 Satz 1 bis 3 GlüStV 2021 konkretisiert. Das Berufungsgericht hat zudem die insbesondere angeführten Online-Casinospiele und Automaten Spiele als beispielhafte Verdeutlichung eines Glücksspiels angesehen (vgl. dazu BGH, Urteil vom 31. Oktober 2018 - I ZR 73/17, GRUR 2019, 82 Rn. 21 = WRP 2019, 68 - Jogginghosen; BGH, GRUR 2021, 758 Rn. 22 - Rechtsberatung durch Architektin). Über den Sinngehalt der Begriffe des Glücksspiels, des (in § 2 Abs. 2 Nr. 7 der Werberichtlinie [WerbRL], § 3 Abs. 1a Satz 2 GlüStV 2021 definierten) Casinospiels und des (in § 3 Abs. 1a Satz 1 GlüStV 2021 definierten) virtuellen Automaten Spiels besteht zwischen den Parteien auch kein Streit.

37 b) Hinsichtlich der zu unterlassenden Werbung hat der Kläger durch die Bezugnahme auf die konkreten Verletzungsformen verdeutlicht, dass er darunter die Ausstrahlung von Fernsehspots fasst, in denen auf Glücksspielangebote auf genauer bezeichneten Internetseiten hingewiesen wird. Anders als die Revision meint, dient die Einblendung der Fernsehspots nicht nur der Beschreibung der Werbung für die darin gezeigten Online-Casinospiele und virtuellen Automaten-

spiele. Der Kläger hat in der Berufungsverhandlung klargestellt, dass er die konkreten Verletzungsformen auf den gesamten Unterlassungsantrag und damit auf das Angebot jeglichen nicht erlaubten Glücksspiels bezogen wissen möchte. Hierzu hat er in der Klagebegründung erläutert, dass er in den ausgestrahlten Fernsehspots nicht nur Werbung für die ausdrücklich genannten Internetseiten sieht, sondern zugleich Werbung für Glücksspielangebote auf anderen Internetseiten mit weitgehend übereinstimmenden Domainnamen und ähnlicher Gestaltung. Dadurch hat er verdeutlicht, auf welchen Sachverhalt er das begehrte Verbot stützt. Die tatsächliche Aufmachung der in Rede stehenden Internetseiten mit den Top-Level-Domains "de" und "com" steht zwischen den Parteien auch nicht im Streit. Soweit zwischen ihnen Uneinigkeit besteht, ob die Fernsehspots als Werbung für die unbenannten Internetseiten anzusehen sind, betrifft ihr Streit die rechtliche Bewertung der tatsächlichen Gegebenheiten.

38 c) Die Revision wendet gegen die Bestimmtheit des Unterlassungsantrags und des darauf beruhenden Unterlassungstenors erfolglos ein, sie brächten das Charakteristische des vom Kläger begehrten und vom Berufungsgericht antragsgemäß ausgesprochenen Verbots nicht zum Ausdruck. Soweit das Unterlassungsgebot darauf gestützt werde, dass neben den im Klageantrag aufgeführten Internetseiten mittelbar Internetseiten mit ähnlichen Domainnamen und ähnlicher Aufmachung beworben würden, sei für die Beklagte weder anhand des Antrags noch anhand der Klagebegründung oder der Urteilsgründe erkennbar, nach welchen Kriterien sich die Ähnlichkeit konkret bestimme.

39 aa) Kommen die verbotsbegründenden Umstände in Unterlassungsantrag und -tenor nicht unmittelbar zum Ausdruck, so sind der Antrag und - ihm folgend - der Urteilstenor zur Bestimmung ihrer Bedeutung und Reichweite auszulegen. Dazu ist nicht allein auf ihren Wortlaut abzustellen, sondern sind ergänzend die Begründung des Unterlassungsbegehrens und die Entscheidungsgründe des Urteils heranzuziehen (BGH, Urteil vom 18. September 2014 - I ZR 34/12, GRUR

2014, 1211 Rn. 16 = WRP 2014, 1447 - Runes of Magic II; Urteil vom 21. Juli 2016 - I ZR 26/15, GRUR 2016, 1076 Rn. 14 = WRP 2016, 1221 - LGA tested).

40

bb) Soweit das Berufungsgericht für den Inhalt des Unterlassungsgebots auf die Ähnlichkeit der Domainnamen und der darunter präsentierten Internetauftritte abgestellt hat, ist der Begriff der Ähnlichkeit zwar ebenfalls unbestimmt (vgl. BGH, Urteil vom 11. Oktober 1990 - I ZR 35/89, GRUR 1991, 254, 257 [juris Rn. 19] = WRP 1991, 216 - Unbestimmter Unterlassungsantrag I). Zur Erläuterung dieses Begriffs hat das Berufungsgericht jedoch erkennbar auf die Feststellungen des Landgerichts Bezug genommen. Das Landgericht hat ausgeführt, die Domainnamen wichen allenfalls durch geringfügige Unterschiede in der Schreibweise und durch die Top-Level-Domains voneinander ab. Auf den jeweiligen "de"- und "com"-Internetseiten würden dieselben Angebotsbezeichnungen "onlinecasino", "drückglück", "wunderino" und "mr green" verwendet, die in gänzlich oder überwiegend übereinstimmend grafisch gestaltete Logos eingebettet seien. Darüber hinaus seien Übereinstimmungen in dem Webdesign, der farblichen Gestaltung, den verwendeten Bildern, den Icons, den Werbeslogans und der Aufmachung einzelner Glücksspiele festzustellen. Zur Veranschaulichung hat das Landgericht auf die in die Entscheidungsgründe eingeblendeten Logos sowie die vom Kläger mit Schriftsätzen vom 31. Mai 2019 und 27. August 2019 eingereichten Screenshots Bezug genommen. Hierdurch wird für die Beklagte hinreichend erkennbar, welche konkreten Merkmale die verbotsbegründende Ähnlichkeit zwischen den Spielangeboten auf den Internetseiten "www.onlinecasino.de", "www.drückglück.de", "www.wunderino.de" und "www.mrgreen.de" einerseits sowie den Internetseiten "www.onlinecasino-eu.com", "www.drueckglueck.com", "www.wunderino.com" und "www.mrgreen.com" andererseits ausmachen.

41 d) Der Unterlassungsantrag und der gerichtliche Verbotsausspruch sind nicht deshalb unbestimmt, weil sich aus ihnen nicht ersehen lässt, welche konkreten Prüfungspflichten der Beklagten abverlangt werden. Es reicht aus, wenn sich die einzuhaltenden Prüfungspflichten aus der Klagebegründung und den Entscheidungsgründen ergeben, die zur Auslegung des Unterlassungsantrags und des Verbotstenors heranzuziehen sind (BGH, Urteil vom 16. Mai 2013 - I ZR 216/11, GRUR 2013, 1229 Rn. 25 = WRP 2013, 1613 - Kinderhochstühle im Internet II; Urteil vom 26. November 2015 - I ZR 3/14, ZUM-RD 2016, 156 Rn. 13; Urteil vom 3. März 2016 - I ZR 140/14, GRUR 2016, 936 Rn. 15 = WRP 2016, 1107 - Angebotsmanipulation bei Amazon). Der Kläger und - ihm folgend - das Berufungsgericht haben angenommen, anhand der vorgerichtlichen Hinweise des Klägers habe die Beklagte die Sach- und Rechtslage prüfen und dafür sorgen müssen, dass die Werbung nicht fortgesetzt werde.

42 IV. Die Revision wendet sich mit Erfolg gegen die Beurteilung des Berufungsgerichts, die Beklagte hafte auf Unterlassung der Ausstrahlung der Fernsehspots. Mit der vom Berufungsgericht gegebenen Begründung kann ein Unterlassungsanspruch des Klägers gegen die Beklagte aus § 8 Abs. 1 Satz 1, § 3 Abs. 1, § 3a UWG nicht bejaht werden. Das Berufungsgericht hat zwar ohne Rechtsfehler angenommen, dass die Fernsehspots eine wettbewerbsrechtlich unzulässige Werbung für die unerlaubten Glücksspielangebote auf den Internetseiten "www.onlinecasino-eu.com", "www.drueckglueck.com", "www.wunderino.com" und "www.mrgreen.com" beinhalten (dazu B IV 2). Seine Annahme, die Beklagte habe für die weitere Ausstrahlung der verbotenen Werbung einzustehen, hält der rechtlichen Nachprüfung jedoch nicht stand (dazu B IV 3).

43 1. Der auf Wiederholungsgefahr gestützte und in die Zukunft gerichtete Unterlassungsanspruch besteht nur, wenn das beanstandete Verhalten der Beklagten sowohl zum Zeitpunkt seiner Vornahme rechtswidrig war als auch zum

Zeitpunkt der Entscheidung in der Revisionsinstanz rechtswidrig ist (st. Rspr.; vgl. nur BGH, GRUR 2021, 758 Rn. 29 - Rechtsberatung durch Architektin, mwN).

44 2. Die streitgegenständlichen Fernsehspots waren zum Zeitpunkt ihrer Ausstrahlung in den Jahren 2018 und 2019 und sind derzeit wegen Verstoßes gegen die in den Glücksspielstaatsverträgen vorgesehenen Werbeverbote wettbewerbsrechtlich unzulässig.

45 a) Die Bestimmungen in den Glücksspielstaatsverträgen zum Verbot und zur Beschränkung von Werbung für Glücksspiele stellen Marktverhaltensregelungen zum Schutz der Spielteilnehmer im Sinne von § 3a UWG dar (BGH, Urteil vom 28. September 2011 - I ZR 43/10, juris Rn. 78; Beschluss vom 24. Januar 2013 - I ZR 171/10, GRUR 2013, 527 Rn. 11 = WRP 2013, 515 - Digibet). Der Anwendung von § 3a UWG steht nicht entgegen, dass nach Art. 4 der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmern gegenüber Verbrauchern im Binnenmarkt diejenigen Vorschriften der Mitgliedstaaten über unlautere Geschäftspraktiken vollständig harmonisiert werden sollen, die die wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher beeinträchtigen. Die Richtlinie 2005/29/EG lässt nach ihrem Erwägungsgrund 9 Satz 2 nationale Vorschriften unberührt, die sich - wie das Verbot der Werbung für unerlaubte Online-Casinospiele und virtuelle Automatenspiele (vgl. BVerwGE 160, 193 Rn. 38) - im Einklang mit dem Unionsrecht auf Glücksspiele beziehen (vgl. BGH, Urteil vom 18. November 2010 - I ZR 168/07, GRUR 2011, 169 Rn. 19 = WRP 2011, 213 - Lotterien und Kasinospiele).

46 b) Nach der bis zum 30. Juni 2021 geltenden Bestimmung in § 5 GlüStV 2012 war die Werbung für öffentliches Glücksspiel im Fernsehen grundsätzlich verboten (§ 5 Abs. 3 Satz 1 GlüStV 2012); sie konnte lediglich für Lotterien sowie Sport- und Pferdewetten unter bestimmten Voraussetzungen erlaubt werden (§ 5

Abs. 3 Satz 2 GlüStV 2012). Die Werbung für unerlaubte Glücksspiele war stets verboten (§ 5 Abs. 5 GlüStV 2012).

47 c) Nach der seit dem 1. Juli 2021 geltenden Regelung in § 5 GlüStV 2021 dürfen Inhaber einer Erlaubnis für öffentliche Glücksspiele für diese Spiele grundsätzlich auch im Fernsehen werben (vgl. § 5 Abs. 1 Satz 1 und 3 GlüStV 2021); dabei sind in der Erlaubnis Inhalts- und Nebenbestimmungen zur Ausgestaltung der Werbung für öffentliches Glücksspiel insbesondere im Fernsehen und im Internet festzulegen (§ 5 Abs. 1 Satz 3 GlüStV 2021). Täglich zwischen 6 Uhr und 21 Uhr darf keine Werbung im Rundfunk und Internet für virtuelle Automaten-spiele, Online-Poker und Online-Casinospiele erfolgen (§ 5 Abs. 3 Satz 1 GlüStV 2021). Werbung für unerlaubte Glücksspiele ist weiterhin verboten (§ 5 Abs. 7 GlüStV 2021).

48 d) Das Berufungsgericht ist zutreffend davon ausgegangen, dass es sich bei den Casino- und Automaten-spielen auf den Internetseiten "www.onlinecasino-eu.com", "www.drueckglueck.com", "www.wunderino.com" und "www.mrgreen.com" um unerlaubte öffentliche Glücksspiele handelt, die nach § 5 Abs. 5 GlüStV 2012, § 5 Abs. 7 GlüStV 2021 nicht beworben werden dürfen.

49 aa) Ein Glücksspiel liegt vor, wenn im Rahmen eines Spiels für den Erwerb einer Gewinnchance ein Entgelt verlangt wird und die Entscheidung über den Gewinn ganz oder überwiegend vom Zufall abhängt (§ 3 Abs. 1 Satz 1 GlüStV 2012, § 3 Abs. 1 Satz 1 GlüStV 2021). Ein Glücksspiel ist öffentlich, wenn für einen größeren, nicht geschlossenen Personenkreis eine Teilnahmemöglichkeit besteht (§ 3 Abs. 2 GlüStV 2012, § 3 Abs. 2 GlüStV 2021). Dass die kostenpflichtigen Online-Casinospiele und virtuellen Automaten-spiele auf den Internetseiten mit der Top-Level-Domain "com" öffentliche Glücksspiele in diesem Sinne darstellen, zieht die Revision nicht in Zweifel.

50 bb) Den Betreibern der genannten Internetseiten war und ist es nicht erlaubt, die dort angebotenen Glücksspiele in Deutschland zu veranstalten. Das Veranstalten öffentlicher Glücksspiele ohne Erlaubnis der zuständigen Landesbehörde ist nach § 4 Abs. 1 Satz 1 und 2 GlüStV 2012, § 4 Abs. 1 Satz 1 und 2 GlüStV 2021 verboten. Bis zum 30. Juni 2021 war das Veranstalten von Online-Casinospielen und virtuellen Automatenspielen im Internet verboten und auch nicht erlaubnisfähig (vgl. § 4 Abs. 4 und 5 GlüStV 2012). Seit dem 1. Juli 2021 dürfen im Internet Online-Casinospiele und virtuelle Automatenspiele mit einer - an bestimmte Voraussetzungen geknüpften - Erlaubnis der zuständigen Landesbehörde veranstaltet werden (§ 4 Abs. 4 und 5 GlüStV 2021). Dass die Betreiber der Internetseiten "www.onlinecasino-eu.com", "www.drueckglueck.com", "www.wunderino.com" und "www.mrgreen.com" nunmehr Inhaber solcher Erlaubnisse sind, hat die Revision auch auf Nachfrage in der Revisionsverhandlung nicht geltend gemacht.

51 cc) Die Revision führt vergeblich an, das Angebot der Online-Casinospiele auf den vorgenannten Internetseiten könne nicht mehr als rechtswidrig angesehen werden, weil die Glücksspielbehörden gehalten seien, dagegen übergangsweise nicht mehr vorzugehen.

52 (1) Die Chefinnen und Chefs der Staats- und Senatskanzleien der Länder haben sich mit Umlaufbeschluss vom 8. September 2020 darauf verständigt, auch noch nach Inkrafttreten des Glücksspielstaatsvertrags 2021 bis zum Übergang der Aufgabenwahrnehmung auf die Gemeinsame Glücksspielbehörde der Länder bei der Ausübung des Ermessens, gegen welche Anbieter unerlaubten Glücksspiels vorgegangen wird, den Vollzug gegen unerlaubte Glücksspielangebote auf diejenigen Anbieter zu konzentrieren, die sich absehbar auch der neuen Regelung entziehen wollen. Diese Absprache ist für die wettbewerbsrechtliche Beurteilung ohne Belang.

- 53 (2) Eine geschäftliche Handlung kann nicht mehr als Verstoß gegen eine Marktverhaltensregelung (§ 3a UWG) beanstandet werden, wenn sie durch einen wirksamen Verwaltungsakt der zuständigen Behörde ausdrücklich erlaubt worden ist (BGH, Urteil vom 30. April 2015 - I ZR 13/14, BGHZ 205, 195 Rn. 31 - Tagesschau-App; Urteil vom 13. Dezember 2018 - I ZR 3/16, GRUR 2019, 298 Rn. 24 = WRP 2019, 327 - Uber Black II; Urteil vom 30. Januar 2020 - I ZR 40/17, GRUR 2020, 426 Rn. 15 = WRP 2020, 443 - Ersatzteilinformation II). Im Übrigen stehen der zivilrechtliche Schutz für Mitbewerber und die verwaltungsbehördliche Durchsetzung öffentlich-rechtlicher Verhaltenspflichten grundsätzlich unabhängig nebeneinander (BGH, GRUR 2019, 298 Rn. 24 - Uber Black II). Ein Mitbewerber kann sich daher nicht darauf berufen, die zuständige Verwaltungsbehörde sei gegen einen von ihr erkannten Gesetzesverstoß nicht vorgegangen, sondern habe ihn geduldet. Ein Vertrauensschutz kommt allenfalls gegenüber der untätig gebliebenen Behörde in Betracht, aber nicht gegenüber den durch die Untätigkeit nachteilig betroffenen rechtstreuen Marktteilnehmern, deren wettbewerbliche Interessen zu schützen sind (Büscher/Hohlweck aaO § 8 Rn. 76; Köhler in Köhler/Bornkamm/Feddersen aaO § 3a Rn. 1.47; MünchKomm.UWG/Schaffert, 3. Aufl., § 3a Rn. 47).
- 54 (3) Durch den Umlaufbeschluss vom 8. September 2020 sind die unerlaubten Online-Angebote von Casino- und Automaten Spielen nicht im Wege eines Verwaltungsakts legalisiert worden. Die Chefinnen und Chefs der Staats- und Senatskanzleien der Länder haben sich lediglich auf ein koordiniertes Vorgehen in der Glücksspielaufsicht verständigt, ohne verbindlich vorzugeben, dass gegen bestimmte unerlaubte Glücksspielangebote nicht mehr vorgegangen werden soll.
- 55 e) Die Revision wendet sich erfolglos gegen die Annahme des Berufungsgerichts, durch die ausgestrahlten Fernsehspots sei für die unerlaubten Glücksspiele auf den Internetseiten "www.onlinecasino-eu.com",

"www.drueckglueck.com", "www.wunderino.com" und "www.mrgreen.com" erworben worden.

56 aa) Das Berufungsgericht hat angenommen, die Werbewirkung erfasse nicht nur die unmittelbar beworbenen Angebote auf den Internetseiten "www.onlinecasino.de", "www.drückglück.de", "www.wunderino.de" und "www.mrgreen.de", sondern auch die ersichtlich davon profitierenden Angebote auf den Internetseiten "www.onlinecasino-eu.com", "www.drueckglueck.com", "www.wunderino.com" und "www.mrgreen.com". Die Domainnamen stimmten in den vom Verkehr als unterscheidungskräftig angesehenen Angebotsbezeichnungen vor den Top-Level-Domains nahezu überein. Zudem seien die auf den Internetseiten zu findenden Angebote äußerlich ähnlich gestaltet. Die Ähnlichkeit von Domainbezeichnungen und Webauftritten führe dazu, dass beim Adressaten gleichbleibende Herkunftserwartungen erzeugt würden. Der Nutzer werde lediglich den kennzeichnenden Bestandteil der Internetadresse, also die Angebotsbezeichnung selbst, in Erinnerung behalten und diese über Suchmaschinen recherchieren. Dabei würden die "de"-Angebote und die "com"-Angebote in räumlichem Zusammenhang angezeigt. Diese Beurteilung hält der revisionsrechtlichen Nachprüfung stand.

57 bb) Nach Art. 2 Buchst. a der Richtlinie 2006/114/EG über irreführende und vergleichende Werbung bedeutet "Werbung" jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen zu fördern. Mit dieser unionsrechtlichen Definition stimmt der lauterkeitsrechtliche Werbebegriff überein (vgl. BGH, Urteil vom 12. September 2013 - I ZR 208/12, GRUR 2013, 1259 Rn. 17 = WRP 2013, 1579 - Empfehlung-E-Mail; Urteil vom 14. Januar 2016 - I ZR 65/14, GRUR 2016, 946 Rn. 27 = WRP 2016, 958 - Freunde finden). Sie ist auch für den Begriff der Werbung im Sinne von § 5 Abs. 5 GlüStV 2012, § 5 Abs. 7 GlüStV 2021 heranzuziehen (Jacobs in Becker/Hilf/Nolte/Uwer,

Glücksspielregulierung, § 5 GlüStV Rn. 29; vgl. auch § 2 Abs. 1 WerbRL; § 2 Abs. 2 Nr. 7 Satz 1 des bis zum 6. November 2020 geltenden Rundfunkstaatsvertrags [RStV]).

58 Der weit gefasste Begriff der Werbung ist nicht auf die Formen klassischer Werbung beschränkt, sondern umfasst sehr unterschiedliche Formen von Werbung (EuGH, Urteil vom 11. Juli 2013 - C-657/11, GRUR 2013, 1049 Rn. 35 = WRP 2013, 1161 - Belgian Electronic Sorting Technology; BGH, GRUR 2016, 946 Rn. 28 - Freunde finden). Dazu zählen außer der unmittelbar produktbezogenen Werbung auch Maßnahmen, die der mittelbaren Absatzförderung eines Produkts dienen (BGH, GRUR 2013, 1259 Rn. 17- Empfehlungs-E-Mail; GRUR 2016, 946 Rn. 27 - Freunde finden; vgl. auch § 2 Abs. 2 Nr. 7 Satz 1 des seit dem 7. November 2020 geltenden Medienstaatsvertrags [MStV]). Abzustellen ist auf die Sichtweise der angesprochenen Verkehrskreise (vgl. BGH, GRUR 2016, 946 Rn. 30 - Freunde finden). Mit Blick darauf ist es nicht zwingend erforderlich, dass das Produkt, dessen Absatz gefördert werden soll, kenntlich gemacht wird (vgl. BGH, Urteil vom 6. Februar 2014 - I ZR 2/11, GRUR 2014, 879 Rn. 26 = WRP 2014, 1058 - GOOD NEWS II; BeckOK.UWG/Weiler, 12. Edition [Stand 1. Mai 2021], § 6 Rn. 68; Sack in Harte-Bavendamm/Henning-Bodewig, UWG, 4. Aufl., § 6 Rn. 37; Köhler in Köhler/Bornkamm/Feddersen aaO Anhang zu § 3 Abs. 3 Rn. 11.3; aA Frank in Harte-Bavendamm/Henning-Bodewig aaO Anhang zu § 3 Abs. 3 Nr. 11 Rn. 22; offenlassend BGH, Urteil vom 1. Juli 2010 - I ZR 161/09, GRUR 2011, 163 Rn. 20 = WRP 2011, 210 - Flappe).

59 cc) Anhand dieser Maßstäbe ist die Annahme des Berufungsgerichts aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden, der Fernsehwerbung komme eine absatzfördernde Wirkung hinsichtlich der Glücksspielangebote auf den Internetseiten "www.onlinecasino-eu.com", "www.drueckglueck.com", "www.wunderino.com" und "www.mrgreen.com" zu.

60 (1) Die tatgerichtliche Beurteilung, wegen der deutlichen Übereinstimmung von Domainnamen und Webauftritten handele es sich aus Sicht des angesprochenen Verkehrs bei den Internetseiten mit den Top-Level-Domains "de" und "com" um zusammengehörige Angebote eines Unternehmens, begegnet keinen rechtlichen Bedenken. Das Berufungsgericht hat berücksichtigt, dass in den Fernsehspots lediglich die Internetseiten mit der Top-Level-Domain "de" genannt worden sind. Es hat indes ohne Rechtsfehler angenommen, der Zuschauer fasse allein die davor angeführten Begriffe "onlinecasino", "drückglück", "wunderino" und "mr green" als Angebotsbezeichnungen auf. Der Verkehr misst den Zusätzen "de" oder "com" regelmäßig allein eine funktionale Bedeutung bei, so dass der Domainname letztlich auf das Angebot eines Unternehmens mit dem Namen der Second-Level-Domain hinweist (vgl. BGH, Urteil vom 22. Juli 2004 - I ZR 135/01, GRUR 2005, 262, 263 [juris Rn. 19] = WRP 2005, 338 - socio.de). Dass die korrespondierenden Internetauftritte unter den Top-Level-Domains "de" und "com" einander optisch und inhaltlich angenähert sind, zieht auch die Revision nicht in Zweifel.

61 (2) Ebenfalls als rechtsfehlerfrei stellt sich die Annahme des Berufungsgerichts dar, die Fernsehwerbung sei geeignet gewesen, den Verkehr auf den - bei Eingabe der Angebotsbezeichnung in eine Suchmaschine gemeinsam mit dem "de"-Internetauftritt angezeigten - "com"-Internetauftritt zu lenken.

62 Die Revision rügt vergeblich die Annahme des Berufungsgerichts als spekulativ, der Aufruf der in den Fernsehspots genannten Domainnamen erfolge nicht durch die Eingabe der vollständigen Internetadresse in den Browser, sondern über eine Suchmaschine. Das Berufungsgericht ist davon ausgegangen, dass der Zuschauer lediglich die das Angebot kennzeichnende Bezeichnung in Erinnerung behalten und deshalb zur Ermittlung der zugehörigen Internetseite auf eine Suchmaschine zurückgreifen wird. Diese tatgerichtliche Einschätzung konnte es aufgrund eigenen Erfahrungswissens vornehmen, weil seine Mitglieder

zu den von der Werbung angesprochenen Verkehrskreisen gehören (vgl. BGH, Urteil vom 2. Oktober 2003 - I ZR 150/01, BGHZ 156, 250, 255 [juris Rn. 20] - Marktführerschaft; Urteil vom 13. September 2012 - I ZR 230/11, BGHZ 194, 314 Rn. 32 - Biomaterialwasser). Sie ist im Revisionsverfahren nur darauf zu überprüfen, ob das Berufungsgericht einen unzutreffenden rechtlichen Maßstab zugrunde gelegt, bei seiner Würdigung gegen Denkgesetze oder Erfahrungssätze verstoßen oder wesentliche Umstände unberücksichtigt gelassen hat (BGH, Urteil vom 5. Februar 2015 - I ZR 136/13, GRUR 2015, 906 Rn. 19 = WRP 2015, 1098 - TIP der Woche, mwN). Einen solchen Rechtsfehler hat die Revision nicht aufgezeigt; er ist auch sonst nicht ersichtlich. Insbesondere ist die Annahme des Berufungsgerichts nicht erfahrungswidrig, der angesprochene Verkehr bemühe zum Auffinden des Angebots typischerweise eine Suchmaschine; sie entspricht der Einschätzung anderer Gerichte (vgl. BayVGH, ZfWG 2018, 550, 553 [juris Rn. 25]).

63

Die Revision macht erfolglos geltend, zwischen der Fernsehwerbung für die korrekt angeführten Internetseiten mit der Top-Level-Domain "de" und dem Aufruf der Internetseiten mit der Top-Level-Domain "com" bestehe kein hinreichender Zurechnungszusammenhang. Zu einer Falscheingabe könne es nur kommen, wenn der Nutzer den in der Werbung genannten Domainnamen unzutreffend eingabe oder bei einer Suchmaschinenabfrage die falsche Internetseite aufrufe. Nach den rechtsfehlerfreien Feststellungen des Berufungsgerichts ermittelt der Verbraucher die ihm nicht erinnerliche Internetadresse, unter der die Glücksspiele "onlinecasino", "drückglück", "wunderino" oder "mr green" angeboten werden, typischerweise über eine Suchmaschine. Dabei hat das Berufungsgericht es als nicht fernliegend erachtet, dass der Nutzer von den in räumlichem Zusammenhang angezeigten Webadressen mit den Top-Level-Domains "de" und "com" die letztere Internetseite aufrufen wird. Dann aber kann ein Zurech-

nungszusammenhang zwischen der Fernsehwerbung und dem Aufruf der Internetseiten "www.onlinecasino-eu.com", "www.drueckglueck.com", "www.wunderino.com" und "www.mrgreen.com" nicht verneint werden. Der Zurechnungszusammenhang bleibt bestehen, wenn die in Rede stehende Handlung das Verhalten eines anderen wesentlich mitbestimmt und dieses eine nicht ungewöhnliche oder gänzlich unangemessene Reaktion darauf darstellt (vgl. BGH, Urteil vom 13. Oktober 2016 - IX ZR 149/15, NJW 2017, 1600 Rn. 11).

64 dd) Die Revision wendet sich im Ergebnis erfolglos gegen die Annahme des Berufungsgerichts, die beide Angebotsgruppen erfassende Werbewirkung sei subjektiv gewollt. Das mit einer Äußerung verfolgte Ziel der Absatzförderung ist anhand der erkennbaren Umstände des Einzelfalls objektiv zu ermitteln (vgl. BGH, GRUR 2014, 879 Rn. 26 - GOOD NEWS II; GRUR 2016, 946 Rn. 31 - Freunde finden; BeckOK.UWG/Weiler aaO § 6 Rn. 65; jurisPK.UWG/Müller-Bidinger, Stand 15. Januar 2021, § 6 Rn. 61; MünchKomm.UWG/Menke aaO § 6 Rn. 59). Eine subjektive Absicht ist nicht erforderlich, weil die schutzwürdigen Belange der Marktteilnehmer bereits berührt sind, wenn sie aufgrund des Werbeeffects in ihren Marktentscheidungen beeinflusst werden (BeckOK.UWG/Weiler aaO § 6 Rn. 65.1; MünchKomm.UWG/Menke aaO § 6 Rn. 59; anders noch BGH, Urteil vom 9. Februar 2006 - I ZR 124/03, GRUR 2006, 875 Rn. 22 = WRP 2006, 1109 - Rechtsanwalts-Ranglisten). Das Berufungsgericht hat die Zielrichtung der Fernsehspots, die Teilnahme an den Glücksspielangeboten auf den Internetseiten mit der Top-Level-Domain "com" zu fördern, aus der Ähnlichkeit von Domainnamen und Internetauftritten sowie dem üblichen Vorgehen des Verbrauchers zum Auffinden eines Internetangebots hergeleitet. Es hat damit auf objektiv erkennbare Umstände abgestellt.

65 ee) Entgegen der Ansicht der Revision steht die Beurteilung des Berufungsgerichts im Einklang mit der Rechtsprechung des Bayerischen Verwal-

tungsgerichtshofs. Der Bayerische Verwaltungsgerichtshof hat bei einer Fernsehwerbung für das Angebot von kostenlosen Lotteriespielen auf einer Gratis-Internetseite eine mittelbare Werbung für das Angebot von entgeltlichen Lotteriespielen auf anderen Internetseiten bejaht, weil wegen des übereinstimmenden Schlüsselbegriffs und des identischen Spielangebots bei den Adressaten der Eindruck eines einheitlichen - sich nur durch die Kostenlosigkeit einerseits und die Entgeltlichkeit andererseits unterscheidenden - Spielangebots entstehe (BayVGH, ZfWG 2018, 550, 552 f. [juris Rn. 22 und 25]; ZfWG 2018, 567, 571 [juris Rn. 47]). In einer von der Revision angeführten früheren Entscheidung hat der Bayerische Verwaltungsgerichtshof zwar die Werbung für ein kostenloses Angebot für Pokerspieler auf einer Internetseite trotz der Ähnlichkeit der Schriftzüge nicht als Werbung für das entgeltliche Angebot von Pokerspielen auf einer anderen, sich nur durch die Top-Level-Domain unterscheidenden Internetseite angesehen, weil es sich um gleichrangige Angebote handele (BayVGH, ZfWG 2015, 235, 238 [juris Rn. 45]). Dieser Beurteilung lag jedoch zugrunde, dass die kostenlosen Angebote Pokerspielern Übungsmöglichkeiten und eine Plattform für den Erfahrungsaustausch boten (BayVGH, ZfWG 2015, 235, 238 [juris Rn. 44]), ihnen aber nicht, wie das entgeltliche Angebot, die Teilnahme an Pokerspielen ermöglichten (vgl. BayVGH, ZfWG 2018, 567, 571 [juris Rn. 49]). Ein solcher Fall ist vorliegend nicht gegeben.

66

3. Die Revision wendet sich mit Erfolg gegen die Annahme des Berufungsgerichts, die Beklagte hafte wegen der Verletzung von wettbewerbsrechtlichen Verhaltenspflichten für die unlautere Werbung. Das Berufungsgericht hat zwar mit Recht angenommen, dass die Tochtergesellschaften der Beklagten hinsichtlich der Zulässigkeit ausgestrahlter Werbespots eine wettbewerbsrechtliche Verkehrspflicht in Form einer Prüfungspflicht trifft (dazu B IV 3 a), für deren Einhal-

tung die Beklagte einzustehen hat (dazu B IV 3 b). Die Annahme des Berufungsgerichts, die Beklagte habe diese Prüfungspflicht verletzt, hält der revisionsrechtlichen Nachprüfung jedoch nicht stand (dazu B IV 3 d).

67 a) Das Berufungsgericht hat zutreffend angenommen, dass im Ausgangspunkt die Tochterunternehmen der Beklagten als Rundfunkveranstalter die wettbewerbsrechtliche Verkehrspflicht traf, ausgestrahlte Fernsehspots auf grobe und offensichtliche Rechtsverstöße zu überprüfen.

68 Der Haftung wegen Verletzung wettbewerbsrechtlicher Verkehrspflichten liegt der Gedanke zugrunde, dass derjenige, der in seinem Verantwortungsbereich eine Gefahrenquelle für Marktteilnehmer schafft oder andauern lässt, die ihm zumutbaren Maßnahmen und Vorkehrungen treffen muss, die zur Abwendung der Dritten daraus drohenden Gefahren notwendig sind (vgl. BGH, Urteil vom 12. Juli 2007 - I ZR 18/04, BGHZ 173, 188 Rn. 36 - Jugendgefährdende Medien bei eBay; Urteil vom 19. März 2015 - I ZR 94/13, GRUR 2015, 1129 Rn. 42 = WRP 2015, 1326 - Hotelbewertungsportal). Die hieraus erwachsenden Verkehrspflichten können sich insbesondere als Prüfungspflicht konkretisieren (BGH, GRUR 2015, 1129 Rn. 42 - Hotelbewertungsportal; BGH, Urteil vom 18. Juni 2015 - I ZR 74/14, BGHZ 206, 103 Rn. 23 - Haftung für Hyperlink).

69 Nach diesen Maßstäben kann für die Verbreitung einer wettbewerbswidrigen Werbung in Medien neben dem Werbenden selbst auch ein an der Verbreitung beteiligtes Presse- oder Sendeunternehmen haften (vgl. BGH, Urteil vom 10. Februar 2011 - I ZR 183/09, GRUR 2011, 340 Rn. 30 = WRP 2011, 459 - Irische Butter; BGH, GRUR 2015, 906 Rn. 29 - TIP der Woche; Köhler/Feddersen in Köhler/Bornkamm/Feddersen aaO § 8 Rn. 2.13). Ein Presseunternehmen hat für die Veröffentlichung gesetzwidriger Werbeanzeigen Dritter einzustehen, wenn es gegen seine wettbewerbsrechtliche Verkehrspflicht zur Prüfung verstoßen hat, ob die Veröffentlichung der Anzeigen gegen gesetzliche Vorschriften

verstößt. Um die Arbeit von Presseunternehmen nicht über Gebühr zu erschweren und die Verantwortlichen nicht zu überfordern, besteht mit Blick auf die Gewährleistung der Pressefreiheit gemäß Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG allerdings nur eine eingeschränkte Prüfungspflicht. Sie beschränkt sich auf grobe und un schwer erkennbare Rechtsverstöße (BGH, GRUR 2015, 906 Rn. 31 - TIP der Woche, mwN). Diese Grundsätze sind auf die Ausstrahlung von Werbung durch einen den Schutz von Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG genießenden Rundfunkveranstalter - wie vorliegend die Tochterunternehmen der Beklagten - übertragbar (vgl. Köhler in Köhler/Bornkamm/Feddersen aaO § 9 Rn. 2.13).

70 b) Ebenfalls als rechtsfehlerfrei erweist sich die Annahme des Berufungsgerichts, die Beklagte sei für die Prüfung wettbewerbsrechtlich verantwortlich, ob in den von den Tochterunternehmen ausgestrahlten Fernsehspots für unerlaubtes Glücksspiel geworben wird.

71 aa) Das Berufungsgericht hat angenommen, die Beklagte habe für die Überprüfung der Fernsehspots auf unerlaubte Glücksspielwerbung einzustehen. Ihre Tochterunternehmen hätten die ihnen als wettbewerbsrechtliche Verhaltenspflichten obliegenden Prüfungspflichten aufgrund der konzerninternen Aufgabenteilung auf die Beklagte ausgelagert. Die von der Beklagten durch die Kooperationsvereinbarungen übernommene Rechtsberatung habe die Überprüfung der Gesetzmäßigkeit der Rundfunkangebote erfasst und ihr die Erteilung von Weisungen ermöglicht. Diese Beurteilung ist im Ergebnis nicht zu beanstanden.

72 bb) Die wettbewerbsrechtlichen Verkehrspflichten sind den deliktischen Verkehrssicherungspflichten aufgrund Schaffung oder Aufrechterhaltung einer Gefahrenlage entlehnt (vgl. BGHZ 173, 188 Rn. 36 - Jugendgefährdende Medien bei eBay; jurisPK.UWG/Seichter aaO § 8 Rn. 158). Deliktische Verkehrssicherungspflichten können vertraglich auf einen anderen mit der Folge übertragen

werden, dass der die Verkehrssicherungspflicht Übernehmende selbst gegenüber Dritten deliktsrechtlich verantwortlich werden kann. Soweit eine Gefahrenquelle dem Einflussbereich des zunächst Verkehrssicherungspflichtigen ganz oder teilweise entzogen ist, kann sich eine neue Zuständigkeitsverteilung ergeben. Wer aufgrund vertraglicher Vereinbarung den Gefahrenbereich nunmehr beherrscht, kann nach allgemeinen Deliktsgrundsätzen für die erforderlichen Sicherungsmaßnahmen verantwortlich sein. In diesem Fall verengt sich die Verkehrssicherungspflicht des ursprünglich Verantwortlichen auf Auswahl- und Überwachungspflichten (BGH, Urteil vom 26. September 2006 - VI ZR 166/05, VersR 2007, 78 Rn. 11; Urteil vom 22. Januar 2008 - VI ZR 126/07, VersR 2008, 505 Rn. 9; Urteil vom 1. Oktober 2013 - VI ZR 369/12, VersR 2014, 78 Rn. 16).

73 cc) Diese Grundsätze sind auch für die wettbewerbsrechtlichen Verkehrspflichten heranzuziehen. Danach hat das Berufungsgericht zutreffend angenommen, dass die Beklagte gegenüber den Marktteilnehmern für die Einhaltung der wettbewerbsrechtlichen Prüfungspflichten der Rundfunkveranstalter verantwortlich ist.

74 (1) Die Revision zieht nicht in Zweifel, dass die von der Beklagten aufgrund der Kooperationsvereinbarungen zu erbringende Rechtsberatung die Aufgabe umfasst, die von den Tochterunternehmen ausgestrahlte Fernsehwerbung bei Beanstandungen Dritter einer Prüfung auf ihre Rechtmäßigkeit zu unterziehen. Anders als die Revision meint, kommt die Beklagte mit einer solchen Prüfung nicht nur ihren vertraglichen Pflichten gegenüber den Tochtergesellschaften nach, sondern nimmt damit zugleich die von den Rundfunkveranstaltern übernommenen lauterkeitsrechtlichen Verkehrspflichten zum Schutz der wettbewerblichen Interessen der Marktteilnehmer wahr.

75 (2) Das Berufungsgericht ist ohne Rechtsfehler davon ausgegangen, dass die Beklagte das Ergebnis ihrer Rechtsprüfung innerhalb des Konzerns durchsetzen und die weitere Ausstrahlung rechtswidriger Werbespots unterbinden kann.

76 Für ihre Weisungsbefugnis gegenüber den Tochterunternehmen spricht, dass die Beklagte als Muttergesellschaft die im Konzern anfallenden Rechtsangelegenheiten zentral bearbeitet. Auf die Abmahnung des Klägers, der die Beklagte als Medienunternehmen für die Ausstrahlung der wettbewerbswidrigen Werbung verantwortlich und zur Verhinderung künftiger Rechtsverletzungen verpflichtet gesehen hat, hat sich die Beklagte zudem strafbewehrt zur Unterlassung der Ausstrahlung bestimmter Fernsehspots verpflichtet. Damit hat sie gegenüber dem Kläger zum Ausdruck gebracht, sie könne die Veröffentlichung der Werbung steuern. Unter diesen Umständen obliegt es, wie das Berufungsgericht in anderem Zusammenhang zutreffend ausgeführt hat, nach den Grundsätzen der sekundären Darlegungslast der Beklagten, anhand von substantiiertem Vortrag zu der - dem außenstehenden Kläger unbekanntem - konzerninternen Organisationsstruktur konkret aufzuzeigen, dass sie auf die Ausstrahlung der Fernsehspots keinen bestimmenden, durchsetzbaren Einfluss nehmen kann, wenn sie bei der Rechtsprüfung zum Ergebnis der Gesetzwidrigkeit der Werbung gelangt (zu § 8 Abs. 2 UWG vgl. OLG Hamm, Urteil vom 2. Juni 2016 - 4 U 17/15, juris Rn. 56 und 61; Büscher in Fezer/Büscher/Obergfell, UWG, 3. Aufl., § 8 Rn. 228; MünchKomm.UWG/Fritzsche, 2. Aufl., § 8 Rn. 309; vgl. auch BGH, GRUR 2011, 230 Rn. 31 - Irische Butter).

77 Der von der Beklagten gehaltene Vortrag, sie steuere als bloßer Dienstleister nicht den Geschäftsablauf der Tochtergesellschaften und übe keinen Einfluss auf die Schaltung und Auswahl der Werbeveröffentlichungen aus, genügt diesen Anforderungen nicht. Soweit sie auf die Vermarktung der Werbezeiten durch die I. D. GmbH verwiesen hat, hat das Berufungsgericht zu

Recht angenommen, dem vorgelegten geschwärzten Vermarktungsvertrag lasse sich nicht entnehmen, dass die Beklagte im Zusammenhang mit der übernommenen Rechtsberatung nicht zur Erteilung verbindlicher Weisungen befugt ist, wie mit rechtswidriger Werbung zu verfahren ist.

78 c) Das Berufungsgericht hat ohne Rechtsfehler angenommen, dass die Beklagte vor den vom Kläger erhobenen Beanstandungen keine Prüfungspflicht verletzt hat, weil die Ausstrahlung der Fernsehspots nicht offenkundig unzulässig war. Nach dem Gesetz zur Neuordnung des Glücksspiels des Landes Schleswig-Holstein (Glücksspielgesetz [GISpielG SH]) war die Werbung für Online-Casinospiele (einschließlich Automaten Spiele, vgl. § 2 Abs. 2 Nr. 7 WerbRL) zulässig, wenn der Veranstalter über eine Genehmigung der zuständigen Landesbehörde verfügte (vgl. § 4 Abs. 1 Satz 1, § 26 Abs. 1 und 2 GISpielG SH). Die Beklagte musste nicht von sich aus überprüfen, ob die Anbieter der in den Fernsehspots beworbenen Glücksspiele Inhaber gültiger Lizenzen waren. Auch musste sie nicht ohne weiteres annehmen, wegen der räumlichen Begrenzung von Erlaubnissen sei ungeachtet des eingeblendeten Hinweises auf die räumlich beschränkte Teilnahmemöglichkeit eine bundesweite Bewerbung der Online-Casinospiele unzulässig. Davon geht auch die Revisionserwiderung nicht aus.

79 d) Die Revision wendet sich mit Erfolg gegen die Annahme des Berufungsgerichts, die Beklagte habe mit Blick auf die vorgerichtlichen Hinweise des Klägers ihre Prüfungspflichten verletzt.

80 aa) Das Berufungsgericht hat angenommen, die Prüfungspflicht der Beklagten sei dadurch aktiviert worden, dass der Verstoß durch seine Kenntnissgabe seitens des Klägers offensichtlich geworden sei. Der Kläger habe bereits mit Schreiben vom 23. Januar 2019 auf den Verstoß hingewiesen. Durch seinen weiteren Hinweis mit Schreiben vom 18. Februar 2019, es gebe neben den "de"-

Seiten auch "com"-Seiten mit unerlaubten Glücksspielangeboten, sei der Zusammenhang zwischen den direkt genannten und den von der Werbung begünstigten Angeboten offensichtlich geworden. Die Abgabe der modifizierten Unterlassungserklärung zeige, dass die Beklagte nach dem Hinweis eine Prüfung vorgenommen und für die Beibehaltung des konkreten Angebots votiert habe. Diese Beurteilung hält den Angriffen der Revision nicht stand.

81 bb) Auch wenn bei der erstmaligen Verbreitung einer rechtswidrigen Werbung keine wettbewerbsrechtliche Prüfungspflicht verletzt worden ist, kann eine Haftung des Verbreitenden begründet sein, wenn die Handlung aufrechterhalten bleibt, obwohl nach dem Hinweis auf eine klare Rechtsverletzung in einer Abmahnung eine nunmehr zumutbare Prüfung ergeben hätte, dass damit ein rechtswidriges Handeln gefördert wird (vgl. BGH, Urteil vom 1. April 2004 - I ZR 317/01, BGHZ 158, 343, 353 [juris Rn. 35] - Schöner Wetten; BGHZ 206, 103 Rn. 24 - Haftung für Hyperlink).

82 In welchem Umfang dem in Anspruch Genommenen eine Prüfung zuzumuten ist, richtet sich nach den Umständen des Einzelfalls unter Berücksichtigung der Funktion und Aufgabenstellung des in Anspruch Genommenen sowie mit Blick auf die Eigenverantwortung desjenigen, der den Rechtsverstoß selbst unmittelbar begangen hat (vgl. BGHZ 173, 188 Rn. 38 - Jugendgefährdende Medien bei eBay; zur Störerhaftung vgl. BGH, Urteil vom 21. Januar 2021 - I ZR 20/17, GRUR 2021, 730 Rn. 37 = WRP 2021, 471 - Davidoff Hot Water IV). In diesem Zusammenhang kann es darauf ankommen, ob die geförderte Rechtsverletzung eines Dritten aufgrund einer unklaren Rechtslage erst nach eingehender rechtlicher oder tatsächlicher Prüfung festgestellt werden kann oder aber für den in Anspruch Genommenen offenkundig und unschwer zu erkennen ist (zur Störerhaftung vgl. BGH, GRUR 2021, 730 Rn. 60 - Davidoff Hot Water IV). Die Auslösung der Prüfungspflicht hat allerdings nicht zur Voraussetzung, dass die

Rechtsverletzung aus dem beanstandeten Angebot selbst ersichtlich ist (zur Störerhaftung vgl. BGH, Urteil vom 17. August 2011 - I ZR 57/09, BGHZ 191, 19 Rn. 36 - Stiftparfüm; BGH, GRUR 2021, 730 Rn. 60 - Davidoff Hot Water IV).

83 Diese Kriterien gelten auch für die Prüfungspflicht eines Presseunternehmens oder eines Rundfunkveranstalters. Im Rahmen der Zumutbarkeit einer Prüfung ist zu berücksichtigen, dass seine Arbeit im Interesse der Presse- oder Rundfunkfreiheit (Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG) nicht unverhältnismäßig erschwert werden darf (vgl. BGHZ 158, 343, 353 [juris Rn. 35] - Schöner Wetten; BGHZ 206, 103 Rn. 24 - Haftung für Hyperlink). Die Verantwortlichkeit eines Presseunternehmens oder eines Rundfunkveranstalters für Rechtsverstöße setzt daher voraus, dass sich ihm die Wettbewerbswidrigkeit einer Werbeanzeige oder eines Werbespots aufgrund der in der Abmahnung mitgeteilten oder sonst bekannt gewordenen Umstände unschwer erschließt (Büscher/Hohlweck aaO § 8 Rn. 242; Köhler/Feddersen in Köhler/Bornkamm/Feddersen aaO § 8 Rn. 2.13).

84 cc) Nach diesen Maßstäben hat das Berufungsgericht zu hohe Anforderungen an die der Beklagten abzuverlangende Prüfung gestellt. Anhand der vom Berufungsgericht angeführten vorgerichtlichen Hinweise des Klägers war der Beklagten keine eingehende Prüfung der Sach- und Rechtslage dahingehend zumutbar, ob die ausgestrahlten Fernsehspots eine Werbung für die nicht genannten Internetseiten "www.onlinecasino-eu.com", "www.drueckglueck.com", "www.wunderino.com" und "www.mrgreen.com" beinhalten.

85 (1) Den Vorwurf, durch die Fernsehspots seien die Glücksspielangebote auf den Internetseiten "www.onlinecasino-eu.com", "www.drueckglueck.com", "www.wunderino.com" mit bekannt gemacht worden, hat der Kläger erstmals in seiner Abmahnung vom 18. Februar 2019 erhoben. Soweit er dabei die Namensgleichheit und die unmittelbare Angebotsverknüpfung angeführt hat, hat er auf die automatische Weiterleitung von Nutzern von der "de"-Internetseite auf die

"com"-Internetseite abgestellt. Auf die ähnliche Gestaltung der korrespondierenden Internetseiten mit den Top-Level-Domains "de" und "com" sowie ihrer beider Anzeige bei einer zum Auffinden des Angebots genutzten Suchmaschine hat er nicht hingewiesen. Die Beanstandung, durch die Fernsehwerbung für die Internetseite "www.mrgreen.de" werde das Angebot auf der Internetseite "www.mrgreen.com" mitbeworben, hat er erst in der Abmahnung vom 4. Juli 2019 erhoben.

86 (2) Aufgrund der Hinweise des Klägers musste sich der Beklagten nicht aufdrängen, dass die Fernsehwerbung für die Internetseiten "www.onlinecasino.de", "www.drückglück.de", "www.wunderino.de" oder "www.mrgreen.de" eine unzulässige Werbung für die Internetseiten "www.onlinecasino-eu.com", "www.drueckglueck.com", "www.wunderino.com" oder "www.mrgreen.com" beinhaltet. Zur Feststellung eines solchen Rechtsverstoßes bedurfte es eingehender rechtlicher Überlegungen anhand einer umfassenden Würdigung der tatsächlichen, vom Kläger teils nicht vollständig mitgeteilten Umstände, ohne dass die Rechtsfrage einer mittelbaren Werbung höchstrichterlich geklärt war. Eine solche aufwändige Überprüfung konnte der Beklagten mit Blick auf die Eigenverantwortung der werbenden Glücksspielunternehmen und die eingeschränkten Prüfungspflichten ihrer Tochterunternehmen als Rundfunkveranstalter nicht abverlangt werden. Insoweit kann die wettbewerbsrechtliche Verantwortlichkeit der Beklagten nicht weiter reichen als diejenige der Rundfunkveranstalter, deren wettbewerbsrechtliche Verkehrspflichten sie im Rahmen der Rechtsberatung übernommen hat.

87 In diesem Zusammenhang ist es ohne Bedeutung, ob die Beklagte die Beanstandung des Klägers geprüft hat, die Ausstrahlung der Werbung sei mangels bundesweiter Glücksspiellizenzen der Betreiber der Internetseiten "www.onlinecasino.de", "www.drückglück.de" und "www.wunderino.de" unzulässig, und mit Blick darauf eine modifizierte Unterlassungserklärung abgegeben hat. Dass

sie den vom Kläger außerdem erhobenen Vorwurf einer mittelbaren Werbung für die Internetseiten mit der Top-Level-Domain "com" einer umfassenden Prüfung unterzogen hat, ist nicht ersichtlich.

88 V. Danach ist die Sache - im Sinne einer Klageabweisung - entscheidungsreif, soweit der Kläger die Beklagte dafür haftbar sieht, dass durch die Fernsehspots betreffend das Angebot kostenloser Online-Casinospiele auf der Internetseite "www.mrgreen.de" zugleich das Glücksspielangebot auf der Internetseite "www.mrgreen.com" beworben worden ist (§ 563 Abs. 3 ZPO). Insofern hat die Beklagte mangels eines offenkundigen Rechtsverstoßes ihre Prüfungspflicht nicht verletzt. Soweit in den Fernsehspots die Casinospiele auf der benannten Internetseite "www.mrgreen.de" beworben worden sind, handelt es sich wegen ihrer Unentgeltlichkeit nicht um Glücksspiele; insoweit greift der Kläger die Werbung auch nicht an.

89 Im Übrigen ist die Sache zur neuen Verhandlung und Entscheidung an das Berufungsgericht zurückzuverweisen (§ 563 Abs. 1 ZPO).

90 1. Hinsichtlich der Fernsehwerbung für das Online-Angebot von Casino- und Automatenspielen auf den Internetseiten "www.onlinecasino.de", "www.drückglück.de" und "www.wunderino.de" hat der Kläger die Klage auch damit begründet, dass die auf Schleswig-Holstein begrenzten Glücksspiellizenzen der Anbieter die Veranstaltung der beworbenen Glücksspiele in anderen Bundesländern nicht erlauben und daher eine bundesweite Ausstrahlung der Fernsehspots unzulässig sei. Hierzu hat das Berufungsgericht - von seinem Standpunkt aus folgerichtig - keine Feststellungen getroffen.

91 a) In dem insoweit wiedereröffneten Berufungsverfahren wird das Berufungsgericht zu prüfen haben, ob die Betreiber der Internetseiten "www.onlinecasino.de", "www.drückglück.de" und "www.wunderino.de" weder zur Zeit der Ausstrahlung der Fernsehspots in den Jahren 2018 oder 2019 noch

derzeit über gültige Glücksspiellizenzen verfügten und verfügen, oder ob die Beschränkung bestehender Glücksspiellizenzen auf Schleswig-Holstein dazu führt, dass nach dem Glücksspielstaatsvertrag 2012 und dem Glücksspielstaatsvertrag 2021 Werbung für die in Schleswig-Holstein veranstalteten Glücksspiele nur dort ausgestrahlt werden durfte und darf. Sofern es zum Ergebnis gelangt, dass die bundesweite Ausstrahlung der Fernsehwerbung von den Glücksspiellizenzen generell nicht gedeckt ist, wird es zu prüfen haben, ob Ziffer 2 der Nebenbestimmungen zu den Glücksspiellizenzen, wonach eine kommerzielle Kommunikation in Form bundesweit empfangbarer Kommunikationsmittel nicht außer Verhältnis zur regionalen kommerziellen Kommunikation stehen soll, dahin auszulegen ist, dass den Betreibern der Internetseiten eine bundesweite Werbung aufgrund eines wirksamen Verwaltungsakts grundsätzlich ausdrücklich erlaubt worden ist und daher lauterkeitsrechtlich nicht mehr beanstandet werden kann (vgl. BGH, GRUR 2019, 298 Rn. 24 - Über Black II).

92 b) Sollte das Berufungsgericht die bundesweite Ausstrahlung der Fernsehwerbung für die Internetseiten "www.onlinecasino.de", "www.drückglück.de" und "www.wunderino.de" für wettbewerbswidrig halten, wird es zu prüfen haben, ob es der Beklagten aufgrund der Hinweise des Klägers in seinen Schreiben vom 23. Januar 2019 und 18. Februar 2019 zumutbar war, die Sach- und Rechtslage betreffend die bundesweite Ausstrahlung der Fernsehspots zu prüfen und ihre künftige Veröffentlichung zu unterbinden. In diesem Zusammenhang wird es der Beklagten obliegen, im Rahmen ihrer sekundären Darlegungslast konkret aufzuzeigen, dass sie im Zuge der Bearbeitung der Rechtsangelegenheit keinen bestimmenden, durchsetzbaren Einfluss auf die weitere Ausstrahlung der Fernsehspots nehmen konnte.

93 c) Sofern das Berufungsgericht zu dem Ergebnis gelangt, dass die Beklagte eine durch die Schreiben des Klägers ausgelöste wettbewerbsrechtliche Prüfungspflicht verletzt hat, wird es Feststellungen dazu zu treffen haben, ob - wie

der Kläger vorgebracht hat - die Tochterunternehmen der Beklagten danach im Kern gleichartige Werbespots für die Glücksspielangebote auf den Internetseiten "www.onlinecasino.de", "www.drückglück.de" und "www.wunderino.de" ausgestrahlt haben.

94 aa) Die Revision führt zu Recht an, dass entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts die für den Verletzungsunterlassungsanspruch erforderliche Wiederholungsgefahr aufgrund der vorher ausgestrahlten Fernsehspots nicht bejaht werden kann. Wird - wovon im Streitfall auch der Kläger ausgeht - eine wettbewerbsrechtliche Verkehrspflicht zur Unterbindung eines rechtswidrigen Angebots erst durch den Hinweis auf die Rechtsverletzung in einer Abmahnung oder einer sonstigen Mitteilung ausgelöst, so liegt in der Handlung, die Gegenstand der Mitteilung ist, noch keine Verletzungshandlung, die eine Wiederholungsgefahr im Sinne eines Verletzungsunterlassungsanspruchs begründet. Für die Annahme von Wiederholungsgefahr ist vielmehr eine vollendete Verletzung nach Begründung der wettbewerbsrechtlichen Pflicht zur Verhinderung weiterer derartiger Rechtsverletzungen erforderlich (BGHZ 173, 188 Rn. 53 - Jugendgefährdende Medien bei eBay; BGHZ 191, 19 Rn. 39 - Stiftparfüm; BGH, GRUR 2015, 1129 Rn. 42 - Hotelbewertungsportal).

95 bb) Anders als die Revisionserwiderung meint, kann aus dem bloßen Umstand, dass die Beklagte die Wettbewerbswidrigkeit der Ausstrahlung der Fernsehspots in Abrede stellt, nicht die (Erstbegehungs-)Gefahr hergeleitet werden, dass ihre Tochterunternehmen künftig Fernsehspots der angegriffenen Art ausstrahlen werden. Ein darauf gestützter Unterlassungsanspruch stellt einen anderen Streitgegenstand dar, als ihn der Kläger geltend macht. Wird ein Unterlassungsanspruch wegen der vorprozessual begangenen Verletzungshandlung auf Wiederholungsgefahr und auf Erstbegehungsgefahr wegen Erklärungen gestützt, die der in Anspruch Genommene später im gerichtlichen Verfahren abgibt, liegen grundsätzlich unterschiedliche Streitgegenstände vor (BGH, Urteil vom

26. Januar 2006 - I ZR 121/03, GRUR 2006, 429 Rn. 22 = WRP 2006, 584 - Schlank-Kapseln; Urteil vom 23. September 2015 - I ZR 15/14, GRUR 2016, 83 Rn. 41 = WRP 2016, 213 - Amplidect/ampliteq; Urteil vom 7. März 2019 - I ZR 53/18, GRUR 2019, 947 Rn. 28 = WRP 2019, 1025 - Bring mich nach Hause). Unabhängig davon stellt allein die Tatsache, dass sich die Beklagte gegen die Klage verteidigt und dabei die Ansicht geäußert hat, die Fernsehspots seien wettbewerbsrechtlich nicht zu beanstanden, keine eine Erstbegehungsgefahr begründende Berühmung dar (vgl. BGH, Urteil vom 31. Mai 2001 - I ZR 106/99, GRUR 2001, 1174, 1175 [juris Rn. 36] = WRP 2001, 1076 - Berühmungsaufgabe; BGHZ 191, 19 Rn. 44 - Stiftparfüm; BGH, GRUR 2019, 947 Rn. 32 - Bring mich nach Hause).

96

2. Sofern das Berufungsgericht zu dem Ergebnis gelangt, dass wegen der bundesweiten Werbung für die Glücksspielangebote auf den Internetseiten "www.onlinecasino.de", "www.drückglück.de" und "www.wunderino.de" kein Unterlassungsanspruch des Klägers gegen die Beklagte besteht, wird es dem Vorwurf des Klägers nachzugehen haben, die ausgestrahlten Fernsehspots betreffend die Internetseiten "www.onlinecasino.de" oder "www.drückglück.de" beinhalteten Werbung für unerlaubte Glücksspiele, weil Nutzer dieser Internetseiten, die bei der Registrierung einen Wohnsitz außerhalb von Schleswig-Holstein angeben, auf die Internetseiten "www.onlinecasino-eu.com" oder

"www.drueckglueck.com" weitergeleitet würden. In diesem Zusammenhang wird es zu beurteilen haben, ob die Beklagte mit Blick auf diese Beanstandungen des Klägers in seiner Abmahnung vom 18. Februar 2019 Prüfungspflichten verletzt hat und es in der Folgezeit zur Ausstrahlung weiterer kerngleicher Werbespots gekommen ist.

Koch

Feddersen

Pohl

Schmaltz

Wille

Vorinstanzen:

LG Köln, Entscheidung vom 18.02.2020 - 31 O 152/19 -

OLG Köln, Entscheidung vom 30.10.2020 - 6 U 47/20 -