



BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

KZR 51/22

in dem Rechtsstreit

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: ja
BGHR: ja
JNEU: ja

Wikingerhof/Booking.com II

Verordnung (EU) 2017/2394 Art. 9 Abs. 4 Satz 1 Buchst. b, h; GWB § 19 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 1, Nr. 2, § 33 Abs. 1, Abs. 3

- a) Eine Zusage gegenüber den nationalen Verbraucherschutzbehörden der Mitgliedstaaten nach Art. 9 Abs. 4 Satz 1 Buchst. b Verordnung (EU) 2017/2394 ist nicht geeignet, die durch einen Verstoß gegen das Lauterkeitsrecht begründete Wiederholungsgefahr auszuräumen, weil sie in Deutschland nach geltender Rechtslage nicht mit einer ausreichenden Sanktionsmöglichkeit im Fall der Zuwiderhandlung verbunden ist.
- b) Bei einem Verstoß gegen § 19 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 1 und 2 GWB genügt es für die Betroffenheit nach § 33 Abs. 1 und 3 GWB, dass das wettbewerbsbeschränkende Verhalten geeignet ist, eine Beeinträchtigung des Anspruchstellers mittelbar oder unmittelbar zu begründen.
- c) Der Tatbestand des Forderns im Sinn des § 19 Abs. 2 Nr. 2 GWB ist bereits dann verwirklicht, wenn ein entsprechendes Angebot ernsthaft geäußert wird.

BGH, Urteil vom 24. Februar 2026 - KZR 51/22 - OLG Schleswig
LG Kiel

a) A commitment given to the national consumer protection authorities of the Member States pursuant to Art. 9 para. 4 sentence 1 lit. b of Regulation (EU) 2017/2394 is not capable of eliminating the risk of repetition established by a violation of unfair competition law, because under the current legal position in Germany it is not accompanied by adequate sanctions in the event of non-compliance.

b) In the case of a violation of Section 19 para. 1, para. 2 nos. 1 and 2 GWB, it is sufficient for the purpose of being affected within the meaning of Section 33 paras. 1 and 3 GWB that the anti-competitive conduct is capable of giving rise to an impairment of the claimant, whether directly or indirectly.

c) The element of "demanding" within the meaning of Section 19 para. 2 no. 2 GWB is already satisfied when a corresponding offer is made in earnest.

Der Kartellsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 4. November 2025 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Roloff, den Richter Dr. Tolkmitt, die Richterin Dr. Holzinger, den Richter Dr. Kochendörfer sowie die Richterin Pastohr

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das Urteil des Kartellsenats des Schleswig-Holsteinischen Oberlandesgerichts vom 13. Juni 2022 unter Verwerfung der Revision wegen des mit dem Antrag 1 verfolgten kartellrechtlichen Unterlassungsanspruchs im Kostenpunkt und insoweit aufgehoben, als über den mit dem Antrag 1 verfolgten lauterkeitsrechtlichen Unterlassungsanspruch und die mit den Anträgen 2 und 3 verfolgten Unterlassungsansprüche entschieden ist.

Auf die Berufung der Klägerin wird das Urteil der Kammer für Handelssachen I des Landgerichts Kiel vom 27. Januar 2017 teilweise abgeändert (Antrag 1).

Die Beklagte wird unter Androhung eines Ordnungsgelds bis zu 250.000 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zu sechs Monaten für jeden Fall der Zuwiderhandlung verurteilt, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr

auf der Hotelbuchungsplattform booking.com einen von der Klägerin für ihr Hotel ausgewiesenen Preis als vergünstigten oder rabattierten Preis zu bezeichnen, wenn dies geschieht wie in der nachfolgend wiedergegebenen Abbildung:



Im Umfang der Aufhebung im Übrigen (Anträge 2 und 3) wird der Rechtsstreit zur neuen Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten des Revisionsverfahrens, an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

- 1 Die Klägerin, die ein Hotel betreibt, sieht in bestimmten Verhaltensweisen der Beklagten bei der Vermittlung von Hotelbuchungen über ihre Buchungsplattform booking.com einen Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung sowie

einen Verstoß gegen das Irreführungsverbot und nimmt sie auf Unterlassung in Anspruch.

2 Die Parteien schlossen 2009 einen Vertrag, der auf einem von der Beklagten vorgelegten Formular beruht. Darin erklärt sich das Hotel damit einverstanden, keine E-Mail-Werbung oder andere Werbemaßnahmen an Gäste zu richten, die über booking.com gebucht haben. Ferner verweist der Vertrag auf eine bestimmte Version der Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Beklagten (im Folgenden: AGB 2008). Die gemäß Ziffer 8 AGB 2008 zu zahlende Kommission beträgt 12 % der auf booking.com angegebenen Zimmerpreise einschließlich Nebenleistungen. Nach Ziffer 13 AGB 2008 wird die Reihenfolge, in der Hotels nach einer Suchanfrage auf booking.com erscheinen (im Folgenden: Ranking), von der Beklagten festgelegt, wobei das Hotel gemäß Ziffern 8 und 13 der AGB 2008 unter anderem den Prozentsatz der Kommission erhöhen kann, um ein besseres Ranking zu erhalten.

3 In der Folge änderte die Beklagte mehrfach ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Die Klägerin widersprach der Einbeziehung einer Version der Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die die Beklagte ihren Vertragspartnern mit E-Mail vom 25. Juni 2015 bekannt machte (im Folgenden: AGB 2015 neu). Auch darin ist in Ziffer 4.1.1 eine Regelung enthalten, wonach das Ranking unter anderem von der Höhe des Kommissionssatzes abhängt. Die Hotels konnten durch Erhöhung ihrer Kommissionen auf bis zu 50 % - später 30 % - eine Verbesserung ihres Rankings erreichen. Gemäß Ziffer 4.3.1 ist die Beklagte berechtigt, für das Hotel Werbung zu machen. In den AGB 2015 neu ist dagegen nicht mehr enthalten Ziffer 2.9 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die die Beklagte vor der Änderungsmitteilung verwendete (im Folgenden: AGB 2015 alt). Danach erklärte sich das Hotel damit einverstanden, "Gäste, die [es] über Booking.com gewonnen hat, nicht direkt zu kontaktieren, weder durch online oder offline Werbemaßnahmen noch durch [...] E-Mails".

- 4 Die Kommunikation zwischen dem Hotel und den Kunden erfolgte nach der Buchung über eine von der Beklagten bereitgestellte Funktion unter Verwendung von alias-Adressen für den Kunden und das Hotel. Die richtigen E-Mail-Adressen und die Mobilfunknummern der Kunden teilte die Beklagte den Hotels nicht mit. Sie bewarb die mit ihr vertraglich verbundenen Hotels auf booking.com unter anderem mit der Angabe "heute x% Rabatt". Per "mouse-over" konnte über dem Rabattfeld ein Erläuterungstext mit dem aus dem Tenor ersichtlichen Inhalt zum Erscheinen gebracht werden.
- 5 Die Klägerin nimmt die Beklagte mit der 2015 erhobenen Klage auf Unterlassung in Anspruch. Das Landgericht und auf die Berufung der Klägerin das Oberlandesgericht haben ihre Zuständigkeit zunächst verneint. Während des vorliegenden Verfahrens verpflichtete sich die Beklagte im Dezember 2019 gegenüber den im europäischen Netz für die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz (CPC-Netz) zusammengeschlossenen nationalen Verbraucherschutzbehörden der Mitgliedstaaten, bis spätestens 16. Juni 2020 bei einem Vergleich zwischen dem Angebotspreis und einem anderen Preis, der unter anderen Umständen - wie etwa an anderen Aufenthaltsdaten - zu zahlen ist, nicht den Eindruck zu erwecken, dass der Vergleich einen Rabatt beinhaltet. Sie erklärte ferner, bestimmte Formulierungen wie "% Rabatt" nicht mehr zu verwenden (diese Zusagen im Folgenden: Verpflichtungszusagen).
- 6 Nachdem der Senat nach Durchführung eines Vorabentscheidungsverfahrens (EuGH, Urteil vom 24. November 2020 - C-59/19, WuW 2021, 31 - Wikingerhof) das erste Berufungsurteil aufgehoben und die Sache zur neuen Verhandlung zurückverwiesen hatte (BGH, Urteil vom 10. Februar 2021 - KZR 66/17, WuW 2021, 526 - Wikingerhof/Booking.com I), hat die Klägerin die Beklagte zuletzt auf Unterlassung in Anspruch genommen,

auf der Hotelbuchungsplattform booking.com einen von der Klägerin für ihr Hotel ausgewiesenen Preis ohne ihre vorherige Einwilligung mittels Hinweises als vergünstigten oder rabattierten Preis zu bezeichnen (im Folgenden: Rabattwerbung; Antrag 1); hilfsweise hat sie den Rechtsstreit in der Hauptsache für erledigt erklärt für den Fall, dass die Verpflichtungszusagen die Wiederholungsgefahr nicht beseitigten;

der Klägerin die von der Beklagten von Vertragspartnern der Klägerin über die Hotelbuchungsplattform www.booking.com überlassenen Kontaktdaten ganz oder teilweise vorzuenthalten (im Folgenden: Vorenthalten von Kontaktdaten, Antrag 2, Teil 1) und von der Klägerin zu verlangen, die Kontaktaufnahme zu den ihr von der Beklagten über die Hotelbuchungsplattform www.booking.com vermittelten Vertragspartnern nur über die von der Beklagten vorgehaltenen Kontaktfunktionen vorzunehmen (im Folgenden: Antrag 2, Teil 2); und

eine Platzierung des Hotels der Klägerin bei Suchanfragen durch potentielle Kunden auf der Hotelbuchungsplattform www.booking.com insoweit von der Gewährung einer Provision abhängig zu machen, als die der Beklagten von der Klägerin gewährte Provision für über diese Plattform vermittelte Geschäfte einen Prozentsatz von 15 übersteigt (im Folgenden: Ranking-Booster; Antrag 3). Hilfsweise hat sie - sinngemäß - Auskunft sowie Herausgabe einer Studie von RBB Economics verlangt.

7 Das Berufungsgericht hat die Klage abgewiesen. Mit der vom Senat zugelassenen Revision verfolgt die Klägerin ihr Begehren weiter.

Entscheidungsgründe:

8 Die Revision hat überwiegend Erfolg.

9 I. Das Berufungsgericht hat zur Begründung seiner Entscheidung (WuW 2023, 625) - soweit hier erheblich - ausgeführt, die Klage sei wegen der deliktischen Ansprüche zwar zulässig, aber unbegründet. Soweit die Klägerin

lauterkeitsrechtliche Unterlassungsansprüche wegen der Angabe "heute x% Rabatt" in Verbindung mit dem Erläuterungstext wie in der Klageerwiderung dargestellt geltend mache, habe zwar eine Irreführung des Verkehrs vorgelegen. Es fehle jedoch wegen der Verpflichtungszusagen an der Wiederholungsgefahr.

10 Kartellrechtliche Ansprüche bestünden nicht. Die Beklagte sei zwar auf dem Markt, auf dem Hotelbuchungsplattformen den Hotelunternehmen ihre Vermittlungsleistungen anbieten (Hotelportalmarkt), marktbeherrschend. Ein Missbrauch der Marktmacht sei jedoch nicht festzustellen. Die Werbung mit Rabatten stelle weder eine unbillige Behinderung noch eine diskriminierende Ungleichbehandlung der Klägerin dar. Die Klägerin könne auch keine Unterlassung des Vor Enthaltens der E-Mail-Adresse und Mobilfunknummer des Gastes verlangen. Es fehle an der nach § 33 Abs. 3 GWB erforderlichen Beeinträchtigung wirtschaftlicher Interessen. Die Klägerin werde nicht daran gehindert, ein Bestandskundenverhältnis zu entwickeln, da sie die Daten ihrer Kunden vor Ort erfragen könne. Ein Verstoß gegen Kartellrecht liege auch nicht in dem in den AGB 2015 alt enthaltenen Verbot, die über booking.com geworbenen Kunden direkt zu kontaktieren. Es fehle an einer (Erst-)Begehungsgefahr, nachdem Ziffer 2.9 der AGB 2015 alt in den AGB 2015 neu nicht mehr enthalten sei. Die Klägerin könne unter kartellrechtlichen Gesichtspunkten ferner nicht verlangen, dass die Beklagte ihre Praxis aufgebe, die Platzierung der Hotels unter anderem von der Gewährung einer 15 % übersteigenden Provision abhängig zu machen. Ein Preishöhenmissbrauch liege nicht vor. Es sei nicht ersichtlich, dass die Klägerin durch den Ranking-Booster nachteilig betroffen sei.

11 II. Die Revision ist unzulässig, soweit die Klägerin den kartellrechtlichen Anspruch auf Unterlassung der Werbung mit Rabatten weiterverfolgt. Hinsichtlich des gegen die Rabattwerbung gerichteten lauterkeitsrechtlichen Anspruchs ist sie indes zulässig und begründet (Antrag 1).

- 12 1. Bei den mit dem Antrag 1 verfolgten lauterkeits- und kartellrechtlichen Unterlassungsansprüchen handelt es sich jeweils um eigenständige Streitgegenstände. Die Klägerin begehrt von der Beklagten Unterlassung, einen für ihr Hotel ausgewiesenen Preis ohne ihre vorherige Einwilligung mittels Hinweises als vergünstigten oder rabattierten Preis zu bezeichnen. In diesem Zusammenhang erhebt sie einen lauterkeitsrechtlichen Vorwurf, der sich auf die Irreführung des Verkehrs über den Anlass der Preisreduzierung und die intransparente Aufklärung bezieht. Die Klägerin macht ferner geltend, die Beklagte greife durch die Rabattwerbung in ihre Preissetzungshoheit ein und verstoße dadurch gegen Kartellrecht.
- 13 a) Nach ständiger Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs wird der Streitgegenstand durch den Klageantrag, in dem sich die von der Klagepartei in Anspruch genommene Rechtsfolge konkretisiert, und den Lebenssachverhalt (Klagegrund) bestimmt, aus dem die Klagepartei die begehrte Rechtsfolge herleitet (BGH, Urteile vom 13. September 2012 - I ZR 230/11, BGHZ 194, 314 Rn. 18 - Biomineralwasser; vom 7. März 2019 - I ZR 184/17, GRUR 2019, 746 Rn. 32 - Energieeffizienzklasse III). Dass der vorgetragene Lebenssachverhalt zugleich die Voraussetzungen mehrerer Verbotsnormen erfüllt, ist für die Frage, ob nur ein Streitgegenstand vorliegt oder mehrere gegeben sind, nicht maßgeblich, da die rechtliche Würdigung der beanstandeten konkreten Verletzungshandlung Sache des Gerichts ist (vgl. BGH, Urteil vom 30. Juni 2011 - I ZR 157/10, GRUR 2012, 184 Rn. 15 - Branchenbuch Berg). Lauterkeits- und kartellrechtliche Ansprüche können daher einen einheitlichen Streitgegenstand bilden (BGH, Urteil vom 17. September 2024 - EnZR 57/23, WM 2025, 358 Rn. 29 mwN - Lieferantenausfall bei Mittelspannungskunden; vgl. auch Köhler/Feddersen in Köhler/Feddersen, UWG, 44. Aufl., § 12 Rn. 1.23k). Voraussetzung dafür ist, dass Gegenstand des Antrags ein einheitliches tatsächliches Geschehen ist, das

nur unter verschiedenen rechtlichen Gesichtspunkten betrachtet wird. Eine Mehrheit von Streitgegenständen liegt hingegen vor, wenn die materiell-rechtliche Regelung die zusammentreffenden Ansprüche durch eine Verselbständigung der einzelnen Lebensvorgänge erkennbar unterschiedlich ausgestaltet (BGH, Urteile vom 30. April 2014 - I ZR 224/12, WRP 2014, 839 Rn. 21 - Flugvermittlung im Internet; vom 11. Oktober 2017 - I ZR 78/16, GRUR 2018, 431 Rn. 12 - Tiegelgröße; vom 12. März 2020 - I ZR 126/18, BGHZ 225, 59 Rn. 26 - WarnWetter-App).

- 14 b) Nach diesen Maßstäben liegen Antrag 1 zwei eigenständige Streitgegenstände zugrunde. Der Wortlaut des Antrags ist nicht auf das Verbot einer konkreten Verletzungsform gerichtet, sondern allgemein gefasst. Bei der Auslegung des Antrags ist jedoch das Klagevorbringen heranzuziehen (BGH, Urteile vom 22. Juli 2010 - I ZR 139/08, GRUR 2011, 152 Rn. 25 - Kinderhochstühle im Internet; vom 12. Mai 2011 - I ZR 20/10, GRUR 2011, 1140 Rn. 15 - Schaumstoff Lübke). Unter Zugrundelegung dieser Grundsätze hat das Berufungsgericht beanstandungsfrei angenommen, dass sich der Antrag - soweit mit ihm ein lauterkeitsrechtlicher Anspruch wegen irreführender Angaben geltend gemacht wird - ausschließlich auf den Rabatthinweis bezieht, wie er in der in der Klageerweiterung eingeblendeten Abbildung dargestellt ist. Den Vortrag dieser konkreten Verletzungsform hat sich die Klägerin in ihrer Replik vom 28. Juli 2016 zu Eigen gemacht. Die Abbildung beinhaltet die Angabe "Heute 29% Rabatt". Sie ist mit einem Fragezeichen versehen, über das per "mouse-over" ein Erläuterungstext zum Erscheinen gebracht werden kann, wonach es sich bei dem "Rabatt" um einen Abgleich mit den Preisen des Hotels im Zeitraum 15 Tage vor und nach dem gewählten Anreisedatum handelt. Soweit dagegen mit dem Antrag Verstöße gegen das Kartellrecht untersagt werden sollen, meint die Klägerin, die Beklagte sei generell nicht berechtigt, ohne ihre Einwilligung mit Rabatthinweisen zu werben. Eine Beschränkung des Antrags auf konkrete Verletzungshandlungen ist

insoweit nicht erfolgt. Die konkrete Verletzungsform, die den Irreführungsvorwurf stützt, stellt sich damit als eine Verselbständigung eines einzelnen Lebensvorgangs dar, der neben dem Kartellvorwurf einen eigenständigen Streitgegenstand begründet.

15 2. Soweit danach mit dem Antrag 1 ein kartellrechtlicher Anspruch gegen die Rabattwerbung geltend gemacht wird, ist die Revision nicht ausreichend begründet worden und daher unzulässig (§ 551 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 Buchst. a, § 552 ZPO).

16 a) Nach § 551 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 Buchst. a ZPO muss die Revisionsbegründung die bestimmte Bezeichnung der Umstände enthalten, aus denen sich die Rechtsverletzung ergibt. Dies erfordert, dass sich die Revisionsbegründung mit den tragenden Gründen des angefochtenen Urteils auseinandersetzt und konkret darlegt, warum die Begründung des Berufungsgerichts rechtsfehlerhaft sein soll (vgl. BGH, Urteile vom 10. Mai 2016 - VI ZR 247/15, BGHZ 210, 197 Rn. 9; vom 25. April 2023 - XI ZR 225/21, juris Rn. 17 mwN). Hierdurch soll der Revisionskläger dazu angehalten werden, die angegriffene Entscheidung nicht nur im Ergebnis, sondern auch in der konkreten Begründung zu überprüfen und im Einzelnen darauf hinzuweisen, in welchen Punkten und mit welchen Gründen er das angefochtene Urteil für unrichtig hält (vgl. BGH, Beschluss vom 12. September 2022 - VIa ZR 230/22, juris Rn. 13; Urteil vom 14. Mai 2024 - VI ZR 370/22, WM 2024, 1451 Rn. 11).

17 b) Diesen Anforderungen wird die Revisionsbegründung nicht gerecht. Die Klägerin verfolgt zwar mit der Revision ihre bisherigen Klageziele weiter. Sie rügt die Verletzung materiellen Rechts auch im Hinblick auf § 19 GWB. Sie legt aber nicht dar, warum die Beurteilung des Berufungsgerichts, es sei nicht feststellbar, dass die Beklagte mit dem Rabatthinweis die Klägerin im Sinn von § 19 Abs. 2 Nr. 1 GWB unbillig behindere oder diskriminiere, rechtsfehlerhaft sein

soll. Vielmehr greift die Klägerin nur die Begründung des Berufungsgerichts an, wonach die Wiederholungsgefahr im Hinblick auf den Irreführungsvorwurf entfallen und die hilfsweise Erledigungserklärung unzulässig sei.

18 3. Das Berufungsgericht ist zutreffend davon ausgegangen, dass der Antrag 1 nach den dafür geltenden Maßgaben (vgl. BGH, Urteile vom 29. April 2010 - I ZR 202/07, WRP 2010, 1030, 1032 [juris Rn. 21] - Erinnerungswerbung im Internet; vom 6. Oktober 2015 - KZR 87/13, WRP 2016, 229 Rn. 23 - Porsche-Tuning; vom 14. Juli 2022 - I ZR 97/21, WRP 2022, 1246 Rn. 12 - dortmund.de) hinreichend bestimmt ist, soweit mit ihm ein lauterkeitsrechtlicher Unterlassungsanspruch nach § 8 Abs. 1 UWG geltend gemacht wird. Wie ausgeführt (Rn. 14) bezieht er sich insoweit auf die in der Klageerwidernng eingeblendete konkrete Verletzungsform und lässt unter Heranziehung des Klagevortrags unzweideutig erkennen, welche Merkmale des angegriffenen Verhaltens die Grundlage und der Anknüpfungspunkt für den Wettbewerbsverstoß sein sollen (vgl. BGH, Urteile vom 8. November 2018 - I ZR 108/17, GRUR 2019, 627 Rn. 15 - Deutschland-Kombi; BGH, WRP 2022, 1246 Rn. 12 - dortmund.de). Zweifel an der Bestimmtheit bestehen entgegen der Auffassung der Beklagten vorliegend auch nicht deshalb, weil der Antrag nach seinem Wortlaut von der vorherigen Einwilligung der Klägerin zu dem Rabatthinweis abhängig sein soll. Der Tatbestand der Irreführung nach § 5 UWG wird zwar nicht dadurch ausgeschlossen, dass ein anspruchsberechtigter Mitbewerber (§ 2 Abs. 1 Nr. 4, § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG) in die Rechtsverletzung einwilligt. Er dient nicht dem Mitbewerberschutz, sondern dem Schutz der Marktgegenseite vor Irreführungen (Köhler/Feddersen in Köhler/Feddersen, aaO, § 5 Rn. 0.10, 0.14). Nach der durch das Berufungsgericht vorgenommenen und nicht zu beanstandenden Auslegung bezieht sich die im Antrag enthaltene Einschränkung "ohne Einwilligung" aber allein auf den kartellrechtlichen Anspruch. Auf den Einwand der Beklagten, ein Anspruch auf Einholung einer Einwilligung könne lauterkeitsrechtlich nicht geltend gemacht werden,

kommt es daher nicht an. Auch aus der Wendung, wonach der Preis "mittels Hinweises" als vergünstigt oder rabattiert bezeichnet werde, ergibt sich keine Unklarheit. Durch die Bezugnahme auf die konkrete Verletzungsform wird das beanstandete Verhalten hinreichend deutlich beschrieben.

19 4. Entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts steht der Klägerin ein Unterlassungsanspruch aus § 8 Abs. 1 Satz 1 UWG i.V.m. § 3 Abs. 1, § 5 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 2 UWG zu, weil die Wiederholungsgefahr nicht durch die Abgabe der Verpflichtungszusagen entfallen ist.

20 a) Das Berufungsgericht ist im Ausgangspunkt zu Recht davon ausgegangen, dass die Klägerin als Mitbewerberin nach § 2 Abs. 1 Nr. 4, § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG anspruchsberechtigt ist. Sie steht mit der Beklagten in einem konkreten Wettbewerbsverhältnis.

21 aa) Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ist ein konkretes Wettbewerbsverhältnis gegeben, wenn beide Parteien gleichartige Waren oder Dienstleistungen innerhalb desselben Endverbraucherkreises abzusetzen versuchen und daher das Wettbewerbsverhalten des einen den anderen beeinträchtigen, das heißt im Absatz behindern oder stören kann (BGH, Urteile vom 13. Juli 2006 - I ZR 241/03, BGHZ 168, 314 Rn. 14 - Kontaktanzeigen; vom 28. September 2011 - I ZR 92/09, WRP 2012, 201 Rn. 17 - Sportwetten im Internet II). Da im Interesse eines wirksamen lauterkeitsrechtlichen Individualschutzes grundsätzlich keine hohen Anforderungen an das Vorliegen eines konkreten Wettbewerbsverhältnisses zu stellen sind, reicht es hierfür aus, dass sich der Verletzer durch seine Verletzungshandlung im konkreten Fall in irgendeiner Weise in Wettbewerb zu dem Betroffenen stellt (BGH, Urteile vom 29. November 1984 - I ZR 158/82, BGHZ 93, 96 Rn. 28 mwN - DIMPLE; vom 10. April 2014 - I ZR 43/13, GRUR 2014, 1114 Rn. 32 - nickelfrei). Ein konkretes Wettbewerbs-

verhältnis ist daher anzunehmen, wenn zwischen den Vorteilen, die die eine Partei durch eine Maßnahme für ihr Unternehmen oder das eines Dritten zu erreichen sucht, und den Nachteilen, die die andere Partei dadurch erleidet, eine Wechselwirkung in dem Sinn besteht, dass der eigene Wettbewerb gefördert und der fremde Wettbewerb beeinträchtigt werden kann (BGH, Urteil vom 19. März 2015 - I ZR 94/13, WRP 2015, 1326 Rn. 19 mwN - Hotelbewertungsportal).

22 bb) Nach diesen Maßstäben besteht zwischen den Parteien des vorliegenden Rechtsstreits ein konkretes Wettbewerbsverhältnis. Die Parteien bieten allerdings keine gleichartigen Waren oder Dienstleistungen innerhalb desselben Endverbraucherkreises an. Entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts genügt hierfür nicht, dass die Klägerin ihre Hotelzimmer auch auf ihrer eigenen Webseite anbietet, während die Beklagte als Vermittlerin die gleichen Zimmer über ihr Buchungsportal abzusetzen versucht und dabei ein Provisionsinteresse verfolgt. Ein konkretes Wettbewerbsverhältnis setzt zwar nicht voraus, dass die Unternehmen auf der gleichen Vertriebsstufe tätig sind (vgl. BGH, Urteile vom 21. Januar 2016 - I ZR 252/14, WRP 2016, 974 Rn. 20 - Kundenbewertung im Internet; vom 27. März 2025 - I ZR 64/24, GRUR 2025, 589 Rn. 25 - Fluggastrechteportal). Die Klägerin als Hotelbetreiberin und die Beklagte als Betreiberin einer Buchungsplattform sind jedoch nicht lediglich auf unterschiedlichen Wirtschaftsstufen mit der gleichen Leistung befasst. Die Leistung eines Plattformbetreibers, der Angebote Dritter vermittelt, ohne selbst die von Dritten angebotenen Produkte anzubieten, ist nicht mit dem Angebot dieser Produkte austauschbar (BGH, Urteil vom 21. November 2024 - I ZR 107/23, WRP 2025, 62 Rn. 46 - DFL-Supercup mwN; Köhler in Köhler/Feddersen, aaO, § 2 Rn. 4.17c). Zwischen den Vorteilen, die die Beklagte durch die Rabattwerbung zu erreichen sucht, und den Nachteilen, die die Klägerin durch die Irreführung ihrer Kunden erleiden kann, besteht jedoch eine Wechselwirkung in dem Sinn, dass der Wettbewerb der Beklagten gefördert und der Wettbewerb der Klägerin beeinträchtigt werden kann.

Denn zum einen lässt sich nicht ausschließen, dass die Klägerin in dem provisiionsfreien Eigenvertrieb ihrer Hotelzimmer beeinträchtigt wird, wenn die Beklagte auf booking.com mit vermeintlichen Rabatten für diese Zimmer wirbt. Zum anderen droht der Klägerin durch enttäuschte Kundenerwartungen in Folge irreführender Preise ein Reputationsschaden, selbst wenn die Kunden erkennen, dass die Rabattwerbung durch die Beklagte veranlasst wurde.

23 b) Das Berufungsgericht hat auch zutreffend angenommen, dass die Rabattwerbung eine unlautere geschäftliche Handlung darstellt.

24 aa) Nach § 5 Abs. 2 Nr. 2 UWG (§ 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 UWG in der bis zum 27. Mai 2022 gültigen Fassung) ist eine geschäftliche Handlung irreführend, wenn sie unwahre Angaben oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über den Anlass des Verkaufs wie das Vorhandensein eines besonderen Preisvorteils enthält. Die zum Zeitpunkt der angegriffenen Verletzungshandlung und zum Zeitpunkt des Schlusses der mündlichen Verhandlung am 13. Juni 2022 geltenden Gesetzesfassungen weisen insoweit keine inhaltlichen Unterschiede auf. Bei der Prüfung, ob eine Angabe über geschäftliche Verhältnisse geeignet ist, den Verkehr irrezuführen, kommt es nicht auf den objektiven Wortsinn und nicht darauf an, wie der Werbende selbst seine Aussage über die Ware oder gewerbliche Leistung verstanden haben will. Entscheidend ist vielmehr die Auffassung der Verkehrskreise, an die sich die Werbung richtet (BGH, Urteile vom 5. November 2015 - I ZR 182/14, GRUR 2016, 521 Rn. 10 - Durchgestrichener Preis II; vom 25. Juni 2020 - I ZR 96/19, GRUR 2020, 1226 Rn. 14 - LTE-Geschwindigkeit). Richtet sie sich - wie hier - an das allgemeine Publikum, ist auf den durchschnittlich informierten und verständigen Verbraucher abzustellen, der der Werbung die der Situation angemessene Aufmerksamkeit entgegenbringt (BGH, Urteil vom 15. Januar 2004 - I ZR 180/01, GRUR 2004, 435, 436 [juris Rn. 26] - Frühlingsgeflüge; vom 5. November 2015 - I ZR 182/14, GRUR 2016, 521 Rn. 10 - Durchgestrichener Preis II).

- 25 bb) Nach den Feststellungen des Berufungsgerichts versteht der Verkehr die blickfangmäßig herausgestellte Angabe "Heute 29% Rabatt" in der Weise, dass der sonst geltende Preis entsprechend reduziert wurde. Diese Beurteilung lässt keinen Rechtsfehler erkennen. Sie entspricht der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs, wonach der Verkehr den Begriff des Rabatts so versteht, dass er beim Kauf des so beworbenen Produkts gegenüber dem vorher geltenden Preis eine Preisersparnis in der angekündigten Höhe erzielt (BGH, Urteil vom 20. November 2008 - I ZR 122/06, GRUR 2009, 788 Rn. 19 - 20% auf alles). Bezugspunkt ist dabei nach der Vorstellung des Durchschnittsverbrauchers der Normalpreis, der für die gleiche Leistung, hier also das entsprechende Zimmer im entsprechenden Buchungszeitraum, zu zahlen wäre. Denn dem durchschnittlich verständigen und informierten Verbraucher ist bekannt, dass Hotelpreise je nach Buchungszeitraum stark voneinander abweichen können. Solche saisonalen Schwankungen versteht er nicht als Rabatt. Die durch die Rabattwerbung bei den Verkehrskreisen erzeugte Vorstellung entspricht daher nicht den Tatsachen. Die Preisangabe bezieht sich in Wahrheit auf einen Vergleich mit den Preisen, die 15 Tage vor und nach dem gewählten Anreisedatum gelten.
- 26 cc) Das Berufungsgericht ist auch zu Recht davon ausgegangen, dass die Irreführung nicht durch den über das mit der blickfangmäßigen Werbeangabe verbundene Fragezeichen per "mouse-over" aufrufbaren Erläuterungstext ausgeschlossen wird. Nach ständiger Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs kann in Fällen, in denen eine blickfangmäßig herausgestellte Angabe in einer Werbung bei isolierter Betrachtung eine fehlerhafte Vorstellung vermittelt, der dadurch veranlasste Irrtum regelmäßig nur durch einen klaren und unmissverständlichen Hinweis ausgeschlossen werden, der selbst am Blickfang teilhat (vgl. BGH, Urteil vom 10. Dezember 2009 - I ZR 149/07, GRUR 2010, 744 Rn. 43 - Sondernewsletter; Beschluss vom 19. April 2012 - I ZR 173/11, WRP 2012, 1233 Rn. 5

- Bester Preis der Stadt; Urteil vom 15. Oktober 2015 - I ZR 260/14, WRP 2016, 184 Rn. 16 - All Net Flat). Keinen Rechtsfehler erkennen lässt die Beurteilung des Berufungsgerichts, die Gestaltung des Erläuterungstextes sei nicht geeignet, in ausreichender Weise der Irreführungsgefahr entgegenzuwirken, weil sich erst bei vollständiger Lektüre und Durchdenken erschließe, dass es sich nicht um einen Rabatt, sondern um einen nach bestimmten Maßgaben ermittelten, im Zeitverlauf relativ niedrigeren Preis handele. Auch wenn man annimmt, dass der Durchschnittsverbraucher Werbeangaben für Hotelübernachtungen etwas mehr Aufmerksamkeit schenkt als solchen, die Produkte des täglichen Bedarfs betreffen, wird er sich in der Regel nicht die Zeit nehmen, einen komplexen Erläuterungstext wie den vorliegenden vollständig zu durchdenken. Ihm wird sich daher nicht ohne weiteres erschließen, dass der Preis nicht reduziert, sondern mit anderen Buchungszeitpunkten verglichen wurde.

27 c) Zutreffend hat das Berufungsgericht eine Verjährung des Anspruchs verneint. Die Beklagte kann sich nicht mit Erfolg darauf berufen, die Klägerin habe im ersten Revisionsverfahren den lauterkeitsrechtlichen Anspruch zurückgenommen und erst nach Ablauf der Verjährungsfrist nach § 11 UWG erneut erhoben. Es fehlt an den Voraussetzungen des § 269 Abs. 2 ZPO. Die Klägerin hat in der Begründung der Nichtzulassungsbeschwerde vom 15. Februar 2018 erklärt, ihr bisheriges Prozessziel weiterzuverfolgen, und in der Revisionsverhandlung beantragt, nach den Anträgen in der Berufungsinstanz zu erkennen.

28 d) Schließlich besteht auch die für den Unterlassungsanspruch erforderliche Wiederholungsgefahr. Sie ist nicht durch die Verpflichtungszusagen entfallen.

- 29 aa) Ist es - wie im Streitfall - zu einem Wettbewerbsverstoß gekommen, streitet eine tatsächliche Vermutung für die Wiederholungsgefahr (st. Rspr.; vgl. nur BGH, Urteile vom 14. Januar 2016 - I ZR 65/14, GRUR 2016, 946 Rn. 52 - Freunde finden; vom 27. März 2025 - I ZR 186/17, GRUR 2025, 653 Rn. 78 - App-Zentrum III, jeweils mwN). Es ist Aufgabe des Verletzers, die tatsächliche Vermutung zu widerlegen. Dafür ist eine ernst gemeinte, den Anspruchsgegenstand uneingeschränkt abdeckende, eindeutige und unwiderrufliche Unterlassungserklärung erforderlich (vgl. BGH, Urteile vom 21. Februar 2008 - I ZR 142/05, GRUR 2008, 815 Rn. 14 - Buchführungsbüro; vom 13. September 2018 - I ZR 117/15, GRUR 2018, 1258 Rn. 53 - YouTube-Werbekanal II; vom 1. Dezember 2022 - I ZR 144/21, BGHZ 235, 222 Rn. 24 - Wegfall der Wiederholungsgefahr III). Die Ernsthaftigkeit der Unterlassungserklärung setzt voraus, dass sie durch ein angemessenes Vertragsstrafeversprechen für den Fall zukünftiger Zuwiderhandlungen abgesichert ist (BGH, Urteile vom 31. Mai 2001 - I ZR 82/99, GRUR 2002, 180 [juris Rn. 18] - Weit-Vor-Winter-Schluß-Verkauf; vom 21. April 2016 - I ZR 100/15, GRUR 2016, 1316 Rn. 30 - Notarielle Unterlassungserklärung). Die Beklagte hat gegenüber der Klägerin für den angegriffenen Verstoß keine strafbewehrte Unterlassungserklärung abgegeben.
- 30 bb) Rechtsfehlerhaft hat das Berufungsgericht angenommen, die Wiederholungsgefahr sei vorliegend ausnahmsweise auch ohne Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung weggefallen, weil sich die Beklagte mit Wirkung zum 16. Juni 2020 gegenüber dem CPC-Netz zur Einstellung des Verstoßes verpflichtet habe. Zur Beseitigung der Wiederholungsgefahr genügt eine Zusage des Verletzers, von künftigen Verstößen Abstand zu nehmen, grundsätzlich nicht (BGH, Urteil vom 30. März 1988 - I ZR 209/86, GRUR 1988, 699, 700 [juris Rn. 19] - qm-Preisangaben II; Bornkamm/Feddersen in Köhler/Feddersen, aaO, § 8 Rn. 1.49). Etwas anderes gilt auch nicht für die im Streitfall gegenüber den Verbraucherschutzbehörden abgegebene Selbstverpflichtung. Sie kann mangels

ausreichender Sanktionsmöglichkeiten einer strafbewehrten Unterlassungserklärung nicht gleichgestellt werden.

31 (1) Nach Art. 9 Abs. 4 Satz 1 Buchst. b Verordnung (EU) 2017/2394 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2017 über die Zusammenarbeit zwischen den für die Durchsetzung der Verbraucherschutzgesetze zuständigen nationalen Behörden und zur Aufhebung der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 (CPC-VO) können die zuständigen Behörden von dem für einen Verstoß verantwortlichen Unternehmer eine Zusage zur Einstellung eines Verstoßes akzeptieren. Die Verordnung erfasst gemäß Art. 1, Art. 3 Ziffer 1 die Richtlinien und Verordnungen zum Schutz der Verbraucherinteressen, darunter auch die Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken und die Richtlinie 2006/114/EG über irreführende und vergleichende Werbung (Anhang 1 Nr. 9 und Nr. 11 zur Verordnung), die im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, einschließlich dem Irreführungsverbot nach § 5 UWG, umgesetzt sind. Sie verfolgt das Ziel, innergemeinschaftliche Verstöße gegen Gesetze zum Schutz von Verbraucherinteressen effizienter zu unterbinden. Sie gilt ausschließlich für grenzüberschreitende Wettbewerbsverstöße im Verbraucherschutzbereich (Erwägungsgründe 1 und 3 CPC-VO; BGH, Beschluss vom 20. Februar 2025 - I ZB 26/24, WRP 2025, 471 Rn. 25 - Fernbus in Belgien; Podszun/Busch/Henning-Bodewig, Behördliche Durchsetzung des Verbraucherrechts? BMWK-Studie 2018, S. 63, 66).

32 (2) Die von der Beklagten gegenüber dem CPC-Netz abgegebene Selbstverpflichtung stellt eine Zusage im Sinn von Art. 9 Abs. 4 Satz 1 Buchst. b CPC-VO dar. Mit Ziffer 3 dieser Zusage hat sich die Beklagte zwar verpflichtet, ab dem 16. Juni 2020 bei einem Vergleich zwischen dem Angebotspreis und einem anderen Preis, der unter anderen Umständen zu zahlen ist, nicht den Eindruck zu erwecken, dass der Vergleich einen Rabatt zeigt, sowie keine Formulierungen zu verwenden, die das Ergebnis des Vergleichs als Rabatt darstellen.

Die Verpflichtung gilt nach ihrer Präambel für alle Mitgliedstaaten der Europäischen Union und des Europäischen Wirtschaftsraums. Sie deckt den von der Klägerin mit dem Antrag 1 geltend gemachten lauterkeitsrechtlichen Anspruch inhaltlich ab.

33 (3) Die Zusage ist jedoch nicht mit einer ausreichenden Sanktionsmöglichkeit für den Fall der Zuwiderhandlung verbunden. Sie kann daher die Vermutung der Wiederholungsgefahr nicht widerlegen. Nach Art. 9 Abs. 4 Satz 1 Buchst. h CPC-VO gehört es zwar zu den Durchsetzungsbefugnissen der zuständigen Behörden, für das Versäumnis, Zusagen Folge zu leisten, Sanktionen zu verhängen. In Deutschland droht nach geltender Rechtslage bei einem Verstoß aber nicht das Risiko eines unmittelbaren behördlichen Einschreitens mit Zwangsmitteln.

34 (a) In der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ist anerkannt, dass eine der Vertragsstrafe im Rahmen einer strafbewehrten Unterlassungserklärung ähnliche Sanktionsfunktion auch gerichtlichen Ordnungsmitteln nach § 890 ZPO, vor allem dem Ordnungsgeld, zukommt (BGH, Urteil vom 17. September 2009 - I ZR 217/07, GRUR 2010, 355 Rn. 32 - Testfundstelle). Beide Sanktionen (Vertragsstrafe oder Ordnungsgeld) müssen geeignet sein, den Schuldner von weiteren Zuwiderhandlungen abzuhalten. Die mit einer Vertragsstrafe angestrebte Sanktionsfunktion kann daher auch erfüllt sein, wenn für dieselbe Zuwiderhandlung ein angemessenes Ordnungsgeld verhängt wird (BGH, aaO). Ob das auch gilt, wenn im Fall einer Zuwiderhandlung eine behördliche Sanktionierung, namentlich eine Geldbuße im Ordnungswidrigkeitenverfahren oder ein Zwangsgeld in der Verwaltungsvollstreckung ernsthaft droht, braucht im Streitfall nicht entschieden zu werden.

- 35 (b) Art. 9 CPC-VO schreibt Mindestdurchsetzungsbefugnisse vor, über die jede zuständige Behörde verfügt (siehe Erwägungsgrund 16 CPC-VO; Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des EG-Verbraucherschutzdurchsetzungsgesetzes vom 27. Januar 2020, BT-Drucks. 19/16781, S. 27; Köhler, WRP 2020, 803, 806 Rn. 33). Gemäß Art. 9 Abs. 4 Satz 1 Buchst. h CPC-VO können Sanktionen wie Geldbußen oder Zwangsgelder für Verstöße nach der Verordnung verhängt werden. Die Sanktionen müssen wirksam, angemessen und abschreckend sein, wobei Art, Schwere und Dauer des Verstoßes zu berücksichtigen sind. Die Mitgliedstaaten sollen kein neues Sanktionssystem vorsehen (Erwägungsgrund 16 CPC-VO). Stattdessen sollen sie das geltende System für gleichartige Verstöße im Inland anwenden. Das Ordnungsrecht der Europäischen Union, das nach Art. 288 Abs. 2 AEUV unmittelbare Geltung beansprucht, legt die sachlichen Voraussetzungen zur Anwendung der Befugnisse selbst fest. Ergänzend gilt nach § 6 Abs. 1 EU-VSchDG das Verwaltungsverfahrensgesetz. Besonderer Verfahrensvorschriften für die Sanktionen nach Art. 9 Abs. 4 Satz 1 Buchst. h CPC-VO bedarf es daher nach Ansicht des Gesetzgebers nicht (BT-Drucks. 19/16781, S. 27, 29; vgl. BGH, WRP 2025, 471 Rn. 29 - Fernbus in Belgien).
- 36 (c) Im deutschen Recht wurde jedoch kein entsprechender Bußgeldtatbestand geschaffen. Es besteht auch nicht die Möglichkeit, eine mit einer Zwangsgeldandrohung versehene Unterlassungsanordnung zu erlassen.
- 37 (aa) Die Revision geht zu Recht davon aus, dass eine Verhängung von Bußgeldern gemäß § 30 Abs. 1 OWiG vorliegend nicht in Betracht kommt, weil in § 9 Abs. 1 EU-VSchDG Verstöße gegen das Versäumnis, Zusagen Folge zu leisten (Art. 9 Abs. 4 Satz 1 Buchst. h CPC-VO) nicht erwähnt werden. Eine analoge Anwendung kommt nicht in Betracht. Ausweislich der Gesetzesmaterialien sollte zwar mit § 9 Abs. 1 EU-VSchDG ein Ordnungswidrigkeitentatbestand geschaffen werden, mit dem Verstöße gegen Durchsetzungsmaßnahmen wirksam, angemessen und abschreckend sanktioniert werden (BT-Drucks. 19/16781,

S. 32). Der Umstand, dass in der Bestimmung auf Buchstabe h nicht verwiesen wird, könnte daher ein redaktionelles Versehen darstellen. Art. 103 Abs. 2 GG verpflichtet den Gesetzgeber jedoch, die Voraussetzungen der Strafbarkeit so konkret zu umschreiben, dass Tragweite und Anwendungsbereich der Strafnorm zu erkennen sind und sich durch Auslegung ermitteln lassen (vgl. BVerfG, Beschluss vom 6. Mai 1987 - 2 BvL 11/85, BVerfGE 75, 329, 341 mwN). Diese Verpflichtung gilt auch für Bußgeldtatbestände (BGH, Beschluss vom 15. März 1996 - 3 StR 506/95, BGHSt 42, 79 Rn. 15 f.). Der Normadressat soll vorhersehen können, welches Verhalten verboten und mit Geldbuße bedroht ist. Daran fehlt es hier.

38 (bb) Verstöße gegen Zusagen gemäß Art. 9 Abs. 4 Satz 1 Buchst. b CPC-VO können daher nur durch die Verhängung von Zwangsgeldern sanktioniert werden. § 6 Abs. 4 EU-VSchDG ordnet hierzu an, dass die zuständige Behörde den Unternehmer verpflichten kann, seine Zusage nach Art. 9 Abs. 4 Satz 1 Buchst. b CPC-VO zu erfüllen. Ergeht eine solche Anordnung, kann sie gemäß § 10 Satz 1 EU-VSchDG nach den für die Vollstreckung von Verwaltungsmaßnahmen geltenden Vorschriften durchgesetzt werden. Bei einer Zuwiderhandlung kann nach § 6 Abs. 1, § 9 Abs. 1 Buchst. b, § 11 Abs. 2, Abs. 3 VwVG ein Zwangsgeld bis zur Höhe von 25.000 € verhängt werden. Es muss vorher angedroht werden (§ 13 Abs. 1 Satz 1 VwVG). Bei wiederholten Verstößen können erneut Zwangsgelder festgesetzt werden (§ 13 Abs. 6 Satz 1 VwVG). Voraussetzung ist auch im Wiederholungsfall, dass vor der Festsetzung eine Androhung erfolgt (Deusch/Burr/Blackstein in BeckOK VwVfG, Stand 1.10.2025, § 13 VwVG Rn. 29). Eine erneute Androhung ist erst dann zulässig, wenn das zunächst angedrohte Zwangsmittel erfolglos geblieben ist (§ 13 Abs. 6 Satz 2 VwVG). Unzulässig ist daher die anfängliche Androhung eines Zwangsgeldes für jeden Fall der Zuwiderhandlung (BVerwG, Gerichtsbescheid vom 26. Juni 1997 - 1 A 10/95, NVwZ 1998, 393, 394 [juris Rn. 33, 34]). Somit drohen im Fall der

Zu widerhandlung gegen die Verpflichtungszusage keine unmittelbaren und ernsthaften Sanktionen. Bei einem Verstoß muss zunächst eine - in das behördliche Ermessen gestellte - Unterlassungsanordnung gegebenenfalls verbunden mit einer Zwangsgeldandrohung der zuständigen Behörde ergehen. Erst wenn der Verletzer sein Verhalten daraufhin nicht einstellt, kann die Behörde das Zwangsgeld verhängen. Es liegt daher hier anders als in der dem Beschluss des Senats vom 21. Oktober 2025 (EnZR 97/23, WRP 2025, 1582 - Operative Gründe) zugrundeliegenden Fallgestaltung, in der bereits eine Untersagungsanordnung mit Zwangsgeldandrohung vorlag.

39 (d) Die Verpflichtungszusagen sind daher auch nicht mit der sogenannten Drittunterwerfung vergleichbar. Die Vermutung der Wiederholungsgefahr kann grundsätzlich nicht nur durch eine Unterwerfung gegenüber dem jeweiligen Anspruchsgläubiger, sondern ebenso durch eine gegenüber einem anderen Verletzten abgegebene Unterlassungserklärung entfallen (BGH, Urteile vom 13. Mai 1987 - I ZR 79/85, GRUR 1987, 640, 641 [juris Rn. 14] - Wiederholte Unterwerfung II; BGHZ 235, 222 Rn. 45 - Wegfall der Wiederholungsgefahr III). Voraussetzung ist, dass die Drittunterwerfung geeignet erscheint, den Verletzer ernsthaft von Wiederholungen der Verletzung abzuhalten. Dabei kommt es vor allem darauf an, ob der Vertragsstrafgläubiger bereit und geeignet erscheint, die nur ihm zustehenden Sanktionsmöglichkeiten auszuschöpfen (BGH, GRUR 1987, 640, 641 [juris Rn. 14] - Wiederholte Unterwerfung II; Urteil vom 4. Dezember 2018 - VI ZR 128/18, WRP 2019, 481 Rn. 11 - Drittunterwerfung im Persönlichkeitsrecht). Die Beklagte hat ihre Zusagen gegenüber dem CPC-Netz, also gegenüber allen nationalen Verbraucherschutzbehörden und der Europäischen Kommission abgegeben. Ob sie umgesetzt werden, wird gemäß Art. 20 Abs. 4 CPC-VO von allen nationalen Verbraucherschutzbehörden überwacht. Es ist jedoch aus den genannten Gründen nicht ersichtlich, dass im Fall der Zuwiderhandlung in Deutschland unmittelbar die Verhängung eines Zwangsmittels droht.

Der durch eine inländische Zuwiderhandlung Verletzte muss sich auch nicht auf die Möglichkeit verweisen lassen, dass die Verbraucherschutzbehörde eines anderen Mitgliedstaats tätig wird. Es ist für ihn nicht ohne aufwendige Prüfung ersichtlich, ob ausländische Verbraucherschutzbehörden bereit und in der Lage sind, einen in Deutschland begangenen Verstoß - etwa gegen einen in ihrem Hoheitsgebiet ansässigen Verletzer - zu verfolgen und welche Sanktionsmöglichkeiten ihnen dafür zur Verfügung stehen. Eine der Drittunterwerfung vergleichbare Lage ist daher nicht gegeben.

40 cc) Einer Vorlage an den Gerichtshof der Europäischen Union nach Art. 267 Abs. 3 AEUV bedarf es nicht. Die Frage, ob die Wiederholungsgefahr als materiell-rechtliche Voraussetzung des Unterlassungsanspruchs nach § 8 Abs. 1 UWG durch eine Verpflichtungszusage nach Art. 9 Abs. 4 Satz 1 Buchst. b CPC-VO ausgeräumt werden kann, ist keine unionsrechtliche Frage. Nichts anderes ergibt sich aus Art. 11 Abs. 2 der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken, der die Schaffung verschuldensunabhängiger Möglichkeiten zur Einstellung der unlauteren Geschäftspraktik fordert. Insoweit bestand kein Umsetzungsbedarf, weil eine solche Möglichkeit mit dem Unterlassungsanspruch nach § 8 Abs. 1 UWG seit jeher besteht (vgl. Fritzsche in MünchKommUWG, 3. Aufl., § 8 Rn. 17). Die Richtlinienbestimmung macht keine die Wiederholungsgefahr betreffenden Vorgaben.

41 III. Mit der vom Berufungsgericht gegebenen Begründung kann ein auf Unterlassung gerichteter Anspruch der Klägerin gegen die Beklagte gemäß § 33 Abs. 1 und 3 GWB (§ 33 Abs. 1 Satz 1 und 3 GWB in der bis zum 8. Juni 2017 geltenden Fassung) i.V.m. § 19 Abs. 2 Nr. 1 GWB, der Klägerin die von Hotelgästen über die Plattform übermittelten Kontaktdaten ganz oder teilweise vorzuhalten, nicht verneint werden (Antrag 2, Teil 1).

- 42 1. Das Berufungsgericht ist zu Recht davon ausgegangen, dass der Antrag 2 bei verständiger Würdigung zwei verschiedene Unterlassungsbegehren beinhaltet, die ungeachtet ihrer Verknüpfung mit der Konjunktion "und" getrennt voneinander zu beurteilen sind. Der erste Teil des Antrags 2 richtet sich gegen die Übung der Beklagten, dem Hotel die E-Mail-Adressen und Mobilfunknummern der buchenden Gäste nicht mitzuteilen, sondern stattdessen für die Kommunikation zwischen Gast und Hotel eine E-Mail-Kontaktfunktion mit alias-E-Mail-Adressen zu verwenden. Wie sich unter anderem aus Ziffer 2.5.1 der AGB 2015 alt ergibt, gehören zu den Kundendaten, die das Hotel nach einer Reservierung von der Beklagten erhält, (nur) Name und Adresse des Gastes. Bestimmtheitsbedenken bestehen gegen den so ausgelegten ersten Teil des Antrags nicht. Er bezieht sich allein auf das Vorenthalten von E-Mail-Adresse und Mobilfunknummer der Gäste.
- 43 2. Die Beurteilung des Berufungsgerichts, für einen dem Antrag 2, Teil 1, entsprechenden Unterlassungsanspruch fehle es an der nach § 33 Abs. 3 GWB (§ 33 Abs. 1 Satz 3 GWB aF) erforderlichen Beeinträchtigung wirtschaftlicher Interessen, hält der revisionsrechtlichen Überprüfung nicht stand. Rechtsfehlerhaft hat das Berufungsgericht sowohl die Betroffenheit gemäß § 33 Abs. 1 und Abs. 3 GWB als auch eine Behinderung gemäß § 19 Abs. 2 Nr. 1 GWB vom Nachweis tatsächlicher Auswirkungen der beanstandeten Praxis auf den Geschäftsbetrieb der Klägerin abhängig gemacht.
- 44 a) Die Annahme eines Behinderungsmissbrauchs gemäß § 19 Abs. 2 Nr. 1 GWB erfordert nicht zwingend die Feststellung tatsächlicher Auswirkungen. Es reicht vielmehr aus, wenn ein wettbewerblicher Aktionsparameter zur spürbaren Beeinträchtigung der Marktverhältnisse objektiv geeignet ist. Denn wegen der besonderen Verantwortung, die ein marktbeherrschendes Unternehmen dafür trägt, dass durch sein Verhalten ein wirksamer und unverfälschter Wettbewerb

nicht beeinträchtigt wird, ist bereits eine Gefährdung des Wettbewerbs ausreichend (BGH, Beschluss vom 23. Juni 2020 - KVR 69/19, BGHZ 226, 67 Rn. 83 mwN - Facebook I; zu Art. 82 EG (jetzt Art. 102 AEUV) EuGH, Urteil vom 6. Dezember 2012 - C-457/10 P, WuW 2013, 427 Rn. 112 - AstraZeneca/Kommission).

45 b) Ebenso wenig setzt die Anspruchsberechtigung nach § 33 Abs. 1 GWB zwingend die Feststellung tatsächlicher Auswirkungen voraus. Der Unterlassungsanspruch steht nach § 33 Abs. 1 GWB jedem Betroffenen zu. Betroffen ist gemäß § 33 Abs. 3 GWB, wer als Mitbewerber oder sonstiger Marktbeteiligter durch den Verstoß beeinträchtigt ist. Hierfür genügt es, dass das wettbewerbsbeschränkende Verhalten geeignet ist, eine Beeinträchtigung des Anspruchstellers mittelbar oder unmittelbar zu begründen.

46 aa) Der Wortlaut der Vorschrift, der eine Beeinträchtigung verlangt, scheint zwar zunächst auf das Erfordernis tatsächlicher Auswirkungen des Verstoßes auf die geschäftlichen Verhältnisse des Anspruchstellers hinzudeuten; er lässt jedoch ebenso die Auslegung zu, dass mögliche Beeinträchtigungen ausreichen können.

47 bb) Die Gesetzeshistorie und Sinn und Zweck der Regelung sprechen dafür, dass die objektive Eignung zur Beeinträchtigung ausreichend ist. Das Merkmal der Betroffenheit ist mit der 7. GWB-Novelle an die Stelle des sogenannten Schutzzweckerfordernisses getreten, wonach nur diejenigen Personen einen Unterlassungs-, Beseitigungs- oder Schadensersatzanspruch geltend machen konnten, deren Schutz die Verbotsnorm oder Verbotsverfügung zumindest auch bezweckte (vgl. BGH, Urteil vom 25. Januar 1983 - KZR 12/81, BGHZ 86, 324 Rn. 39 - Familienzeitschrift). Mit dem Merkmal der Betroffenheit hat der Gesetzgeber hiervon bewusst Abschied genommen. Das Schutzgesetzfordernis wurde als Hindernis angesehen, um dem unionsrechtlichen Kartellverbot nach

Maßgabe der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union zu ausreichender praktischer Wirksamkeit zu verhelfen (vgl. Beschlussempfehlung des Ausschusses für Wirtschaft und Arbeit zum Entwurf eines Siebten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen, BT-Drucks. 15/5049, S. 49). Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union kann grundsätzlich jedermann, der durch einen Verstoß gegen das Kartellverbot geschädigt ist, Schadensersatz verlangen (EuGH, Urteil vom 20. September 2001 - C 453/99, GRUR 2002, 367 Rn. 22, 26 - Courage/Crehan). Voraussetzung ist nur, dass zwischen dem Schaden und dem nach Art. 101 AEUV verbotenen Verhalten ein ursächlicher Zusammenhang besteht (vgl. EuGH, Urteile vom 13. Juli 2006 - C-295/04, EuZW 2006, 529 Rn. 61, 91 - Manfredi; vom 14. März 2019 - C-724/17, NZKart 2019, 217 Rn. 26 - Skanska; vom 12. Dezember 2019 - C-435/18, NZKart 2020, 30 Rn. 27 ff. - Otis u.a./Land Oberösterreich). Dem entspricht auch Art. 3 Abs. 1 der Richtlinie 2014/104/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 26. November 2014 (Kartellschadensersatzrichtlinie; siehe deren Erwägungsgrund 3). Mit der erleichterten Rechtsschutzmöglichkeit soll die Durchsetzungskraft der unionsrechtlichen Wettbewerbsregeln erhöht und sollen Unternehmen von wettbewerbsbeschränkenden Vereinbarungen oder Verhaltensweisen abgehalten werden. Eine über das Kausalitätserfordernis hinausgehende Einschränkung des Kreises der Anspruchsberechtigten ergibt sich aus dem Unionsrecht nicht (BGH, Urteil vom 28. Januar 2020 - KZR 24/17, BGHZ 224, 281 Rn. 24 - Schienenkartell II; Beschluss vom 12. September 2023 - KZR 39/21, WuW 2024, 41 Rn. 45 - Matratzenpreisbrecher). Vor diesem Hintergrund kam dem Merkmal der Betroffenheit nach § 33 Abs. 1 Satz 3 GWB in der ab dem 1. Juli 2005 geltenden Fassung bei der Prüfung eines kartellrechtlichen Schadensersatzanspruchs Bedeutung nur für die Frage zu, ob dem Anspruchsgegner ein wettbewerbsbeschränkendes Verhalten anzulasten ist, das geeignet ist, einen Schaden des Anspruchstellers mittelbar oder unmittelbar zu begründen (BGH, aaO Rn. 25 - Schienenkartell II). Entsprechendes gilt für die

Nachfolgeregelung des § 33a GWB, die in Umsetzung der Kartellschadensersatzrichtlinie durch die 9. GWB-Novelle 2017 eingeführt wurde.

48 cc) Nichts anderes gilt für den dem Betroffenen zustehenden Unterlassungsanspruch nach § 33 Abs. 1 GWB. Derjenige, dem durch einen Wettbewerbsverstoß ein Schaden droht, soll die Möglichkeit haben, dem Schadenseintritt im Vorfeld entgegenzuwirken. Das spricht für einen Gleichlauf der Anspruchsberechtigung bei Unterlassungsansprüchen und Schadensersatzansprüchen (vgl. Bornkamm/Tolkmitt in Bunte, Kartellrecht, 14. Aufl., § 33 GWB Rn. 20, 21; Franck in Immenga/Mestmäcker, Wettbewerbsrecht, 7. Aufl., § 33 GWB Rn. 16; Bechtold/Bosch, GWB, 11. Aufl., § 33 Rn. 13; Hempel in BeckOK KartellR, 18. Ed. [1.10.2025], § 33 GWB Rn. 19-21; aA wohl Kersting in Kersting/Meyer-Lindemann/Podszun, 5. Aufl., § 33 GWB Rn. 26; Roth in Frankfurter Kommentar zum Kartellrecht, 92. Lieferung, 11/2018, § 33 GWB Rn. 49, 55). Der Unterlassungsanspruch dient dazu, Verstöße künftig abzustellen und kann daher unmittelbarer als der ex post eingreifende Schadensersatzanspruch dem Wettbewerbsrecht zu praktischer Wirksamkeit verhelfen (Roth, FS Schröder, 2018, 709, 716; vgl. auch EuGH, Urteil vom 21. Dezember 2023 - C-124/21 P, NZKart 2024, 31 Rn. 201 - International Skating Union; GA Jacobs, Schlussanträge vom 22. Mai 2003 - verb. Rs. C-264/01, C-306/01, C-354/01 und C-355/01, EU:C:2003:304 Rn. 104 - AOK-Bundesverband).

49 dd) Auch gesetzessystematische Erwägungen sprechen für diese Auslegung. Der Tatbestand der unbilligen Behinderung ist als abstraktes Gefährdungsdelikt ausgestaltet und erfasst daher bereits die objektive Eignung eines Verhaltens zur Beeinträchtigung der Marktverhältnisse (siehe Rn. 47). Um eine effektive Durchsetzung des Verbots zu gewährleisten, dürfen an die für die Anspruchsberechtigung des Unterlassungsanspruchs erforderliche Betroffenheit keine höheren Anforderungen gestellt werden als sie für einen Schadensersatzanspruch gelten.

50 ee) Soweit gegen einen Gleichlauf der Anspruchsberechtigung bei Unterlassungs- und Schadensersatzanspruch teilweise eingewendet wird, damit könne eine Entwertung der Filterfunktion des § 33 Abs. 3 GWB und die Gefahr einer Popularklage einhergehen (Franck in Immenga/Mestmäcker, aaO, § 33 GWB Rn. 18 im Hinblick auf Endverbraucher; Roth, FS Schröder, 2018, 709, 717 ff.), betrifft dies ganz überwiegend die Frage der (persönlichen) Betroffenheit von mittelbaren Abnehmern. Es gilt indes nicht für die Anspruchsberechtigung unmittelbarer Abnehmer, wie sie auch hier gegeben ist. Im Übrigen liegt eine Betroffenheit nur vor, wenn der Verstoß geeignet ist, eine Beeinträchtigung des Anspruchstellers mittelbar oder unmittelbar zu begründen.

51 c) Unter Berücksichtigung dieser Maßstäbe lässt sich weder die Betroffenheit der Klägerin noch eine Behinderung durch das beanstandete Verhalten der Beklagten in Abrede stellen. Das Vorenthalten der Kontaktdaten ist objektiv geeignet, sich nachteilig auf die Wettbewerbsmöglichkeiten der Klägerin auszuwirken. Insbesondere die E-Mail-Adresse des Gastes bietet der Klägerin die Möglichkeit, außerhalb der Plattform booking.com für Folgebuchungen zu werben. Die Möglichkeit, die Kontaktdaten der Gäste vor Ort zu erfragen, schließt eine Beeinträchtigung schon deshalb nicht aus, weil dies bei Gästen, die die Buchung vor der Anreise stornieren, nicht möglich ist, und eine Angabe von Daten vor Ort zudem auch nicht in jedem Fall sichergestellt ist.

52 3. Keinen Bestand kann auch die Begründung haben, mit der das Berufungsgericht eine Unbilligkeit der Behinderung verneint hat. Rechtsfehlerhaft ist es davon ausgegangen, bei der Interessenabwägung nach § 19 Abs. 2 Nr. 1 GWB sei nicht zu berücksichtigen, dass die Allgemeinen Geschäftsbedingungen unter vertragsrechtlichen Gesichtspunkten zu beanstanden sein könnten, obgleich - jedenfalls nach deutschem dispositivem Handelsvertreterrecht - die Kun-

enddaten den Hotels zustehen dürften (§ 667 BGB; vgl. BGH, Urteil vom 26. Februar 2009 - I ZR 28/06, WRP 2009, 613, 616 [juris Rn. 19] - Versicherungsvertreter).

53 a) Ob eine Behinderung unbillig ist, ist aufgrund einer Gesamtwürdigung und umfassenden Abwägung aller beteiligten Interessen zu beurteilen, die sich an der auf die Freiheit des Wettbewerbs gerichteten Zielsetzung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen zu orientieren hat (st. Rspr.; vgl. nur BGH, Urteile vom 31. Januar 2012 - KZR 65/10, WuW/E DE-R 3549 Rn. 29 - Werbeanzeigen; vom 23. Januar 2018 - KZR 48/15, WuW 2018, 326 Rn. 34 - Vertragswerkstatt; vom 28. März 2025 - KZR 73/23, WuW 2025, 334 Rn. 27 - Steinbruch). Nach der Rechtsprechung des Senats erfordert die Interessenabwägung bei einer Vertragsbeziehung der Parteien auch eine Betrachtung der vertragstypischen Rechte und Pflichten und der zwischen den Parteien getroffenen Regelungen (BGH, Urteile vom 6. November 2013 - KZR 58/11, BGHZ 199, 1 Rn. 65 - VBL Gegenwert I; vom 7. Juni 2016 - KZR 6/15, BGHZ 210, 292 Rn. 48 - Pechstein/International Skating Union; WuW 2021, 526 Rn. 13 - Wikingerhof/Booking.com I). Eine Beeinträchtigung kann gerade darin liegen, dass ein marktbeherrschendes Unternehmen den Zugang zu seinem Angebot an nachteilige Bedingungen knüpft (vgl. BGH, Urteile vom 29. Juni 2010 - KZR 50/07, juris Rn. 35 - Überlassung von Basisdaten; vom 6. November 2013 - KZR 58/11, BGHZ 199, 1 Rn. 65 - VBL Gegenwert I).

54 b) Die Verwendung unzulässiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen durch marktbeherrschende Unternehmen kann daher einen Missbrauch nach § 19 Abs. 1 GWB darstellen, auch wenn ihre Unwirksamkeit eine Behinderung des Wettbewerbs nicht schon für sich genommen indiziert (BGHZ 226, 67 Rn. 55, 64 - Facebook I). Anders als das Berufungsgericht meint, ist es an der Berücksichtigung der vertraglichen Regelungen auch nicht deshalb gehindert, weil eine internationale Zuständigkeit nur für deliktische Ansprüche gegeben ist. Für die

Qualifikation des Klageanspruchs als deliktischem Anspruch ist es ohne Belang, ob bei der nach § 19 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 1 GWB gebotenen Interessenabwägung die vertragstypischen Rechte und Pflichten und die zwischen den Parteien getroffenen Regelungen Beachtung finden müssen (BGH, WuW 2021, 526 Rn. 13 - Wikingerhof/Booking.com I). Das Berufungsgericht hätte daher prüfen müssen, ob nach dem gesetzgeberischen Leitbild des vorliegenden Vermittlungsvertrags die erlangten Endkundendaten der Klägerin zustehen.

55 4. Soweit die Klägerin ferner in dem Vorenthalten der Kontaktdaten eine gezielte Mitbewerberbehinderung im Sinn von § 3 Abs. 1, § 4 Nr. 4 UWG sieht, kann die Begründung des Berufungsgerichts, mit der es die Klage abgewiesen hat, keinen Bestand haben, weil bei der lauterkeitsrechtlichen Beurteilung die gleichen Kriterien maßgebend sind wie für den Tatbestand der unbilligen Behinderung nach § 19 Abs. 2 Nr. 1 GWB (vgl. BGH, Urteile vom 21. Februar 1989 - KZR 7/88, BGHZ 107, 40 Rn. 7 - Krankentransportbestellung; vom 14. Juli 1998 - KZR 1/97, WRP 1999, 105, 109 [juris Rn. 32] - Schilderpräger im Landratsamt; vom 31. Januar 2012 - KZR 65/10, NJW 2012, 2110 Rn. 37 - Werbeanzeigen).

56 IV. Das Berufungsgericht hat zu Unrecht einen Unterlassungsanspruch der Klägerin gegen die Beklagte nach § 33 Abs. 1 und 3 i.V.m. § 19 Abs. 2 Nr. 1 GWB verneint, wonach es dieser untersagt ist, von der Klägerin zu verlangen, Hotelgäste, die über die Plattform vermittelt wurden, nicht auf anderen Wegen als über die von der Beklagten vorgehaltene Kontaktfunktion zu kontaktieren (Antrag 2, Teil 2).

57 1. Zutreffend hat das Berufungsgericht den Antrag - dem Sachvortrag der Klägerin folgend - dahingehend ausgelegt, dass er sich gegen das in Ziffer 2.9 AGB 2015 alt und sinngemäß auch unmittelbar im zwischen den Parteien abgeschlossenen Vertrag enthaltene Verbot bezieht, über die Plattform gewor-

bene Gäste direkt zu kontaktieren, weder durch Online- oder Offline-Werbemaßnahmen noch durch angeforderte oder unaufgeforderte E-Mail-Werbung. Auf ein tatsächliches Verhalten der Beklagten zur Durchsetzung dieser Bestimmungen kommt es nach dem Antrag nicht an.

58

2. Rechtsfehlerhaft ist jedoch die Beurteilung des Berufungsgerichts, wonach es für den geltend gemachten Unterlassungsanspruch an der erforderlichen Begehungsgefahr fehle, weil diese entfallen sei, nachdem die Beklagte die Klausel in den AGB 2015 neu ersatzlos gestrichen und zum Ausdruck gebracht habe, dass die Neuregelung auch im Verhältnis zur Klägerin gelten solle. Denn das Berufungsgericht hat übersehen, dass durch die Verwendung der angegriffenen Vertragsklausel - sollte sie im Sinn des § 19 Abs. 2 Nr. 1 GWB missbräuchlich sein - eine Zuwiderhandlung nach § 33 Abs. 2 GWB (§ 33 Abs. 1 Satz 2 GWB in der bis zum 8. Juni 2017 geltenden Fassung) nicht erst droht, sondern bereits eingetreten ist. Die Verwendung der Klausel begründet daher die Vermutung der Wiederholungsgefahr nach § 33 Abs. 1 GWB (vgl. BGH, Urteile vom 9. Juli 1992 - VII ZR 7/92, BGHZ 119, 152 Rn. 56; vom 10. Januar 1996 - XII ZR 271/94, NJW 1996, 988 [juris Rn. 8]; vom 12. Juli 2000 - XII ZR 159/98, MDR 2000, 1233 [juris Rn. 22]). Die tatrichterlichen Erwägungen, mit denen das Berufungsgericht die spätere Ausräumung einer Erstbegehungsgefahr angenommen hat, lassen sich nicht auf den Fortfall der Wiederholungsgefahr übertragen. Während für die Ausräumung der Erstbegehungsgefahr grundsätzlich ein "actus contrarius", also ein der Begründungshandlung entgegengesetztes Verhalten genügt (vgl. BGH, Urteile vom 23. September 2015 - I ZR 78/14, GRUR 2015, 1201 Rn. 56 - Sparkassen-Rot/Santander-Rot; vom 20. Dezember 2018 - I ZR 112/17, GRUR 2019, 189 Rn. 64 - Crailsheimer Stadtblatt II; BGH, WRP 2025, 1582 Rn. 27 - Operative Gründe), ist ein entgegengesetztes Verhalten für den Fortfall der durch eine Verletzungshandlung begründeten Wiederholungsgefahr nicht ausreichend. Die Wiederholungsgefahr wird daher entgegen der Ansicht der Beklagten nicht

dadurch ausgeräumt, dass die Beklagte im Juli 2015 ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen in dem maßgeblichen Punkt geändert hat. Vielmehr ist für den Fortfall der Wiederholungsgefahr eine strafbewehrte Unterlassungserklärung erforderlich (BGH, Urteil vom 6. Juli 2021 - KZR 35/20, WRP 2021, 1468 Rn. 57, 58 - Porsche-Tuning II mwN). Eine solche hat die Beklagte nicht abgegeben.

59 V. Die Revision hat auch Erfolg, soweit das Berufungsgericht einen Anspruch der Klägerin auf Unterlassung verneint hat, die Platzierung des Hotels bei Suchanfragen auf der Plattform der Beklagten davon abhängig zu machen, dass die im Hotelvertrag geschuldete Provision für die vermittelten Geschäfte über 15 % bis zu 50 % erhöht wird (Antrag 3; Ranking-Booster).

60 1. Insoweit erhebt die Klägerin den Vorwurf des Preishöhenmissbrauchs gemäß § 19 Abs. 2 Nr. 2 GWB und wendet sich bei verständiger Auslegung ihres Klageantrags (vgl. BGH, Urteile vom 17. September 2015 - I ZR 92/14, GRUR 2016, 395 Rn. 40 - Smartphone-Werbung; vom 21. März 2018 - VIII ZR 68/17, BGHZ 218, 139 Rn. 31; Beschluss vom 4. Februar 2021 - I ZR 79/20, K&R 2021, 333 Rn. 12) dagegen, dass die Beklagte den Hotels ermöglicht, für den Erhalt des Ranking-Boosters eine Provisionsrate zwischen 15 % und 50 % (später 30 %) zu wählen und zudem zu simulieren, wie sich die erhöhte Provision auf die Platzierung des jeweiligen Hotels bei Antworten auf Suchanfragen auf booking.com auswirkt. Nicht angegriffen hat sie dagegen in der Tatsacheninstanz die zum Ranking in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Beklagten enthaltenen Klauseln (Ziffer 13 AGB 2008; Ziffer 4.1.1. AGB 2015 neu) unter dem Gesichtspunkt einer möglichen Intransparenz (vgl. dazu Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Vergleichsportale 2019, S. 90, 92), so dass sich das in der Revisionsinstanz zugrunde zu legende Klagebegehren allein gegen die Missbräuchlichkeit der Provisionshöhe richtet.

61 2. Mit der vom Berufungsgericht gegebenen Begründung kann ein
Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung durch Verwendung des Ran-
king-Boosters nicht verneint werden.

62 a) Rechtsfehlerhaft ist zunächst die Annahme des Berufungsgerichts,
die Klägerin sei in ihrer eigenen wirtschaftlichen Betätigungsfreiheit von dem
Ranking-Booster nicht nachteilig betroffen. Es kommt entgegen der Ansicht des
Berufungsgerichts nicht darauf an, ob die Klägerin von der Möglichkeit der Ver-
besserung der Platzierung ihres Hotels durch Zahlung einer höheren Provision
Gebrauch macht. Denn sie ist bei ihrer Geschäftstätigkeit der Forderung mög-
licherweise missbräuchlicher Preise unmittelbar ausgesetzt. Einen darüber hin-
ausgehenden konkreten wettbewerblichen Nachteil muss sie insoweit nicht dar-
legen. Das Berufungsgericht hat daher zu Unrecht Vortrag der Klägerin dazu ver-
misst, mit welchen Hotels sie um eine gute Platzierung auf der Plattform konkur-
riert. Auch für die Betroffenheit nach § 33 Abs. 3 GWB genügt es, dass die Klä-
gerin als Vertragspartnerin der Beklagten und Nutzerin der Buchungsplattform
booking.com für die Verbesserung ihres Rankings einem Angebot mit einer mög-
licherweise missbräuchlichen Preisforderung ausgesetzt ist (siehe oben Rn. 45).

63 b) Das Berufungsgericht meint ferner zu Unrecht, die Beklagte habe
die erhöhte Provision bereits nicht gefordert, weil es den Hotels freistehe, ob sie
die Möglichkeit der Verbesserung ihrer Platzierung in Anspruch nähmen. Es geht
von einem unrichtigen Begriff des Forderns im Sinn des § 19 Abs. 2 Nr. 2 GWB
aus. Nach dieser Vorschrift liegt ein Missbrauch insbesondere vor, wenn ein
marktbeherrschendes Unternehmen als Anbieter oder Nachfrager einer be-
stimmten Art von Waren oder gewerblichen Leistungen Entgelte oder sonstige
Geschäftsbedingungen fordert, die von denjenigen abweichen, die sich bei wirk-
samem Wettbewerb mit hoher Wahrscheinlichkeit ergeben würden. Der Tatbe-
stand des Forderns ist bereits dann verwirklicht, wenn ein entsprechendes Ange-
bot ernsthaft geäußert wird (Wolf in MünchKommWettbR, 4. Aufl., § 19 GWB

Rn. 88; Klumpe in Kersting/Meyer-Lindemann/Podszun, 5. Aufl., § 19 GWB Rn. 157; Nothdurft in Bunte, aaO, § 19 GWB Rn. 146; Fuchs in Immenga/Mestmäcker, aaO, § 19 GWB Rn. 208). Einem Fordern missbräuchlicher Entgelte steht es nicht entgegen, wenn eine lediglich optionale Zusatzleistung - wie hier der Ranking-Booster - angeboten wird. Denn ein Verstoß gegen § 19 Abs. 2 Nr. 2 GWB entfällt nicht dadurch, dass es grundsätzlich jedem Unternehmen freisteht, die vom Marktbeherrscher angebotene Leistung zu missbräuchlichen Preisen nicht in Anspruch zu nehmen (vgl. auch BGH, Urteil vom 14. Dezember 2021 - KZR 23/18, WM 2022, 1566 Rn. 13, 18 - Kabelkanalanlagen II).

64 c) Das Berufungsgericht durfte die Verneinung des Unterlassungsanspruchs gemäß § 19 Abs. 2 Nr. 2 GWB schließlich auch nicht darauf stützen, dass die Klägerin von vornherein einen unzutreffenden Vergleichsmaßstab gewählt und daher keinen ausreichenden Vortrag dazu gehalten habe, ob die von der Beklagten geforderten Provisionen von denjenigen abweichen, die sich bei wirksamem Wettbewerb mit hoher Wahrscheinlichkeit ergeben würden.

65 aa) Bei der Beurteilung der Frage, ob ein marktbeherrschendes Unternehmen Entgelte fordert, die von denjenigen abweichen, die sich bei wirksamem Wettbewerb mit hoher Wahrscheinlichkeit ergeben würden, sind nach § 19 Abs. 2 Nr. 2, 2. Halbs. GWB insbesondere die Verhaltensweisen von Unternehmen auf vergleichbaren Märkten mit wirksamem Wettbewerb zu berücksichtigen. Für das Verhältnis zwischen dem Wert einer Leistung und ihrem Preis kann daher auf eine Betrachtung von kartellfreien Vergleichsmärkten zurückgegriffen werden (Vergleichsmarktkonzept). Eine Vergleichsmarktbetrachtung ist aber nicht die einzige Art, wie ermittelt werden kann, ob der hypothetische Wettbewerbspreis überschritten ist. Dies kann auch im Wege der Kostenkontrolle nachgewiesen werden (EuGH, Urteil vom 14. September 2017 - C-177/16, WuW 2017, 547 Rn. 36 - AKKA/LAA; BGH, Beschluss vom 9. Juli 2019 - KZR 110/18, WuW 2019, 583 Rn. 20 - Fernwärmerabatt; Urteil vom 4. April 2023 - KZR 20/21, WRP

2023, 1098 Rn. 80 - Vertriebskooperation im SPNV). Dabei sind die Preisbildungsfaktoren daraufhin zu überprüfen, ob und inwieweit sie darauf schließen lassen, dass ein wirksamem Wettbewerb ausgesetztes Unternehmen zur bestmöglichen Ausnutzung seines Preissetzungsspielraums abweichend kalkulieren würde (BGH, Beschluss vom 15. Mai 2012 - KVR 51/11, NZKart 2013, 34 Rn. 15 - Wasserpreise Calw I; Urteil vom 24. Januar 2017 - KZR 2/15, WRP 2017, 707 Rn. 27 - Kabelkanalanlagen I). Es kann von dem Erfahrungssatz ausgegangen werden, dass das marktbeherrschende Unternehmen, wäre es wirksamem Wettbewerb ausgesetzt, seine Preisgestaltung danach ausrichten würde, welchen Erlös es erzielen müsste, um die bei Ausschöpfung von Rationalisierungsreserven zu erwartenden Kosten zu decken und eine möglichst hohe Rendite zu erwirtschaften, andererseits aber zu verhindern, dass Kunden wegen zu hoher Preise zu einem Wettbewerber abwandern (vgl. BGH, Beschluss vom 28. Juni 2005 - KVR 17/04, BGHZ 163, 282 Rn. 18, 23 - Stadtwerke Mainz; BGH, NZKart 2013, 34 Rn. 15 - Wasserpreise Calw I). Die Abweichung des von einem marktbeherrschenden Unternehmen geforderten Entgelts von demjenigen, das sich bei wirksamem Wettbewerb mit hoher Wahrscheinlichkeit ergäbe, kann danach grundsätzlich auch durch den Verweis darauf dargetan werden, dass das geforderte Entgelt die Kosten der effizienten Leistungsbereitstellung für eine vergleichbare Leistung deutlich übersteigt (BGH, WRP 2017, 707 Rn. 27 - Kabelkanalanlagen I).

66 bb) Das hat das Berufungsgericht verkannt. Es geht zwar zu Recht davon aus, dass sich die zur Verbesserung der Platzierung erhöhte Provision nicht ohne weiteres mit Provisionen vergleichen lässt, die - wie die von der Klägerin für die Vermittlung von Flügen oder Reisen angeführten Provisionen - lediglich für die Vermittlungsleistung selbst anfallen, weil die Rankingverbesserung eine zusätzliche Leistung mit eigenem Wert darstellt. Gleichwohl scheiden Vermitt-

lungsprovisionen, etwa bei der Nutzung von Flugvergleichsportalen, als Vergleichsmaßstab nicht von vornherein aus. In Ermangelung anderer geeigneter Vergleichsmärkte können vielmehr Besonderheiten und strukturelle Unterschiede der Marktstruktur durch entsprechende Zu- oder Abschläge ausgeglichen werden (BGH, Beschluss vom 14. Februar 2023 - KVZ 38/20, WuW 2023, 498 Rn. 55 - Wasserpreise Gießen; BGH, WRP 2023, 1098 Rn. 81 - Vertriebskooperation im SPNV). Die Provision der Beklagten ist - mit und ohne Inanspruchnahme des Ranking-Boosters - auf einen Prozentsatz des Übernachtungspreises bezogen, der nur bei einer Vermittlung fällig wird. Es hätte daher überprüft werden müssen, ob ein Vergleich mit marktüblichen Vermittlungsprovisionen unter Berücksichtigung von Zu- beziehungsweise Abschlägen für die Verbesserung der Angebotsplatzierung und gegebenenfalls von weiteren Unterschieden im Leistungsspektrum möglich ist. Zudem hätte auch der weitere im Berufungsurteil wiedergegebene Vortrag der Klägerin, es bestehe eine extrem hohe Differenz zwischen den Gestehungskosten der Beklagten und ihren Erlösen, sowie, für missbräuchlich überhöhte Preise spreche eine von der Beklagten absolut erzielte Gewinnmarge von mehr als 30 %, mit Blick auf die Möglichkeit der Ermittlung eines hypothetischen Wettbewerbspreises im Wege der Kostenkontrolle ergänzend berücksichtigt werden müssen.

67 VI. Danach ist das angefochtene Urteil, soweit die Revision der Klägerin nicht wegen des kartellrechtlichen Anspruchs auf Unterlassung der Rabattwerbung (Antrag 1) gemäß § 552 Abs. 1 ZPO zu verwerfen war, gemäß § 562 Abs. 1 ZPO aufzuheben. Der Senat kann über den lauterkeitsrechtlichen Anspruch (Antrag 1) gemäß § 563 Abs. 3 ZPO in der Sache selbst entscheiden und dem Unterlassungsbegehren stattgeben, da weitere Feststellungen nicht erforderlich sind. Im Übrigen (Anträge 2 und 3) ist der Rechtsstreit zur neuen Verhandlung und Entscheidung an das Berufungsgericht zurückzuverweisen, da

noch weitere Feststellungen zu treffen sind (§ 563 Abs. 1 ZPO). Für das wiederzueröffnende Berufungsverfahren weist der Senat auf Folgendes hin:

68 1. Sollten die kartellrechtlichen Ansprüche nicht aus anderen Gründen zu verneinen sein, wird sich das Berufungsgericht erneut mit der Marktabgrenzung und der Normadressatenstellung der Beklagten zu befassen haben.

69 a) Dabei kommt es auf zwei unterschiedliche Zeitpunkte an. Der auf Wiederholungsgefahr gestützte Unterlassungsanspruch ist nur begründet, wenn das beanstandete Verhalten der Beklagten zur Zeit seiner Begehung verboten war. Da der Unterlassungsanspruch in die Zukunft gerichtet ist, müssen die Voraussetzungen des Unterlassungsanspruchs zudem im Zeitpunkt der letzten mündlichen Verhandlung vor dem Berufungsgericht gegeben sein (vgl. BGH, Urteile vom 29. Juni 2010 - KZR 24/08, K&R 2010, 586 Rn. 25, 41; vom 6. Oktober 2015 - KZR 87/13, WRP 2016, 229 Rn. 49 - Porsche-Tuning). War die Beklagte zum Zeitpunkt der angegriffenen Verletzungshandlungen marktbeherrschend oder marktstark und hat sie zwischenzeitlich ihre Stellung als Normadressatin der §§ 19, 20 GWB und Art. 102 AEUV wieder verloren, kann sie daher nicht mehr zur Unterlassung verurteilt werden (vgl. BGH, Urteil vom 10. Februar 2011 - I ZR 136/09, BGHZ 188, 326 Rn. 80 - Flughafen Frankfurt-Hahn).

70 b) Die mit den Anträgen 2 und 3 angegriffenen Verhaltensweisen beziehen sich auf das Jahr 2015, in dem die Klägerin nach Abmahnung Klage erhoben hat. Es kommt insoweit nicht allein auf den Vertragsschluss im Jahr 2009 an, in dem nach dem Vortrag der Beklagten und nach den Feststellungen des Bundeskartellamts im Beschluss vom 20. Dezember 2013 (B9 - 66/10, S. 71 f.) erst die Schwelle eines Marktanteils von 30 % überschritten wurde. Denn die angegriffenen Verhaltensweisen sowie Allgemeinen Geschäftsbedingungen hatten zumindest bis zur Änderung der AGB 2015 alt durch die Beklagte im Juli 2015 Bestand.

71 c) Das Berufungsgericht, das auf Ermittlungsergebnisse und Feststellungen des Bundeskartellamts (Beschluss vom 22. Dezember 2015 - B9-121/13) und des Oberlandesgerichts Düsseldorf (Beschlüsse vom 9. Januar 2015 - VI-Kart 1/14, NZKart 2015, 148; vom 4. Mai 2016 - VI-Kart 1/16, WuW 2016, 378 - Enge Bestpreisklausel I) zurückgegriffen und auf dieser Grundlage einen Marktanteil der Beklagten von mindestens 40 % auf dem sachlich relevanten Angebotsmarkt für die Vermittlungsdienstleistungen der Hotelportale festgestellt hat, wird für seine Überzeugungsbildung gemäß § 286 ZPO erneut auf diese Feststellungen sowie auf Untersuchungen und Präzedenzfälle anderer Wettbewerbsbehörden abstellen dürfen, sofern sie von der Beklagten nicht durchgreifend in Zweifel gezogen werden (vgl. EuGH, vom 19. September 2024 - C-264/23, NZKart 2024, 563 Rn. 89 - Booking.com und Booking.com (Deutschland); BGH, Urteile vom 23. September 2020 - KZR 35/19, BGHZ 227, 84 Rn. 61 - LKW-Kartell I; vom 29. November 2022 - KZR 42/20, BGHZ 235, 168 Rn. 42 - Schlecker; Wolf in MünchKommWettbR, aaO, § 18 GWB Rn. 88; vgl. auch BGH, Beschluss vom 25. September 2018 - VI ZR 443/16, NJW-RR 2018, 1534 Rn. 13). Im Hinblick auf die zwischenzeitlich ergangene Entscheidung des Gerichtshofs der Europäischen Union vom 19. September 2024 (aaO) wird es allerdings prüfen müssen, inwieweit die in Bezug genommenen Feststellungen des Oberlandesgerichts Düsseldorf und des Bundeskartellamts mit den in der Entscheidung aufgestellten Grundsätzen im Einklang stehen. Es wird sich auch mit den von der Revisionsbeklagten mit Schriftsatz vom 17. Oktober 2025 erhobenen Gegenrügen auseinanderzusetzen haben.

72 aa) Für die Frage, ob die verschiedenen Marktseiten der Buchungsplattform booking.com getrennt oder einheitlich zu berücksichtigen sind, wird aus Sicht jeder Nutzergruppe (Hotels und Gäste) anhand der vom Gerichtshof genannten Kriterien zu prüfen sein, ob die Leistungen eines Online-Vermittlungsdienstes mit anderen Vertriebskanälen substituierbar sind (EuGH aaO Rn. 85-90;

vgl. auch Bekanntmachung der Europäischen Kommission über die Abgrenzung des relevanten Marktes im Sinne des Wettbewerbsrechts der Union, ABI. 2024, C 1645 Rn. 95; BGH, Beschluss vom 23. April 2024 - KVB 56/22, BGHZ 240, 227 Rn. 120, 121 - Amazon). Das Berufungsgericht wird dabei die Feststellungen der Kommission in dem Beschluss C (2023) 6376 final vom 25. September 2023 zur Unvereinbarkeit eines Zusammenschlussvorhabens mit dem Binnenmarkt und dem EWR-Abkommen (Rechtssache M.10615 - Booking Holdings/Etravelli Group), und den Umstand berücksichtigen dürfen, dass die Beklagte die darin vorgenommene Marktdefinition wohl nicht angegriffen hat (vgl. Schlussanträge des Generalanwalts vom 6. Juni 2024 - C-264/23, ECLI:EU:C:2024:764 Rn. 72). Danach ist es nicht angemessen, bei Online-Reiseplattformen separate Märkte für die Verbraucher- beziehungsweise Endnutzerseite einerseits und die Reisedienstleisterseite andererseits zu definieren (KOM, aaO Rn. 118, 121). Die Wettbewerbsdynamik auf den Plattformmärkten ist maßgeblich vom Erfolg einer Plattform auf beiden Marktseiten bestimmt, die daher gemeinsam betrachtet werden müssen (KOM, aaO Rn. 120). Die Kommission legt ungeachtet dessen einen separaten Markt für Online-Reiseportale zugrunde, der andersartige Vertriebsformen nicht umfasst (KOM, aaO Rn. 129, 143, 165) und stellt bei der Frage der Marktbeherrschung maßgeblich auf die Marktanteile auf dem Markt der Portal-dienstleistungen für Hotels ab (KOM, aaO Rn. 278). In räumlicher Hinsicht beziehen sich die Feststellungen für die Zwecke des Zusammenschlussverfahrens auf das gesamte Gebiet des Europäischen Wirtschaftsraums (KOM, aaO Rn. 173).

73

bb) Auch bei der Ermittlung des Marktanteils der Beklagten wird das Berufungsgericht auf Untersuchungen der Wettbewerbsbehörden zurückgreifen können. Für eine - auch nach 2015 - fortbestehende marktbeherrschende Stellung der Beklagten dürften auch insoweit die Feststellungen der Kommission in der genannten Entscheidung vom 25. September 2023 sprechen (Booking Hol-

dings/Etraveli Group). Danach hat die Beklagte auf dem Markt der Hotel-Onlineplattformen Marktanteile von über 50 bis 60 %. Sie sind über die Jahre kontinuierlich gestiegen und werden voraussichtlich weiterwachsen (KOM, aaO Rn. 277). Ferner wird das Berufungsgericht die Untersuchung des Bundeskartellamts zu den Auswirkungen enger Preisparitätsklauseln im Online-Vertrieb aus dem Jahr 2020 berücksichtigen können. Das Bundeskartellamt geht dort zwar - anders als die Kommission - von einem getrennten Angebotsmarkt für die Vermittlungsleistungen der Hotelportale aus, stellt aber ebenfalls eine marktbeherrschende Stellung der Beklagten im untersuchten Zeitraum fest. Das kann auch Bedeutung für die Frage haben, ob die Klägerin nach § 20 Abs. 1 GWB von der Beklagten abhängig ist.

74

d) Es wird zu prüfen sein, ob die Normadressatenstellung der Beklagten auch noch zum Zeitpunkt der letzten mündlichen Verhandlung vor dem Berufungsgericht besteht. Davon kann - wie das Berufungsgericht in der angegriffenen Entscheidung zu Recht angenommen hat - grundsätzlich ausgegangen werden, solange sich aus dem Vortrag der Parteien keine hinreichend konkreten Anhaltspunkte für eine entscheidungserhebliche Veränderung gegenüber dem Zeitpunkt der angegriffenen Verletzungshandlung ergeben und solche Veränderungen auch sonst nicht ersichtlich sind (vgl. BGHZ 226, 67 Rn. 19 - Facebook I; BGHZ 240, 227 Rn. 152 - Amazon). Die Klägerin kann sich daher darauf beschränken, an die Erkenntnisse früherer Entscheidungen anzuknüpfen, soweit keine Anhaltspunkte für eine relevante Veränderung der Marktbedingungen bestehen (Wolf in MünchKommWettbR, aaO, § 18 GWB Rn. 69). Es ist Sache der Beklagten, solche Veränderungen schlüssig vorzutragen. Sie muss konkret darlegen, dass sich die Marktverhältnisse bis zum Schluss der mündlichen Verhandlung gegenüber der Lage im Verletzungszeitraum bis 2015 für sie nachteilig gewandelt haben und der Marktanteil ihrer Plattform nunmehr 40 % unterschreiten könnte.

75

2. Soweit Ansprüche auf Unterlassung des Vorenthaltens von Kontaktdaten und des Verbots einer unmittelbaren Kontaktaufnahme mit den Gästen in Rede stehen (Antrag 2), werden bei der nach § 19 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 1 GWB erforderlichen umfassenden Abwägung der Interessen der Beteiligten unter Berücksichtigung der auf die Freiheit des Wettbewerbs gerichteten Zielsetzung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen unter anderem die vertragstypischen Rechte und Pflichten der Parteien sowie ihre Interessenlage im Hinblick auf mögliche Folgebuchungen zu berücksichtigen sein (siehe Rn. 53). Das Berufungsgericht wird dafür zunächst zu klären haben, ob deutsches oder niederländisches Recht auf den Vertrag Anwendung findet (vgl. BGH, WuW 2021, 526 Rn. 22 - Wikingerhof/Booking.com I). Bei der Interessenabwägung wird es in den Blick nehmen müssen, dass sich das Vorenthalten von Kontaktdaten und das Kontaktverbot typischerweise dahin auswirken wird, dass Folgebuchungen des Gastes außerhalb von booking.com zu Lasten der Hotels verhindert und erschwert werden. Das Interesse der Beklagten an einer solchen Erschwerung von Folgebuchungen bei den Hotels könnte mit dem Aufwand korrespondieren, den sie mit dem Betrieb der auf ihrer Plattform angebotenen besonderen Kontaktfunktion mittels alias-Adressen dafür in Kauf nimmt. In die Interessenabwägung wird in diesem Zusammenhang auch die Datensicherheit und Datensparsamkeit einzustellen sein, die durch das Vorenthalten der Kontaktdaten zugunsten der Gäste bewirkt wird. Da der Beherbergungsvertrag zwischen Unterkunft und Gast zustande kommt und die Beklagte diesen nur vermittelt (Ziffer 2.5.2 AGB 2015 alt), dürften allerdings keine grundsätzlichen datenschutzrechtlichen Bedenken gegen die Herausgabe der Kundendaten an die Unterkunft bestehen (vgl. Art. 6 Abs. 1 Buchst. b DSGVO; vgl. auch zum früheren Rechtszustand BGH, Urteile vom 8. Februar 2007 - III ZR 148/06, WM 2007, 1423 Rn. 11; vom 3. November 2011 - III ZR 105/11, WM 2012, 944 Rn. 12).

- 76 3. Soweit die Klägerin Unterlassung verlangt, die Platzierung des Hotels bei Suchanfragen auf der Plattform der Beklagten davon abhängig zu machen, dass die im Hotelvertrag geschuldete Provision auf bis zu 50 % erhöht wird (Antrag 3), wird das Berufungsgericht die nötigen Feststellungen zum Vorliegen eines möglichen Preishöhenmissbrauchs nach § 19 Abs. 2 Nr. 2 GWB zu treffen haben (siehe oben Rn. 65f.).
- 77 a) Es wird dabei zu berücksichtigen haben, dass für den Nachweis eines Ausbeutungsmisbrauchs bereits einzelne Preisbildungsfaktoren Bedeutung gewinnen können (BGH, WuW 2019, 583 Rn. 20 - Fernwärmerabatt) und die Beklagte gegebenenfalls eine sekundäre Darlegungslast treffen kann (BGH, WuW 2019, 583 Rn. 21, 22 - Fernwärmerabatt).
- 78 b) Für die erforderliche umfassende Abwägung der Interessen der Beteiligten unter Berücksichtigung der auf die Freiheit des Wettbewerbs gerichteten Zielsetzung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen, die immer nur einzelfallbezogen vorgenommen werden kann (BGH, WRP 2017, 707 Rn. 30 - Kabelkanalanlagen I; WM 2022, 1566 Rn. 15 - Kabelkanalanlagen II), werden zunächst die Bedingungen für die Inanspruchnahme des Ranking-Boosters und wird insbesondere aufzuklären sein, für welche Zeiträume er zum Zeitpunkt der Verletzungshandlung von den Hotels aktiviert werden konnte. Nach dem Vortrag der Beklagten war die Funktion auf einen kurzfristigen Einsatz beschränkt und durfte maximal an 30 aufeinanderfolgenden Tagen eingesetzt werden, um in begrenzten Zeiträumen die Auslastung zu erhöhen. Bei der sodann auf dieser Grundlage erfolgenden Interessenabwägung dürfte in den Blick zu nehmen sein, ob und gegebenenfalls in welchem Ausmaß durch die Möglichkeit des Ranking-Boosters ein wirtschaftlicher Druck oder gar Zwang erzeugt wird, sich an dem Wettbewerb der Unterkünfte um die besten Angebotsplätze durch die Zahlung einer möglichst hohen Provision zu beteiligen. Sofern sich erweisen sollte, dass eine verhältnismäßig geringe Zahl von Hotels von der Möglichkeit Gebrauch

macht, könnte dies gegen einen solchen Zwang sprechen. Gleiches gilt für den Umstand, dass die Nachfrage nach Hotelzimmern stark differenziert ist und sich nach den individuellen Bedürfnissen im Hinblick auf Preis, Lage, Ausstattung und Bewertung der Hotels unterscheidet. Auch bei dieser Beurteilung dürfte das Berufungsgericht auf die oben genannte (Rn. 73) Untersuchung des Bundeskartellamts zu den Auswirkungen enger Preisparitätsklauseln im Online-Vertrieb zurückgreifen können, wonach nur ein verhältnismäßig geringer Teil der Hotels von der Möglichkeit höherer Provisionszahlungen Gebrauch macht und stattdessen ganz unterschiedliche Maßnahmen zur Verbesserung des Rankings ergriffen werden.

Roloff

Tolkmitt

Holzinger

Kochendörfer

Pastohr

Vorinstanzen:

LG Kiel, Entscheidung vom 27.01.2017 - 14 HKO 108/15 Kart -

OLG Schleswig, Entscheidung vom 13.06.2022 - 16 U 10/17 Kart -

Verkündet am:

24. Februar 2026

Anderer, Justizangestellte

als Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle