

---

# Tourismus/Reisen

---

Hans-Frieder Schönheit, Büro Bad Homburg

In den verschiedenen Segmenten des Tourismussektors entstehen unterschiedliche wettbewerbsrechtliche Fallgestaltungen, auf die im Folgenden eingegangen werden soll. Die Schwerpunkte der rechtlichen Probleme lagen in 2019 bei der Werbung von Luftfahrtgesellschaften, Werbemaßnahmen von Reiseveranstaltern sowie der Werbung in der Hotellerie.

---

## Luftfahrtgesellschaften

---

Das klauselrechtliche Gerichtsverfahren der Wettbewerbszentrale gegen die Fluggesellschaft EasyJet wurde im Berichtszeitraum in der Berufungsinstanz beim OLG Frankfurt am Main verhandelt. Streitgegenstand war folgende Klausel in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Fluggesellschaft: „Steuern und Gebühren, die von einem Flughafenbetreiber direkt von EasyJet erhoben werden, sind nicht erstattungsfähig, selbst wenn sie auf der Anzahl von beförderten Fluggästen basieren.“. Anders als noch die erste Instanz untersagte das OLG Frankfurt am Main diese Klausel nicht und hob die erstinstanzliche Entscheidung auf (Urteil vom 13.12.2018, Az. 16 U 15/18; F 2 0734/16). Das OLG begründete seine Entscheidung damit, dass EasyJet in zulässiger Weise die Anwendbarkeit englischen Rechts gewählt habe und dass nach dem dortigen Recht eine solche Regelung statthaft sei. Gegen diese Entscheidung hat die Wettbewerbszentrale Nichtzulassungsbeschwerde beim Bundesgerichtshof eingelegt.

Zwei weitere Fälle aus dem Bereich der Luftfahrtgesellschaften betrafen die Fluggesellschaft Ryanair DAC. In einem Fall hatte Ryanair in Beförderungsbedingungen die nachträgliche Beschränkung von Gepäckbestimmungen zu Lasten des Reisenden bei schon geschlossenen Verträgen vorgesehen. Hierzu wurde eine Unterlassungserklärung abgegeben (F 2 0494/18). Eine weitere Beanstandung betraf die Darstellung von Reisebausteinen (Flug und Unterkunft) zu einem Gesamtpreis auf der Internetseite von Ryanair. Bei einer solchen Darstellung greifen Informationspflichten nach dem neuen Pauschalreiserecht, die jedoch im konkreten Fall fehlten. Auch hier konnte die Anrufung der Gerichte durch Abgabe einer Unterlassungserklärung vermieden werden.

Weitere Beschwerden gegen Fluggesellschaften betrafen unter anderem unzureichende Angaben zur Anbieterkennzeichnung. So hatte die Fluggesellschaft Icelandair im deutschsprachigen Internetauftritt zur Identifizierung lediglich das Schlagwort „Icelandair“ angegeben, ohne jedoch die handelsregisterlich eingetragene Firma inklusive der Rechtsform zu nennen. Auf Beanstandung der Wettbewerbszentrale hin verpflichtete sich die Fluggesellschaft zur Unterlassung (F 2 0399/18).

---

# Reiseveranstalter

---

## Preisinformation in Reisekatalogen

In dem von der Wettbewerbszentrale geführten Klageverfahren gegen die TUI Deutschland GmbH hat das OLG Celle die Berufung des Reiseveranstalters gegen ein Urteil des LG Hannover zurückgewiesen (Beschluss vom 17.04.2019, Az. 13 U 108/18, nicht rechtskräftig; F 2 0714/17). Das Landgericht Hannover hatte auf Antrag der Wettbewerbszentrale dem Reiseveranstalter die Werbung in einem Reisekatalog für Pauschalreisen unter Darstellung eines Leistungspakets sowie der Angabe eines „TUI-Preisindikators“ untersagt, wenn der Kunde nicht gleichzeitig in exakt bezifferter Form über den von ihm zu zahlenden Reisepreis informiert wird. In seiner Begründung führt das OLG Celle aus, dass mit der Angabe lediglich eines „Preisindikators“ dem Nutzer des Reisekatalogs wesentliche Informationen vorzuenthalten werden. Die Angabe lediglich des „Preisindikators“ sei nicht ausreichend, um dem Verbraucher eine informierte geschäftliche Entscheidung über die Einholung eines konkreten Angebots zu einer Pauschalreise zu ermöglichen. Aus diesem Grund wies das OLG Celle die Berufung des Reiseveranstalters gegen die erstinstanzliche Verurteilung als offensichtlich unbegründet zurück. Gegen diese Entscheidung hat die TUI Deutschland GmbH Nichtzulassungsbeschwerde eingelegt.

## „Gewinnreisen“

Die Bewerbung sogenannter „Gewinnreisen“ erfreut sich weiterhin großer Beliebtheit. Gemeinsam ist diesen Fällen, dass dem Verbraucher ein „Gewinn“ versprochen wird, der allerdings zur Inanspruchnahme dieses „Gewinns“ bestimmte Kostenbestandteile zu tragen hat. Auf Antrag der Wettbewerbszentrale hat das LG Bremen gegen den Reiseanbieter Kompass Holidays GmbH, Bremen, ein Ordnungsgeld in Höhe von 10.000 Euro verhängt (Beschluss vom 19.03.2019, Az. 12 U 203/16; F 2 0392/16). Dem Unternehmen war zuvor rechtskräftig untersagt worden, im geschäftlichen Verkehr selbst oder durch Dritte in Werbeschreiben oder sonstigen Äußerungen mitzuteilen, der jewei-

lige Adressat der Mitteilung haben eine Reise gewonnen, wenn der Gewinner der Reise gleichwohl Kosten, insbesondere für einen Kerosinzuschlag, Flughafenzuschlag und/oder Saisonzuschlag tragen muss (Urteil vom 22.02.2017, Az. 12 U 203/16). Im Oktober und November 2018 versandte das Unternehmen gleichwohl Schreiben an Verbraucher, in denen mitgeteilt wurde, dass die Empfänger nach der behaupteten Teilnahme an einer „Rätsel-Aktion“ beziehungsweise an einer „Gutschein-Aktion“ zu den wenigen sich glücklich zu schätzenden Personen gehörten, die die Reise nach Zypern antreten dürften, wobei in einem durch Umrandung hervorgehobenen Bereich der Vorzugspreis der Empfänger mit „0,00 Euro“ angegeben wurde. In einem kleingedruckten Text fand sich der Hinweis, dass „eventuell ein Flughafen- und/oder ein Saison-Zuschlag“ anfallen könne. Auch wenn in diesem Schreiben auf die Formulierung „Preis“ beziehungsweise „Gewinn“ verzichtet wurde, sah das Gericht gleichwohl eine kerngleiche Verletzung der gerichtlichen Untersagung. Ausschlaggebend ist, dass auch hier eine vorgeblich kostenfreie Reise versprochen wurde, obgleich Zusatzkosten vom Verbraucher zu zahlen waren. Zur Höhe des verhängten Ordnungsgeldes führte das Gericht unter anderem aus, dass die Unterlassungsschuldnerin nur durch ein empfindliches Übel zur künftigen Einhaltung der gerichtlichen Untersagung angehalten werden könne.

## Reise-Titel

Im Berichtszeitraum erhielt die Wettbewerbszentrale mehrere Beschwerden zu Reiseveranstaltern, die im Reise-Titel mehr versprochen als tatsächlich gehalten wurde. So bot ein Reiseveranstalter eine Reise mit dem Titel „Grüne Woche Berlin“ an. Der Eintritt zu dieser Messe war aber nicht in den Reisepreis inkludiert. Vielmehr musste die Eintrittskarte separat gekauft und bezahlt werden. Dann jedoch umfasst der ursprünglich kommunizierte Reisepreis gerade nicht den Besuch der Messe. Insoweit hat die Wettbewerbszentrale diesen Reise-Titel als irreführend beanstandet. Die Angelegenheit konnte außergerichtlich beigelegt werden (F 2 0657/18). Ein anderer Reiseveranstalter warb für eine Reise mit der Aussage „Mit dem Luxussschiff nach Sardinien“. Tatsächlich handelte es sich jedoch um eine Busreise, bei der eine Fährüberfahrt nach Sardinien Bestandteil der Reise war. Gegen diesen irreführenden Reise-Titel konnte die Wettbewerbszentrale

eine gerichtliche Untersagung herbeiführen (LG Leipzig, Versäumnisurteil vom 02.05.2019, Az. 05 O 715/19; F 2 0050/19).

### Reise-AGB

Seit dem 01.07.2018 gilt ein neues Pauschalreise-recht, das gegenüber der früheren Rechtslage zahl-reiche Veränderungen vorsieht. Dementsprechend waren Reiseveranstalter gehalten, die verwendeten Reisebedingungen der neuen Rechtslage anzupassen. Dies geschah jedoch in zahlreichen Fällen nicht. So sahen Reisebedingungen zahlreicher Reiseveranstalter weiterhin eine Ausschlussfrist für die Anmeldung von Ansprüchen des Reisenden bei Reisemängeln vor. Nach altem Reiserecht war eine solche einmonatige Ausschlussfrist möglich, nicht jedoch nach dem neuen Pauschalreiserecht ab dem 01.07.2018. Gleiches gilt für die Verkürzung der Verjährungsfrist. Die aktuell gül-tige Verjährungsfrist beträgt zwei Jahre. Die früher vor-gesehene Verkürzungsmöglichkeit auf ein Jahr existiert nicht mehr. Entsprechende Regelungen in Reisebedin-gungen von Reiseveranstaltern wurden daher von der Wettbewerbszentrale beanstandet. Hierzu wurden regelmäßig Unterlassungserklärungen abgegeben (F 2 0138/19; F 2 0084/19; F 2 0079/19 u. a.).

---

## Reisevermittler

---

Im Berichtszeitraum ging der Wettbewerbszentrale eine ganze Reihe von Beschwerden zu Werbemaßnahmen von Reisevermittlern zu. Diese hatten regelmä-ßig in Printmedien für Pauschalreisen unter Preisanga-be geworben, ohne jedoch die hieraus resultierenden wettbewerbsrechtlichen Informationspflichten zu erfül-len. Bei einer solchen Angebotswerbung muss der An-bieter über seine eigene Identität sowie über seine ei-gene Anschrift informieren (§ 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG). Gleichzeitig muss über die Identität und Anschrift des Unternehmens, für das gehandelt wird, informiert wer-den (§ 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG). Dies bedeutet konkret, dass der jeweilige Reiseveranstalter mit der handels-registerlich eingetragenen Firma sowie dem Rechts-formzusatz zu nennen ist. Außerdem muss die Adresse des Veranstalters angegeben werden. Dies geschah

jedoch in den von der Wettbewerbszentrale beanstandeten Fällen gerade nicht. Die Auseinandersetzun-gen konnten regelmäßig durch Abgabe von Unterlas-sungserklärungen außergerichtlich beigelegt werden (F 2 0349/19; F 2 0162/19; F 2 0072/19).

In einem von der Wettbewerbszentrale geführten Kla-geverfahren hat das OLG Frankfurt am Main einem Reiseanbieter den Hinweis auf „10 Jahre Erfahrung“ untersagt (Urteil vom 31.01.2019, Az. 6 U 131/17). In der Begründung führt das Gericht aus, dass hierdurch der Eindruck erweckt werde, man betätige sich seit 10 Jahren als Reiseveranstalter. Der Anbieter konnte jedoch allenfalls auf eine 7-jährige Erfahrung mit der „Organisation und Durchführung von Reisen“ verwei-sen. Eine Tätigkeit als Reisevermittler rechtfertige die in Anspruch genommene Unternehmenstradition je-doch gerade nicht.

---

## Hotellerie

---

Die überwiegende Zahl der Beanstandungen aus dem Bereich der Hotellerie betrafen im Berichtszeitraum er-neut die unzulässige Werbung mit Hinweisen auf eine Sterne-Klassifizierung, der keine gültige Klassifizierung durch eine neutrale Stelle an Hand objektiver Kriterien, insbesondere nach Maßgabe der Deutschen Hotel-klassifizierung, zugrunde lag. Der Dehoga überprüft weiterhin turnusmäßig Internetseiten von Hotelbetrie-ben im Hinblick auf eine Werbung mit Sternekenn-zeichnungen und sonstigen Hinweisen auf eine Sterne-Klassifizierung. Stellt der Dehoga fest, dass der Ster-ne-Werbung keine Klassifizierung zugrunde liegt, wer-den die Hotels hierüber informiert und aufgefordert, die Sterne-Werbung entweder einzustellen oder sich klassifizieren zu lassen. Werben die Hotels jedoch trotz dieser Verwarnung weiterhin mit falschen Ster-nen, wird die Wettbewerbszentrale eingeschaltet. Die Zahl der Beschwerden war im Jahr 2019 allerdings ge-genüber dem Vorjahreszeitraum rückläufig. Dies zeigt, dass die vom Dehoga in Zusammenarbeit mit der Wettbewerbszentrale eingeleiteten Maßnahmen grei-fen. Bis zum 31.10.2019 wurden der Wettbewerbs-zentrale insgesamt 106 Fälle mit sogenannten „Sterne-Mogeleyen“ gemeldet. Stabilisiert hat sich die Recht-

sprechung, wonach das Publikum auch bei einer Werbung mit Sternesymbolen im Rahmen eines Hotel-Logos erwartet, dass dem eine aktuell gültige Klassifizierung zugrunde liegt (OLG Karlsruhe, Beschluss vom 17.12.2018, Az. 4 U 174/18; F 2 0912/17). Aber auch sonstige Hinweise, die den Eindruck einer aktuell gültigen Klassifizierung erwecken, werden von den Gerichten untersagt. Dies galt z.B. für die Werbung eines Hotelbetriebes mit der Aussage „Zimmer auf 4-Sterne-Niveau“ (LG Essen, Urteil vom 04.04.2019, Az. 43 O 151/18 = WRP 2019, Seite 925; F 2 0473/18).

### Ordnungsgeldverfahren

Die Wettbewerbszentrale überprüft regelmäßig, ob rechtskräftig verurteilte Hotel-Betriebe die unzulässige Sterne-Werbung auch tatsächlich umstellen. Erfolgt dies nicht, leitet die Wettbewerbszentrale Ordnungsmittelverfahren ein. In diesen Verfahren wurden dann regelmäßig empfindliche Ordnungsgelder verhängt. Wegen Verletzung rechtskräftiger Untersagungen verhängten unterschiedliche Gerichte jeweils Ordnungsgelder in Höhe von 5.000 Euro (LG Bonn, Beschluss vom 20.02.2019, Az. 12 O 97/17; F 2 0676/17; LG Darmstadt, Beschluss vom 12.12.2018, Az. 15 O 12/17; F 2 1073/16; LG Münster, Beschluss vom 19.10.2018, Az. 022 O 19/17; F 2 1061/16).

seine Mitglieder bereithält. Die Recherchepflicht gilt insbesondere im Hinblick auf das Portal [www.google.de](http://www.google.de) mit den dortigen sogenannten „Google My Business-Anzeigen“, aber auch für andere in der Touristik gängigen Portale. Hier muss der Betrieb recherchieren und gegebenenfalls die Portalbetreiber auffordern, unzulässige Sternehinweise aus dem Eintrag zu entfernen (Kammergericht, Urteil vom 19.10.2018, Az. 5 U 175/17; F 2 0722/16; LG Waldshut-Tiengen, Urteil vom 08.03.2019, Az. 3 O 13/18 KfH; F 2 0647/14; LG Traunstein, Urteil vom 24.05.2019, Az. 1 HKO 2502/18; F 2 0186/13).

Quelle: Auszug aus dem Jahresbericht der Wettbewerbszentrale 2019, im Volltext abzurufen unter [www.wettbewerbszentrale.de](http://www.wettbewerbszentrale.de)

---

## Pflichten des Unterlassungsschuldners

---

In Zusammenhang mit der Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung sind Hotelbetreiber verpflichtet, die eigene Internetseite umzustellen und etwaige Sternesymbole und Sternehinweise zu entfernen. Durch die unzulässige Sternewerbung auf der eigenen Internetseite hat der Betrieb allerdings auch eine Ursache dafür gesetzt, dass Dritt-Portale dies übernehmen und veröffentlichen. Der Unterlassungsschuldner ist daher verpflichtet, auf gängigen Portalen zu recherchieren, ob der eigene Betrieb in unzulässiger Weise mit Sternehinweisen dargestellt wird. Stellt der Hotelbetrieb dies fest, muss er die Portale auffordern, die Werbung zu ändern. Dabei kann der Betrieb auf Musterschreiben zurückgreifen, die der Dehoga für