Bundesgericht
Tribunal fédéral
Tribunale federale
Tribunal federal

4A 235/2020

Urteil vom 1. Dezember 2020

I. zivilrechtliche Abteilung

Besetzung
Bundesrichterin Kiss, Präsidentin,
Bundesrichterin Niquille,
Bundesrichter Rüedi,
Gerichtsschreiber Leemann.

Verfahrensbeteiligte
Schweizerische Eidgenossenschaft,
vertreten durch das Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO), Ressort Recht,
Beschwerdeführerin,

gegen

A._____ AG,
vertreten durch Rechtsanwälte Dr. Christian Oetiker und Dr. Rolf Auf der Maur,
Beschwerdegegnerin.

Gegenstand
unlauterer Wettbewerb,

Beschwerde gegen den Beschluss und das Urteil des Handelsgerichts des Kantons Zürich vom 11. März 2020 (HG170194-O).

Sachverhalt:

A.

A.a. Die A._____ AG (Beklagte, Beschwerdegegnerin) ist eine Gesellschaft schweizerischen Rechts mit Sitz in U._____, welche die Erbringung von Dienstleistungen im Bereich des Vertriebs von Tickets und damit verwandter Bereiche bezweckt. Sie betreibt Online-Plattformen, auf denen sie gegen eine Gebühr die Abwicklung von Kaufgeschäften von Tickets zwischen Dritten ermöglicht.

A.b. Die Beklagte ist Inhaberin verschiedenster Domainnamen mit dem Bestandteil "A._____" sowie zahlreicher länderspezifischer Unterseiten der Domain "www.A._____.com". Auf diesen Internetseiten wird die Beklagte mit den folgenden Ausnahmen im Impressum genannt: Bei "www.A._____.fr" und "www.A._____.com/bg" sowie seit dem 1. Oktober 2017 bei "A._____.com", "A._____.be" und "A._____.es" wird nicht die Beklagte, sondern ihre Schwestergesellschaft A._____ B._____ Inc. im Impressum aufgeführt.
Die Beklagte bietet über die von ihr betriebenen Webseiten eine Online-Ticketbörse bzw. Online-Plattformen an, auf denen Kunden im Rahmen eines Zweit- bzw. Sekundärticketmarkts Eintrittskarten für Veranstaltungen (Live-Sport- und Musikveranstaltungen sowie Veranstaltungen im Unterhaltungsbereich) voneinander kaufen und einander verkaufen können. Sie selber tritt nicht als Verkäuferin auf. Sie betreibt ein Netzwerk von 65 Plattformen, über die auf sämtliche Tickets in ihrem Pool zugegriffen werden kann. Die Nutzer der Plattformen sind auf verschiedene Länder und 37 Sprachregionen verteilt. Für die Ermöglichung der sicheren Abwicklung des jeweiligen Kaufgeschäfts zwischen Käufer und Verkäufer erhebt die Beklagte eine Gebühr. Umgekehrt gibt sie ihren Kunden in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) eine Garantieerklärung ab (sog. "A._____-Garantie"). Darin wird festgehalten, dass Käufer im Falle einer Leistungsstörung - ungültige Tickets, Nichtlieferung der Tickets oder Nichteinlassen am Veranstaltungsort - auf Meldung hin nach Ermessen der Beklagten entweder vergleichbare Ersatztickets oder den bezahlten Kaufpreis zurückerstattet erhalten. Die Preise für die Tickets werden von den Verkäufern der Tickets festgelegt.

Die von
der Beklagten jeweils erhobene Gebühr berechnet sich anhand dieses Preises.
Ticketkäufe auf der Plattform "www.A._____.ch" der Beklagten laufen grundsätzlich wie folgt ab: Käufer können direkt oder via eine Suchmaschine auf die Start- oder eine Eventseite der Beklagten gelangen. Auf der Startseite kann der Künstler gesucht werden. Danach oder - im Falle eines direkten Einstiegs auf die Eventseite - als Erstes kann die Veranstaltung ausgewählt werden. Auf dieser Seite erscheinen Hinweise wie "Verkauft sich schnell". Es folgt eine Wartezeit, in der die Verfügbarkeit von Tickets für den ausgewählten Event geprüft wird. Währenddessen werden Hinweise eingeblendet wie "11 andere Leute sehen sich gerade diese Veranstaltung an". Danach ist die gewünschte Ticketzahl anzugeben, wobei gleichzeitig Pop-up Fenster mit beispielsweise "268 andere Personen schauen sich gerade Tickets für Helene Fischer an" erscheinen. Nachfolgend können aus verschiedenen Kategorien mit dem Klicken auf "Kaufen" Tickets ausgewählt werden. Gleichzeitig werden wieder Hinweise gemacht. Nach Tätigen der Auswahl und einer Wartezeit, während der ein Hinweis erscheint wie "Tickets für Helene Fischer erfreuen sich grosser Nachfrage. Sie befinden sich in der Warteschlange für diese Tickets. Sie haben als Nächster die Chance, dieses Ticket zu
kaufen.", beginnt ein Countdown. Nach einer Bestätigung mittels Klick auf die Schaltfläche "OK" und der Bestätigung der Anzahl der gewünschten Tickets mit einem Klick auf "Weiter" - auch an dieser Stelle werden Meldungen wie "Verkauft sich schnell" eingeblendet - sind vom Käufer in vier Schritten in der Mitte des Bildschirms Angaben zu machen. Im ersten Schritt sind Kontaktangaben einzutragen. In einem zweiten Schritt (Versand) sind Lieferadresse und -art anzugeben. Im dritten Schritt (Bezahlung) müssen Zahlungsangaben gemacht und die Zahlungsart angegeben werden. Schliesslich kann in einem letzten und vierten Schritt (Überprüfen) nach Einblendung der Kaufübersicht mit allen Angaben der Kauf mit einem Klick auf den Button (Schaltfläche) "Bestellung beenden... und Ticket sichern!" abgeschlossen werden. Der Käufer erhält danach eine Bestätigung per E-Mail. Zum Abbruch des Kaufvorgangs hat es auf der Webseite jeweils einen gut sichtbar im oberen Teil des Bildschirms angebrachten Button "Meine Tickets freigeben".

A.c. Die Schweizerische Eidgenossenschaft (Klägerin, Beschwerdeführerin) wirft der Beklagten vor, sie verletzte über ihre Online-Ticketbörse diverse Bestimmungen des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG; SR 241) und die Verordnung über die Bekanntgabe von Preisen (Preisbekanntgabeverordnung, PBV; SR 942.211). Die Beklagte täusche die Käufer beim Online-Ticketverkauf über sich und das Angebot sowie über den Preis (Art. 3 Abs. 1 lit. b UWG und PBV). Sodann verstosse sie gegen die Transparenzvorschriften gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. s Ziff. 1, 2 und 3 UWG. Schliesslich stellten ihre Verkaufsmethoden einen Verstoss gegen Art. 3 Abs. 1 lit. b und h UWG dar.
Die Klägerin stützte sich zum Nachweis der angeblich unlauteren Geschäftspraktiken vornehmlich auf die Beklagte betreffende Kundenbeschwerden; diese habe sie - wobei dies erfahrungsgemäss nur die Spitze des Eisbergs darstelle - in grosser Anzahl aus dem In- und Ausland von Betroffenen direkt oder über die Datenbank "econsumer.gov" erhalten. Im Wesentlichen wiesen die Betroffenen in ihren Beanstandungen auf die gleichen unlauteren Geschäftspraktiken hin. Die Beklagte bestritt ein unlauteres Verhalten.

B.

B.a. Am 21. September 2017 reichte die Schweizerische Eidgenossenschaft beim Handelsgericht des Kantons Zürich gestützt auf Art. 10 Abs. 3 UWG Klage gegen die A._____ AG ein und stellte die folgenden (im Laufe des Verfahrens geänderten) Klagebegehren:

"1. Der Beklagten sei gerichtlich zu verbieten, weltweit eine Online-Plattform für den Kauf/Verkauf von Tickets zu betreiben, ohne in der vom Benutzer an gewählten Sprache auf der Startseite bzw. Homepage sowie auf den Event- und Ticketseiten im Kopfbereich bzw. Header in mindestens gleich grosser Schriftgrösse wie der übrige Text, zentral platziert sowie deutlich sichtbar und gut verständlich in Fettschrift darauf hinweisen, dass

- sie eine Plattform be treibt, auf der Tickets weiterverkauft werden,
- die Tickets personalisiert sein bzw. auf den Namen einer anderen Per son lauten können,
- die Tickets nicht immer Zugang zur Veranstaltung gewähren,
- und die Preise der Tickets unter oder über dem ursprünglichen Kauf preis liegen können.

2. Der Beklagten sei gerichtlich zu verbieten, in der vom Benutzer angewähl ten Sprache weltweit die Bezeichnung ' Offizielle A._____ Seite-A._____' so wie die Wörter ' offiziell ', ' keine Warte schlangen ', ' 100% Garantie ', ' alle Tickets sind von unserer Garantie abgedeckt ' und ' niedrige

Preise ' für das Anbieten von Tickets zu verwenden, insbesondere im Zu sammenhang mit Google-Anzeigen.

3. Der Beklagten sei gerichtlich zu verbieten, weltweit eine Online-Plattform für den Kauf/Verkauf von Tickets zu betreiben, ohne dass von Anfang an und während des ganzen Bestellprozesses der tatsächlich zu bezahlende Preis bzw. der Endpreis der Tickets angegeben wird, wobei aus nahmsweise die Versandkosten separat zum tatsächlich zu bezahlenden Preis von Anfang und in gleicher Grösse wie der tatsächlich zu bezahlende Preis angegeben werden können, falls die Tickets ausschliesslich physisch versendet werden.

4. Der Beklagten sei gerichtlich zu verbieten, weltweit eine Online-Plattform für den Kauf/Verkauf von Tickets zu betreiben, ohne vor Abschluss des Be stellprozesses dem Kunden die erfolgte Bestellungsauswahl mit den entsprechenden Preisen der einzelnen Tickets und dem Endpreis im Total in Form einer Übersicht zentral platziert und deutlich sichtbar in mindestens gleicher Schriftgrösse wie der übrige Text zusammenzufassen, so dass genau ersichtlich ist, was gekauft wird.

5. Der Beklagten sei gerichtlich zu verbieten, weltweit eine Online-Plattform für den Kauf/Verkauf von Tickets anzubieten, ohne dem Kunden in der von ihm angewählten Sprache die Möglichkeit zu geben, vor dem definitiven Ab schluss des Bestellungsprozesses durch Anklicken eines Buttons mit der Angabe ' Ok, Bestellung wird ausgelöst ', seine Zustimmung zum Ab schluss eines Vertrags zu geben.

6. Der Beklagten sei gerichtlich zu verbieten, weltweit eine Online-Plattform für den Kauf/Verkauf von Tickets zu betreiben, ohne zumindest auf der Start seite eine Rubrik mit der Bezeichnung ' Impressum ' vorzusehen, wel che den Firmennamen, die Kontaktadresse sowie eine gültige E-Mail-Adresse der Beklagten enthält, wobei die vorzusehende Rubrik auf der Eingangswebseite unmittelbar nah der Angabe ' Über uns ' gemäss Beilagen 4 und 5 aufzuführen ist.

7. Der Beklagten sei gerichtlich zu verbieten, weltweit die Nutzung einer Online-Plattform für den Kauf/Verkauf von Tickets zu betreiben, ohne dass im Zusammenhang mit gewerbsmässig verkauften Tickets der vollständige Name bzw. die Firma sowie die Kontaktadresse und E-Mail-Adresse des betroffenen Anbieters auf der Plattform ersichtlich sind.

8. Der Beklagten sei gerichtlich zu verbieten, weltweit die Käufer in der vom Benutzter angewählten Sprache mit Angaben wie ' Tickets sind sehr nach gefragt', 'es bleiben nur noch wenige Tickets ', ' Tickets sind fast ausver kauft', etc. sowie mit einem Countdown unter (zeitlichen) Druck zu setzen.

9. Der Beklagten sei gerichtlich zu verbieten, weltweit eine Online-Plattform für den Kauf/Verkauf von Tickets anzubieten, auf der Tickets angeboten wer den, die im Handel bzw. auf dem Ticket-Erstmarkt noch nicht erhältlich sind.

10. Bei Widerhandlung gegen die Verbote gemäss Ziffer 1 bis 9 seien die Be klagte nach Art. 343 Abs. 1 lit. c Zivilprozessordnung (ZPO, SR 272) mit einer Ordnungsbusse von CHF 1'000.- für jeden Tag der Nichterfüllung, mindestens aber mit einer Ordnungsbusse von CHF 5'000.- gemäss Art. 343 Abs. 1 lit. b ZPO, und ihre Organe nach Art. 292 StGB zu bestrafen.

11. Die Klägerin sei zu ermächtigen, das Urteil auf Kosten der Beklagten im Schweizerischen Handelsamtsblatt - verbunden mit einer Pressemittei lung - in deutscher, französischer, italienischer und englischer Sprache zu veröffentlichen.

12. Unter Kosten- und Entschädigungsfolgen."

Die Beklagte widersetzte sich der Klage.

B.b. Mit Beschluss vom 11. März 2020 schrieb das Handelsgericht das Verfahren in Bezug auf die Mehrheit der ursprünglichen Rechtsbegehren als zufolge Klagerückzugs erledigt ab (Beschluss Dispositiv-Ziff. 1). Zudem trat es auf die folgenden Rechtsbegehren ganz oder teilweise nicht ein (Beschluss Dispositiv-Ziff. 2) :
a) Rechtsbegehren 1, soweit es 'in der vom Benutzer angewählten Sprache' betrifft,

b) Rechtsbegehren 2, soweit es 'alle Tickets sind von unserer Garantie abge deckt', 'in der vom

Benutzer angewählten Sprache' sowie 'für das Anbieten von Tickets zu verwenden, insbesondere im Zusammenhang mit' betrifft,

c) Rechtsbegehren 5, soweit es 'in der von ihm angewählten Sprache' betrifft,

d) Rechtsbegehren 6, soweit es das Vorsehen einer Rubrik 'Impressum' auf der Eingangswebseite unmittelbar nah der Angabe 'Über uns' sowie das Angeben des Firmennamens und der Kontaktadresse der Beklagten darin betrifft,

e) Rechtsbegehren 8, soweit es 'etc.' und 'und [in] der vom Benutzer an gewählten Sprache' betrifft,

f) Rechtsbegehren 9

g) Rechtsbegehren 11, soweit es die Ermächtigung zur Veröffentlichung einer Pressemitteilung und zur Veröffentlichung des Urteils in französischer, englischer und italienischer Sprache betrifft."

In Bezug auf Rechtsbegehren Ziffer 2, soweit es "offiziell" und "Offizielle A._____ Seite-A._____" betrifft, schrieb das Handelsgericht das Verfahren als gegenstandslos ab (Dispositiv-Ziff. 3).
In der Sache wies das Handelsgericht die Klage mit Urteil vom 11. März 2020 ab (Dispositiv-Ziffer 1). Zudem regelte es die Kosten- und Entschädigungsfolgen (Dispositiv-Ziffern 2-4).
Das Handelsgericht erwog, aufgrund des teilweisen Klagerückzugs sei die Klage teilweise als gegenstandslos geworden abzuschreiben. Weiter fehle es teilweise an der Bestimmtheit der Rechtsbegehren und am Rechtsschutzinteresse, weshalb insoweit auf die Klage nicht einzutreten bzw. sie als gegenstandslos abzuschreiben sei. In materieller Hinsicht sei es der Klägerin - der als Rechtssuchenden die Behauptungs- und Substanziierungs- sowie die Beweislast obliege - nicht gelungen, in Bezug auf die Rechtsbegehren jeweils gleichzeitig eine UWG-Verletzung und ihre Aktivlegitimation darzutun. Untaugliche Beweismittel seien nicht abzunehmen. Theoretische Ausführungen kombiniert mit unvollständigen, unsubstanziierten Behauptungen, zumeist zu Einzelfällen, genügten namentlich zur Darlegung von UWG-Verletzungen nicht. Bezüglich keinem der Rechtsbegehren könne sowohl eine UWG-Verletzung als auch die Aktivlegitimation der Klägerin bejaht werden. Folglich könne auch weder das Vollstreckungsbegehren (Rechtsbegehren 10) noch das Begehren auf Urteilspublikation (Rechtsbegehren 11) gutgeheissen werden. Soweit eine UWG-Verletzung verneint werde, könne die Frage der Aktivlegitimation offengelassen werden. Ebenso offengelassen werden könne die Frage der
Passivlegitimation in Bezug auf "A._____.fr", "A._____.es", "A._____.be" und "A._____.com". Nur am Rande sei darauf hingewiesen, dass sich die klägerischen Behauptungen zumeist auf die Plattform "www.A._____.ch" bezögen; bezüglich der anderen Plattformen wäre die Klage zu weiten Teilen bereits alleine deshalb abzuweisen gewesen, weil kein (vollständiger und schlüssiger) Tatsachenvortrag vorliege.

C.
Mit Beschwerde in Zivilsachen beantragt die Klägerin dem Bundesgericht, es sei der Beschluss des Handelsgerichts des Kantons Zürich vom 11. März 2020 bezüglich Dispositiv-Ziffer 2 lit. a (Rechtsbegehren 1) und Dispositiv-Ziffer 2 lit. f (Rechtsbegehren 9) aufzuheben und bezüglich Dispositiv-Ziffer 2 lit. b, e und g teilweise aufzuheben und wie folgt zu ändern:
b) Rechtsbegehren 2, soweit es 'alle Tickets sind von unserer Garantie abge
deckt' sowie 'für das Anbieten von Tickets zu verwenden, insbesondere im
Zusammenhang mit' betrifft,

e) Rechtsbegehren 8, soweit es 'etc.' betrifft,

g) Rechtsbegehren 11, soweit es die Ermächtigung zur Veröffentlichung einer
Pressemitteilung betrifft."

Im Weiteren sei das angefochtene Urteil vom 11. März 2020 teilweise aufzuheben und Dispositiv-Ziffer 1 sei unter Neuregelung der Kosten- und Entschädigungsfolgen gemäss Dispositiv-Ziffern 2-4 wie folgt zu ändern:

" Soweit darauf einzutreten ist, wird die Klage teilweise gutgeheissen und Folgendes angeordnet:

"1. Der Beklagten wird verboten, weltweit eine Online-Plattform für den Kauf/ Verkauf von Tickets zu

betreiben, ohne in der vom Benutzer angewählten Sprache auf der Startseite bzw. Homepage sowie auf den Event- und Ti cketseiten im Kopfbereich bzw. Header in mindestens gleich grosser Schriftgrösse wie der übrige Text, zentral platziert sowie deutlich sichtbar und gut verständlich in Fettschrift darauf hinzuweisen, dass

- sie eine Plattform betreibt, auf der Tickets weiterverkauft werden,
- die Tickets personalisiert sein bzw. auf den Namen einer anderen Person lauten können,
- die Tickets nicht immer Zugang zur Veranstaltung gewähren,
- und die Preise der Tickets unter oder über dem ursprünglichen Kaufpreis liegen können.

2. Der Beklagten wird verboten, in der vom Benutzer angewählten Sprache weltweit die Wörter 'keine Warteschlangen' und 'niedrige Preise' für das Anbieten von Tickets im Zusammenhang mit Google-Anzeigen zu ver wenden.

3. Der Beklagten wird verboten, weltweit eine Online-Plattform für den Kauf/Verkauf von Tickets zu betreiben, ohne dass von Anfang an und während des ganzen Bestellprozesses der tatsächlich zu bezahlende Preis bzw. der Endpreis der Tickets angegeben wird, wobei ausnahmsweise die Versandkosten separat zum tatsächlich zu bezahlenden Preis von Anfang an und in gleicher Grösse wie der tatsächlich zu bezahlende Preis an gegeben werden können, falls die Tickets ausschliesslich physisch versendet werden.

4. Der Beklagten wird verboten, weltweit eine Online-Plattform für den Kauf/ Verkauf von Tickets zu betreiben, ohne zumindest auf der Startseite eine Rubrik mit der Bezeichnung 'Impressum' vorzusehen, welche eine gültige E-Mail-Adresse der Beklagten enthält, wobei die vorzusehende Rubrik auf der Eingangswebseite unmittelbar nach der Angabe 'Über uns' gemäss Beilagen 4 und 5 aufzuführen ist.

5. Der Beklagten wird verboten, weltweit die Nutzung einer Online-Plattform für den Kauf/Verkauf von Tickets zu betreiben, ohne dass im Zusam menhang mit gewerbsmässig verkauften Tickets der vollständige Name bzw. die Firma sowie die Kontaktadresse und E-Mail-Adresse des betroffenen Anbieters auf der Plattform ersichtlich sind.

6. Der Beklagten wird verboten, weltweit die Käufer in der vom Benutzer angewählten Sprache mit Angaben wie 'Tickets sind sehr nachgefragt', 'es bleiben nur noch wenige Tickets', 'Tickets sind fast ausverkauft' sowie mit einem Countdown unter (zeitlichen) Druck zu setzen.

7. Der Beklagten wird verboten, weltweit eine Online-Plattform für den Kauf/ Verkauf von Tickets anzubieten, auf der Tickets angeboten werden, die im Handel bzw. auf dem Ticket-Erstmarkt noch nicht erhältlich sind.

8. Bei Widerhandlungen gegen die Verbote gemäss Ziffer 1 bis 7 wird die Beklagte nach Art. 343 Abs. 1 lit. c Zivilprozessordnung (ZPO, SR 272) mit ei ner Ordnungsbusse von CHF 1'000.- für jeden Tag der Nichterfüllung, mindestens aber mit einer Ordnungsbusse von CHF 5'000.- gemäss Art. 343 Abs. 1 lit. b ZPO, und ihre Organe nach Art. 292 StGB bestraft.

9. Die Klägerin wird ermächtigt, das Urteil auf Kosten der Beklagten im Schweizerischen Handelsamtsblatt in deutscher, französischer, italieni scher und englischer Sprache zu veröffentlichen."

Eventualiter beantragt die Beschwerdeführerin, das angefochtene Urteil sei aufzuheben und die Sache sei zur Neubeurteilung an die Vorinstanz zurückzuweisen.
Die Beschwerdegegnerin beantragt die Abweisung der Beschwerde, soweit darauf einzutreten sei. Die Vorinstanz hat auf eine Vernehmlassung verzichtet.

Erwägungen:

1.
Das Bundesgericht prüft von Amtes wegen und mit freier Kognition, ob ein Rechtsmittel zulässig ist (Art. 29 Abs. 1 BGG; BGE 141 III 395 E. 2.1).

1.1. Die Beschwerde betrifft eine Zivilsache (Art. 72 BGG) und richtet sich gegen den Endentscheid (Art. 90 BGG) eines oberen kantonalen Gerichts, das gemäss Art. 5 Abs. 1 lit. d in Verbindung mit

Art. 6 Abs. 2 und Abs. 4 lit. a ZPO als einzige Instanz entschieden hat (Art. 75 Abs. 2 lit. a und b BGG). Die Beschwerde ist unabhängig vom Streitwert zulässig (Art. 74 Abs. 2 lit. b BGG), die Beschwerdeführerin ist mit ihren Anträgen unterlegen (Art. 76 BGG) und die Frist zur Einreichung der Beschwerde ist eingehalten (Art. 100 Abs. 1 BGG).
Auf die Beschwerde ist unter Vorbehalt hinreichender Begründung (Art. 42 Abs. 2 und Art. 106 Abs. 2 BGG) einzutreten.

1.2. Das Bundesgericht wendet das Recht von Amtes wegen an (Art. 106 Abs. 1 BGG). Es ist somit weder an die in der Beschwerde geltend gemachten Argumente noch an die Erwägungen der Vorinstanz gebunden; es kann eine Beschwerde aus einem anderen als dem angerufenen Grund gutheissen oder eine Beschwerde mit einer von der Argumentation der Vorinstanz abweichenden Begründung abweisen. Mit Blick auf die Begründungspflicht der beschwerdeführenden Partei (Art. 42 Abs. 1 und 2 BGG) behandelt es aber grundsätzlich nur die geltend gemachten Rügen, sofern die rechtlichen Mängel nicht geradezu offensichtlich sind; es ist jedenfalls nicht gehalten, wie eine erstinstanzliche Behörde alle sich stellenden rechtlichen Fragen zu untersuchen, wenn diese vor Bundesgericht nicht mehr vorgetragen werden (BGE 140 III 115 E. 2 S. 116; 137 III 580 E. 1.3; 135 III 397 E. 1.4). Eine qualifizierte Rügepflicht gilt hinsichtlich der Verletzung von Grundrechten und von kantonalem und interkantonalem Recht. Das Bundesgericht prüft eine solche Rüge nur insofern, als sie in der Beschwerde präzise vorgebracht und begründet worden ist (Art. 106 Abs. 2 BGG). Macht die beschwerdeführende Partei beispielsweise eine Verletzung des Willkürverbots (Art. 9 BV) geltend, genügt es nicht, wenn sie einfach behauptet, der angefochtene Entscheid sei willkürlich; sie hat vielmehr im Einzelnen zu zeigen, inwiefern der angefochtene Entscheid offensichtlich unhaltbar ist (BGE 141 III 564 E. 4.1; 140 III 16 E. 2.1 S. 18 f., 167 E. 2.1; je mit Hinweisen). Stützt sich der angefochtene Entscheid auf mehrere selbständige Begründungen, so muss sich die Beschwerde mit jeder einzelnen auseinandersetzen, sonst wird darauf nicht eingetreten (BGE 142 III 364 E. 2.4 S. 368 mit Hinweisen; vgl. auch BGE 143 IV 40 E. 3.4 S. 44).
Unerlässlich ist im Hinblick auf Art. 42 Abs. 2 und Art. 106 Abs. 2 BGG, dass die Beschwerde auf die Begründung des angefochtenen Entscheids eingeht und im Einzelnen aufzeigt, worin eine Rechtsverletzung liegt. Die beschwerdeführende Partei soll in der Beschwerdeschrift nicht bloss die Rechtsstandpunkte, die sie im vorinstanzlichen Verfahren eingenommen hat, erneut bekräftigen, sondern mit ihrer Kritik an den als rechtsfehlerhaft erachteten Erwägungen der Vorinstanz ansetzen (BGE 140 III 86 E. 2 S. 89, 115 E. 2 S. 116). Die Begründung hat ferner in der Beschwerdeschrift selbst zu erfolgen und der blosse Verweis auf Ausführungen in anderen Rechtsschriften oder auf die Akten reicht nicht aus (BGE 143 II 283 E. 1.2.3; 140 III 115 E. 2 S. 116).

1.3. Das Bundesgericht legt seinem Urteil den Sachverhalt zugrunde, den die Vorinstanz festgestellt hat (Art. 105 Abs. 1 BGG). Dazu gehören sowohl die Feststellungen über den streitgegenständlichen Lebenssachverhalt als auch jene über den Ablauf des vor- und erstinstanzlichen Verfahrens, also die Feststellungen über den Prozesssachverhalt (BGE 140 III 16 E. 1.3.1 mit Hinweisen). Es kann die Sachverhaltsfeststellung der Vorinstanz nur berichtigen oder ergänzen, wenn sie offensichtlich unrichtig ist oder auf einer Rechtsverletzung im Sinne von Art. 95 BGG beruht; zudem muss die Behebung des Mangels für den Ausgang des Verfahrens entscheidend sein können (Art. 97 Abs. 1 und Art. 105 Abs. 2 BGG). "Offensichtlich unrichtig" bedeutet dabei "willkürlich" (BGE 140 III 115 E. 2 S. 117; 135 III 397 E. 1.5). Neue Tatsachen und Beweismittel dürfen nur so weit vorgebracht werden, als erst der Entscheid der Vorinstanz dazu Anlass gibt (Art. 99 Abs. 1 BGG).
Für eine Kritik am festgestellten Sachverhalt gilt ebenfalls das strenge Rügeprinzip von Art. 106 Abs. 2 BGG (BGE 140 III 264 E. 2.3 S. 266 mit Hinweisen). Die Partei, welche die Sachverhaltsfeststellung der Vorinstanz anfechten will, muss klar und substanziiert aufzeigen, inwiefern diese Voraussetzungen erfüllt sein sollen (BGE 140 III 16 E. 1.3.1 S. 18 mit Hinweisen). Wenn sie den Sachverhalt ergänzen will, hat sie zudem mit präzisen Aktenhinweisen darzulegen, dass sie entsprechende rechtsrelevante Tatsachen und taugliche Beweismittel bereits bei den Vorinstanzen prozesskonform eingebracht hat (BGE 140 III 86 E. 2 S. 90). Genügt die Kritik diesen Anforderungen nicht, können Vorbringen mit Bezug auf einen Sachverhalt, der vom angefochtenen Entscheid abweicht, nicht berücksichtigt werden (BGE 140 III 16 E. 1.3.1 S. 18).

1.4. Die Beschwerdeschrift genügt diesen Anforderungen in verschiedener Hinsicht nicht. Die Beschwerdeführerin strukturiert ihre Ausführungen zwar nach dem Aufbau des angefochtenen Urteils, setzt sich jedoch über weite Strecken nicht hinreichend mit dessen konkreten Erwägungen auseinander und zeigt auf, inwiefern die Vorinstanz mit ihrer Beurteilung bundesrechtliche Bestimmungen verletzt hätte. Stattdessen unterbreitet sie dem Bundesgericht in frei gehaltenen Ausführungen unter Berufung auf zahlreiche Aktenstücke des kantonalen Verfahrens bloss ihre Sicht der Dinge. Dabei erhebt sie keine hinreichend begründeten Sachverhaltsrügen, sondern belässt es bei

der pauschalen Behauptung, die Vorinstanz habe den Sachverhalt offensichtlich unrichtig bzw. willkürlich festgestellt.
Soweit die Beschwerdeführerin ihre Rügen auf einen Sachverhalt stützt, der von den für das Bundesgericht verbindlichen Feststellungen abweicht, ist sie nicht zu hören. Da sie mitunter in unzulässiger Weise tatsächliche und rechtliche Vorbringen vermengt, ist auf ihre Vorbringen nur insoweit einzugehen, als daraus wenigstens sinngemäss erkennbar ist, welche Bundesrechtssätze und inwiefern sie durch den angefochtenen Entscheid verletzt sein sollen, wenn die verbindlichen Feststellungen im vorinstanzlichen Entscheid zugrunde gelegt werden (Art. 105 Abs. 1 BGG).

2.
Die Beschwerdeführerin rügt, die Vorinstanz habe verschiedene Formulierungen in ihren Rechtsbegehren zu Unrecht als ungenügend bestimmt erachtet.

2.1. Die Vorinstanz hielt einzelne Elemente der klägerischen Rechtsbegehren für zu unbestimmt, so unter anderem die Formulierungen "in der vom Benutzer angewählten Sprache" in Rechtsbegehren 1, 2 und 8 bzw. "in der von ihm angewählten Sprache" in Rechtsbegehren 5, die Formulierung "weltweit" in Rechtsbegehren 1 bis 9, die Formulierung "Tickets [...], die im Handel bzw. auf dem Ticket-Erstmarkt noch nicht erhältlich sind" in Rechtsbegehren 9 sowie bezüglich der in Rechtsbegehren 11 beantragten Pressemitteilung und Übersetzung des Urteils ins Französische, Italienische und Englische.

2.2.

2.2.1. Hinsichtlich der Formulierungen "in der vom Benutzer angewählten Sprache" bzw. "in der von ihm angewählten Sprache" erwog die Vorinstanz, die Beschwerdeführerin verletze - unabhängig von der Qualifikation der Begehren als Unterlassungs- oder Beseitigungsbegehren - das Bestimmtheitsgebot. Die Rechtsbegehren seien zu weit gefasst, da Übersetzungen Spielraum zuliessen. Würden die Rechtsbegehren unverändert zum Dispositiv erhoben, wüsste die Beschwerdegegnerin nicht, welche Übersetzungen der geforderten Äusserungen sie verwenden (Rechtsbegehren 1 und 5) oder welche Übersetzungen der Äusserungen sie unterlassen müsste (Rechtsbegehren 2 und 8), da sich die geforderten Äusserungen unterschiedlich übersetzen liessen. Weiter sei ein solches Urteil auch nicht vollstreckbar, zumal dem Vollstreckungsrichter doch nicht in jedem Fall klar wäre, ob eine Übersetzung einer Äusserung in eine andere Sprache von der Anordnung erfasst werde. Überdies komme auch eine Übersetzung der Äusserung durch das Gericht im Sinne einer Präzisierung der Rechtsbegehren nicht in Frage. Neben des auch für das Gericht zu grossen Spielraums fehlten in den klägerischen Rechtsschriften Ausführungen dazu, welche Sprachen gemeint seien. Es sei nicht Aufgabe des
Gerichts, diesbezüglich aufgrund von Beilagen in unterschiedlichen Sprachen oder der Länderdomains Vermutungen anzustellen. Soweit mit den fraglichen Rechtsbegehren 1, 2, 5 und 8 eine bestimmte Formulierung verlangt werde, unterlägen sie folglich nur in ihrer deutschen Fassung der weiteren Beurteilung.

2.2.2. Die Beschwerdeführerin zeigt keine Verletzung von Bundesrecht auf, indem sie sich darauf beschränkt, eine in einem Bundesgerichtsentscheid (Urteil 4C.361/2005 vom 22. Februar 2006 Sachverhalt unter B. sowie E. 3.5) wiedergegebene Anordnung eines kantonalen Gerichts zu zitierten, die unter anderem die Formulierung "auf Deutsch oder in Übersetzung" enthielt. Abgesehen davon, dass diese Formulierung im betreffenden Verfahren gar nicht beanstandet worden war und daher nicht Gegenstand der bundesgerichtlichen Erwägungen bildete, legt die Beschwerdeführerin nicht konkret dar, inwiefern die von ihr formulierten Rechtsbegehren entgegen dem angefochtenen Entscheid dem Bestimmtheitsgebot genügen sollen.
Ebenso wenig vermag sie die vorinstanzliche Erwägung, wonach in den klägerischen Rechtsschriften Ausführungen dazu fehlten, welche konkreten Sprachen gemeint seien, mit dem Einwand als bundesrechtswidrig auszuweisen, sie habe in Ziffer 90 der Replik ausgeführt, dass sich die Beschwerdegegnerin mit der Webseite "www.A._____.com" an Adressaten aus der ganzen Welt richte bzw. sie habe erwähnt, dass "Herr B._____ aus der Schweiz [...] und Frau C._____ aus Schottland auf der Website www.A._____.com der Beschwerdegegnerin [...] Tickets gekauft [hätten]". Ebenso wenig zeigt die Beschwerdeführerin eine offensichtlich unrichtige Sachverhaltsfeststellung oder Willkür auf mit dem blossen Hinweis auf eine Stelle in ihrer Replik, in der sie in anderem Zusammenhang - nämlich bezüglich der Aktivlegitimation - erwähnte, in welchen zwölf Sprachen auf einer der fraglichen Internetseiten Tickets gekauft werden könnten. Abgesehen davon erscheinen ihre Vorbringen widersprüchlich, wendet die Beschwerdegegnerin doch zu Recht ein, die Beschwerdeführerin habe an anderer Stelle verschiedentlich ausgeführt, dass sich das

streitgegenständliche Angebot an 37 Sprachregionen richte. Damit stösst auch der in der Beschwerde erhobene Vorwurf des
überspitzten Formalismus ins Leere. Der Vorinstanz ist keine Bundesrechtsverletzung vorzuwerfen, wenn sie dafürhielt, es sei nicht Aufgabe des Gerichts, Vermutungen darüber anzustellen, welche konkreten Sprachen mit den Rechtsbegehren gemeint gewesen seien.

2.3.

2.3.1. Die Vorinstanz erwog weiter, die in den Rechtsbegehren 1 bis 9 enthaltene Formulierung "weltweit" sei - unabhängig von der Qualifikation als Unterlassungs- oder Beseitigungsbegehren - zu unbestimmt. Zwar könnten grundsätzlich auch Anordnungen getroffen werden, die sich nicht nur auf die Schweiz, sondern auch auf andere Teile der Welt auswirkten. "Weltweit" sei allerdings zu weit gefasst und entsprechend bedürften die Rechtsbegehren im Falle einer Gutheissung der Präzisierung. Eine solche wäre möglich, so die Vorinstanz weiter, bezögen sich die beantragten Anordnungen doch auf behauptete Webseiten, weshalb allfällige Anordnungen auf solche beschränkt werden könnten.

2.3.2. Die Beschwerdeführerin zeigt mit ihren Ausführungen nicht auf, inwiefern der Vorinstanz aufgrund der vorgenommenen Einschränkung der Rechtsbegehren auf die konkret behaupteten Webseiten im Ergebnis eine Bundesrechtsverletzung vorzuwerfen wäre. Im Gegenteil beschränkt sie ihre Ausführungen selber auf die von ihr behauptete Inhaberschaft an insgesamt 66 aufgelisteten Länderdomains und länderspezifischen Unterseiten. Inwiefern die Beschwerdeführerin durch die erfolgte Konkretisierung beschwert sein soll, ist aufgrund ihrer Ausführungen nicht ersichtlich.

2.4. Im Zusammenhang mit der Formulierung "Tickets [...], die im Handel bzw. auf dem Ticket-Erstmarkt noch nicht erhältlich sind" in Rechtsbegehren 9 vermag die Beschwerdeführerin die selbständige Eventualbegründung im angefochtenen Entscheid nicht als bundesrechtswidrig auszuweisen, wonach aufgrund der fehlenden Darlegung eines besonderen Rechtsschutzinteresses darauf nicht einzutreten sei, nachdem sich die klägerischen Ausführungen auf Schilderungen betreffend vergangener Veranstaltungen bzw. solcher beschränkt hätten, bei denen der offizielle Verkaufsstart bei Einreichung der Replik längst begonnen habe, weshalb eine Wiederholungsgefahr ausser Betracht falle. Die Beschwerdeführerin belässt es dabei, auf zwei Stellen der Replik sowie der Klage zu verweisen, in der sie jedoch lediglich in allgemeiner Weise vorgebracht hatte, die Beschwerdegegnerin habe unlautere Geschäftspraktiken begangen und bestreite auch, gegen das UWG zu verstossen. Ein konkreter Zusammenhang mit dem fraglichen Rechtsbegehren ist nicht erkennbar. Die Vorbringen in der Beschwerde stossen ins Leere.

2.5. Hinsichtlich der in Rechtsbegehren 11 beantragten Pressemitteilung wird das angefochtene Urteil in der Beschwerde nicht beanstandet. Soweit die Vorinstanz jedoch auf Rechtsbegehren 11 hinsichtlich der beantragten Veröffentlichung des Urteils in französischer, italienischer und englischer Sprache nicht eintrat, bringt die Beschwerdeführerin zutreffend vor, dass ihr Begehren zu Unrecht als zu wenig bestimmt betrachtet wurde mit dem Hinweis darauf, dass Übersetzungen Spielraum zuliessen. Da die Beschwerdeführerin im Voraus nicht wissen konnte, wie das Urteil genau lauten würde, war es ihr aus praktischen Gründen auch nicht möglich, in der Klage eine konkrete Übersetzung des zukünftigen Urteilsspruchs aufzuführen.
Soweit die Beschwerdeführerin in Rechtsbegehren 11 (gestützt auf Art. 9 Abs. 2 UWG) eine Veröffentlichung des Urteils in französischer, italienischer und englischer Sprache beantragte, ist die Vorinstanz zu Unrecht nicht darauf eingetreten. Die Beschwerdeführerin hat jedoch lediglich ein Rechtsschutzinteresse an der entsprechenden Aufhebung des Beschlusses (Dispositiv-Ziffer 2 lit. g), falls die Klage gutzuheissen oder die Sache zu neuer Beurteilung an die Vorinstanz zurückzuweisen ist.

3.
Die Beschwerdeführerin wirft der Vorinstanz vor, sie habe verschiedene Beilagen zu Unrecht als unbeachtlich betrachtet.

3.1. Die Vorinstanz führte im Zusammenhang mit der Behauptungs- und Substanziierungslast aus, dieser sei im Prinzip in den Rechtsschriften nachzukommen; ein Verweis auf Beilagen zur Ergänzung von Tatsachenbehauptungen sei nur ausnahmsweise zulässig. Vorliegend habe die Beschwerdeführerin mit act. 22/246 eine Sammelbeilage eingereicht. In der Replik fänden sich pauschale Verweise darauf, teilweise kleine Zusammenfassungen. Zur Darlegung der Anzahl Beschwerden im Zusammenhang mit der Aktivlegitimation betreffend eines Vorwurfs genügten die Zusammenfassungen, soweit die Beschwerden einer konkreten Kategorie (Art des Vorwurfs)

zugeordnet seien. Damit werde jeweils die Tatsache, dass es eine bestimmte Anzahl Beschwerden zu einer Kategorie bzw. einem Vorwurf gebe, in den Rechtsschriften in den Grundzügen behauptet. Ungenügend seien hingegen Beschwerden, die ohne Erwähnung des entsprechenden Vorwurfs in den Rechtsschriften eingereicht worden seien (unter Hinweis auf act. 3/113-124 und act. 22/215-229); dazu gehörten auch solche der Sammelbeilage in Kategorien wie "mehrere Beschwerdegründe". Bei diesen fehle es gerade an der Behauptung des Vorwurfs in den Grundzügen in den Rechtsschriften. Entsprechende Beschwerden seien unbeachtlich.
Ungenügend seien auch solche Verweise auf Beilagen, insbesondere auf die Sammelbeilage (act. 22/246; aber auch act. 3/113-124; act. 22/215-229), in Bezug auf Tatsachen zur Darlegung von UWG-Verletzungen, insbesondere betreffend Ausgestaltung der Plattform. Diesbezügliche Tatsachen müssten in den wesentlichen Zügen in den Rechtsschriften schlüssig dargelegt werden. Es sei nicht Sache des Gerichts und der Gegenpartei, Beilagen danach zu durchsuchen. Es fehle damit bereits an entsprechenden Behauptungen. Folglich seien diese Beilagen in diesem Zusammenhang unbeachtlich.

3.2. Die Beschwerdeführerin zeigt mit ihren Ausführungen keine Missachtung der massgebenden Grundsätze zur Behauptungs- und Substanziierungslast auf. So bringt sie etwa vor, sie habe in ihrer Klage unter Ziffer 69 die von den sich beschwerenden Personen geltend gemachten Beanstandungen vorab zusammengefasst. An besagter Stelle listet sie jedoch fünfzehn Vorwürfe auf und fügt der Auflistung den Beweisantrag "Beschwerden Beilagen 37-124" bei. Damit lässt sich aufgrund der Vielzahl von Vorwürfen und eingereichten Unterlagen die einzelne Beweisofferte nicht eindeutig der damit jeweils zu beweisenden Tatsachenbehauptung zuordnen, weshalb die Beweisofferten den formellen Anforderungen nach den einschlägigen Bestimmungen in der Zivilprozessordnung (Art. 152 Abs. 1 i.V.m. Art. 221 Abs. 1 lit. e ZPO) nicht genügen (vgl. Urteile 4A 335/2019 vom 29. April 2020 E. 6.2.2; 4A 262/2016 vom 10. Oktober 2016 E. 4.1 mit Hinweisen). Eine Berücksichtigung der Beweismittel würde bereits aus diesem Grund ausser Betracht fallen.
Entgegen dem, was die Beschwerdeführerin anzunehmen scheint, hat die Vorinstanz die eingereichten Beschwerden jedoch nicht gänzlich unbeachtet gelassen, sondern hat nur solche Beschwerden als ungenügend betrachtet, die ohne Erwähnung des entsprechenden Vorwurfs in den Rechtsschriften eingereicht wurden, insbesondere solche betreffend "mehrere Beschwerdegründe". Zudem betreffen die in der Beschwerde zitierten Ausführungen in der Klageschrift (Ziffern 70-239) zur Schweiz, Australien und Spanien gar nicht die fraglichen Beweismittel. Die anschliessend in Ziffer 240 der Klage beantragten Beweismittel (Beilagen 113-124) lassen sich wie die in Ziffer 766 der Replik aufgelisteten Unterlagen (Beilagen 215-229) anhand der Vorbringen der Beschwerdeführerin keinem bestimmten, in den Rechtsschriften erwähnten Vorwurf zuordnen.
Mit ihren weiteren Ausführungen schildert die Beschwerdeführerin dem Bundesgericht lediglich in appellatorischer Weise ihre Sicht zum Aufbau und Inhalt der eingereichten CD in ihrer Sammelbeilage act. 22/246. Damit wird jedoch nicht aufgezeigt, inwiefern die Ausführungen in ihren Rechtsschriften den Substanziierungsanforderungen genügt hätten und mit einem hinreichenden Hinweis auf konkrete Dokumente versehen gewesen wären. Die Vorwürfe der Willkür (Art. 9 BV) und des überspitzen Formalismus (Art. 29 Abs. 1 BV) stossen ins Leere.

4.
Die Beschwerdeführerin rügt, die Vorinstanz habe zu hohe Anforderungen an den Nachweis der Aktivlegitimation gestellt und damit Art. 10 Abs. 3 UWG verletzt.

4.1. Die Vorinstanz wies darauf hin, dass gemäss Art. 10 Abs. 3 UWG der Bund nach Art. 9 Abs. 1 und 2 UWG klagen kann, wenn er es zum Schutz des öffentlichen Interesses als nötig erachtet, namentlich wenn (a) das Ansehen der Schweiz im Ausland bedroht oder verletzt ist und die in ihren wirtschaftlichen Interessen betroffenen Personen im Ausland ansässig sind; oder (b) die Interessen mehrerer Personen oder einer Gruppe von Angehörigen einer Branche oder andere Kollektivinteressen bedroht oder verletzt sind. Sie erwog, bei der Beurteilung des Vorliegens eines Schutzbedürfnisses werde dem Bund gemäss Rechtsprechung und Lehre ein weiter Ermessensspielraum eingeräumt. Dem Gericht bleibe zu prüfen, ob in der Klageerhebung ein Ermessensmissbrauch vorliege. Den Nachweis der richtigen Ermessensausübung (so z.B. den Nachweis, dass Kollektivinteressen verletzt oder bedroht sind) habe der Bund zu erbringen.
An das Vorliegen der Aktivlegitimation seien keine hohen Anforderungen zu knüpfen. Namentlich dürfe der Bund eine Klage regelmässig als erforderlich betrachten, wenn das unlautere Verhalten eine gewisse Häufigkeit aufweise oder eine Vielzahl von Personen betreffe. Da in beiden Anwendungsfällen entscheidend sei, ob das Verhalten eine Vielzahl von Personen betroffen habe oder betreffen könne, komme der Art und Anzahl von Beschwerdeschreiben von Betroffenen Indizwirkung zu; d.h. der Nachweis lasse sich typischerweise dadurch bewerkstelligen, dass als

Beweis eine "gewisse Anzahl" von Beschwerdeschreiben von Betroffenen eingereicht werde. Dabei sehe weder das Gesetz noch die Gerichtspraxis eine Mindestanzahl vor. Gemäss Botschaft zum UWG 2009 sei zwar - nur schon aus Ressourcengründen - eine Klageerhebung erst ab rund zwanzig Beschwerden realistisch (Botschaft vom 2. September 2009 zur Änderung des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb [UWG], BBl 2009 6181). Allerdings könne auch bei einer kleinen Anzahl ein öffentliches Interesse gegeben sein und die Klageerhebung rechtfertigen. Wie zahlreich die Beschwerden sein müssten, hänge nicht zuletzt von der Schwere des Verstosses ab; bei gravierenden Verstössen könne allenfalls schon
eine einzelne Beschwerde oder eine geringe Zahl von Verstössen genügen. Als Indizien für ein öffentliches Interesse könnten auch Meldungen von Behörden, Organisationen usw. in Frage kommen.
Ein Anwendungsfall von Art. 10 Abs. 3 lit. a UWG sei dann gegeben, wenn unter anderem der gute Ruf des Wirtschaftsplatzes Schweiz durch unlauteres Verhalten verletzt oder bedroht werde. Anlass zur Einführung dieses Klagerechts hätten Reklamationen ausländischer Unternehmen gegeben, dass bestimmte Akteure seit Jahren den guten Ruf der Schweiz für die weltweite Verbreitung ihrer zweifelhaften Angebote von Telex- und Telefaxverzeichnissen, privaten Patent- und Markenregistern usw. missbrauchten. Zum Teil hätten diese Firmen ihren Sitz tatsächlich in der Schweiz gehabt, zum Teil hätten sie mittels Postfachadressen von der Schweiz aus operiert. Ausländische Unternehmen hätten nicht verstanden, weshalb die Schweizer Behörden nicht von Amtes wegen einschritten. Da wegen fehlender Arglist meist kein Betrug vorgelegen habe, sei dies jedoch nicht möglich gewesen. Zugleich habe es sich für ausländische Geschädigte wegen des Aufwands regelmässig nicht gelohnt, eine Zivilklage auf sich zu nehmen. In solchen Fällen habe es an einem wirksamen Rechtsschutz gefehlt. Aufgrund der ratio legis der Bestimmung müsse für den Bezug zur Schweiz ein Anknüpfungspunkt in der Schweiz (Sitz/Postfach-/Korrespondenzadresse/Agieren aus der Schweiz) reichen, der
durch Betroffene wahrgenommen werden könne, sei aufgrund dessen doch bei Verdacht auf unlauteres Verhalten bereits der Ruf der Schweiz in Gefahr. Eine zusätzliche explizite Bezugnahme auf die Schweiz durch diesbezügliche Werbung bzw. ein bestimmtes Herabsetzen/Bedrohen der Schweiz sei nicht nötig.
Vorliegend sei der Sitz der Beschwerdegegnerin in der Schweiz unbestritten geblieben; er sei aufgrund der Angabe im Impressum auf dem Grossteil der Webseiten ersichtlich und tauche auch in der Medienberichterstattung auf. Damit bestehe grundsätzlich ein Bezug zur Schweiz. Nicht relevant für die Aktivlegitimation sei, ob die Kritik am Verhalten der Beschwerdegegnerin begründet sei. Neben der Bedrohung/Verletzung des Ansehens der Schweiz im Ausland müssten für eine Anwendung von lit. a die in ihren wirtschaftlichen Interessen betroffenen Personen im Ausland ansässig sein, womit Domizil/Sitz/ Wohnsitz/gewöhnlicher Aufenthalt gemeint sei. Ihre Beschwerden, die zur Darlegung einer Vielzahl betroffener Personen eingereicht würden, müssten nicht aus mehreren Ländern stammen, und es sei auch keine gewisse Anzahl von Beschwerden pro Land vorgeschrieben.
Ohne Auslandbezug könne der Bund ferner klagen, wenn Kollektivinteressen im Inland bedroht seien (lit. b). Laut Botschaft bedeute dies, dass eine Geschäftspraxis die wirtschaftlichen Interessen einer Vielzahl von Personen bzw. eine grössere Zahl von Opfern verletzten oder geeignet sei, solche Interessen zu verletzen. Wichtig sei, dass die unlautere Praktik in ihrem Gewicht und ihrer Bedeutung weit über den Einzelfall hinausreiche und eine grundsätzliche Klärung geboten erscheinen lasse (mit Hinweis auf die Botschaft, a.a.O., BBl 2009 6180 f.). Massgebend seien auch hier nicht nur die Zahl der betroffenen Personen, sondern auch die Schwere des Verstosses oder seiner Auswirkungen sowie die Wahrscheinlichkeit einer Fortsetzung oder Wiederholung des unlauteren Verhaltens.
Bei einer objektiven Klagehäufung sei - könnten die Ansprüche doch auch separat geltend gemacht werden - der Nachweis der richtigen Ermessensausübung für jedes Rechtsbegehren einzeln zu erbringen. Entsprechend sei auch vorliegend - soweit notwendig - für jedes einzelne Rechtsbegehren separat zu prüfen, ob Art und Schwere der Vorwürfe, Anzahl der Beschwerden und weiteren Meldungen es rechtfertigten, dass der Bund im Rahmen seines Ermessens zum Schutz eines öffentlichen Interesses Klage eingereicht habe. Es sei dabei darauf hinzuweisen, dass das weltweite Internetangebot der Beschwerdegegnerin allein für das Vorliegen der Aktivlegitimation nicht genüge.

4.2. Die Beschwerdeführerin bringt vor, die Beschwerdegegnerin sei Inhaberin der knapp 70 betroffenen Domainnamen, auf denen sie ihre Ticket-Wiederverkaufsplattform weltweit aufgeschaltet habe; ferner biete sie ihre Plattform auf der Website "www.A._____.com" einem internationalen Publikum an. Da die Beschwerdegegnerin Sitz in der Schweiz habe, sei somit ein genügender Bezug zur Schweiz gegeben und auch das Ansehen der Schweiz im Ausland zumindest bedroht, weshalb ihre Klagelegitimation nach Art. 10 Abs. 3 lit. a UWG gegeben sei. Die Beschwerdegegnerin wendet jedoch zu Recht ein, es sei bei der Einführung des Klagerechts des Bundes darum gegangen, unlauteren Machenschaften vorzubeugen, die aus der Schweiz heraus begangen werden und das

Ansehen der Schweiz gefährden, und nicht darum, die extraterritoriale Anwendbarkeit des UWG in allgemeiner Weise einzuführen. Die Aufgabe des Bundes besteht im Schutz des Ansehens der Schweiz im Ausland und nicht in der voraussetzungslosen weltweiten Durchsetzung des schweizerischen Lauterkeitsrechts in Bezug auf Online-Angebote, die über in der Schweiz niedergelassene Unternehmen betrieben werden. Insoweit ist der Vorinstanz - entgegen der in der Beschwerde vertretenen Ansicht - keine
Bundesrechtsverletzung vorzuwerfen, wenn sie erwog, das weltweite Internetangebot der Beschwerdegegnerin allein reiche für das Vorliegen der Aktivlegitimation der Beschwerdeführerin nicht aus.
Die Vorinstanz hat die Aktivlegitimation der Beschwerdeführerin in Bezug auf Rechtsbegehren Ziffer 2 (Fehlen einer E-Mail-Adresse im Impressum), Ziffer 6 (Verwendung der Formulierung "keine Warteschlangen") und Ziffer 7 (fehlende Kontaktangaben gewerbsmässiger Anbieter) verneint, die Frage im Übrigen jedoch offengelassen. Die Beschwerdeführerin stellt nicht grundsätzlich in Abrede, dass die Voraussetzungen der Aktivlegitimation für alle Rechtsbegehren erfüllt sein müssen. Sie wirft der Vorinstanz im Zusammenhang mit der Klageberechtigung des Bundes nach Art. 10 Abs. 3 lit. b UWG eine unzutreffende Auslegung dieser Bestimmung vor, indem der angefochtene Entscheid zu Unrecht voraussetze, dass die unlautere Praktik in ihrem Gewicht und in ihrer Bedeutung "weit über den Einzelfall hinausreiche". Sie weist dabei zwar grundsätzlich zutreffend darauf hin, dass die im angefochtenen Entscheid zitierte Botschaft lediglich erwähnt, dass die unlautere Praktik in ihrem Gewicht und ihrer Bedeutung "über den Einzelfall hinausreicht" (Botschaft, a.a.O., BBl 2009 6181). Sie vermag jedoch nicht aufzuzeigen, inwiefern der angefochtene Entscheid im Ergebnis Bundesrecht verletzt. Soweit sie überhaupt auf die fraglichen Rechtsbegehren eingeht,
unterbreitet sie dem Bundesgericht lediglich in appellatorischer Weise ihre Sicht der Dinge. Damit vermag sie die konkreten Erwägungen im angefochtenen Entscheid zur Aktivlegitimation nicht als bundesrechtswidrig auszuweisen.
Die neu eingereichten Beweismittel in Form von Tabellen und einer Statistik, mit denen die Beschwerdeführerin nunmehr die zahlreichen mit der Klage und der Replik eingereichten Beanstandungen auswertet und den verschiedenen Rechtsbegehren zuordnet, sind neu und damit unbeachtlich (Art. 99 Abs. 1 BGG). Der Inhalt der eingegangenen Beschwerden und Schreiben ausländischer Behörden und Organisationen wäre wie auch der nunmehr vor Bundesgericht ins Feld geführte politische Vorstoss in Form einer parlamentarischen Interpellation in der Schweiz im kantonalen Verfahren näher darzulegen gewesen.
Im Übrigen ist der Vorinstanz keine Bundesrechtsverletzung vorzuwerfen, indem sie erwog, dass auch bei einer kleinen Anzahl ein die Klageerhebung rechtfertigendes öffentliches Interesse gegeben sein könne und sie in diesem Zusammenhang darauf hinwies, die erforderliche Zahl vorhandener Beschwerden hänge nicht zuletzt von der Schwere des Verstosses ab, indem bei gravierenden Verstössen allenfalls schon eine einzelne Beschwerde oder eine geringe Zahl genüge (vgl. etwa TANJA DOMEJ, in: Heizmann/Loacker [Hrsg.], UWG-Kommentar, 2018, N. 43 zu Art. 10 UWG; DAVID RÜETSCHI, in: Basler Kommentar, Bundesgesetz über den unlauteren Wettbewerb [UWG], 2013, N. 37 zu Art. 10 UWG). Die Beschwerdeführerin räumt denn auch selber ein, dass die Art und Schwere der Vorwürfe eine Rolle spielen könne, wenn nur wenige Adressaten von einer unlauteren Geschäftspraktik betroffen sind.

4.3. Bezüglich der in den Google-Anzeigen für "www.A._____.ch" verwendeten Äusserung "keine Warteschlangen" (Rechtsbegehren Ziffer 2) erwog die Vorinstanz, die Beschwerdeführerin hätte den Nachweis der korrekten Ermessensausübung im Zusammenhang mit der Aktivlegitimation erbringen müssen. Da in keiner der eingereichten Beschwerden die Verwendung von "keine Warteschlangen" in Google-Anzeigen beanstandet werde, keine sonstigen Meldungen vorlägen, es nicht reiche, dass sich das Internetangebot an die Öffentlichkeit richte, gerade weil sich der Vorwurf nicht als sehr schwer erweise, sei ein öffentliches Interesse - zu welchem die Beschwerdeführerin zudem nichts ausgeführt habe - an einem diesbezüglichen Begehren zu verneinen.
Die Beschwerdeführerin bringt auch in diesem Zusammenhang zu Unrecht vor, allein aufgrund des Umstands, dass sich die angeblich irreführende Angabe im Internet an eine Vielzahl von Personen wende, müsse die Aktivlegitimation nach Art. 10 Abs. 3 UWG bejaht werden. Die tatsächliche Feststellung der Vorinstanz, dass die fragliche Angabe in keiner der eingereichten Beschwerden beanstandet wurde und auch keine sonstigen Meldungen vorliegen, vermag die Beschwerdeführerin nicht als bundesrechtswidrig auszuweisen. Unter diesen Umständen leuchtet nicht ein, und wird von der Beschwerdeführerin auch vor Bundesgericht nicht dargelegt, weshalb ein öffentliches Interesse an einer entsprechenden Klage nach Art. 10 Abs. 3 UWG bestehen soll.

4.4. Hinsichtlich der Angabe einer E-Mail-Adresse im Impressum der Plattform (Rechtsbegehren Ziffer 6) verneinte die Vorinstanz ebenfalls die Aktivlegitimation der Beschwerdeführerin. Das

Klagerecht des Bundes stehe bei einer Verletzung von Art. 3 Abs. 1 lit. s Ziff. 1 UWG eher im Hintergrund; im Regelfall seien bei solchen Verletzungen kaum öffentliche Interessen tangiert. Das Vorliegen der Aktivlegitimation, insbesondere der Nachweis der richtigen Ermessensausübung hinsichtlich des Entscheids der Klageeinreichung, wäre von der Beschwerdeführerin zu erbringen gewesen. Sie habe unter anderem nicht dargelegt, weshalb ein schützenswertes öffentliches Interesse bestehen solle. Insbesondere habe sie nicht dargelegt, inwieweit wirtschaftliche Interessen der Nutzer durch die fehlende Angabe beeinträchtigt seien, und sie habe - neben der Behauptung, dass sich das Internetangebot an die Öffentlichkeit richte und einem Schreiben der Verbraucherzentrale Bayern - nur sehr wenige Beschwerden eingereicht, die tatsächlich die fehlenden Angaben einer E-Mail-Adresse der Beschwerdegegnerin jeweils auf einer der verschiedenen Webseiten moniert hätten, wovon zwei aus der Schweiz stammten. Zwar liege eine UWG-Verletzung vor, doch sei diese nicht als
schwer zu werten, da für bestehende Kunden eine Kontaktmöglichkeit via Kontaktformular vorhanden sei und sich deshalb wohl nur wenige Kunden über das Fehlen der E-Mail-Adresse beschwerten. Entsprechend wäre für eine Aktivlegitimation gestützt auf Art. 10 Abs. 3 lit. a und b UWG eine grössere Zahl von Beschwerden notwendig gewesen. Allein wegen dieses Vorwurfs hätte die Beschwerdeführerin keine Klage einreichen können, habe sie doch nicht dem Schutze öffentlichen Interesses gedient. Die Klage sei folglich betreffend Rechtsbegehren Ziffer 6 mangels Aktivlegitimation abzuweisen.
Die Beschwerdeführerin bringt auch hier zu Unrecht vor, allein aufgrund des Umstands, dass die Online-Plattform der Beschwerdegegnerin im Internet allgemein zugänglich sei, müsse die Aktivlegitimation nach Art. 10 Abs. 3 UWG bejaht werden. Sie vermag zudem vor Bundesgericht nicht aufzuzeigen, dass sie im kantonalen Verfahren hinreichend dargelegt hätte, weshalb ein schützenswertes öffentliches Interesse hinsichtlich der konkreten Form des Kontakts bestanden haben soll. Vielmehr stellt sie die Feststellungen im angefochtenen Entscheid hinsichtlich der Zahl vorgelegter Beanstandungen in Frage, ohne jedoch eine hinreichend begründete Sachverhaltsrüge zu erheben. Entgegen dem, was die Beschwerdeführerin anzunehmen scheint, hat die Vorinstanz nicht etwa ausgeschlossen, dass das Klagerecht des Bundes auch in Bezug auf Art. 3 Abs. 1 lit. s Ziff. 1 UWG zur Anwendung kommen kann, sondern hat hierzu ein hinreichend konkretes Interesse vorausgesetzt, was nicht gegen Art. 10 Abs. 3 UWG verstösst. Mit ihren allgemeinen Ausführungen zur Bedeutung von Art. 3 Abs. 1 lit. s UWG vermag die Beschwerdeführerin nicht aufzuzeigen, dass der angefochtene Entscheid im Ergebnis Bundesrecht verletzt. Im Übrigen kritisiert sie die vorinstanzliche Erwägung,
wonach die fragliche Verletzung "nicht als sehr schwer zu werten [sei]", geht jedoch nicht auf die vorinstanzliche Begründung ein, dass das Fehlen der E-Mail-Adresse für die Kunden weniger stark ins Gewicht falle, da im konkreten Fall eine Kontaktmöglichkeit via Online-Formular zur Verfügung stehe.

4.5. Rechtsbegehren Ziffer 7 (Angaben der gewerblichen Ticketanbieter) wies die Vorinstanz ebenfalls mangels Aktivlegitimation der Beschwerdeführerin ab. Diese habe nicht dargelegt, weshalb ein schützenswertes öffentliches Interesse bestehen solle. Insbesondere lägen keine Beschwerden vor, welche die fehlende Bekanntgabe der Angaben der gewerbsmässigen Anbieter (d.h. der Verkäufer der Tickets) kritisierten. Die Vorinstanz wies unter anderem darauf hin, die Schreiben der britischen Competition & Markets Authority (CMA) und der Verbraucherzentrale Bayern genügten nicht.
Soweit sich die Beschwerdeführerin einmal mehr darauf beruft, es sei für ihr Klagerecht ausreichend, dass sich das fragliche Internetangebot an eine Vielzahl von Personen in zahlreichen Sprachregionen der Welt richte, kann ihr auch in diesem Zusammenhang nicht gefolgt werden. Sie vermag auch keine Verletzung von Bundesrecht aufzuzeigen, indem sie vorbringt, bei den Schreiben der CMA und der Verbraucherzentrale Bayern "[handle] es sich allerdings sehr wohl um Meldungen, welche im Rahmen des Klagerechts nach Art. 10 Abs. 3 UWG berücksichtigt werden können". Entgegen dem, was die Beschwerdeführerin anzunehmen scheint, hat die Vorinstanz die beiden Schreiben nicht etwa als unbeachtlich betrachtet, sondern hat erwogen, diese genügten im Hinblick auf das Klagerecht des Bundes nicht. Mit ihren abstrakten rechtlichen Ausführungen zu Art. 3 Abs. 1 lit. s UWG vermag sie auch in diesem Zusammenhang nicht aufzuzeigen, dass der Vorinstanz eine Missachtung der gesetzlichen Voraussetzungen zur Klageberechtigung nach Art. 10 Abs. 3 UWG vorzuwerfen wäre.

5.
Die Beschwerdeführerin rügt, die Vorinstanz habe den Durchschnittsadressaten falsch bestimmt und damit Bundesrecht verletzt.

5.1. Die Vorinstanz ging gestützt auf die Parteivorbringen von einem Adressatenkreis der Konsumenten aus aller Welt aus, die im Internet zu privaten Zwecken Veranstaltungstickets kaufen. Die Durchschnittskonsumenten seien nicht fachkundig, verfügten aber über ein normales Wissen und

schenkten den Umständen einen Grad an Aufmerksamkeit, der nach den entsprechenden Verhältnissen zu erwarten sei. Da ein Ticketkauf bewusst und nicht - wie z.B. das Durchblättern einer Zeitschrift - nebenher gemacht werde, sei von einem eher hohen Grad an Aufmerksamkeit auszugehen.

5.2. Die Beschwerdeführerin vermag mit ihren Ausführungen nicht aufzuzeigen, dass der Vorinstanz im Ergebnis eine Bundesrechtsverletzung vorzuwerfen wäre. Die Vorinstanz hat nicht verkannt, dass gemäss Rechtsprechung auf den Grad der Aufmerksamkeit abzustellen ist, der nach den Umständen zu erwarten ist. Ebenso wenig hat sie ausser Acht gelassen, dass bei einem Kauf zu prüfen ist, wer die angesprochenen Adressaten sind und was angeboten wird. Vielmehr hat sie den Adressatenkreises gestützt auf die Behauptungen der Beschwerdeführerin ermittelt. Wie die Beschwerdeführerin in der Beschwerdeschrift hat zudem auch die Vorinstanz im angefochtenen Entscheid ausdrücklich betont, dass es für die Erfüllung der UWG-Tatbestände nicht erforderlich ist, dass jeder Adressat mit durchschnittlicher Erfahrung auf die Täuschung hereinfällt oder sich irreführen lässt, sondern es genügt, wenn nach den allgemeinen Erfahrungen des Lebens anzunehmen ist, dass sich eine nicht unerhebliche Anzahl von Adressaten der Handlungen täuschen lässt bzw. einem Irrtum verfällt (BGE 136 III 23 E. 9.1 a.E. S. 44 f.).
Entgegen den Vorbringen der Beschwerdeführerin leuchtet nicht ein, inwiefern im zu beurteilenden Fall, in dem Private aus eigenem Antrieb über das Internet Veranstaltungstickets kaufen, hinsichtlich der Aufmerksamkeit vergleichbar sein sollen mit "kleineren und wenig versierten Unternehmern" bzw. "privaten Zimmervermittlern" bei der Lektüre von Vertragsformularen, die ihnen unaufgefordert zugestellt wurden. Auch wenn mit der Beschwerdeführerin davon auszugehen ist, dass der Kauf einer Eintrittskarte für eine Veranstaltung nicht eine "besonders grosse Investition" darstellt, führt dies nicht zu einer bloss geringen Aufmerksamkeit des Durchschnittsverbrauchers. Die vorinstanzlichen Erwägungen zur Aufmerksamkeit des Durchschnittsadressaten lassen sich auch nicht mit dem in der Beschwerdeschrift erhobenen Einwand entkräften, der Erwerber widme seine Aufmerksamkeit nicht der Transaktion an sich, sondern der gewünschten Veranstaltung. Dies trifft wohl zu, ändert jedoch nichts daran, dass der Durchschnittsadressat bereits beim Kauf im Hinblick auf die gewünschte Veranstaltung, den er bewusst und aus eigenem Antrieb abschliesst, eine gewisse Aufmerksamkeit an den Tag legt.
Entgegen der in der Beschwerde vertretenen Ansicht trifft nicht zu, dass die Vorinstanz den Durchschnittsadressaten falsch bestimmt hat.

6.
Im Zusammenhang mit der Beweiskraft der angebotenen Beweismittel, so insbesondere der eingereichten Kundenbeschwerden, weist die Beschwerdeführerin grundsätzlich zutreffend darauf hin, dass diese Beschwerden nicht mit blossen Parteibehauptungen gleichzusetzen sind. Sie vermag mit ihren Ausführungen jedoch nicht aufzuzeigen, dass der Vorinstanz im Ergebnis eine Verletzung von Bundesrecht - namentlich des Grundsatzes der freien Beweiswürdigung (Art. 157 ZPO) - vorzuwerfen wäre, hat die Vorinstanz die Beweiskraft der fraglichen Dokumente doch unter Berücksichtigung weiterer Dokumente (insbesondere in Form von sog. Screenshots) antizipiert gewürdigt. Die Beschwerdeführerin setzt sich mit den konkreten Erwägungen im angefochtenen Entscheid nicht hinreichend auseinander; der Vorwurf der Willkür (Art. 9 BV) stösst ins Leere.
Auch in diesem Zusammenhang unterbreitet die Beschwerdeführerin dem Bundesgericht in unzulässiger Weise ihre Sicht der Dinge hinsichtlich der Angaben auf der Startseite der fraglichen Plattform in bestimmten Zeiträumen. Die entsprechenden Vorbringen haben unbeachtet zu bleiben.

7.
Die Beschwerdeführerin rügt, entgegen dem angefochtenen Entscheid liege eine Irreführung im Sinne von Art. 3 Abs. 1 lit. b UWG bzw. ein nach Art. 2 UWG unlauteres Verhalten vor, weshalb die Vorinstanz Rechtsbegehren Ziffer 1 zu Unrecht abgewiesen habe.

7.1.

7.1.1. Die Vorinstanz stellte in tatsächlicher Hinsicht fest, dass Nutzer bei der Online-Suche nach einer Veranstaltung regelmässig auf eine Google-Anzeige der Beschwerdegegnerin gelangten. Mit oder ohne Google-Anzeigen erscheine die Beschwerdegegnerin bei einer Google-Suche oft zuoberst oder weit oben, noch vor offiziellen Vertriebskanälen. Wähle man auf "www.A._____.ch" einen Event an, erscheine - jedenfalls zeitweise - neben dem Symbolbild der Veranstaltung der Hinweis "Finden Sie die besten [Karten/Tickets] bei A._____, der weltweit grössten Ticketbörse" bzw. "Finden Sie ihre gewünschten... Tickets bei A._____, der weltweit grössten Ticketbörse". Ein solcher Hinweis erscheine auch nach dem Klicken auf eine Anzeige auf der Seite der

Beschwerdegegnerin oberhalb der gezeigten Veranstaltungen. Weiter sei bei der spezifischen Veranstaltung am Ende der Liste mit verfügbaren Tickets folgender Hinweis angeführt: "Preise werden von den Verkäufern festgelegt und können über oder unter dem Originalpreis liegen". Ferner werde ein Preisrahmen angegeben, in dem sich die Nennwerte der angebotenen Preise bewegen. Oben rechts auf der Startseite von "A._____.ch" erscheine überdies eine Schaltfläche mit der Aufschrift "Tickets
verkaufen". Am unteren Ende der Seite könne man auf "Über uns" klicken, damit gelange man auf den folgenden Beschrieb der Beschwerdegegnerin auf ihrer Plattform: "A._____ ist eine globale Online-Plattform, auf der Sie Tickets für Live-Sport- und Musikveranstaltungen, und Veranstaltungen im Unterhaltungsbereich erwerben können. A._____ hat sich zum Ziel gesetzt, Käufern eine grosse Auswahl an Tickets für Veranstaltungen auf der ganzen Welt anzubieten, und Verkäufern, die ihre übriggebliebenen Tickets verkaufen möchten, oder grossen multinationalen Eventveranstaltern, die ein globales Publikum erreichen wollen, zu helfen" und "A._____ arbeitet mit mehreren weltweit führenden Marken aus der Sport und Unterhaltungsbranche zusammen, und hat bereits Kunden aus fast jedem Land der Welt dabei geholfen, Tickets für ihre Lieblingsevents in der Sprache, Währung und auf einem Gerät ihrer Wahl zu erwerben". Ebenfalls unten auf der Plattform befinde sich der Link zu den AGB der Beschwerdegegnerin. Darin heisse es in der Einleitung: "Herzlich willkommen bei A._____'s Online-Ticketbörse (die 'Website') ".

Im Kopfbereich sämtlicher Webseiten, insbesondere auch auf "www.A._____.ch" (Start- und Eventseite), und in allen Sprachen sei während des vorliegenden Verfahrens zudem folgender Hinweis aufgenommen worden: "Wir agieren als der weltgrösste Sekundärmarktplatz für Tickets für Live-Events. Alle Tickets sind vollständig von unserer Garantie abgedeckt. Die Preise werden von den Verkäufern festgelegt und können unter oder über dem ursprünglichen Kaufwert liegen". Einig seien sich die Parteien zudem darüber, dass die Beschwerdeführerin im Rahmen eines Testkaufs darauf hingewiesen wurde, dass die Webseite ein Marktplatz sei, dass die Tickets möglicherweise ursprünglich von einer Drittpartei erworben worden seien und die Preise der Tickets möglicherweise vom ursprünglichen Kaufpreis abweichen könnten.
Zum beantragten Hinweis, eine Plattform für den Weiterverkauf von Tickets zu betreiben (Rechtsbegehren Ziffer 1, erster Spiegelstrich) erwog die Vorinstanz, Äusserungen über sich selber, über sein Geschäftsmodell und sein Angebot seien als wettbewerbsbezogene, tatsächliche, dem Beweis zugängliche Behauptungen und damit als Angaben im Sinne von Art. 3 Abs. 1 lit. b UWG zu qualifizieren. Vorliegend moniere die Beschwerdeführerin einerseits die Google-Anzeigen, Aussagen darin, die Stellung der Beschwerdegegnerin in den Google-Suchergebnissen und den Beschrieb bei "Über uns", andererseits das Fehlen eines genügenden Hinweises auf das Betreiben einer Wiederverkaufsplattform. Damit hätten die Nutzer nach Ansicht der Beschwerdeführerin keine Kenntnis davon, dass die Beschwerdegegnerin eine Wiederverkaufsplattform sei, und glaubten, es handle sich um die Erstverkäuferin. Entsprechend sei vorliegend abzuklären, ob das Verhalten der Beschwerdegegnerin bzw. die Ausgestaltung der Plattform "www.A._____.ch" unrichtig, täuschend oder irreführend sein könnten, weil die Beschwerdegegnerin durch Angaben (Google-Anzeigen, Aussagen darin, Suchergebnisse, "Über uns") oder das teilweise Weglassen von Informationen fälschlicherweise den Eindruck
erwecke, sie sei Erstverkäuferin bzw. der offizielle Vertriebskanal.
Aus den Anzeigen der Beschwerdegegnerin und dem Erscheinen der Beschwerdegegnerin in den vorderen Resultaten bei Google-Suchen könne in Bezug auf dieses Rechtsbegehren nichts abgeleitet werden. Für Durchschnittsadressaten sei erkennbar, dass Anzeigen bezahlte Werbung seien, die normalerweise vor den Suchergebnissen erscheinen, und sie könnten diese von den Suchergebnissen - seien die Anzeigen doch entsprechend markiert - unterscheiden. Weiter seien sich Durchschnittsadressaten bewusst, dass die Suchergebnisse z.B. durch AdWords beeinflusst werden könnten sowie personalisiert seien, womit sich die Reihenfolge durch Anbieter teilweise, aber nicht vollständig, steuern lasse. Durchschnittsadressaten leiteten deshalb weder aus den Anzeigen - mit oder ohne Aussagen wie "sehr gefragte Veranstaltung", "100 % Garantie" und auch wenn ein Countdown laufe - noch aus der Reihenfolge der Suchresultate auf Google ab, dass die Beschwerdegegnerin Erstverkäuferin oder offizielle Verkaufsplattform sei. Die Beschwerdegegnerin täusche damit nicht über sich selbst, ihr Geschäftsmodell oder ihr Angebot; es bestehe keine Täuschung oder Irreführung. Ebensowenig mache die Beschwerdegegnerin in "Über uns" unrichtige oder täuschende Angaben dazu,
Erstticketverkäuferin zu sein. Während der zweite Teil nichtssagend sei, weise der erste Teil darauf hin, dass Verkäufer ihre übriggebliebenen Tickets über die Plattform verkaufen könnten. Dies deute für den Durchschnittsadressaten auf eine Wiederverkaufsplattform hin. Es bestehe keine Täuschungs- oder Irreführung (sgefahr).
Weitere von der Beschwerdegegnerin gemachte Angaben, aus denen abgeleitet werden könnte, die

Beschwerdegegnerin vermittle den Eindruck, Erstverkäuferin oder offizielle Verkaufsplattform zu sein, bringe die Beschwerdeführerin nicht vor. Sie äussere sich einzig zu den (teilweise) vorhandenen Hinweisen, die zur Klarstellung ungenügend seien. Ein Schweigen und damit das Fehlen von (genügenden) Hinweisen sei nur unlauter, wenn der Adressat von der in Wahrheit nicht gegebenen Vollständigkeit der Information ausgehe bzw. wenn verschwiegene Umstände eine Unvollständigkeit des Gesamtbildes erzeugten und eine Aufklärungspflicht bestehe. Eine allgemeine Aufklärungspflicht lege die Beschwerdeführerin nicht dar und sei auch nicht ersichtlich. Der nicht substanziierte Umstand, dass Nutzer keine Tickets kaufen würden, wenn sie wüssten, dass es sich um eine Wiederverkaufsplattform handle, reiche nicht als Grundlage für eine Aufklärungspflicht. Zudem verlange vorliegend auch der Grundsatz von Treu und Glauben nicht, dass Angaben über sich selbst aufgestellt werden. Diese Informationen könnten seitens der Durchschnittskonsumenten ohne Weiteres online ermittelt werden.
Weiter sei der auf "www.A._____.ch" unbestrittenermassen zumindest teilweise vorhandene Hinweis (ob man nun über eine Anzeige oder direkt auf die Webseite gelange) "Finden Sie ihre gewünschten... Tickets hier bei A._____, der weltweiten Ticketbörse" für einen Durchschnittsadressaten während des Kaufprozesses deutlich sichtbar. Der Text gehe in der Webseite nicht unter. Er sei vier Sätze lang, wobei aus drei Sätzen für einen Durchschnittsadressaten erkennbar sei, dass sich der Käufer auf einer Wiederverkaufsplattform befinde. Das Wort "Ticketbörse" stehe in der obersten Zeile und sei gut sichtbar. Der Text sei für einen Durchschnittsadressaten verständlich. Auch die Bezeichnung Ticketbörse sei klar, damit werde eine Wiederverkaufsplattform gemeint. Die Beschwerdeführerin verhalte sich widersprüchlich, indem sie zuerst behaupte, die Beschwerdegegnerin weise nicht darauf hin, dass sie eine Ticketbörse sei, und einen Hinweis "Ticketbörse" verlange, diesen aber dann später als unklar abtue. Zudem sei der beim Testkauf ersichtliche Hinweis auf den Marktplatz sowie darauf, dass die Tickets möglicherweise von einer (vom Hauptanbieter des Events unabhängigen) Drittpartei erworben worden seien, für einen Durchschnittsadressaten klar
verständlich. Weiter sei die Schaltfläche "Tickets verkaufen" oben rechts gut erkennbar und liefere dem Durchschnittsadressaten - auch wenn ein Countdown laufe - Anlass dafür, die restliche Internetseite genauer zu betrachten. Des Weiteren würden sich Durchschnittsadressaten, wenn sie sähen, dass Tickets für gleiche Sektoren zu unterschiedlichen Preisen angeboten werden, ohnehin dazu veranlasst fühlen, die Webseite genauer zu betrachten, nachzuforschen und allenfalls auch auf "Über uns" oder die AGB zu klicken. Auch aus Letzteren gehe hervor, dass die Beschwerdegegnerin eine Wiederverkaufsplattform betreibe.
Ob Durchschnittsadressaten sonst einfach, ohne Indizien, auf "Über uns" oder die AGB klicken würden, sei in der Tat fraglich. Dies sei letztlich aber auch nicht relevant, genauso wenig, ob der neue Hinweis nun immer vorhanden sei oder nicht und ob es Änderungen gebe. Die Webseite erwecke insgesamt nicht den Eindruck, die Beschwerdegegnerin sei Erstverkäuferin oder offizielle Ticketplattform. Unrichtige Angaben fänden sich nicht. Weiter seien mit "Finden Sie ihre gewünschten... Tickets hier bei A._____ der weltweiten Ticketbörse", dem Hinweis beim Testkauf oder dem Button "Tickets verkaufen" und "Über uns" zumindest teilweise Hinweise vorhanden - wobei ohnehin nicht von einer Aufklärungspflicht auszugehen sei -, die dem Durchschnittsadressaten klar machten, dass er sich auf einer Ticketbörse sprich einer Wiederverkaufsplattform befinde; ein Durchschnittsadressat übersehe diese nicht. Durchschnittsadressaten würden entsprechend über die Beschwerdegegnerin und ihr Angebot nicht irregeführt oder getäuscht. Die Beklagte verhalte sich weder täuschend noch sonst in einer Treu und Glauben verletzender Weise. Die behaupteten Verletzungen nach Art. 3 Abs. 1 lit. b und Art. 2 UWG lägen nicht vor.
Damit seien die Voraussetzungen für einen Hinweis gemäss Rechtsbegehren Ziffer 1, erster Spiegelstrich, nicht gegeben. Die Klage sei diesbezüglich abzuweisen. Auf eine Prüfung der weiteren Bestreitungen könne verzichtet werden.

7.1.2. Mit der Beschwerdeführerin ist zwar davon auszugehen, dass Durchschnittsadressaten kaum mit den Einzelheiten der Funktionsweise von Internetsuchen vertraut sein dürften, weshalb - entgegen dem angefochtenen Entscheid - zweifelhaft ist, ob ihnen der Einfluss von AdWords auf Online-Suchergebnisse bzw. die Wirkungsweise personalisierter Suchen vertraut sind, mit denen sich die Reihenfolge durch Anbieter teilweise steuern lässt. Die Beschwerdeführerin vermag hingegen die vorinstanzliche Annahme nicht zu entkräften, wonach für Durchschnittsadressaten erkennbar ist, dass Anzeigen bezahlte Werbung sind, die üblicherweise vor den Suchergebnissen erscheinen, und sie die entsprechend markierten Anzeigen von den Suchergebnissen zu unterscheiden vermögen. Entgegen den Vorbringen der Beschwerdeführerin leuchtet daher - ausgehend von den für das Bundesgericht massgebenden Sachverhaltsfeststellungen (Art. 105 Abs. 1 BGG) - nicht ein, weshalb der Durchschnittsadressat aufgrund der Google-Suche davon ausgehen soll, es mit dem offiziellen Ticketverkäufer zu tun zu haben, wenn er nach dem Anklicken des obersten Links auf die Online-

Plattform der Beschwerdegegnerin gelangt. Die Beschwerdeführerin unterstellt dem Durchschnittsadressaten
ihrerseits überhöhte Kenntnisse hinsichtlich der Wirkungsweise von Internetsuchen, wenn sie sich in der Folge auf den Standpunkt stellt, dieser würde erwarten, "dass die offiziellen Erstverkäufer dafür sorgen, im ureigenen Interesse des Veranstalters bzw. des Künstlers im Internet an erster Stelle zu erscheinen". Zudem beruft sie sich im gleichen Zusammenhang in unzulässiger Weise auf Sachverhaltselemente betreffend die wirtschaftliche Bedeutung von Erst- und Wiederverkauf von Tickets bzw. das Verhältnis der jeweiligen Märkte, die sich dem angefochtenen Entscheid nicht entnehmen lassen. Die behauptete Erwartung des Käufers von Veranstaltungstickets aufgrund der Google-Suchergebnisse lässt sich auch aus dem in der Beschwerde erwähnten Urteil 4A 167/2019 vom 8. August 2019 (E. 3.2.3) nicht ableiten; die Beschwerdeführerin räumt denn auch selber ein, dass dieses andere Umstände betrifft.
Der Vorinstanz ist daher keine Verletzung von Art. 3 Abs. 1 lit. b UWG vorzuwerfen, wenn sie nicht auf die Behauptung der Beschwerdeführerin abstellte, die Benutzer gingen aufgrund der Ergebnisse der Google-Suche davon aus, es mit dem offiziellen Verkaufskanal zu tun zu haben. Die nunmehr behaupteten Zusammenhänge wären in tatsächlicher Hinsicht im kantonalen Verfahren im Einzelnen vorzubringen und nachzuweisen gewesen. Kann nicht auf die behauptete Annahme der Durchschnittsadressaten abgestellt werden, stossen auch die weiteren von der Beschwerdeführerin darauf gestützten Vorbringen ins Leere, so etwa, aus der angeblich unzutreffenden Vorstellung der angesprochenen Kreise ergebe sich eine besondere Aufklärungspflicht. Der Beschwerdeführerin ist immerhin insoweit zu folgen, als nicht davon auszugehen ist, dass der Konsument beim Kauf eines Tickets weitere Informationen über die Beschwerdegegnerin ermittelt, indem er auf etwa "Über uns" klickt. Entsprechend stösst aber auch das Vorbringen der Beschwerdeführerin ins Leere, der entsprechende Text enthalte zweideutige bzw. unrichtige Angaben.
Die Beschwerdeführerin vermag auch keine Bundesrechtsverletzung aufzuzeigen, indem sie vor Bundesgericht unter Berufung auf Online-Lexika-Einträge neue Behauptungen zu Herkunft, Gebrauch und Bedeutung des Worts "Börse" aufstellt und gestützt darauf vorbringt, der im angefochtenen Entscheid erwähnte Hinweistext auf der fraglichen Webseite sei zweideutig. Die vorinstanzliche Erwägung, wonach mit der Bezeichnung "Ticketbörse" eine Wiederverkaufsplattform gemeint sei, ist nicht zu beanstanden. Entgegen dem, was die Beschwerdeführerin anzunehmen scheint, leuchtet nicht ein, dass die Verwendung des Begriffs beim Durchschnittsadressaten den Eindruck erwecken würde, er befinde sich auf der Seite der Erstverkäuferin bzw. der offiziellen Verkaufsplattform des Veranstalters. Mit ihren weiteren Ausführungen kritisiert die Beschwerdeführerin in appellatorischer Weise die vorinstanzlichen Feststellungen zu den auf der Webseite enthaltenen Angaben, deren Grösse, visuelle Darstellung sowie Sichtbarkeit im Verhältnis zu anderen Informationen und unterbreitet dem Bundesgericht bloss ihre Sicht der Dinge hinsichtlich des fraglichen Internetauftritts.
Insgesamt vermag die Beschwerdeführerin die vorinstanzliche Erwägung, die fragliche Website erwecke nicht den Eindruck, die Beschwerdegegnerin sei Erstverkäuferin oder offizielle Ticketplattform, nicht als bundesrechtswidrig auszuweisen. Der Vorinstanz ist keine Verletzung von Art. 3 Abs. 1 lit. b oder Art. 2 UWG vorzuwerfen.

7.2.

7.2.1. Zu dem mit Rechtsbegehren Ziffer 1 beantragten Hinweis, dass die Tickets personalisiert sein bzw. auf einen anderen Namen lauten können (zweiter Spiegelstrich) und dass die Tickets nicht immer Zugang zur Veranstaltung gewähren (dritter Spiegelstrich), verneinte die Vorinstanz eine entsprechende Aufklärungspflicht der Beschwerdegegnerin. Sie erwog, die Beschwerdeführerin leite die Aufklärungspflicht aus dem Umstand ab, dass die Beschwerdegegnerin Wiederverkäuferin sei, die Nutzer aber von einer Erstverkäuferin ausgingen. Dieser nicht erstellte Umstand könne keine Grundlage für eine Aufklärungspflicht darstellen; andere Grundlagen seien nicht ersichtlich. Das Nichtvorhandensein der Hinweise führe zudem nicht zu einer Unvollständigkeit des Gesamtbildes hinsichtlich des Angebots der Beschwerdegegnerin. Diese trete nicht selber als Verkäuferin auf, sondern biete eine Wiederverkaufsplattform an, auf der Drittverkäufer Tickets verkauften. Sie verkaufe daher keine ungültigen, gefälschten oder personalisierten Tickets bzw. solche, die keinen Zugang gewährten. Durch einen Verkauf verstosse sie demnach nicht gegen das UWG.
Vom Durchschnittsadressaten werde die Beschwerdegegnerin als Wiederverkaufsplattform wahrgenommen. Sie suggeriere nicht (beispielsweise durch andere Angaben), Einfluss auf die Erfüllung des Vertrags durch den Verkäufer oder den Veranstalter des Events betreffend Zutritt oder Eigenschaften der Tickets zu haben. Ein Durchschnittsadressat sei sich bei einem Ticketkauf durchaus bewusst, dass es - insbesondere auf dem Sekundärticketmarkt - Probleme mit dem Zugang zu einer Veranstaltung geben könnte. Hinweise auf allfällige Probleme erwarte er nicht, seien solche Hinweise auf mögliche Leistungsstörungen doch auch beim Erstkauf nicht üblich, obwohl es dort

(beispielsweise wegen Fehlern in Strichcodes, Absagen usw.) ebenfalls solche gebe. Zu erwähnen seien seitens eines Verkäufers nicht unerhebliche Produktemängel, die für die geforderten generellen Hinweise auch weit verbreitet sein müssten. Die Beschwerdegegnerin sei selber aber nicht Verkäuferin; zudem werde eine grosse Verbreitung solcher Vorfälle gemessen an der Anzahl gehandelter Tickets weder schlüssig noch substanziiert behauptet. Die Beschwerdeführerin beschränke sich auf die Darlegung einzelner Beispiele. Daher könne eine Aufklärungspflicht nicht bejaht werden. Das
Nichtvorhandensein der Hinweise stelle folglich kein täuschendes, irreführendes oder sonstwie gegen Treu und Glauben verstossendes Verhalten dar, oder ein solches, das zu einer Täuschungs- oder Irreführungsgefahr für Durchschnittsadressaten führe. Damit liege keine UWG-Verletzung (Art. 3 Abs. 1 lit. b und Art. 2 UWG) vor. Die Klage sei bezüglich Rechtsbegehren 1, zweiter und dritten Spiegelstrich, abzuweisen.

7.2.2. Soweit die Beschwerdeführerin einmal mehr vorbringt, der Durchschnittsadressat erkenne nicht, dass er es mit einer Wiederverkaufsplattform zu tun habe, woraus sich eine Aufklärungspflicht ergebe, haben sich ihre Vorbringen bereits als unbehelflich erwiesen. Ihr Vergleich mit der Rechtsprechung zur Verletzung des Persönlichkeitsrechts durch eine sog. Host-Bloggerin und die Verantwortlichkeit der Plattformbetreiberin (Urteil 5A 792/2011 vom 14. Januar 2013) verfängt nicht, ist vorliegend doch keine Persönlichkeitsverletzung ersichtlich und legt die Beschwerdeführerin auch nicht dar, welcher konkrete Gesetzesverstoss dem Drittverkäufer vorzuwerfen wäre. Insofern ist auch nicht ersichtlich, zu welchem unlauteren Wettbewerbsverhalten ein Tatbeitrag der Beschwerdegegnerin erfolgt sein soll. Im Übrigen hält die Beschwerdeführerin der vorinstanzlichen Feststellung, wonach eine grosse Verbreitung solcher Vorfälle gemessen an der Anzahl gehandelter Fälle weder schlüssig noch substanziiert behauptet worden sei, lediglich in appellatorischer Weise ihre eigene Sicht der Dinge zu Art und Anzahl der fraglichen Vorfälle entgegen.

7.3. In Bezug auf den mit Rechtsbegehren Ziffer 1 beantragten Hinweis, dass die Preise der Tickets unter oder über dem ursprünglichen Kaufpreis liegen können (vierter Spiegelstrich), stützt sich die Beschwerdeführerin einmal mehr vergeblich auf ihre Behauptung, der Durchschnittsadressat erkenne nicht, dass er es mit einer Wiederverkaufsplattform zu tun habe, sondern glaube fälschlicherweise, er befinde sich auf der Webseite des offiziellen Ticketverkäufers. Die entsprechenden Vorbringen haben sich als unbegründet erwiesen. Das darauf gestützte Vorbringen, es bestehe eine Aufklärungspflicht hinsichtlich des Preises anderer Verkäufer, stösst damit ins Leere. Es erübrigt sich demnach, auf die Vorbringen in der Beschwerde zur vorinstanzlichen Eventualbegründung einzugehen, wonach auf der Webseite der Beschwerdegegnerin ohnehin ein entsprechender Hinweis hinsichtlich der Preise erfolgt sei.
Der Vorwurf, die Vorinstanz habe Art. 2 und Art. 3 Abs. 1 lit. b UWG verletzt, ist auch in dieser Hinsicht unbegründet.

8.

8.1. Zu der in den Google-Anzeigen für "www.A._____.ch" verwendeten Äusserung "niedrige Preise" (Rechtsbegehren Ziffer 2) liess die Vorinstanz offen, ob es sich dabei um eine tatsächliche, dem Beweis zugängliche Angabe im Sinne von Art. 3 Abs. 1 lit. b UWG handle. Selbst wenn der Ausdruck als Angabe im Sinne dieser Bestimmung zu werten sei, lasse sich aufgrund der vorgebrachten Tatsachenbehauptungen der Beschwerdeführerin nicht erstellen, dass die Angabe unrichtig, täuschend oder irreführend sei. Es sei an der Beschwerdeführerin zu beweisen, dass die Preise für die auf der Plattform angebotenen Tickets im Vergleich zu anderen Sekundärmarktplätzen nicht niedrig seien. Dies behaupte sie jedoch nicht, sondern vergleiche die Preise mit denjenigen der Erstticketverkäufer, und auch hier nur vereinzelt und nicht in einer repräsentativen Anzahl, was selbst im Falle der Relevanz eines solchen Vergleichs ungenügend wäre.

8.2. Auch in diesem Zusammenhang stützt sich die Beschwerdeführerin vergeblich auf ihre Behauptung, der Durchschnittsadressat gehe von einem Erstkauf aus. Sie kritisiert einmal mehr die vorinstanzlichen Sachverhaltsfeststellungen und stellt sich auf den Standpunkt, sie habe bewiesen, dass die Preise für die auf der Plattform der Beschwerdegegnerin verkauften Tickets nicht "niedrig", sondern hoch seien, vermag die vorinstanzlichen Feststellungen jedoch nicht als bundesrechtswidrig auszuweisen.

9.
Die Beschwerdeführerin rügt im Zusammenhang mit dem von der Vorinstanz abgewiesenen Rechtsbegehren Ziffer 3 eine Verletzung von Art. 2 und Art. 3 Abs. 1 lit. b UWG.

9.1. Die Vorinstanz stellte fest, der tatsächlich zu bezahlende Preis werde nicht von Anfang an angegeben. Am Anfang des Bestellvorgangs werde ein Preis für die Tickets angezeigt, in dem Liefergebühr, Mehrwertsteuer und Buchungsgebühr noch nicht enthalten seien. Diese kämen während des Bestellvorgangs dazu. Aus dem von der Beschwerdeführerin eingereichten Auszug der Website "www.A._____.ch" sei ersichtlich, dass ausdrücklich angegeben werde, wenn der Preis exklusive Mehrwertsteuer angezeigt werde ("Nicht inbegriffen: Liefergebühr, Mehrwertsteuer und Buchungsgebühr"). Bei Schritt 1 erfolge der ausdrückliche Hinweis, dass bei dem Verkaufspreis der Tickets die Liefergebühr, die Mehrwertsteuer und die Buchungsgebühr noch nicht enthalten seien. Beim Testkauf komme bei Schritt 2 (Versand) in der linken Spalte nach Auswahl der Lieferoption die bezifferte Liefergebühr hinzu. Nach Eingabe der Zahlungsangaben komme zudem ein bezifferter Gesamtbetrag für Mehrwertsteuer und Buchungsgebühr hinzu. Am Ende des Bestellprozesses, vor Auslösung der Bestellung mit dem Button "Bestellung beenden... und Tickets sichern!", werde eine Kaufübersicht mit allen Angaben eingeblendet.
In rechtlicher Hinsicht erwog die Vorinstanz, dass der Preis eine Angabe im Sinne von Art. 3 Abs. 1 lit. b UWG darstelle, ergebe sich bereits aus dem Gesetz. Da Preise für den Kaufentschluss der potentiellen Kunden zentral seien, sei auch der (vermutete) Wettbewerbsbezug ohne Weiteres gegeben. Nicht behauptet werde, dass die Preisangaben unrichtig seien; damit bleibe zu prüfen, ab wann der tatsächlich zu bezahlende Preis (Gesamt-/Endpreis) anzugeben sei, ab wann die Beschwerdegegnerin diesen angebe und ob Durchschnittskonsumenten durch die Preisangaben irregeführt oder getäuscht werden. Zu Ersterem liefere die Preisbekanntgabeverordnung keine Antwort, weshalb auch offengelassen werden könne, ob das Angebot der Beschwerdegegnerin als Dienstleistung im Sinne von Art. 10 Abs. 1 lit. g PBV zu qualifizieren sei. Was Durchschnittskonsumenten hinsichtlich des Preises letztlich interessiere, sei, welcher Preis inkl. aller Zusätze (Mehrwertsteuer, Abgaben) zu bezahlen sei. Deshalb habe zur Vermeidung einer Täuschung bzw. Irreführung der tatsächliche Preis vor Erteilung des Konsenses zum Vertragsabschluss dem Käufer bekannt zu sein. Gepflogenheiten im Geschäftsverkehr, die verlangten, bei Onlineverkäufen den tatsächlich zu bezahlenden Preis
zu Beginn anzugeben, würden nicht substanziiert behauptet und lägen auch nicht vor; Zuschläge während des Bestellvorgangs seinen weit verbreitet.
Die Beschwerdegegnerin gebe den tatsächlich zu bezahlenden Preis am Schluss des Bestellvorgangs an. Vor Auslösung der Bestellung, im Zeitpunkt des Kaufentschlusses kenne der Durchschnittskonsument damit den tatsächlich zu bezahlenden Preis. Es bestehe daher keine Täuschungs- oder Irreführungsgefahr darüber, welchen Preis er letztlich zu bezahlen habe. Relevant sei das objektivierte Verständnis der Durchschnittskonsumenten, und bei diesen bestehe eine solche Täuschungs- oder Irreführungsgefahr durch den tieferen Anfangspreis nicht. Durchschnittskonsumenten verstünden den auf einer Webseite anfangs eingeblendeten Preis eben als Anfangspreis. Sie verstünden diesen nicht als tatsächlichen, letztlich zu bezahlenden Preis, wie sie es bei einem in einem Laden angeschriebenen Preis tun würden. Vielmehr gingen sie - da beim Einkaufen im Internet üblich - davon aus, dass zu diesem Anfangspreis noch Gebühren und Zuschläge unterschiedlicher Art (z.B. Zoll-, Versand-, Bearbeitungsgebühren) hinzukommen könnten. Die vorliegend thematisierte Mehrwertsteuer beziehe sich auf die Vermittlungsdienstleistung der Beschwerdegegnerin und werde deshalb zusammen mit der Buchungsgebühr erhoben, deren Angabe nicht von Anfang an erwartet werde. Aufgrund ihres
Verständnisses des Preises als Anfangspreis prüften die Durchschnittskonsumenten - selbst wenn ein Bestellprozess Ablenkungen enthalte und nicht lange dauern dürfe - vor Abschluss der Bestellung nochmals den Preis und entschieden, ob sie die Tickets (samt Dienstleistung der Vermittlung) für diesen Gesamtpreis kaufen möchten. Dieser Gesamtpreis sei für den Durchschnittskonsumenten, wie die dokumentierten Kaufabläufe zeigten, gut sichtbar. Jeder Durchschnittskonsument habe wohl bereits Bestellvorgänge angesichts eines letztlich für ihn zu hohen Gesamtpreises kurz vor Abschluss der Bestellung abgebrochen. Wenn ein Nutzer die Tickets schliesslich im Wissen um den Gesamtpreis kaufe, der den Anfangspreis übersteige, weil er bereits weit im Bestellprozess fortgeschritten sei und keine Lust verspüre, den Bestellprozess auf einer anderen Webseite nochmals neu zu starten, bestehe keine Irreführung oder Täuschung. Vielmehr sei dies ein bewusster Entscheid unter Einbezug der Opportunitätskosten. Davor brauche der Durchschnittskonsument keinen Schutz.
Weiter bestehe auch wegen einer fehlenden Vergleichbarkeit von Anfangspreisen keine (potentielle) Irreführung oder Täuschung. Es könne den Nutzern zugemutet werden, den Preis - auch bei fortgeschrittenem Bestellvorgang und trotz eines gewissen Zeitdrucks - zu vergleichen. Im Internet bestehe die Möglichkeit zu solchen Vergleichen mit wenigen Klicks. Dies werde von Durchschnittskonsumenten auch genutzt. Zudem liege eine Irreführungs- oder Täuschungsgefahr aufgrund des tieferen Anfangspreises auch deshalb nicht vor, weil die Nutzer darauf, dass Liefergebühr, Mehrwertsteuer und Buchungsgebühr nicht darin inbegriffen seien, ab Schritt 1

hingewiesen würden, wenn auch deren Höhe zu diesem Zeitpunkt nicht ausgewiesen sei. Eine Verletzung von Art. 3 Abs. 1 lit. b UWG sei insgesamt zu verneinen.

9.2. Die Beschwerdeführerin kritisiert zunächst die vorinstanzliche Erwägung, wonach sich in der PBV und im UWG keine generelle Regel finde, ab wann der Endpreis bzw. der tatsächlich zu bezahlende Preis anzugeben sei, vermag mit ihren Ausführungen jedoch nicht aufzuzeigen, welche Bestimmung die Vorinstanz im konkreten Fall missachtet haben soll. Entgegen den Vorbringen in der Beschwerdeschrift lässt sich aus dem ins Feld geführten bundesgerichtlichen Urteil 6B 942/2009 vom 15. März 2010 E. 2.2.4 nichts zu ihren Gunsten ableiten: Darin ging es nicht etwa darum, ab wann in einem Online-Bestellprozess der Endpreis anzugeben wäre, sondern um die Zulässigkeit eines Konkurrenzvergleichs nach Art. 16 Abs. 1 lit. c PBV im Rahmen eines Zeitungsinserats, wobei das Bundesgericht erwog, es würden nicht vergleichbare Angebote verglichen, weil das eigene Angebot im Gegensatz zu jenen der Konkurrenz keine Gratisserviceleistungen enthielt. Auch das zweite in der Beschwerde erwähnte Urteil BGE 129 III 426 E. 3.1.1 betrifft die vergleichende Werbung und daher eine andere Konstellation, als sie von der Vorinstanz zu beurteilen war. Auch dieser Entscheid ist nicht einschlägig. Ebenso wenig leuchtet ein, inwiefern aus BGE 112 IV 125 E. 2, der preisrelevante Angaben in der Werbung betrifft, etwas zugunsten der Beschwerdeführerin abgeleitet werden könnte.
Soweit die Beschwerdeführerin in der Folge unter Berufung auf verschiedene im kantonalen Verfahren eingereichte Beweismittel ohne weitere Begründung behauptet, die Vorinstanz habe diese "einfach ausgeblendet", sei in Willkür (Art. 9 BV) verfallen bzw. habe den Sachverhalt offensichtlich unrichtig festgestellt, verfehlt sie die gesetzlichen Begründungsanforderungen an entsprechende Rügen. Appellatorisch und damit unbeachtlich sind zudem ihre Ausführungen, mit denen sie einen am 29. Januar 2018 durchgeführten Testkauf aus ihrer Sicht darstellt, ohne dass sich die entsprechenden Angaben aus den - für das Bundesgericht verbindlichen (Art. 105 Abs. 1 BGG) - Sachverhaltsfeststellungen im angefochtenen Entscheid ergeben würden. Im Übrigen zeigt sie auch mit ihren allgemeinen Ausführungen zu den erforderlichen Preisangaben im stationären Handel nicht auf, inwiefern der Vorinstanz im konkreten Fall eine Verletzung von Bundesrecht vorzuwerfen wäre. Insbesondere wird aufgrund ihrer Ausführungen nicht klar, weshalb der Durchschnittskonsument seine Erfahrungen hinsichtlich der Preisangaben auf Waren im stationären Handel ohne Weiteres auf den Bestellvorgang beim Kauf von Veranstaltungstickets über das Internet übertragen soll. Sie vermag die Annahme im angefochtenen Entscheid zum Verständnis des Durchschnittskonsumenten damit jedenfalls nicht als bundesrechtswidrig auszuweisen.
Insgesamt vermag die Beschwerdeführerin mit ihren Ausführungen keine Verletzung von Art. 2 oder Art. 3 Abs. 1 lit. b UWG aufzuzeigen.

10.
Die Beschwerdeführerin rügt, die Vorinstanz habe Art. 3 Abs. 1 lit. b und lit. h UWG verletzt, indem sie sowohl eine Täuschung über das Angebot als auch besonders aggressive Verkaufsmethoden der Beschwerdegegnerin verneinte und Rechtsbegehren Ziffer 8 daher abwies.

10.1. Die Vorinstanz stellte fest, die Beschwerdegegnerin verwende die Angaben " Tickets sind sehr nachgefragt", "es bleiben nur noch wenige Tickets", "Tickets sind fast ausverkauft" und auf manchen Seiten einen Countdown. Sie gebe auf ihrer Plattform an, wie viele Tickets darauf verfügbar seien. Damit mache sie keine Angabe darüber, ob die Tickets andernorts ausverkauft seien. Dass sich die Angabe der verfügbaren Tickets lediglich auf die Plattform der Beschwerdegegnerin beziehe, werde durch einen "Infobutton" aufgezeigt: Klicke der Nutzer darauf, erscheine der folgende Text: "Ausgehend von der voraussichtlichen Publikumskapazität für dieses Event sowie der noch auf dieser Plattform verbleibenden Tickets." Ein Countdown sei branchenüblich. Er dauere 5, 6 oder 8 Minuten und gebe an, wie lange die angewählten Tickets für den Nutzer reserviert seien. Dies komme durch folgenden Hinweis unter dem Ticker zum Ausdruck: "Bitte beachten Sie, dass diese Tickets zu einem späteren Zeitpunkt vielleicht nicht mehr für Sie verfügbar sind, wenn Sie sie jetzt freigeben". Ohne Countdown könnten Nutzer bestimmte Tickets tagelang blockieren, was Verkäufer, die ebenso Kunden der Beschwerdegegnerin seien, benachteiligen würde. Bei besonders gefragten Tickets sei die Beschränkung der Dauer der Ticketreservierung notwendig, um einen reibungslosen Ablauf zu garantieren.
Unlauter handle gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. h UWG insbesondere, wer den Kunden durch besonders aggressive Verkaufsmethoden in seiner Entscheidungsfreiheit beeinträchtige. Die Bestimmung erfasse nicht sämtliche aggressiven Verkaufsmethoden, sondern nur die besonders aggressiven Methoden, die geeignet seien, den Adressaten in seiner Entscheidungsfreiheit zu beeinträchtigen. Die besondere Aggressivität setze voraus, dass eine das Mass des Normalen übersteigende Überredungsintensität eingesetzt werde. Diese Methoden müssten eine psychologische Zwangslage

schaffen, damit der Kunde in seiner Entscheidungsfreiheit spürbar beeinträchtigt werde. Eine Beeinträchtigung liege vor, wenn der Kunde den Entscheid zum Vertragsabschluss nicht aufgrund der in Frage stehenden Leistung treffe, sondern sich aufgrund der angewandten Verkaufsmethode aus inneren Gefühlen (Angst, Dankbarkeit, Anstand, Peinlichkeit) zum Vertragsschluss genötigt bzw. gedrängt fühle. Mit anderen Worten müsse die Beeinflussung durch die Verkaufsmethode den Kunden in seiner üblichen Fähigkeit, Entscheidungen zu treffen, spürbar beeinträchtigen, so dass er nicht mehr in der Lage sei, seinen Entscheid nach sachlichen Kriterien zu fällen. Für die Beurteilung sei entscheidend, ob die
Verhaltensweise (Verkaufsmethode) geeignet sei, für einen Durchschnittsadressaten eine Gefahr einer Beeinträchtigung der Entscheidungsfreiheit zu schaffen.
Rechtsbegehren Ziffer 8 sei abzuweisen, da die Angaben ("Tickets sind sehr nachgefragt", "es bleiben nur noch wenige Tickets", "Tickets sind fast ausverkauft") sowie der Countdown keine besonders aggressiven Verkaufsmethoden darstellten. Die behaupteten Angaben und der Countdown könnten zwar dazu führen, dass der Durchschnittskonsument bei der Kaufabwicklung nicht trödle, und seien für ihn allenfalls mühsam. Er sei sich Einblendungen und Countdowns indessen gewohnt und fühle sich nicht unter Druck gesetzt, seien diese doch branchenüblich. Bezüglich der Wahl der Veranstaltung und des Kaufentschlusses an sich würden Durchschnittskonsumenten nicht beeinflusst; sie schlössen den jeweiligen Vertrag nicht aufgrund der Verkaufsmethode ab, sondern letztlich noch immer wegen des Kaufgegenstandes. Dabei nehme ein Durchschnittskonsument die Abwägung vor, ob es ihm wert sei, für den Erhalt des Tickets und damit den Eintritt zu einer Veranstaltung den gefragten Preis zu bezahlen. Diese Abwägung habe er unabhängig von Einblendungen und Countdowns bei einem Kauf vor dem Abschluss sowieso vorzunehmen. Er befinde sich in keiner Zwangslage, in der er in seiner Entscheidungsfreiheit spürbar beeinträchtigt werde. Dass die Anzahl von Tickets limitiert
sei und daher Eintrittskarten schnell ausverkauft sein könnten, sei dem Kunden klar. Genauso sei ihm auch klar, dass Tickets jeweils auf dem Sekundärmarkt bei anderen Anbietern noch erhältlich seien. Auf der Suche nach diesem Produkt besuche er von sich aus diese Online-Plattformen; er werde nicht wie bei Haustürgeschäften, Telefonverkäufen oder Verkäufen im öffentlichen Raum, oder wie auf Werbefahrten oder bei Partyverkäufen überrumpelt oder in eine Drucksituation gebracht. Eine Verletzung von Art. 3 Abs. 1 lit. h UWG sei zu verneinen.
Weiter sei auch eine Täuschung über das Angebot (Art. 3 Abs. 1 lit. b UWG) sowie eine Verletzung von Art. 2 UWG wegen fehlender Irreführung bzw. Täuschung (-sgefahr) zu verneinen. Die Angaben qualifizierten zwar durchaus als wettbewerbsbezogene, tatsächliche, dem Beweis zugängliche Behauptungen und damit als Angaben im Sinne von Art. 3 Abs. 1 lit. b UWG. Sie bezögen sich aber nur auf die Plattform der Beschwerdegegnerin, worauf diese unbestrittenermassen hinweise. Dass diese Angaben der Verfügbarkeit in Bezug auf die Plattformen der Beschwerdegegnerin falsch seien, habe die Beschwerdeführerin nicht substanziiert behauptet. Zudem sei nicht ersichtlich, wieso die Angaben täuschend oder irreführend sein sollten. Der Durchschnittskonsument gehe bei solchen Angaben nicht davon aus, dass es sich um eine Referenz in Bezug auf den ganzen Markt handle. Die Angaben riefen weder eine falsche noch eine unklare Vorstellung über die Verfügbarkeit der Tickets hervor. Es liege demnach kein täuschendes oder in anderer Weise gegen Treu und Glauben verstossendes Verhalten vor.

10.2. Die Beschwerdeführerin stellt den Ablauf des Bestellprozesses und die visuelle Darstellung auf dem Bildschirm aus eigener Sicht dar, ohne eine hinreichend begründete Sachverhaltsrüge zu erheben. Sie stellt zudem die vorinstanzliche Feststellung zur Branchenüblichkeit des Countdowns in Frage, ohne dies jedoch zu begründen. Zudem behauptet sie einmal mehr vergeblich, der Benutzer glaube unter den gegebenen Umständen, sich auf der Webseite des offiziellen Ticketverkäufers zu befinden. Die entsprechenden Vorbringen haben sich als unbegründet erwiesen (dazu vorn E. 7.1). Im Weiteren lässt sich ihre Behauptung, die zur Verfügung stehende Zeit im Rahmen des Bestellprozesses sei für die vorzunehmenden Angaben (Eingabe der Adresse, Kreditkarteninformationen usw.) zu kurz bemessen, nicht auf die Sachverhaltsfeststellungen im angefochtenen Entscheid stützen. Die konkreten zeitlichen Abläufe im Rahmen des Bestellprozesses wären im kantonalen Verfahren zu substanziieren und nachzuweisen gewesen. Die Rüge der Verletzung von Art. 3 Abs. 1 lit. b und lit. h UWG geht fehl.

11.
Die Beschwerde ist abzuweisen, soweit darauf eingetreten werden kann. Der Beschwerdeführerin werden für das bundesgerichtliche Verfahren keine Gerichtskosten auferlegt (Art. 66 Abs. 4 BGG), sie wird jedoch dem Verfahrensausgang entsprechend gegenüber der Beschwerdegegnerin entschädigungspflichtig (Art. 68 Abs. 2 BGG).

Demnach erkennt das Bundesgericht:

1.
Die Beschwerde wird abgewiesen, soweit darauf einzutreten ist.

2.
Es werden keine Gerichtskosten erhoben.

3.
Die Beschwerdeführerin hat die Beschwerdegegnerin für das bundesgerichtliche Verfahren mit Fr. 8'000.-- zu entschädigen.

4.
Dieses Urteil wird den Parteien und dem Handelsgericht des Kantons Zürich schriftlich mitgeteilt.

Lausanne, 1. Dezember 2020

Im Namen der I. zivilrechtlichen Abteilung
des Schweizerischen Bundesgerichts

Die Präsidentin: Kiss

Der Gerichtsschreiber: Leemann