

# **Analyse und Beweisdokumentation**

**Sky X wirbt mit F1 On Demand – liefert aber nicht**

**Geschrieben, Analysiert & Dokumentiert von  
Gösselbauer Amadeus**

**Version: 1.2.02.04.2025**

## Einleitung:

Am 29. März 2025 habe ich über Sky X ein Abo abgeschlossen, um die Formel 1 live und on demand zu verfolgen. **Bereits bei der Google-Suche nach „Sky X Formel 1“** wurde mir in der Vorschau (dem sogenannten Snippet) prominent suggeriert, dass **Sky X alle Rennen der Formel 1 live und on demand anbietet. Die Formulierung „Formel 1 Live Stream – alle Rennen live & on demand“** wurde sowohl in der Google-Suchergebnisbeschreibung als auch im HTML-Quellcode der Sky-Webseite (Meta-Description) verwendet.

Diese Aussage war ein wesentlicher Grund für den Vertragsabschluss, da ich – wie viele berufstätige Konsumenten – nicht immer in der Lage bin, Rennen live zu verfolgen und daher auf eine flexible On-Demand-Verfügbarkeit angewiesen bin.

Nach dem Abschluss stellte sich jedoch heraus:

**Sky X bietet keine einzige vollständige Formel-1-Rennübertragung on demand an.** Stattdessen werden lediglich kurze Highlights zur Verfügung gestellt – **dieselben, die Sky zum Teil ohnehin kostenlos auf YouTube veröffentlicht.**

Darüber hinaus zeigen offizielle Pressemitteilungen von Sky Österreich, dass das Unternehmen lediglich **Live-Übertragungsrechte**, jedoch **keine Rechte für die On-Demand-Auswertung** von vollständigen Rennen besitzt. Dies bestätigt auch der Sky-Support öffentlich. Die eigenen Marketingaussagen über Google (via Meta-Tags) stehen somit in **klarem Widerspruch zur tatsächlichen Leistung und Rechtsbasis.**

## Beweisführung:

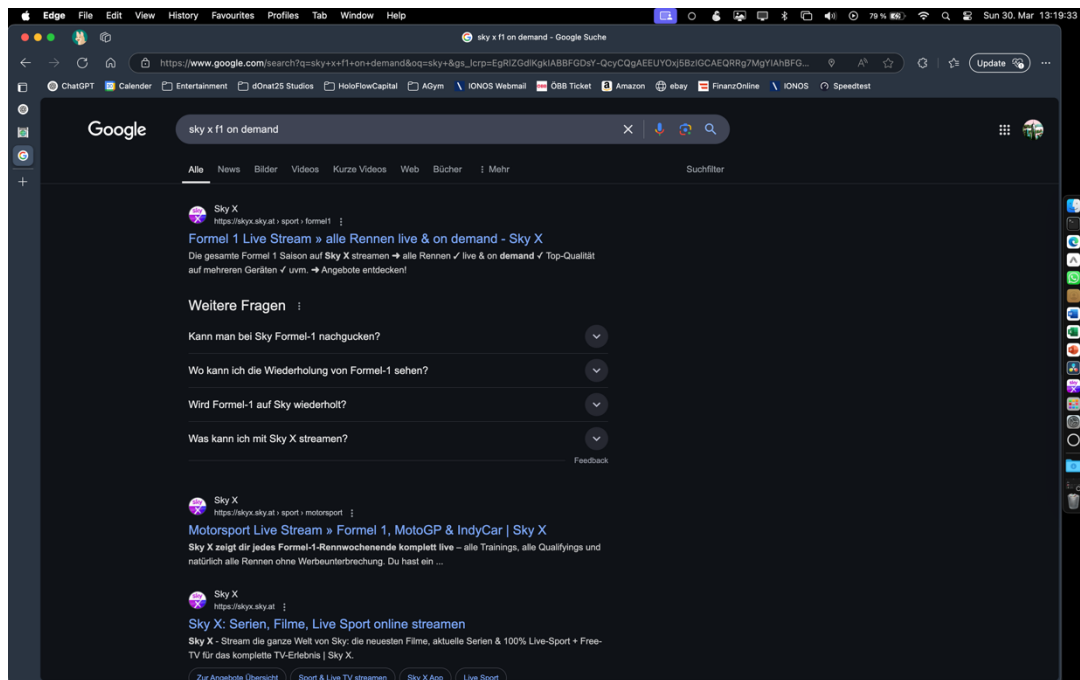
Dieser Vorwurf ist **vollständig dokumentiert, mehrfach gesichert und durch öffentlich zugängliche, technische und juristische Quellen belegbar.**

Alle Nachweise (inkl. Google-Snippets und Suchergebnis, HTML-Code, archivierte Seiten, Pressemitteilungen, Screenshots) wurden mit Zeitstempeln versehen, öffentlich archiviert und technisch unverändert gesichert.

Siehe zum Beispiel die dafür angelegte GitHub Repository:

<https://github.com/AmadeusGrepo/Case30032025>

# Kapitel 1: Das Google-Suchergebnis – Darstellung und Ursprung



Bei einer Google-Suche nach Begriffen wie „Sky X Formel 1“ erscheint an oberster Stelle ein sogenanntes „Snippet“. Dieses besteht aus einem Titel, einer kurzen Beschreibung und der verlinkten URL. Das Snippet vermittelt Nutzerinnen und Nutzern auf den ersten Blick den Eindruck, worum es auf der verlinkten Seite geht.

Die Inhalte dieser Vorschau stammen jedoch nicht von Google selbst. Vielmehr werden sie direkt von der Website über sogenannte Meta-Tags im HTML-Quelltext definiert – also bewusst von Sky X selbst erstellt. Der Text, den der Nutzer dadurch bei der Google-Suche sehen, ist also keine zufällige Zusammenfassung, sondern ein bewusst formulierter Werbetext.

Im konkreten Fall lautete das Google-Snippet (Stand: 30. März 2025) exakt:

**Formel 1 Live Stream » alle Rennen live & on demand - Sky X**

Die gesamte Formel 1 Saison auf Sky X streamen → alle Rennen ✓ live & on demand ✓ Top-Qualität auf mehreren Geräten ✓ uvm. → Angebote entdecken!

Diese Formulierung wurde im HTML-Code der Sky-X-Website exakt so hinterlegt (siehe Kapitel 2) und tauchte infolgedessen in der Google-Suche auf. Damit ist sie dem Anbieter voll zurechenbar.

Die Aussage „alle Rennen live & on demand“ stellt eine klare Leistungsbeschreibung dar. Sie vermittelt den Eindruck, dass Sky X alle Formel-1-Rennen nicht nur live, sondern auch im Nachhinein flexibel abrufbar zur Verfügung stellt – also „on demand“. Diese Information wirkt verkaufsfördernd und ist für viele Nutzer ein entscheidender Punkt bei der Wahl eines Streamingdienstes.

Wie in den folgenden Kapiteln belegt wird, entspricht dieses Versprechen jedoch nicht der Realität des Angebots.

## Kapitel 2: Der HTML-Quelltext – Wie Sky selbst „on demand“ bewirbt

```

<doctype html><html class="no-js" lang="de-at"><head><title>Formel 1 Live Stream » alle Rennen live & on demand | Sky X</title><script>window.ICEBERG = {"elementsPath":"https://web.static.nowtv.com/ice/12ebc401fd3f8a8f3527af76e193ebc49cd42065/skyo/js/client.min.js" defer=""></script><style data-styled="" data-style="">
window.DY = window.DY || {};
if (typeof DY !== 'undefined') {
  DY.recommendationContext = {
    type: 'CATEGORY',
    data: ['undefined'],
  };
} else {
  DY.recommendationContext = { type: 'OTHER' };
}
function hasCookie(key) {
  return Boolean(document.cookie.split(';').some(item => RegExp(''+key+'=').test(item.trim())));
}
function getCookie(cname) {
  const name = `${cname}=`;
  const decodedCookie = decodeURIComponent(document.cookie);
  const cookieArray = decodedCookie.split(';');
  for (let i = 0; i < cookieArray.length; i++) {
    let cookie = cookieArray[i];
    while (cookie.charAt(0) === ' ') {
      cookie = cookie.substring(1);
    }
    if (cookie.indexOf(name) === 0) {
      return cookie.substring(name.length, cookie.length);
    }
  }
  return '';
}
const allowDYTracking = getCookie('allow_dy_tracking');
if (allowDYTracking === 'true') {
  DV.userActiveConsent = { accepted: true };
  window.DY07.ActiveConsent7.updateConsentAcceptedStatus?.(true);
} else {
  DV.userActiveConsent = { accepted: false };
  window.DY07.ActiveConsent7.updateConsentAcceptedStatus?.(false);
}
</script><script id="DY_STATIC" type="text/javascript" src="//cdn-eu.dynamicfield.com/api/9878040/api_static.js"></script><script id="DY_DYNAMIC" type="text/javascript">
function loadDynamicScript() {
  const apiDynamic = document.createElement('script');
  apiDynamic.src = '//cdn-eu.dynamicfield.com/api/9878040/api_dynamic.js';
  document.head.appendChild(apiDynamic);
  window.removeEventListener('HYDRATION_FINISHED', loadDynamicScript);
}
window.addEventListener('HYDRATION_FINISHED', loadDynamicScript);
</script><script type="text/javascript" src="https://web.static.nowtv.com/ice/12ebc401fd3f8a8f3527af76e193ebc49cd42065/skyo/js/client.min.js" defer=""></script><style data-styled="" data-style="">
.tbYHz .ib-rt-colour-lightBg{color:#FFFFFF;}/!scw/
.tbYHz .ib-rt-colour-white{color:#FFFFFF;}/!scw/
.tbYHz .ib-rt-colour-ghostWhite{color:#f8f8f8;}/!scw/
.tbYHz .ib-rt-colour-athensGreyZeus{color:#9f9fd;}/!scw/
.tbYHz .ib-rt-colour-athensGreyMars{color:#efff3f;}/!scw/
.tbYHz .ib-rt-colour-athensGrey{color:#e4e4ec;}/!scw/
.tbYHz .ib-rt-colour-mischka{color:#d8d8d;}/!scw/
.tbYHz .ib-rt-colour-bombay{color:#aac8b1;}/!scw/
.tbYHz .ib-rt-colour-lightGrey{color:#444444;}/!scw/
.tbYHz .ib-rt-colour-riverBed{color:#555555;}/!scw/
.tbYHz .ib-rt-colour-grey{color:#888888;}/!scw/
.tbYHz .ib-rt-colour-rollingStone{color:#777777;}/!scw/
.tbYHz .ib-rt-colour-skyFont{color:#444444;}/!scw/

```

Neben der Darstellung in der Google-Suche lässt sich dieselbe Werbeaussage auch direkt im **HTML-Quelltext der Sky-X-Website** finden. Dieser Quelltext bestimmt, wie die Seite in Suchmaschinen erscheint, und enthält sogenannte Meta-Tags – also technische Angaben, die gezielt zur Suchmaschinenoptimierung (SEO) eingesetzt werden.

Wie im Screenshot ersichtlich – und an mehreren weiteren Stellen im HTML-Quelltext nachweisbar – wurde dort folgende Beschreibung hinterlegt (so oder so ähnlich):

```
<meta name="description" content="Die gesamte Formel 1 Saison auf Sky X streamen → alle Rennen ✓ live & on demand ✓ Top-Qualität auf mehreren Geräten ✓ uvm. → Angebote entdecken!" />
```

Diese Angabe stammt **nicht von Google**, sondern wurde **von Sky selbst in den Quelltext geschrieben**. Sie ist damit nicht das Ergebnis einer automatischen Interpretation, sondern eine **gezielte Werbeaussage**, die Nutzer über die Google-Suche ansprechen und zum Abo bewegen soll.

Die Aussage „alle Rennen ✓ live & on demand“ wird damit nicht nur auf der Oberfläche beworben, sondern ist **technisch aktiv eingebunden** – mehrfach innerhalb des Quelltextes. Die Website inklusive ihres vollständigen HTML-Quellcodes wurde am 30. März 2025 auf **archive.today (archive.is)** archiviert und ist dort **dauerhaft öffentlich einsehbar**. Die archivierte Version dient als manipulationssicherer Beleg dafür, dass Sky X diese Formulierung verwendet hat – und zwar wiederholt und systematisch. Die betreffenden Stellen wurden außerdem zusätzlich per Screenshot dokumentiert und lokal sowie in einem öffentlich einsehbaren Beweisarchiv gesichert.

Link zu archive.is: <https://archive.is/etS7w>

## Kapitel 3: Die Archivierung über archive.is – Warum vertrauenswürdig, wie nachvollziehbar

Um sicherzustellen, dass die von Sky X gesetzten Aussagen – insbesondere im HTML-Quelltext – nicht nachträglich verändert oder gelöscht werden können, wurde die entsprechende Website mit dem damaligen Stand am 30. März 2025 vollständig über die Plattform **archive.is** (auch bekannt als archive.today) archiviert.

### Was ist archive.is?

Archive.is ist ein international etablierter Archivierungsdienst, der Webseiten **vollständig, originalgetreu und dauerhaft** speichert – inklusive sichtbarer Inhalte und des gesamten HTML-Quelltextes. Der Dienst wird häufig von Journalistinnen, Juristen und Dokumentationsstellen verwendet, um öffentlich zugängliche Inhalte **unveränderbar zu sichern**.

Die Bedienung ist einfach: Es genügt, den Link der gewünschten Website – in diesem Fall die Sky-X-Unterseite zur Formel 1 – einzufügen. Archive.is lädt dann **direkt von der Live-Seite des Anbieters (Sky)** die vollständige Seite, inklusive aller Meta-Daten, Skripte und Quelltext-Elemente, und speichert diese mit einem **dauerhaften Link und Zeitstempel**.

### Warum ist das manipulationssicher?

Die archivierte Version ist **nicht nachträglich veränderbar**, weder durch Sky noch durch Dritte. Sie dokumentiert den genauen Stand der Seite zum Zeitpunkt der Archivierung und bleibt öffentlich einsehbar – unabhängig davon, ob Sky die Seite später verändert oder löscht. Da der HTML-Code dabei **direkt vom Sky-Server übernommen** wurde, liegt ein **objektiv reproduzierbarer Originalzustand** der Website vor.

### Weitere Sicherung: HTML-Datei separat heruntergeladen

Zusätzlich zur Archivierung über archive.is wurde die Website am selben Tag auch manuell aufgerufen und der **vollständige HTML-Quelltext als Datei heruntergeladen**. Diese Datei wurde sowohl **lokal (offline)** als auch auf einem gesicherten **Online-Repository** archiviert. Damit liegt der Original-Quelltext, so wie er am 30. März 2025 öffentlich abrufbar war, auch unabhängig von der Archivierungsplattform vollständig vor – inklusive aller Meta-Tags, Beschreibungen und technischen Angaben.

### Wie kann man den HTML-Quelltext selbst einsehen?

Jede Person kann den Quelltext der archivierten Seite einfach selbst überprüfen:

1. Archivierte Seite aufrufen: <https://archive.is/etS7w>
2. Rechtsklick auf die Seite → „Seitenquelltext anzeigen“ wählen.
3. Es öffnet sich der vollständige HTML-Code der Website.
4. In den oberen Zeilen befindet sich bereits der relevante Meta-Tag
5. Hinweis: Um die volle Länge dieser Angaben zu sehen, kann es notwendig sein, **horizontal nach rechts zu scrollen**, da HTML-Code oft in einer einzigen langen Zeile dargestellt wird.

## **Zusammenfassung:**

Die Aussage „alle Rennen ✓ live & on demand“ wurde

- direkt von Sky X über den HTML-Code kommuniziert,
- über archive.is öffentlich und unveränderbar dokumentiert,
- und zusätzlich lokal und online vollständig als HTML-Datei gesichert.

Damit liegt ein **objektiv nachvollziehbarer, mehrfach redundanter Beleg** dafür vor, dass Sky X diese Formulierung aktiv verwendet hat – sowohl technisch als auch werblich.

## Kapitel 4: Was Sky X tatsächlich anbietet – und was nicht



Nach dem Vertragsabschluss mit Sky X und dem Zugang zum „Sport Live & On Demand“-Angebot wurde der tatsächliche Umfang der Inhalte in der Mediathek überprüft – insbesondere im Hinblick auf die Verfügbarkeit vollständiger Formel-1-Rennen „on demand“.

### Das Ergebnis:

In der Sky-X-App waren **keine vollständigen Formel-1-Rennen on demand abrufbar**. Stattdessen fanden sich lediglich **kurze Highlight-Clips**, teilweise von wenigen Minuten Länge, die im Wesentlichen dieselben Inhalte darstellen, die Sky teils ohnehin kostenlos auf seinem offiziellen YouTube-Kanal veröffentlicht.

In keiner der Menükategorien war es möglich, ein komplettes Rennen zu einem späteren Zeitpunkt nach der Live-Übertragung abzurufen – weder direkt nach dem Rennen noch an darauffolgenden Tagen. Eine klassische On-Demand-Verfügbarkeit im Sinne einer Mediathek, wie sie der Werbetext nahelegt, existiert nicht.

## Video-Beweis: Mediathek per Kamera dokumentiert

Da die Sky-X-App auf Mobilgeräten **Screenshots aktiv blockiert**, wurde ein **mehrminütiges Video** aufgenommen, in dem der „Formel 1 – On Demand“-Bereich direkt auf dem Bildschirm abgefilmt wird.

Das Video dokumentiert klar und ohne Unterbrechung:

- welche Inhalte tatsächlich unter „Formel 1“ abrufbar sind,
- dass es sich dabei ausschließlich um Highlight-Clips handelt,
- und dass **keine vollständigen Rennen** zur Verfügung stehen.

Das Video wurde aus Beweisgründen öffentlich hochgeladen und mit Datum versehen.

Link zum Video (YouTube):

<https://www.youtube.com/watch?v=ZBhS7E3bI3M>

Der Videozeitstempel sowie die eindeutige Darstellung der Benutzeroberfläche dienen als visuell nachvollziehbarer Nachweis dafür, dass Sky X das in der Werbung suggerierte On-Demand-Angebot **nicht** bereitstellt.

## Zusammenfassung:

**Die Werbung spricht von:**

„alle Rennen live & on demand“

**Das tatsächliche Angebot umfasst:**

**nur kurze Highlight-Clips, keine vollständigen Rennen, keine Replay-Funktion.**  
In Kombination mit den vorangegangenen Kapiteln ergibt sich ein eindeutiges Bild:  
**Das beworbene Leistungsversprechen wird nicht erfüllt.**



## Kapitel 5: Sky selbst bestätigt – keine Rennen on demand, nur Highlights und TV-Wiederholungen

Neben den technischen und inhaltlichen Beweisen lässt sich die irreführende Kommunikation auch durch eine **eigene Aussage von Sky selbst** belegen.

In einem öffentlich einsehbaren Beitrag im offiziellen **Sky Community Forum** antwortete eine **Sky-Mitarbeiterin** (Community-Team), auf die Frage eines Nutzers zur On-Demand-Verfügbarkeit von Formel-1-Rennen. Dabei wurde klar bestätigt:

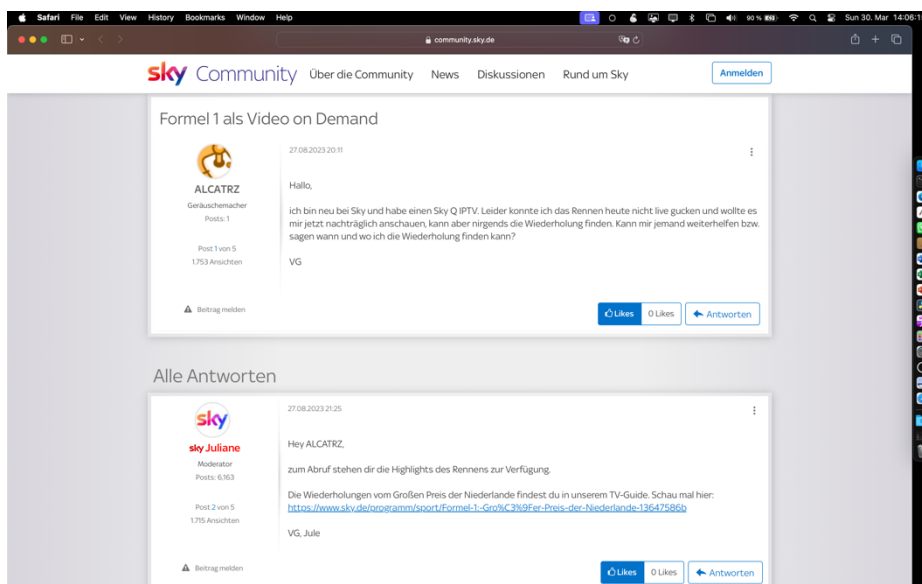
„Zum Abruf stehen dir die Highlights des Rennens zur Verfügung. Die Wiederholung zum großen Preis der Niederlande findest du in unseren TV-Guides. Schau mal hier.“

Diese Aussage verdeutlicht zweierlei:

1. **Vollständige Rennen sind nicht on demand abrufbar** – also nicht flexibel per Klick zu jeder Zeit verfügbar, wie es der Begriff „on demand“ eigentlich nahelegt.
2. Wer ein Rennen verpasst, muss sich nach dem **TV-Sendeplan richten**, um es in der linearen Wiederholung nachzuholen – eine klassische Form des linearen Fernsehens, nicht des On-Demand-Streamings.

Diese öffentliche Antwort seitens Sky selbst widerspricht klar der zuvor im Meta-Tag und Google-Snippet beworbenen Aussage „**alle Rennen ✓ live & on demand**“. Es handelt sich hier also nicht mehr nur um ein „Missverständnis“ oder eine „technische Einschränkung“, sondern um eine **bestätigte, systematische Einschränkung**, die den zentralen Werbeslogan faktisch entwertet.

### Screenshot und Quelle:



Archive.is Link: <https://archive.is/NJI9d>

## Kapitel 6: Andere Kunden bestätigen – „Sky on Demand“ bietet keine vollständigen Rennen

Neben den technischen Nachweisen und der offiziellen Aussage einer Sky-Mitarbeiterin (siehe Kapitel 5) zeigen auch zahlreiche Beiträge im **offiziellen Sky Community Forum**, dass sich viele Kundinnen und Kunden von Sky X hinsichtlich der On-Demand-Verfügbarkeit von Formel-1-Rennen **getäuscht fühlen**.

Ein exemplarischer Austausch vom 28. März 2021 veranschaulicht dies deutlich. Nutzer „sonic28“ erklärt einem anderen User:

„Was du im 'Sky on Demand'-Bereich gefunden hast, ist nur eine Verknüpfung zum 'Sky Sport F1 HD'-Sender, wo zu dem Zeitpunkt die Wiederholung der Qualifikation lief.“  
„Du konntest sie deswegen nicht finden, weil sie im 'Sky on Demand'-Bereich zum im Nachhinein ansehen nicht bereitstehen.“

Zudem heißt es:

„Das wurde hier im Sky Forum bereits von Sky Moderatoren / Sky Moderatorinnen erwähnt, dass es im 'Sky on Demand'-Bereich, egal auf welcher Plattform, im Nachhinein nicht zum Abruf bereitsteht.“

Ein weiterer Nutzer, „yvesheim77“, äußert seine Enttäuschung wie folgt:

„Ich habe das Problem, dass ich die Quali nicht in der Sky Go App sehe in voller Länge on Demand, dafür dass man hierfür Geld bezahlt ist das sehr, sehr schwach.“

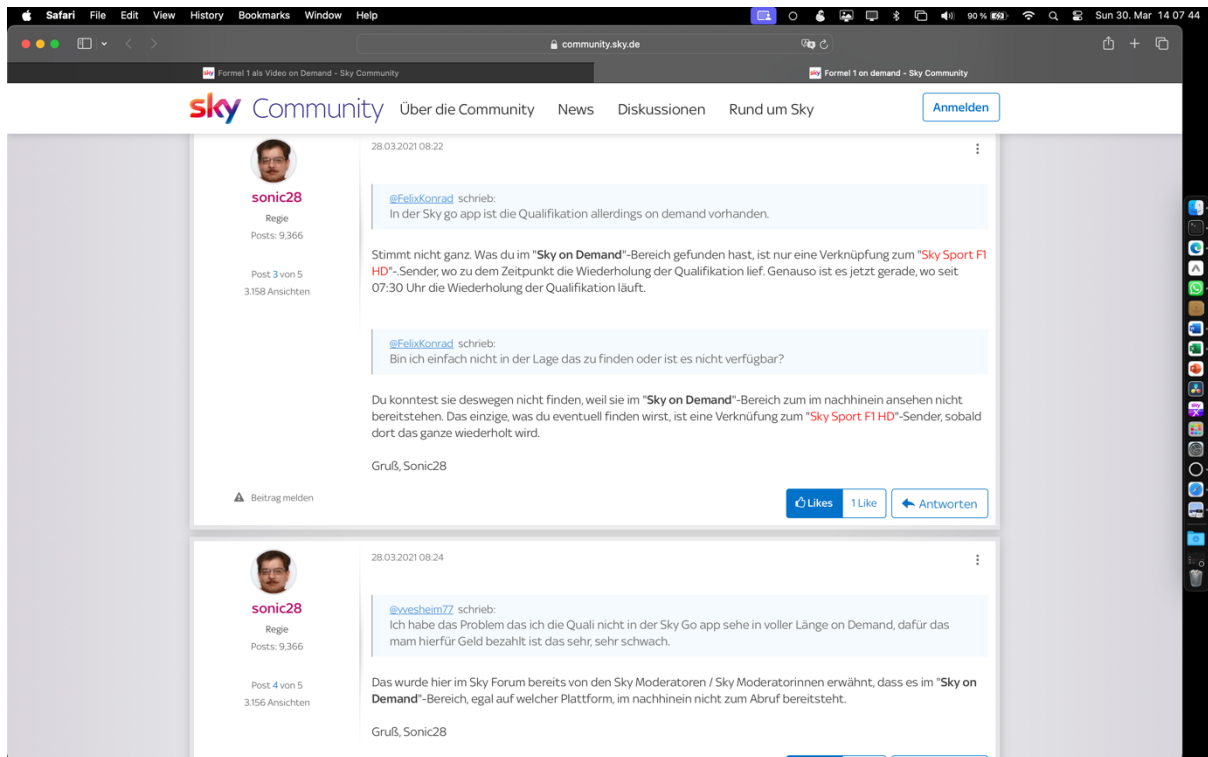
In der Diskussion, die im vorherigen Kapitel bereits per archive.is archiviert wurde, wird die offizielle Kommunikation seitens Sky sogar wörtlich als **„Armutszeugnis“** bezeichnet.

Diese Formulierung stammt von einem betroffenen Kunden – sie zeigt deutlich, wie sehr sich Kundinnen und Kunden durch das tatsächliche Angebot von Sky X **nicht ernst genommen** fühlen.

### Bedeutung dieser Aussagen

- Die Formulierung „on demand“ wird durchweg so verstanden, dass komplette Rennen abrufbar sein müssten.
- Wiederholte Aussagen bestätigen: **Diese Inhalte stehen nicht zur Verfügung.**
- Kundinnen und Kunden empfinden diese Diskrepanz zwischen Werbung und Realität als frustrierend, teils sogar als **Konsumententäuschung**.

## Screenshot und Quelle:



Link zu Archive.is: <https://archive.is/I3ZKp>

## Kapitel 7: Sky Österreich in eigenen Pressemitteilungen – Nur Live-Rechte, kein Hinweis auf On-Demand

Neben der Werbung im Google-Suchergebnis und der Darstellung auf der Sky-X-Website geben auch die **offiziellen Pressemitteilungen von Sky Österreich** einen aufschlussreichen Einblick in das tatsächliche Rechtepakett, das Sky im Zusammenhang mit der Formel 1 besitzt.

In beiden Pressemitteilungen – eine zur **Verlängerung der F1-Rechte** und eine zur **Ankündigung des 24/7-Senders Sky Sport F1** – betont Sky mehrfach, dass es sich um **exklusive Live-Übertragungsrechte** handelt.

Beispielhafte Formulierungen:

„Sky zeigt weiterhin alle Rennen der Formel 1 **live und exklusiv** – nur bei Sky.“  
„Sky Sport F1 wird der neue 24-Stunden-Kanal für alle Sessions **live**, alle Rennen ohne Werbeunterbrechung.“  
„Bis einschließlich 2027 wird Sky alle Formel-1-Rennen exklusiv **live** übertragen.“

In keiner der beiden Mitteilungen wird erwähnt, dass Sky **On-Demand-Rechte für vollständige Rennen** besitzt.

Ein solcher Zusatz wäre unter normalen Umständen werblich von großem Interesse – es liegt daher nahe, dass die Rechte zur flexiblen, zeitunabhängigen Wiedergabe der Rennen **nicht Teil des Vertrags mit der Formula One Group** sind.

### Kein Wort zu „on demand“

Die Abwesenheit jeglicher Erwähnung des Begriffs „on demand“ oder einer „Replay“-Funktion in beiden Pressemitteilungen ist bezeichnend.

Gerade bei einem Streaminganbieter, der mit Flexibilität und „on demand“-Inhalten wirbt, wäre eine solche Funktion in der Kommunikation naheliegend – wenn sie denn tatsächlich existieren würde.

Dass dies nicht der Fall ist, unterstreicht, dass das beworbene Leistungsversprechen „alle Rennen ✓ live & on demand“ **nicht der tatsächlichen vertraglichen Lage entspricht**.

### Archivierung

Beide Pressemitteilungen wurden am 30. März 2025 über **archive.is** (archive.today) dauerhaft archiviert. Die archivierten Versionen enthalten den vollständigen Wortlaut der Sky-Pressemitteilungen inklusive Datum.

1. Pressemitteilung (vom 22.06.2020): <https://archive.is/HrV8j>
2. Pressemitteilung (vom 30.09.2022): <https://archive.is/VfJpu>

Sie dienen damit als **unveränderbarer Nachweis**, dass Sky selbst – in seiner offiziellen Kommunikation – **ausschließlich von Live-Rechten spricht** und das Thema On-Demand nicht thematisiert.

## Kapitel 8: Die problematische Vorgeschichte von Sky – Gerichtsurteile und relevante Präzedenzfälle bzw. Analogien/Beispiele

Der vorliegende Fall der irreführenden Bewerbung von On-Demand-Inhalten durch Sky X ist kein Einzelfall. In der Vergangenheit wurde Sky bereits wegen irreführender Werbung oder täuschender Kommunikation gerichtlich belangt. Zudem existieren weitere relevante Urteile, die sich mit irreführenden Meta-Tags und Suchmaschineneinträgen befassen. Im Folgenden werden einige dieser Fälle detailliert dargestellt:

### 1. Landgericht München I – Irreführende Werbung durch Sky Deutschland (2021)

- **Aktenzeichen:** 33 O 6837/21
- **Gericht:** Landgericht München I
- **Kernaussage:** Sky Deutschland bewarb das Angebot "Supersport + TV Stick" während der Bundesliga-Saison 2020/2021 mit der Aussicht auf den Empfang aller Spiele der ersten und zweiten Fußball-Bundesliga sowie der UEFA Champions League. Tatsächlich waren nicht alle beworbenen Spiele verfügbar, was das Gericht als irreführende Werbung einstufte.
- **Quelle:** [Verbraucherzentrale Bayern – Pressemitteilung](#)

**Relevanz zum aktuellen Fall:** Ähnlich wie im aktuellen Fall von Sky (X) Österreich wurde den Kunden ein Leistungsumfang suggeriert, der in der Realität nicht erfüllt wurde.

### 2. Oberlandesgericht Stuttgart – Irreführende Werbung durch Meta-Tags (2023)

- **Aktenzeichen:** 2 W 30/23 [onlineunternehmer-info.de](#)
- **Gericht:** Oberlandesgericht Stuttgart
- **Kernaussage:** Die Betreiberin einer Website wurde haftbar gemacht, weil durch ihre Meta-Tags irreführende Suchergebnisse bei Google entstanden. Das Gericht entschied, dass ein Webseitenbetreiber, der Metadaten zu Werbezwecken einsetzt, damit rechnen muss, dass Suchmaschinen diese kürzen oder verändern – und bei daraus resultierender Irreführung haftet der Seitenbetreiber.
- **Quelle:** [Landesrecht BW – Volltext des Beschlusses](#) [landesrecht-bw.de](#)

**Relevanz zum aktuellen Fall:** Sky (X) Österreich hat den Text "alle Rennen ✓ live & on demand" selbst in den Meta-Tags hinterlegt, der 1:1 als Snippet bei Google erschien. Die Haftung ist daher direkt übertragbar.



## Kapitel 9: Wirtschaftlicher Kontext – Sky wächst trotz Umsatzschwankungen

Ein Blick auf aktuelle Berichterstattung zur wirtschaftlichen Entwicklung von Sky Deutschland zeigt: Das Unternehmen ist **nicht in einer wirtschaftlichen Notlage**. Im Gegenteil – trotz leicht sinkender Umsätze in Teilsegmenten steht Sky **solide da**.

### Fakten aus renommierten Medien:

- Laut einem Bericht von [DWDL.de \(Jan 2023\)](https://www.dw.de/de/sky-zeichnet-im-vierteljahr-2022-einen-zuwachs-von-129-000-abonnenten-auf-insgesamt-ueber-23-1-millionen-kundenbeziehungen-in-europa) verzeichnete Sky im Q4/2022 einen Zuwachs von 129.000 Abonnenten auf insgesamt über 23,1 Millionen Kundenbeziehungen in Europa.
- Gleichzeitig sank der Umsatz währungsbereinigt leicht um 1,2 %, aber:

**„Sky profitierte von gesunkenen operativen Kosten.“**

- Ergebnis: Trotz Umsatzrückgang verbesserte sich das operative Geschäft.

### Bewertung

Sky ist also **wirtschaftlich stabil** – wächst sogar im Kundensegment – und profitiert von sinkenden Kosten. Damit entfällt ein zentrales Argument, das irreführende Werbung gelegentlich rechtfertigen soll: **Druck durch wirtschaftliche Schieflage**.

Es handelt sich also **nicht um eine Überreaktion auf finanzielle Not**, sondern um eine **bewusste strategische Entscheidung**, mit einer nicht erfüllbaren Leistung („on demand“) Kunden zu gewinnen.

### Relevanz für die Gesamtargumentation

Diese Erkenntnis verstärkt den Vorwurf:

- Sky **greift zu irreführenden Werbemethoden**, obwohl das Unternehmen **ökonomisch stabil aufgestellt ist**.
- Das zeigt einen potenziell **systematischen Charakter**, nicht nur eine Einzelverfehlung, **sowohl aktuell als auch in der Vergangenheit**.

## Kapitel 10: Branchenstandard und Konsumentenerwartung beim Begriff „On Demand“

### 1. Einordnung: Was unter „On Demand“ verstanden wird

Der Begriff *Video-on-Demand* (VoD) wird im deutschsprachigen Raum unter anderem vom Duden wie folgt beschrieben:

„Form des Fernsehens, bei der ein gewünschter Film aus einem Archiv abgerufen und [gegen Entgelt] gestreamt wird.“

Quelle: Duden – Video-on-Demand

Diese Definition stellt klar: Nutzer wählen gezielt Inhalte aus einem verfügbaren Archiv und rufen sie flexibel ab – zu einem Zeitpunkt ihrer Wahl. In der üblichen Anwendung – insbesondere bei kostenpflichtigen Diensten – ist damit die Erwartung verbunden, dass es sich um vollständige Inhalte handelt. Diese Erwartung hat sich nicht zuletzt durch die branchenweite Praxis etabliert.

### 2. Branchenstandard: Wie führende Anbieter „on demand“ umsetzen

Die großen Streaming-Dienste setzen faktisch den Maßstab dafür, was Konsument:innen unter „on demand“ verstehen:

#### **Netflix**

Bietet vollständige Filme und Serienepisoden auf Abruf – jederzeit, unbegrenzt.

Quelle: <https://help.netflix.com/de/node/412>

#### **Disney+**

Stellt ein Archiv vollständiger Filme, Serien und Dokumentationen bereit, die jederzeit abrufbar sind.

Quelle: <https://www.disneyplus.com/de-at>

#### **Amazon Prime Video**

Bietet vollständige Serien, Filme und Sportübertragungen – bei Live-Events meist inklusive Replays in voller Länge.

Quelle: <https://www.amazon.de/amazon-video>

#### **DAZN**

Ermöglicht sowohl den Live-Zugriff als auch den vollständigen, zeitunabhängigen Abruf kompletter Sportereignisse (z. B. ganze Fußballspiele oder Fights).

Quelle: <https://www.dazn.com/de-DE/help/articles/watch-replays>

Diese Anbieter verwenden den Begriff „on demand“ ausschließlich in Verbindung mit **vollständigen** Inhalten. Kurze Highlights, Teaser oder Ausschnitte werden klar separat kategorisiert.



### 3. Konsumentenerwartung

Die durch Plattformen wie Netflix, Disney+ oder DAZN geprägte Marktpraxis hat die allgemeine Erwartungshaltung deutlich beeinflusst:

- „On demand“ bedeutet für Konsument:innen: vollständiger Inhalt, jederzeit verfügbar.
- Diese Gleichsetzung ist über Jahre hinweg durch alle großen Streamingdienste bestätigt worden.
- Bei kostenpflichtigen Angeboten ist diese Erwartung besonders stark ausgeprägt.

Wenn Sky X mit „alle Rennen live & on demand“ wirbt, entsteht bei Nutzer:innen der nachvollziehbare Eindruck, vollständige Formel-1-Rennen jederzeit abrufen zu können. Das Angebot ausschließlich kurzer Highlight-Videos steht im klaren Widerspruch zu dieser durch Markt und Sprache geprägten Bedeutung.

### Fazit

„On demand“ wird im allgemeinen Sprachgebrauch – gestützt durch branchenprägende Dienste – gleichgesetzt mit dem vollständigen, jederzeitigen Abruf kompletter Inhalte. Die Bewerbung durch Sky X suggeriert diese Form von Zugriff – das tatsächliche Angebot erfüllt diese Erwartung jedoch nicht. Daraus ergibt sich eine objektiv nachvollziehbare Irreführung im Sinne der branchenüblichen Bedeutung und Konsumentenwahrnehmung.

## Kapitel 11: Zusammenfassung aller relevanten Fakten

Im Folgenden werden alle zentralen Fakten, Nachweise und Argumentationslinien des vorliegenden Falls kompakt zusammengefasst:

### 1. Werbung mit nicht erfüllbarer Leistung

Sky X bewirbt das Formel-1-Angebot über Google-Suchergebnisse mit dem klaren Versprechen:

**„Alle Rennen ✓ live & on demand“**

Tatsächlich stehen aber **keine vollständigen Rennen on demand zur Verfügung** – lediglich **Zusammenfassungen/Highlights**, die teilweise auch **öffentlich auf YouTube** bereitgestellt werden.

Der Begriff „on demand“ wird damit aus Sicht der Verbraucher **eindeutig irreführend verwendet**.

### 2. Bestätigung durch Sky selbst

In der offiziellen Sky-Community wurde von einer **Sky-Mitarbeiterin** bestätigt, dass:

- **Nur Highlights abrufbar sind**
- **Wiederholungen ausschließlich im linearen TV (Sky Sport F1) verfügbar sind**

Diese Aussage belegt: **Die On-Demand-Komponente existiert im beworbenen Sinne nicht.**

### 3. Technischer Beweis durch Meta-Tags

Die Werbeaussage „alle Rennen ✓ live & on demand“ befindet sich im **HTML-Quelltext** der Sky-X-Webseite, mehrfach enthalten in den **Meta-Tags**.

Diese Meta-Tags sind für Google-Snippets verantwortlich – was bedeutet:

- Die Darstellung bei Google stammt **direkt von Sky**
- Sky hat diesen Text **selbstständig technisch implementiert**
- **Screenshot + HTML-Code wurden gesichert** (online & offline, z. B. über archive.is)

## 4. Relevante Gerichtsentscheidungen

Mehrere Urteile stützen die Bewertung als **unlautere geschäftliche Handlung**:

- **OLG Stuttgart (Az. 2 W 30/23)**: Unternehmen haften für irreführende Snippets – auch wenn Google kürzt.
- **BGH (I ZR 183/03)**: Meta-Tags gelten als werbliche Handlung – Irreführung ist unzulässig.
- **LG München I (33 O 6837/21)**: Sky wurde verurteilt, weil es Fußballspiele bewarb, die nicht im Angebot enthalten waren.
- **OGH Österreich (4 Ob 308/00y)**: Nutzung irreführender Meta-Tags ist wettbewerbswidrig.

## 5. Kundenerfahrungen belegen Irreführung

Zahlreiche Nutzer in der Sky-Community äußern Frustration über:

- Nicht vorhandene On-Demand-Funktion
- Mangelnde Transparenz
- Missverständliche Kommunikation

Ein Beitrag bezeichnet die offizielle Sky-Antwort sogar als „**Armutszeugnis**“ – dokumentiert und archiviert.

## 6. Pressemitteilungen bestätigen fehlende Rechte

Sky selbst erwähnt in offiziellen Pressemitteilungen (archiviert über archive.is) **ausschließlich Live-Rechte**.

**Kein Hinweis auf On-Demand-Rechte** – was die externe Darstellung via SEO weiter in Frage stellt.

## 7. Wirtschaftliche Lage: Kein Rechtfertigungsgrund

Obwohl Sky leichte Umsatzrückgänge verzeichnete, zeigen seriöse Medien (z. B. DWDL.de):

- Die Zahl der Abonnenten **steigt**
- Die operativen Kosten **sinken**
- Sky ist wirtschaftlich **stabil aufgestellt**

Daher entfällt die Möglichkeit, irreführende Werbung durch wirtschaftliche Notlage zu rechtfertigen und solche taktiken mit hoher Wahrscheinlichkeit systematisch angewandt werden.

## 8. „On Demand“ als Begriff und Erwartung

Der Begriff „On Demand“ ist zwar nicht gesetzlich im Detail definiert, wird jedoch durch die Praxis marktführender Streamingdienste wie Netflix, Disney+, Amazon Prime Video und DAZN eindeutig geprägt. Diese Anbieter stellen vollständige Inhalte jederzeit abrufbar bereit – das ist heute der branchenübliche Standard.

Daraus ergibt sich:

Konsument:innen verbinden mit „on demand“ den uneingeschränkten Zugriff auf **komplette Inhalte** – nicht auf Ausschnitte oder Zusammenfassungen.

Die Werbeaussage „alle Rennen live & on demand“ erzeugt somit eine klare Erwartung: **vollständige Formel-1-Rennen jederzeit abrufbar**. Wird diese Erwartung nicht erfüllt, besteht ein Widerspruch zwischen Aussage und tatsächlichem Angebot – und damit ein klarer Fall potenzieller Irreführung.

## **Zusatz: Relevanz für Öffentlichkeit und mögliche Verbandsklage**

Die in diesem Dossier gesammelten Inhalte zeigen deutlich:

Es handelt sich nicht um einen isolierten Einzelfall, sondern um ein Problem, das **grundsätzlich viele Sky-(X)-Kund:innen betreffen kann** – insbesondere jene, die ihr Abo wegen der Bewerbung mit „Formel 1 live & on demand“ abgeschlossen haben.

### **Potenzial für eine kollektive rechtliche Prüfung**

Aufgrund der systematischen Natur der irreführenden Darstellung ist **eine Überprüfung durch Konsumentenschutzorganisationen** denkbar – etwa durch den VKI, Arbeiterkammer oder vergleichbare Stellen.

Ob daraus eine **Verbands- oder Sammelklage** entstehen könnte, hängt vom weiteren Verlauf ab – das Material in diesem Dossier legt aber nahe, dass diese Option **nicht unrealistisch** ist.

### **Öffentliches Interesse und mediale Tragweite**

Sky ist eines der bekanntesten Medienunternehmen im deutschsprachigen Raum – kombiniert mit dem emotional stark besetzten Thema Formel 1 ergibt sich eine **hohe öffentliche Relevanz**.

Die Tatsache, dass über Google öffentlich mit „on demand“ geworben wird, obwohl diese Leistung **nicht erfüllt wird**, macht den Fall auch für **breite Medienberichterstattung** besonders geeignet.

**Geeignete Schlagzeilen für den Fall um die Mediale Relevanz zu verdeutlichen:**

#### **› Allgemein / Öffentlichkeit**

- "Sky X wirbt mit Formel 1 On Demand – liefert aber keine ganzen Rennen"
- "Konsument fühlt sich von Sky betrogen – Abo auf Basis falscher Versprechen?"
- "Nur Youtube Highlight Videos statt Rennen: Sky X in der Kritik wegen irreführender Werbung"
- "Großkonzern vs. Konsument – Streit um Formel 1-Streaming eskaliert"

#### **› Tech / Medienrecht**

- "Irreführende Google-Werbung? Sky X unter Druck wegen Meta-Tags"
- "Werbeversprechen im HTML: Sky suggeriert mit F1 On Demand – ohne es anzubieten"
- "Sky X manipuliert Google-Suchergebnisse mit On-Demand-Versprechen?"

#### **› Konsumentenschutz / potenzielle Klage**

- "Verbrauchertäuschung bei Sky X? Sammelklage nicht ausgeschlossen"
- "Formel 1 auf Abruf? Sky X wirbt groß – liefert klein"
- "Irreführung bei Sky X: Falsche Versprechen, echter Ärger"

› **Emotional / Persönlich**

- "Er wollte einfach nur Formel 1 schauen – und landete im Werbelabyrinth"
- "Ich zahle für etwas, das es gar nicht gibt: Sky X enttäuscht F1-Fans"

Dieses Dossier bietet eine vollständige Grundlage für Berichterstattung oder rechtliche Schritte.