



REPUBLIK ÖSTERREICH
HANDELSGERICHT WIEN

57 Cg 32/19k - 22

(Bitte in allen Eingaben anführen)

Marxergasse 1a
1030 Wien

Tel.: +43 1 51528 305461

IM NAMEN DER REPUBLIK

Das Handelsgericht Wien erkennt durch die Richterin Mag.^a Hildegard Brunner in der Rechtssache der klagenden Partei **Verein für Konsumenteninformation**, 1060 Wien, Linke Wienzeile 18, vertreten durch Kosesnik-Wehrle & Langer Rechtsanwälte KG in 1030 Wien, wider die beklagte Partei **PE Digital GmbH**, D-20095 Hamburg, Speersort 10, vertreten durch Eisenberger & Herzog Rechtsanwalts GmbH in 1100 Wien, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Gesamtstreitwert: EUR 36.000,-- s.A.) nach öffentlicher, mündlicher Verhandlung zu Recht:

1. Die beklagte Partei ist schuldig, es im geschäftlichen Verkehr mit Verbrauchern, die in Österreich ihren gewöhnlichen Aufenthalt haben, im Fernabsatz zu unterlassen, Vertragsverlängerungen im Wege der Erklärungsfiktion vorzunehmen,

a) wenn sie diese auf Regelungen in ihren AGB und/oder Vertragsformblättern stützt, die keine Frist für die Übermittlung des besonderen Hinweises iSd § 6 Abs 1 Z 2 KSchG durch die Beklagte vorsehen;

b) wenn der Hinweis iSd § 6 Abs 1 Z 2 KSchG in der Form erteilt wird, dass die Beklagte ihren Kunden ein E-Mail mit dem Betreff „*Information zu Ihrem aktuellen Profil: Hinweis auf Laufzeit und die automatische Vertragsverlängerung Ihrer Mitgliedschaft*“ übermittelt, im Text des E-Mails aber nicht klar und deutlich mitgeteilt wird, binnen welcher Frist eine ausdrückliche Erklärung abzugeben ist, um die Folgen der Erklärungsfiktion abzuwenden, insbesondere, indem die Beklagte ihren Kunden ein E-Mail mit u.a. dem Text „*Wir möchten Sie auf Informationen zur Laufzeit und die automatische Vertragsverlängerung Ihrer Mitgliedschaft hinweisen, sofern Sie diese nicht rechtzeitig kündigen. Alle Informationen dazu finden Sie in Ihrem persönlichen Profil. Klicken Sie einfach hier [...]*“ oder sinngleich übermittelt;

c) ohne die Verbraucher unter Zurverfügungstellung des Musterwiderrufsformulars über ihr Rücktrittsrecht gemäß § 11 FAGG zu informieren und/oder ohne den Verbrauchern das Rücktrittsrecht gemäß § 11 FAGG zu gewährleisten; oder sinngleiche Praktiken zu unterlassen.

2. Die beklagte Partei ist schuldig, es binnen vier Monaten im geschäftlichen Verkehr mit Verbrauchern in Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die sie von ihr geschlossenen Verträgen zugrunde legt und/oder in hierbei verwendeten Vertragsformblättern die Verwendung der Klauseln

a) „6 Monate Premium-Mitgliedschaft

Kündigungsfrist Die Premium-Mitgliedschaft ist ordentlich kündbar, und zwar spätestens zwölf Wochen vor Laufzeitende.

[...]

Ihre Premium-Mitgliedschaft verlängert sich künftig automatisch jeweils um weitere zwölf Monate zum Preis von [...] EUR pro Monat (insgesamt [...] EUR), es sei denn, Sie kündigen ordentlich entsprechend der vorbenannten Kündigungsfrist zum Laufzeitende.

[...]

Parship weist den Kunden 98 Kalendertage vor Ablauf des kostenpflichtigen Dienstes per E-Mail auf die automatische Verlängerung im Falle des Unterbleibens einer Kündigung durch den Kunden hin.“

b) „24 Monate Premium-Mitgliedschaft

[...]

Kündigungsfrist Die Premium-Mitgliedschaft ist ordentlich kündbar, und zwar spätestens zwölf Wochen vor Laufzeitende.“

c) „24 Monate Premium-Mitgliedschaft

[...]

Ihre Premium-Mitgliedschaft verlängert sich künftig automatisch jeweils um weitere zwölf Monate zum Preis von [...] EUR pro Monat (insgesamt [...] EUR), es sei denn, Sie kündigen ordentlich entsprechend der vorbenannten Kündigungsfrist zum Laufzeitende.

[...]

Parship weist den Kunden 98 Kalendertage vor Ablauf des kostenpflichtigen Dienstes per E-Mail auf die automatische Verlängerung im Falle des Unterbleibens einer Kündigung durch den Kunden hin.“

d) *„6 Monate Premium-Mitgliedschaft*

Kündigungsfrist Die Premium-Mitgliedschaft ist ordentlich kündbar, und zwar spätestens zwölf Wochen vor Laufzeitende.

[...]

Ihre Premium-Mitgliedschaft verlängert sich künftig automatisch jeweils um weitere zwölf Monate zum Preis von [...] EUR pro Monat (insgesamt [...] EUR), es sei denn, Sie kündigen ordentlich entsprechend der vorbenannten Kündigungsfrist zum Laufzeitende.“

e) *„12 Monate Premium-Mitgliedschaft*

[...]

Ihre Premium-Mitgliedschaft verlängert sich künftig automatisch jeweils um weitere zwölf Monate zum Preis von [...] EUR pro Monat (insgesamt [...] EUR), es sei denn, Sie kündigen ordentlich entsprechend der vorbenannten Kündigungsfrist zum Laufzeitende.“

f) *„24 Monate Premium-Mitgliedschaft*

[...]

Ihre Premium-Mitgliedschaft verlängert sich künftig automatisch jeweils um weitere zwölf Monate zum Preis von [...] EUR pro Monat (insgesamt [...] EUR), es sei denn, Sie kündigen ordentlich entsprechend der vorbenannten Kündigungsfrist zum Laufzeitende.“

g) *„Die Frist für die ordentliche Kündigung der kostenpflichtigen Mitgliedschaft (sogenannte Premium-Mitgliedschaft) ergibt sich aus den produktbezogenen Vertragsinhalten, die im*

Rahmen des Bestellvorganges vom Kunden bestätigt werden. [...]

Der Vertrag über die kostenpflichtige Mitgliedschaft (Premium-Mitgliedschaft) verlängert sich automatisch um die jeweils vertraglich vereinbarte Laufzeit, sofern der Kunde seinen Vertrag nicht gem. Ziffer 5.2 ordentlich kündigt. Beim erstmaligen Kauf einer PremiumMitgliedschaft wird der Kunde mit Erhalt der Bestellbestätigung über die jeweilige Laufzeit, das Datum des Vertragsendes und die Dauer der Verlängerung bei nicht rechtzeitiger Kündigung informiert. Parship weist den Kunden vor Ablauf des kostenpflichtigen Dienstes per E-Mail auf die automatische Verlängerung im Falle des Unterbleibens einer Kündigung durch den Kunden hin. Näheres ist den produktbezogenen Vertragsinhalten zu entnehmen.“

h) *„Innerhalb unserer produktbezogenen Vertragsinhalte, die Sie während des*

Bestellvorgangs bestätigen, findet sich die ordentliche Kündigungsfrist für die entgeltpflichtige Mitgliedschaft. [...] Erfolgt durch den Kunden keine Kündigung gem. Ziffer 5.2, verlängert sich der Vertrag über die entgeltpflichtige Mitgliedschaft automatisch nach Maßgabe der produktbezogenen Vertragsinhalte, welche Sie während des Bestellvorgangs akzeptiert haben. Innerhalb unserer Bestellbestätigung informieren wir Sie im Übrigen auch über die Dauer einer möglichen Verlängerung bei nicht fristgerechter Kündigung. Wir weisen Sie vor Ablauf des kostenpflichtigen Dienstes per E-Mail auf die automatische Verlängerung im Falle des Unterbleibens einer Kündigung hin. Näheres entnehmen Sie bitte den produktbezogenen Vertragsinhalten.“

oder die Verwendung sinngleicher Klauseln zu unterlassen; sie ist ferner schuldig, es weiters binnen vier Monaten zu unterlassen, sich auf die vorstehenden Klauseln oder sinngleiche Klauseln zu berufen.

3. Die beklagte Partei ist schuldig, der klagenden Partei binnen 14 Tagen zu Händen ihrer Vertreterin die mit EUR 10.038,40 (darin EUR 1.429,90 USt und EUR 1.459,-- Barauslagen) bestimmten Prozesskosten zu ersetzen.

4. Der klagenden Partei wird die Ermächtigung erteilt, den gesamten klagsstattgebenden Teil des Urteilsspruches mit Ausnahme der Kostenentscheidung binnen sechs Monaten ab Rechtskraft des über diese Klage ergehenden Urteils in einer Samstagsausgabe im redaktionellen Teil der „Kronen-Zeitung“, bundesweit erscheinende Ausgabe, auf Kosten der beklagten Partei mit gesperrt geschriebenen Prozessparteien und in Fettdruckumrandung in Normallettern, somit in gleich großer Schrift wie der Fließtext redaktioneller Artikel, zu veröffentlichen.

ENTSCHEIDUNGSGRÜNDE:

Mit der am 14.6.2019 eingebrachten, auf §§ 28 f KSchG gestützten Klage begehrte die **Klägerin**, die Beklagte - ohne Einräumung einer Leistungsfrist - Unterlassung und Urteilsveröffentlichung wie aus dem Spruch ersichtlich. Zusammengefasst brachte sie vor, das E-Mail der Beklagten mit Hinweis auf die automatische Vertragsverlängerung, welches von der Beklagten an ihre Kunden 98 Tage vor Ablauf der Vertragslaufzeit versandt wird, verstoße gegen § 6 Abs 1 Z 2 KSchG, da dieses keine Informationen dazu, bis wann die Kündigung zu erklären ist, noch zur Kündigungsfrist enthalte. Dies gelte um so mehr, als die Beklagte ihren Kunden in ihren produktbezogenen Vertragsinhalten den Hinweis per E-Mail ankündigt und sich damit ihnen gegenüber zur Benachrichtigung mit E-Mail verpflichtet. Zudem sei der Beklagten eine irreführende und aggressive Geschäftspraktik iSd §§ 1a und 2 UWG vorzuwerfen, wenn sie Hinweise auf den Eintritt einer Erklärungsfiktion so gestaltet, dass der Vertragspartner die

tatsächliche Bedeutung seiner unwillentlich abgegebenen

Erklärung regelmäßig nicht erfassen wird. Sie täusche ihre Kunden damit über die Notwendigkeit, der ungewollten Verlängerung eines grundsätzlich befristet abgeschlossenen (und damit nicht notwendigerweise zu kündigenden) Vertrages durch ausdrückliche Erklärung vorbeugen zu müssen.

Es liege auch ein Verstoß gegen §§ 4 Abs 1 Z 8 und 11 FAGG vor, weil die Beklagte ihren Kunden kein Rücktrittsrecht gewährt, sie darüber nicht belehrt und kein Widerrufsformular zur Verfügung stellt. Die Verwendung der inkriminierten Klauseln in ihren AGB verstoße gegen §§ 864a, 879 Abs 3 ABGB, § 6 Abs 1 Z 2 KSchG, § 6 Abs 1 Z 1 KSchG und § 6 Abs 3 KSchG. Der Verstoß gegen § 864a ABGB ergebe sich aus einer Zusammenschau mit der Klausel 5.3 der AGB. Die inkriminierte Klausel der produktbezogenen Vertragsinhalte sehe gegenteilig vor, dass sich der Vertrag um 12 Monate verlängert. Der Kunde müsse mit einer solchen Klausel gemäß § 864a ABGB keinesfalls rechnen aufgrund der widerstreitenden Bestimmungen in den AGB. Aus dem Widerspruch der beiden Vertragsbestimmungen resultiere eine Intransparenz iSd § 6 Abs 3 KSchG. Auch bei isolierter Betrachtung sei die Klausel gesetzwidrig, da sie eine Erklärungsfiktionsklausel iSd § 6 Abs 1 Z 2 KSchG darstellt.

Die Zulässigkeit einer solchen habe das Vorliegen eines berechtigten Verwenderinteresses als Voraussetzung und dürfe nur sachlich gerechtfertigten Anpassungen dienen. Eine Verdoppelung der ursprünglichen Vertragslaufzeit könne keinesfalls als berechtigtes Verwenderinteresse angesehen werden. Zudem sei eine Klausel, wonach auf unbestimmte Zeit abgeschlossene Kundenvereinbarungen (nach Ablauf einer Mindestvertragslaufzeit) unter Einhaltung einer Kündigungsfrist von zwei Monaten zum Ende des 12., 24., 36. Monats usw. der Vertragslaufzeit gekündigt werden können, infolge unangemessen langen Ausschlusses des Kündigungsrechts bereits nach § 6 Abs 1 Z 1 KSchG unzulässig. Die gegenständliche Klausel sehe durch die automatische Vertragsverlängerung und daran anknüpfende einjährige Bindungsfrist dem Grunde nach dieselbe Regelung vor. Der Kunde könne nach einem Jahr kündigen. Tut er dies nicht, habe er die nächste Möglichkeit wiederum erst in einem Jahr.

Eine 24-monatige Bindung in Verträgen verstoße gegen §§ 879 Abs 3 ABGB, 6 Abs 3, 6 Abs 1 Z 2 und 15 KSchG. Der hier zu beurteilende Vertrag habe überwiegend werkvertraglichen Charakter, weil sich die Beklagte in ihren AGB zu besonderen Leistungen verpflichtet und eine Kontaktgarantie abgibt. Den monatlichen Leistungen der Beklagten stünden die monatlichen Zahlungen des Kunden gegenüber, die Voraussetzungen für die Anwendbarkeit des § 15 Abs 1 KSchG würden daher vorliegen. Da die Klausel suggeriert, dass dem Kunden unabhängig von der gewählten Zahlungsart kein Rücktrittsrecht nach § 15 Abs 1 KSchG zusteht, sei sie intransparent und damit auch nach § 6 Abs 3 KSchG unwirksam. Sie benachteilige den Kunden daher auch gröblich gemäß § 879 Abs 2 ABGB. Eine sachliche Rechtfertigung für die 24-monatige Bindungsfrist sei nicht gegeben. Auch sei die Klausel iVm der Klausel 7.5 der AGB zu

sehen, wonach bei kundenfeindlichster Auslegung selbst bei Eingehen einer Partnerschaft während der Bindungsfrist kein außerordentliches Kündigungsrecht zustehe.

Die Verlängerungsklausel für die 6-monatige Laufzeit verstoße gegen die §§ 6 Abs 1 Z 2 KSchG, 6 Abs 1 Z 1 KSchG, 879 Abs 3 ABGB und 6 Abs 3 KSchG. Der Verstoß gegen § 6 Abs 1 Z 2 KSchG liege darin, dass die Beklagte in den produktbezogenen Vertragsinhalten von elitepartner.at und in ihren diesbezüglichen AGB keine Frist angibt, innerhalb derer sie den Kunden den besonderen Hinweis iSd § 6 Abs 1 Z 2 KSchG erteilen wird. Dies gelte auch für die Verlängerungsklausel für die 12- und die 24-monatige Vertragsbindung bei elitepartner.at. Die Klausel verstoße aber auch deshalb gegen § 6 Abs 1 Z 2 KSchG, weil das „berechtigte Verwenderinteresse“ wegen Verdoppelung der ursprünglichen Vertragslaufzeit nicht vorliegt. Die tatsächlich gewährte Überlegungsfrist von zwei Wochen sei nicht angemessen. Ein Verstoß gegen § 6 Abs 1 Z 1 KSchG liege ebenso vor.

Die Unzulässigkeit der Verlängerungsklausel für die 12-monatige Laufzeit in den unter elitepartner.at abgeschlossenen Verträgen ergebe sich daraus, dass weder in den produktbezogenen Inhalten noch in den AGB von elitepartner.at eine angemessene Frist genannt ist, innerhalb derer die Beklagte den Kunden auf den Eintritt der Vertragsverlängerung infolge Stillschweigens hinweist, sodass auch diese Verlängerungsklausel gegen § 6 Abs 1 Z 2 KSchG verstoße.

Die Unzulässigkeit der Verlängerungsklausel für die 24-monatige Laufzeit in den unter elitepartner.at abgeschlossenen Verträgen ergebe sich aus einem Verstoß gegen die §§ 6 Abs 3, 6 Abs 1 Z 1, 6 Abs 1 Z 2 und 15 KSchG sowie §§ 6 Abs 3 KSchG und § 879 Abs 3 ABGB. Die tatsächlich gewährte Frist zur Abgabe einer ausdrücklichen Erklärung zur Verhinderung des Eintritts der Erklärungsfiktion sei nicht ausreichend iSd § 6 Abs 1 Z 1 KSchG. Die zweijährige Bindung in Partnervermittlungsverträgen, in denen nicht einmal das Eingehen einer Partnerschaft ein außerordentliches Kündigungsrecht zur Folge hat, sei unangemessen lang im Sinne des § 6 Abs 1 Z 1 KSchG. Die Klausel widerspreche § 15 KSchG und stelle die Rechtslage unrichtig dar, sodass sie auch gegen § 6 Abs 3 KSchG und auch gegen § 879 Abs 3 ABGB verstoße.

Die Verlängerungsklausel in Pkt. 5.2 und 5.3 der AGB bei der Beklagten verstoßen gegen § 6 Abs 1 Z 2, § 6 Abs 3 KSchG und § 879 Abs 3 ABGB. Die Vertragsklauseln verweisen auf die Vertragsverlängerungsklauseln der produktbezogenen Vertragsinhalte, sodass sich ihre Unzulässigkeit bereits aus diesem Verweis ergebe. Die Klauseln seien auch aufgrund des Widerspruchs zur Vertragsverlängerungsklausel des 6-Monats-Vertrags gegenüber „jeweils um weitere 12 Monate“ in den produktbezogenen Vertragsinhalten intransparent. Nach Wegfall der produktbezogenen Vertragsinhalte genüge die Klausel 5.2 der AGB für elitepartner auch nicht

mehr den Anforderungen des § 6 Abs 1 Z 2 KSchG, da bei einem

Widerspruchsrecht in AGB sowohl die Widerspruchsmöglichkeit als auch die Frist bereits in den Vertragstext aufgenommen werden muss. Da die Frist selbst nicht in der Klausel (bei elitepartner.at auch nicht in den produktbezogenen Vertragsinhalten) enthalten ist, verstoße diese auch gegen § 879 Abs 3 ABGB und § 6 Abs 3 KSchG.

Die **Beklagte** bestritt das Klagebegehren, beantragte Klagsabweisung und brachte zusammengefasst vor, dass es sich bei der Beklagten um einen Qualitätsanbieter handle, an den sich Kunden wenden, die auf der Suche nach einer ernsthaften und langfristigen Partnerschaft sind. Diese Suche nehme einen längeren Zeitraum in Anspruch, sodass sich die Kunden von der Beklagten als Qualitätsanbieter erwarten, dass deren Online-Plattformen über einen längeren Zeitraum eine entsprechend große Zahl an Mitgliedern aufweisen, was sowohl im Interesse der Beklagten als auch deren Kunden liegt. Um den hohen qualitativen Erwartungen ihrer Kunden gerecht zu werden und laufend neue Kunden zu werben, habe die Beklagte entsprechende Investitionen und Aufwendungen in den Bereichen Akquisition, Marketing sowie Entwicklung und Instandhaltung ihrer Plattform zu tätigen. Es sei daher sowohl für die Beklagte als auch die Kunden in gleicher Weise von erheblichem Interesse, dass die jeweilige Online-Plattform über einen längeren Zeitraum eine entsprechend große Mitgliederanzahl aufweist. Dem entspreche das Geschäftsmodell einer Erstlaufzeit inklusive automatischer Vertragsverlängerung um ein Jahr, sollte der Kunde nicht zuvor rechtzeitig kündigen. Dieses Modell stelle einen angemessenen Interessensausgleich zwischen der Beklagten und den verschiedenen Kundengruppen her und werde kundenseitig auch nicht beanstandet. Dem Kunden sei bereits bei Vertragsabschluss klar, dass sich seine zunächst gewählte Erstlaufzeit automatisch um weitere 12 Monate verlängert, und welchen unter Umständen geänderten Preis er hierfür zu bezahlen hat. Es komme daher im Zuge der automatischen Vertragsverlängerung nicht zu einer Änderung des Vertrages.

Durch die von der Beklagten versendete E-Mail im Zusammenhang mit der automatischen Vertragsverlängerung komme die Beklagte ihrer Verpflichtung zur Erteilung eines besonderen Hinweises iSd § 6 Abs 1 Z 2 KSchG nach, jedenfalls sei in Zusammenschau von E-Mail und den über den Link abrufbaren weiterführenden Informationen das Erfordernis des besonderen Hinweises erfüllt. Die Bestimmungen des FAGG über das Rücktrittsrecht seien auf die gegenständliche automatische Vertragsverlängerung nicht anzuwenden und die Beklagte habe daher auch über ein solches nicht zu belehren. Es liege weder eine irreführende noch aggressive Geschäftspraktik vor. Die Beklagte schulde keinen Erfolg bzw. auf eine erfolgreiche Partnervermittlung abgestellte Leistungen. Es fehle an jedem werkvertraglichen Element, zudem korrespondierten die wiederholten monatlichen Geldzahlungen des Kunden nicht mit konkret zu erbringenden monatlichen Teilleistungen der Beklagten. § 15 KSchG sei daher nicht anwendbar. Den Kunden stünden aus dieser Bestimmung auch keine

Rücktrittsrechte zu.

Bei der Variante „Premium-Mitgliedschaft mit Erstlaufzeit von 24 Monaten“ sei der Kunde nicht unangemessen lange gebunden. Schon aufgrund der Verordnung des Bundesministers für wirtschaftliche Angelegenheiten könnten zulässigerweise Partnervermittlungsverträge für eine solche Vertragsdauer abgeschlossen werden. Wenn eine 24-monatige Bindung als angemessen anzusehen ist, könne auch eine Verlängerung um lediglich 12 Monate keine unangemessen lange Bindung darstellen.

Das deutsche Bundeskartellamt habe das aktuell von der Beklagten praktizierte Geschäftsmodell im Rahmen der Zusammenschlussprüfung der Plattformen Partnership und Elitepartner im Detail untersucht und festgestellt, dass kein Fall einer unangemessen langen Bindung vorliegt. Das Problem von „Kartelleichen“ trete vorwiegend bei kostenlosen Partnervermittlungsplattformen auf, die Beklagte habe an solchen jedoch keinerlei Interesse. Vielmehr betreibe sie einen großen Aufwand dafür, dass den Kunden auf der Plattform nur jene Kunden angezeigt werden, die tatsächlich auf der Suche nach einer ernsthaften Partnerschaft sind.

Jedenfalls sei eine Leistungsfrist von vier Monaten für die Verwendung der Klauseln sowie das Sich-Berufen auf diese zu gewähren, da es aktiver Vorkehrungen zur Umsetzung des Unterlassungsgebots bedürfe.

Beweis wurde aufgenommen durch Einsichtnahme in die vorgelegten Urkunden (.JA bis .J und .1 bis .10) sowie Einvernahme der Zeugen Dr. [REDACTED]

Demnach steht folgender Sachverhalt fest:

Die Beklagte mit Sitz in Deutschland ist zu HRB 77766 beim Amtsgericht Hamburg protokolliert. Sie betreibt unter www.parship.at und www.elipartner.at eine OnlinePartnervermittlung, wendet sich mit ihrem Dienstleistungsangebot an Konsumenten, darunter auch an Konsumenten mit gewöhnlichem Aufenthalt in Österreich, und schließt mit diesen Verbraucherverträge im Fernabsatz. Auf den Webseiten www.partnership.at und www.elitepartner.at gibt es eigene Auswahlkriterien für Kunden aus Österreich, insbesondere kann für die Partnersuche der bevorzugte Wohnort des zukünftigen Partners innerhalb Österreichs angeführt werden.

Das Dienstleistungsangebot der Beklagten unterscheidet zwischen einer kostenlosen und einer kostenpflichtigen Mitgliedschaft (Premium-Mitgliedschaft), die in verschiedenen Varianten angeboten wird. Mit der Anmeldung eines Kunden auf der Website der Beklagten entsteht zunächst die kostenlose Mitgliedschaft. Nachdem sich der Kunde für diese auf der Website registriert hat, besteht für ihn die Möglichkeit des Abschlusses einer kostenpflichtigen

Mitgliedschaft. Dazu bietet die Beklagte auf einer Übersichtsseite verschiedene Varianten an, die sich in der Erstlaufzeit (6, 12 oder 24 Monate) unterscheiden, wobei die in der Regel monatlich zu bezahlenden Preise für eine Variante mit längerer Bindung mit entsprechenden Preisvorteilen insofern angeboten werden, als die monatlichen Mitgliedsbeiträge für die 6monatige Mitgliedschaft am höchsten und für die 2-jährige Mitgliedschaft am niedrigsten sind.

Am 4.4.2019 wurden die Mitgliedschaften bei elitepartner.at um 50 % reduziert, jeweils monatlich ab EUR 29,95 (für 6 Monate), EUR 17,45 (12 Monate) und EUR 12,45 (24 Monate) angeboten. Am 11.4.2019 wurde die 6-monatige Mitgliedschaft ab EUR 59,90, die 12monatige Mitgliedschaft ab 34,90 und die 24-monatige Mitgliedschaft ab EUR 24,90 angeboten (.I).

Bei elitepartner.at lag zum Stichtag 7.8.2019 der monatliche Preis bei einer 6-monatigen Erstlaufzeit bei EUR 37,95, bei einer 12-monatigen Erstlaufzeit bei EUR 19,95 und bei einer 24-monatigen Erstlaufzeit bei EUR 12,95 (.J).

Bei parship.at wurde die Mitgliedschaft am 4.4.2019 ab EUR 17,96 (6 Monate), EUR 13,96 (12 Monate) und EUR 9,96 (24 Monate), damit um 60 % reduziert, angeboten. Am 11.4.2019 wurde die Mitgliedschaft ab EUR 44,90 (6 Monate), 34,90 EUR (12 Monate) und EUR 24,90 (24 Monate) angeboten (.J).

Mit Stand 31.7.2019 lag der monatliche Mitgliedsbeitrag auf parship.at bei einer 6monatigen Erstlaufzeit bei EUR 59,90, bei einer 12-monatigen Erstlaufzeit bei EUR 35,90 und bei einer 24-monatigen Erstlaufzeit bei EUR 25,90 (.I).

Nachdem der Kunde eine der angeführten „Premium“-Varianten ausgewählt hat, kann er auf der Bestellseite die Zahlungsart (Kreditkarte, Bankeinzug oder PayPal) sowie die Zahlungsweise (monatlich, viertel-, halbjährlich bzw. Einmalzahlung) wählen. Auf dieser Seite wird der Kunde über die jeweils 12-monatige Vertragsverlängerung, sofern er die PremiumMitgliedschaft nicht rechtzeitig kündigt sowie über den nach Ablauf der Erstlaufzeit zu bezahlenden Preis wie folgt hingewiesen (.I und .J):

„Nutzen Sie ab sofort sämtliche Premium-Funktionen zum Preis von EUR 59,90/Monat. Ihre gewählte Zahlungsweise ist einmalige Zahlung (Gesamtbetrag: EUR 359,40 über die gewählte Laufzeit von 6 Monaten). Damit Sie weiterhin von allen Vorteilen der PremiumMitgliedschaft profitieren, verlängert sich diese nach Ablauf der Erstlaufzeit jeweils um 12 Monate zum Preis von EUR 59,90/Monat bei gleichbleibender Zahlungsweise (Gesamtbetrag: EUR 718,80). Selbstverständlich können Sie ihre Premium-Mitgliedschaft bis zu 12 Wochen vor Ablauf der Laufzeit kündigen.“

Bevor der Kunde die Bestellung abschließen kann, hat er noch eine Checkbox folgenden

Inhalts anzuklicken: *„Es gelten die AGB, die Widerrufsbelehrung und die Regelung zum Wertersatz sowie die produktbezogenen Vertragsinhalte.“* (.1 und .2).

Nach Abschluss der Bestellung erhält der Kunde per E-Mail eine Bestellbestätigung, in der neben Informationen zum Nutzungsumfang, zur gewählten Zahlungsmethode, zu den Kontaktgarantien und zum Widerrufsrecht - unter anderem Folgendes angeführt ist (.1/G):

„Ihre aktuelle Premium-Mitgliedschaft läuft bis zum 24.5.2018.

Damit Sie alle Vorteile ohne Unterbrechung nutzen können, verlängert sich Ihre PremiumMitgliedschaft danach automatisch um je 12 Monate zum Preis von 49,90 EUR pro Monat, was einem Gesamtbetrag von EUR 589,80 (inkl. MWSt.) entspricht. [...]

Beim erstmaligen Abschluss und bei jeder nachfolgenden Verlängerung werden Sie 14 Kalendertage vor Ablauf Ihrer Kündigungsfrist per E-Mail über die jeweilige Laufzeit, das Datum des Vertragsendes und die Dauer der Verlängerung informiert.

[...]

Selbstverständlich können Sie Ihre Premium-Mitgliedschaft bis zu 12 Wochen vor Ablauf der aktuellen Laufzeit kündigen. Für die Wirksamkeit der Kündigung ist es erforderlich, dass Sie sich innerhalb Ihres Kündigungsschreibens eindeutig authentifizieren und uns hierzu Ihre Chiffre nennen. Weitere Informationen zur Kündigung erhalten Sie in „Mein Profil/Daten + Einstellungen/Profil verwalten“.

Während der Vertragslaufzeit kann der Kunde jederzeit in seinem Online-Profil unter „Daten + Einstellungen“ im Punkt „Profil verwalten“ Informationen zur gewählten PremiumMitgliedschaft erhalten (.3), wobei Informationen zur Kündigungsfrist oder dazu, bis wann die Kündigung erklärt werden muss, nicht ersichtlich sind. Zunächst wird dem Kunden sein aktuell gewähltes Produkt angezeigt (zB „12 Monate Premium-Mitgliedschaft“). Über den farblich hervorgehobenen Link *„Bitte klicken Sie hier, um Informationen zur Kündigung Ihrer PremiumMitgliedschaft zu erhalten“* erhält er Informationen vom Kundenservice, wie und wo gekündigt werden kann, jedoch keine Informationen zur Kündigungsfrist.

Die AGB von Parship lauten auszugsweise wie folgt (.1/A):

„[...]

3. Kostenlose und kostenpflichtige Leistungen

3.1 Vergütungsfrei ist bei Parship zunächst die Registrierung. Im Anschluss hieran beantwortet der Kunde einen nach psychologischen Kriterien aufgebauten wissenschaftlich begründeten Fragebogen, den sogenannten Parship-Fragebogen. Aus dessen Ergebnissen und umfangreichen statistischen Vergleichsdaten erarbeitet Parship automatisiert eine individuelle Partnerschafts-Persönlichkeit des

Kunden. [...] Auf dieser Grundlage erhält der Kunde

kostenlose Partnervorschläge per E-Mail sowie in einer Online-Vorschlagsliste, die ihm jeweils in einem anonymisierten Profil (Steckbrief und Matching-Ergebnis) mit unkenntlich gemachten Fotos vorgestellt werden. Bei dieser kostenfreien Mitgliedschaft (auch BasisMitgliedschaft genannt) ist es dem Kunden möglich, vorgegebene Nachrichten (zB ein

Lächeln u.ä.) zu versenden. [...]

3.2 Im Rahmen der kostenpflichtigen Leistungen erhält der Kunde mit Abschluss der sogenannten Premium-Mitgliedschaft seinen Suchkriterien entsprechende laufend aktualisierte Partnervorschläge online sowie per E-Mail. Diese Vorschlagsliste wird unter Berücksichtigung zwischenzeitlich neu hinzugekommener Kunden laufend aktualisiert. Parship ermöglicht in diesem Zuge Kontaktaufnahme zwischen den Kunden bei gegenseitigem Einverständnis in uneingeschränkter Form. Als Kontaktaufnahme im Sinne dieses Vertrags gilt auch, wenn der Kunde auf den Kontaktwunsch eines anderen Kunden eingeht. Parship erstellt dem Kunden bei entsprechender Produktauswahl eine detaillierte Auswertung des Parship-Fragebogens online in seinem Profil sowie als umfassendes Porträt seiner Partnerschafts-Persönlichkeit. Das Porträt seiner Partnerschafts-Persönlichkeit wird dem Kunden als PDF-Datei per E-Mail zur Verfügung gestellt. [...]

3.3 Weitere kostenpflichtige Services sind in ihrer jeweils aktuellen Form unter der Rubrik

„Leistungen“ angeführt. Hier findet sich auch eine Erläuterung über die Kontaktgarantie, die Parship in Abhängigkeit von dem jeweils gewählten Produkt gewährt.

3.4 Der Parship-Service ist durchgehend 24 Stunden, 7 Tage die Woche einsatzfähig mit einer Verfügbarkeit von 99,5 % im Jahresmittel. [...]

5. Kündigung/Verlängerung

[...]

5.2 Die Frist für die ordentliche Kündigung der kostenpflichtigen Mitgliedschaft (sogenannte

Premium-Mitgliedschaft) ergibt sich aus den produktbezogenen Vertragsinhalten, die im Rahmen des Bestellvorgangs vom Kunden bestätigt werden. Beim Kauf einer PremiumMitgliedschaft wird der Kunde darüber hinaus in der Bestellbestätigung über die Kündigungsfrist per E-Mail informiert. Die Kündigung ist nur dann wirksam, wenn sie durch ausdrückliche Erklärung in Textform erfolgt (wie zB Brief oder Fax).

[...]

5.3 Der Vertrag über die kostenpflichtige

Mitgliedschaft (Premium-Mitgliedschaft) verlängert sich automatisch um die jeweils vertraglich vereinbarte Laufzeit, sofern der Kunde seinen Vertrag nicht gem. Ziffer 5.2 ordentlich kündigt. Beim erstmaligen Kauf einer PremiumMitgliedschaft wird der Kunde mit Erhalt der Bestellbestätigung über die jeweilige Laufzeit, das Datum des Vertragsendes und die Dauer der Verlängerung bei nicht rechtzeitiger Kündigung informiert. Parship weist den Kunden vor Ablauf des kostenpflichtigen Dienstes per E-Mail auf die automatische Verlängerung im Falle des Unterbleibens einer Kündigung durch den Kunden hin. Näheres ist den produktbezogenen Vertragsinhalten zu entnehmen. [...]

6. Haftung von Parship

[...]

6.2 Parship schuldet lediglich die Bereitstellung der IT-Dienstleistungen zur automatischen Vermittlung von Kontakten, nicht den Erfolg. Parship stellt nur die technische Vorrichtung bereit, die [...] generell eine Kontaktaufnahme ermöglicht. [...]

7. Verantwortlichkeit und Pflichten des Kunden

7.5 Der Kunde erklärt sich bereit, Parship umgehend mitzuteilen, wenn er wegen des Zustandekommens einer Partnerschaft oder aus sonstigen Gründen an Partnervorschlägen nicht mehr interessiert ist oder wenn er anderen Kunden nicht mehr als Partnervorschlag zur Verfügung stehen will.

[...]“

Die AGB von Elitepartner lauten auszugsweise wie folgt (./B):

„[...]“

3. Entgeltpflichtige und entgeltfreie Leistungen

3.1 Der nach der Registrierung nach psychologischen Gesichtspunkten aufgebaute, wissenschaftlich begründete ElitePartner-Persönlichkeitstest ist zunächst Gegenstand unserer entgeltfreien Leistungen. Aus den daraus resultierenden Erkenntnissen und umfassenden statistischen Vergleichsdaten erstellen wir Ihnen automatisiert eine auf Sie angepasste Persönlichkeitsanalyse [...]. Die Partnervorschlagsliste enthält Partnervorschläge in Form eines anonymisierten Profils (Steckbrief und Matching-Ergebnis) mit unkenntlich gemachten Fotos. Bei dieser kostenfreien Mitgliedschaft (auch Basis-Mitgliedschaft genannt) ist es dem Kunden möglich, vorgegebene Nachrichten (zB ein Lächeln u.ä.) zu versenden [...]

3.2 *ElitePartner* bietet neben den in Ziffer 3.1

aufgeführten Leistungen eine Reihe von entgeltpflichtigen Leistungen an. Entgeltpflichtig ist zunächst die uneingeschränkte Kontaktaufnahme zwischen den einzelnen Kunden. Sie haben die Möglichkeit, auf die

*Kontaktanfrage anderer Kunden uneingeschränkt einzugehen. Aktualisierungen der Partnervorschlagsliste online sowie per E-Mail werden unter dem Aspekt hinzukommender Neukunden durch uns laufend vorgenommen. Hierneben gehört zu den kostenpflichtigen Leistungen u.a. eine detaillierte Auswertung des *ElitePartner*-Persönlichkeitstests online in dem Profil des Kunden sowie per E-Mail in Form einer ausführlichen Persönlichkeitsanalyse als PDF-Datei. [...]*

5. Vertragsverlängerung und Beendigung

[...]

5.2 *Innerhalb unserer produktbezogenen Vertragsinhalte, die Sie während des Bestellvorgangs bestätigen, findet sich die ordentliche Kündigungsfrist für die entgeltpflichtige Mitgliedschaft. Mit Kauf der entgeltpflichtigen Mitgliedschaft erhalten Sie in unserer Bestellbestätigung via E-Mail zusätzliche Informationen über die ordentliche Kündigungsfrist. Die Kündigung hat zu ihrer Wirksamkeit durch ausdrückliche Erklärung in Textform (wie zB Brief oder Fax) zu erfolgen.*

[...]

5.3 *Erfolgt durch den Kunden keine Kündigung unter Einhaltung der ordentlichen Kündigungsfrist gem. Ziffer 5.2, verlängert sich der Vertrag über die entgeltpflichtige Mitgliedschaft automatisch nach Maßgabe der produktbezogenen Vertragsinhalte, welche Sie innerhalb des Bestellvorgangs akzeptiert haben. Innerhalb unserer Bestellbestätigung informieren wir Sie im Übrigen auch über die Dauer einer möglichen Verlängerung bei nicht fristgerechter Kündigung. Wir weisen Sie vor Ablauf des kostenpflichtigen Dienstes per E-Mail auf die automatische Verlängerung im Falle des Unterbleibens einer Kündigung hin. Näheres entnehmen Sie bitte den produktbezogenen Vertragsinhalten. [...]*

6. Haftung von *ElitePartner*

[...]

6.2 *Wir können ebenfalls keinen Vermittlungserfolg zusichern. *ElitePartner* stellt den Kunden ausschließlich die IT-Dienstleistungen bzw. technischen Vorrichtungen zur automatischen Vermittlung von Kontakten zur Verfügung.*

[...]

7. Mitwirkungspflichten des Kunden

[...]

7.5 Bitte teilen Sie uns umgehend mit, wenn Sie wegen des Zustandekommens einer Partnerschaft oder aus sonstigen Gründen an Partnervorschlägen nicht mehr interessiert sind.

[...]"

Die „produktbezogenen Vertragsinhalte“ gibt es sowohl von Parship (.I/C), als auch von Elitepartner (.I/D). Für jede Vertragsdauer (6, 12 oder 24 Monate) gibt es eigene produktbezogene Vertragsinhalte.

Diese lauten bei Parship jeweils auszugsweise wie folgt (.I/C):

„6 Monate Premium-Mitgliedschaft“ (bzw. „12 Monate Premium-Mitgliedschaft“ bzw. „24 Monate Premium-Mitgliedschaft“)

„[...]

Zugesicherte Kontaktgarantie [...] Deshalb garantieren wir Ihnen bei der Erstbestellung einer sechs-monatigen Premium-Mitgliedschaft (bzw. 12-monatigen bzw. 24-monatigen Premium-Mitgliedschaft) den Kontakt zu mindestens fünf Mitgliedern. [...] Als Kontakt zählt jede von Ihnen gelesene Freitextnachricht auf eine von Ihnen verschickte Nachricht sowie eine von Ihnen erhaltene Nachricht, in dessen weiteren Verlauf Sie mindestens zwei Freitextnachrichten mit einem anderen Mitglied ausgetauscht und gelesen haben. Als Nachricht zählt jede Kommunikation, z.B. Freitextnachricht, Lächeln, Spaßfragen, Fotofreigabe und Kompliment. [,,]

Kündigungsfrist Die Premium-Mitgliedschaft ist ordentlich kündbar, und zwar spätestens 12 Wochen vor Laufzeitende.

Verlängerung Ihrer Premium-Mitgliedschaft und Konditionen Ihre PremiumMitgliedschaft verlängert sich künftig automatisch jeweils um weitere 12 Monate zum Preis von [...] EUR pro Monat (insgesamt [...] EUR), es sei denn, Sie kündigen ordentlich entsprechend der vorbenannten Kündigungsfrist zum Laufzeitende. [...] Bitte beachten Sie darauf: Ihre Premium-Mitgliedschaft verlängert sich so lange automatisch um dieselbe Laufzeit zum vorbenannten Preis, bis Sie fristgerecht kündigen.

Parship weist den Kunden 98 Kalendertage vor Ablauf des kostenpflichtige Dienstes per EMail auf die automatische Verlängerung im Falle des Unterbleibens einer Kündigung durch den Kunden hin.“

Die – mit Ausnahme der letzten beiden Absätze - gleichlautenden „produktbezogenen Vertragsinhalte“ von Elitepartner sehen jeweils (hinsichtlich Premium Basic für 6 Monate Mitgliedschaft, hinsichtlich Premium Plus für 12 Monate Mitgliedschaft und hinsichtlich Premium Comfort für 24 Monate Mitgliedschaft) in ihren letzten beiden Punkten Folgendes vor

(./D):

„Kündigungsfrist Die Premium-Mitgliedschaft ist ordentlich kündbar, und zwar spätestens zwölf Wochen vor Laufzeitende.

Verlängerung Ihrer Premium-Mitgliedschaft und Konditionen Ihre Premium-Mitgliedschaft verlängert sich künftig automatisch jeweils um weitere zwölf Monate zum Preis von [...] EUR pro Monat (insgesamt [...] EUR), es sei denn, Sie kündigen ordentlich entsprechend der vorbenannten Kündigungsfrist zum Laufzeitende. [...] Bitte beachten Sie darauf: Ihre Premium-Mitgliedschaft verlängert sich so lange automatisch um dieselbe Laufzeit zum vorbenannten Preis, bis Sie fristgerecht kündigen.“

Einen Hinweis, wonach der Kunde 98 Kalendertage vor Ablauf des kostenpflichtigen Dienstes per E-Mail auf die automatische Vertragsverlängerung im Falle des Unterbleibens einer Kündigung durch den Kunden hingewiesen wird, findet sich in den produktbezogenen Vertragsinhalten bei Elitepartner nicht.

98 Kalendertage vor dem Ablauf der 6, 12 oder 24 Monate dauernden Mitgliedschaft erhalten Kunden vom Kundenservice ein Mail mit dem Betreff (./E und ./F):

„Information zu Ihrem aktuellen Profil: Hinweis auf Laufzeit und die automatische Vertragsverlängerung Ihrer Mitgliedschaft“

und nachfolgendem Text:

„Nachricht zu Ihrem Profil

Sehr geehrtes Parship (bzw. ElitePartner-) Mitglied,

wir freuen uns, dass Sie sich für den Service von Parship entschieden haben und hoffen, dass Sie bislang zufrieden waren und bereits interessante Kontakte geknüpft haben.

Wir möchten Sie auf Informationen zur Laufzeit und die automatische Vertragsverlängerung Ihrer Mitgliedschaft hinweisen, sofern Sie diese nicht rechtzeitig kündigen. Alle Informationen dazu finden Sie in Ihrem persönlichen Profil. Klicken Sie einfach hier.

[...]

Allgemeine Geschäftsbedingungen + Datenschutzbestimmungen Die

AGB von Parship.at können Sie hier einsehen.

Die Datenschutzbestimmungen von Parship.at erhalten Sie hier.“

Wurde der Link „Klicken Sie einfach hier“ angeklickt, wurde man nach Eingabe der Benutzerdaten und des Passwortes auf die Seite „Profil verwalten“ weitergeleitet, auf der für

den Zeitraum zwischen Versendung der E-Mail und Ablauf der Kündigungsfrist folgender Hinweis mit Kündigungsfrist und Datum, bis zu dem die Kündigung zu erfolgen hat (wie etwa der 16.8.2019) wie folgt angegeben war (.I/6 und .I/10):

„Wir möchten Sie darauf hinweisen, dass Ihr ursprünglicher Vertrag auslaufen wird. Um sicherzustellen, dass Ihre Kontakte nicht plötzlich unterbrochen werden, verlängert sich Ihre Mitgliedschaft automatisch gemäß Ihren Vertragsbestimmungen, sofern Sie nicht bis 84 Tage vor Ende Ihrer Vertragslaufzeit die bestehende Mitgliedschaft kündigen. Eine Kündigung ist gemäß den produktbezogenen Vertragsinhalten und der Bestellbestätigung bis spätestens 16.8.2019 möglich. Bei einer Verlängerung Ihrer Mitgliedschaft können Sie den Service von Parship weiterhin in vollem Umfang nutzen.“

Wurde der fett hervorgehobene Link *„Bitte klicken Sie hier, um Informationen zur Kündigung Ihrer Premium-Mitgliedschaft zu erhalten“* angeklickt, erhielt der Kunde wiederum Hinweise dazu, wo er kündigen kann, jedoch keine Informationen zur Kündigungsfrist.

Ihren Mitgliedern versendet die Beklagte während aufrechten Vertragsverhältnisses nach Abhängigkeit der unterschiedlichen Aktivität der einzelnen Mitglieder unterschiedliche Nachrichten mit unterschiedlichen Betreffzeilen. Dabei werden auch E-Mails mit anderen Inhalten als jenen der Erinnerungsmails .I/E und .I/F, deren Betreffzeilen mit *„Information zu Ihrem aktuellen Profil“* beginnen, versendet.

Das Geschäftsmodell der Beklagten beruht ganz wesentlich darauf, den Großteil der Erlöse in Neukundenwerbung zu investieren. Um das Unternehmen der Beklagten wirtschaftlich zu führen, ist es auch notwendig, kontinuierlich neue Mitglieder auf den Plattformen zu akquirieren, die eine möglichst lange Erstlaufzeit vereinbaren und den Vertrag danach auch verlängern. Aufgrund des daraus resultierenden Investitionserfordernisses ist es der Beklagten besonders wichtig, für längere Zeiträume Planungssicherung zu erhalten, die sie durch Mitgliedschaften mit längeren Laufzeiten zu erzielen beabsichtigt. Der überwiegende Teil der Kunden, nämlich rund 79 %, schließt Verträge mit einer Vertragslaufzeit von 12 Monaten ab. Im Unterschied zur 6-monatigen Vertragslaufzeit bietet sich bei einem längeren Vertragszeitraum aus Sicht des Kunden eine größere Chance, einen Partner zu finden. Rund 15 % der Kunden schließen einen Vertrag mit 6-monatiger Erstlaufzeit und rund 6 % einen solchen mit 24-monatiger Erstlaufzeit ab. Rund 75 % der Kunden kündigen den Vertrag fristgerecht mit Ende der Erstlaufzeit. Im Jahr 2020 wendete die Beklagte rund 83 % der Umsätze mit Erstlaufzeitverträgen für Marketing zur Neukundenakquise auf. Aktuell sind auf der Plattform von Parship rund 43.000 Mitglieder in Österreich mit einer Premium-Mitgliedschaft registriert.

Innerhalb der Vertragslaufzeit gibt es auch immer wieder Zeiträume, in denen die Kunden auf den Plattformen der Beklagten aktiv nach Partnern suchen und dann wiederum Zeiträume,

in denen dies - aus welchen Gründen auch immer - nicht der Fall

ist oder Kunden wiederum nach einer solchen nutzungsfreien Zeit wieder auf die Plattform zurückkehren. Auch für die Kunden ist es von Bedeutung, dass die Plattformen der Beklagten eine stetig große Zahl von Mitgliedern aufweisen, da eine höhere Anzahl von Mitgliedern die Möglichkeit für den Austausch unter den Mitgliedern und das Knüpfen von neuen Kontakten erhöht und eine größere Chance für die Partnersuche bietet.

Rund 40 % der Mitglieder mit einer 12-monatigen Mitgliedschaft sind auf der jeweiligen Plattform der Beklagten aktiv tätig. Kunden, die sich über einen längeren Zeitraum nicht mehr eingeloggt haben und auf der Plattform nicht mehr aktiv waren, werden seitens der Beklagten bei den Suchergebnissen nicht mehr angezeigt. Loggen sich diese Kunden nach einer längeren Pause wieder ein, werden diese automatisch wieder angezeigt und sichtbar gemacht.

Dem überwiegenden Teil der Kunden bietet die Beklagte für die Erstvertragslaufzeit einen Rabatt von 50 %, einigen Kunden einen Rabatt von 35 % für die ersten drei Monate an, da es aufgrund des angeführten Geschäftsmodells der Beklagten in ihrem besonderen Interesse liegt, eine möglichst hohe Anzahl von Mitgliedern mit einer Premium-Mitgliedschaft zu haben. Zudem wendet die Beklagte einen automatischen Algorithmus an, mittels dessen TestMatches zusammengestellt werden und die Kunden aufgefordert werden, mit diesen Mitgliedern in Kontakt zu treten. Grundlage der zusammengestellten Matches durch diesen Algorithmus ist die Übereinstimmung in der Beantwortung der Fragen des ParshipFragebogens bzw. Elitepartner-Persönlichkeitstests durch die Kunden bei erstmaliger Registrierung.

Seit dem 2. Quartal 2018 bis September 2020 langten beim Kläger hinsichtlich der automatischen Vertragsverlängerungen rund 300 Kundenbeschwerden, davon rund 60 im Jahr 2020, ein.

Eine Änderung der inkriminierten Klauseln würde bei der Beklagten einige Monate in Anspruch nehmen, um einerseits die Änderungen technisch umzusetzen und andererseits dafür Sorge zu tragen, dass sich die Mitarbeiter der Beklagten nicht mehr auf diese Klauseln berufen. Mit Beschluss des deutschen Bundeskartellamtes vom 22.10.2015 (./9) wurde das Zusammenschlussvorhaben der OCPE II Master LP in London, die die Datingplattform www.parship.de betreibt, alle Geschäftsanteile der EliteMedianet GmbH in Hamburg, welche die Datingplattformen ElitePartner.de und AcademicPartner.de in Deutschland betreibt, freigegeben.

Mit Urteil des Oberlandesgerichtes Wien vom 25.2.2017, 129 R 3/17k, wurde die Beklagte schuldig erkannt, es im geschäftlichen Verkehr in Österreich zu unterlassen, ihren Kunden, mit denen sie die Vertragsverlängerung im Wege der Erklärungsfiktion vereinbart hat, den besonderen Hinweis iSd § 6 Abs 1 Z 2 KSchG in der Form zu erteilen, dass die Beklagte ihren Kunden ein E-Mail übermittelt, ohne im Betreff und im Text des E-Mails eindeutig und

unmissverständlich auf die mangels ausdrücklicher Kündigung binnen bestimmter Frist stattfindende automatische Vertragsverlängerung hinzuweisen, insbesondere, in dem die Beklagte ihren Kunden ein E-Mail mit dem Betreff „Nachricht zu Ihrem Profil bei parship.at.“ und dem Text „Neuigkeiten zu Ihrer Mitgliedschaft stehen Ihnen jetzt zur Verfügung. Klicken Sie einfach auf den folgenden Link: <http://sbv.parship.at/profile/cancellation/termtime>“ oder sinngleich übermittelt, und die Mitteilung, dass es mangels Kündigung durch den Kunden zu einer Vertragsverlängerung kommen wird, nur unter diesem Link einsehbar ist.“

Im Beschluss des BG Innere Stadt Wien vom 26.6.2018, 69 E 4633/17s (./7), mit dem der Strafantrag der Klägerin auf Verhängung einer Geldstrafe wegen Zuwiderhandelns gegen dieses Unterlassungsgebot abgewiesen wurde, hielt das Bezirksgericht für Innere Stadt in seiner rechtlichen Beurteilung fest, dass die klagsgegenständliche Erinnerungsmail (./E und ./F) sehr wohl im Betreff angeführt habe, dass die E-Mail einen Hinweis auf Laufzeit und die automatische Vertragsverlängerung enthält. Zwar sei der gesamte Wortlaut des Betreffs aufgrund seiner Länge vor dem Öffnen des E-Mails nicht ganz ersichtlich, dies ändere jedoch nichts daran, dass dem Titel entsprochen worden sei. Dieser enthalte keine Einschränkung darauf, dass der gesamte Betreff schon im Posteingang vor dem Öffnen gelesen werden kann. Durch die längere Betreffszeile liege kein Verstoß gegen den Exekutionstitel vor, der Wortlaut des Betreffs sei nicht beanstandet worden. Aus dem Wortlaut des Exekutionstitels ergebe sich nicht, dass auch die Vertragsdauer und Kündigungsfrist direkt im Text des E-Mails ersichtlich sein müssten, sondern dass ausdrücklich und unmissverständlich darauf hingewiesen werden müsse, dass mangels ausdrücklicher Kündigung binnen bestimmter Frist eine automatische Vertragsverlängerung erfolgt. Dies habe die Beklagte gemacht, da es einem durchschnittlich verständigen Konsumenten jedenfalls klar sein müsse, dass eine Vertragsverlängerung stattfindet, wenn er nicht binnen einer bestimmten Frist kündigt. Bei strenger Anlehnung an den Wortlaut des Spruches habe die Beklagte dem Titel entsprochen. Auch der Sinn des Verbotes führe zu keinem anderen Ergebnis. Der besondere Hinweis iSd § 6 Abs 2 KSchG solle verhindern, dass der Konsument nicht mehr in Erinnerung hat, welche rechtsgeschäftlichen Konsequenzen die vertragliche Vereinbarung seinem Verhalten (insbesondere seinem Schweigen) beimisst. Der Hinweis müsse in einer Form erfolgen, die eine Kenntnisnahme des Kunden von der vereinbarten Erklärungsfiktion unter normalen Umständen erwarten lässt. Die Beklagte weise in dem Text ausdrücklich darauf hin, dass eine automatische Vertragsverlängerung erfolgen kann, sofern der Vertrag nicht rechtzeitig gekündigt wird und dass nähere Informationen dazu im persönlichen Profil ersichtlich sind. Einem durchschnittlich verständigen Konsumenten sei es durchaus zuzumuten, nachdem er ausdrücklich auf eine mögliche automatische Vertragsverlängerung hingewiesen wird, einem Link zu folgen und die entsprechende Vertragsdauer und Kündigungsfrist in seinem persönlichen Profil einzusehen.

Beweiswürdigung:

Diese Feststellungen gründen sich zum einen auf die vorgelegten - bei den jeweiligen Feststellungen in Klammer angeführten - unbedenklichen Urkunden, zum anderen hinsichtlich des Geschäftsmodells der Beklagten sowie den Intentionen der Beklagten jenen der Kunden, einen längerfristigen Vertrag abzuschließen, auf die Aussage der Zeugen [REDACTED] und [REDACTED] die dies nachvollziehbar schilderten. Insbesondere war der Aussage des Zeugen [REDACTED] auch der von der Beklagten angewendete automatische Algorithmus zu entnehmen, der Matches zusammenstellt, die wiederum auf einer möglichst großen Übereinstimmung in der Beantwortung der Fragen durch die Kunden bei deren Registrierung auf den Plattformen basieren. Seiner Aussage war auch zu entnehmen, dass die Beklagte einen hohen Investitionsaufwand für die Neukundenakquise betreibt, welcher Umstand bedingt, dass es ebenso wiederum in ihrem Interesse liegt, Kunden mit einer längeren Vertragslaufzeit zu gewinnen. Was die ./3, ./6 und ./10 betrifft, so führte der Zeuge glaubwürdig aus, dass sich bei Anklicken des hervorgehobenen Links kein Hinweis bzw. keine Informationen zur Kündigungsfrist finden.

Die Feststellungen zur Inanspruchnahme eines Ablaufes von einigen Monaten im Falle einer Klagsstattgebung gründen sich auf seine Aussage, wonach vier bis sechs Monate für die Änderungen der inkriminierten Klauseln erforderlich seien, je nach Umfang der Änderungen.

Die Feststellungen zum Anteil von Kunden der für 6 Monate, 12 Monate und 24 Monate abgeschlossenen Verträge gründen sich auf die diesbezügliche Aussage des Zeugen [REDACTED] [REDACTED] der dies, ebenso wie auch den Umstand, dass rund 75 % der Kunden vor der automatischen Vertragsverlängerung den Vertrag fristgerecht kündigen, zu entnehmen war.

Der glaubwürdigen Aussage des Zeugen Dr. [REDACTED] war die Anzahl der Kundenbeschwerden bei der Klägerin zu entnehmen.

In rechtlicher Hinsicht folgt daraus:

Die Beklagte hat ihren Sitz in Deutschland, sodass zunächst das anzuwendende Recht zu prüfen ist. Die Klägerin wendet sich ausschließlich gegen die Verwendung von Klauseln im geschäftlichen Verkehr mit Verbrauchern, deren gewöhnlicher Aufenthalt in Österreich liegt. Da die Beklagte ihre Tätigkeit unstrittig (auch) auf Österreich ausrichtet und die angestrebten Verträge in den Bereich dieser Tätigkeit fallen, ist die Verbraucherschutzvorschrift des Art 6 Rom I-VO anwendbar, wobei die objektive Anknüpfung nach Abs 1 dieser Bestimmung zur Anwendung österreichischen Rechts führt (vgl. EuGH C-191/15, *VKI/Amazon EU Sàrl*; 4 Ob 153/20h; 3 Ob 179/20z).

Vorzustellen ist, dass im Verbandsprozess nach den §§ 28 f KSchG von folgenden, von der ständigen höchstgerichtlichen Rechtsprechung vertretenen Grundsätzen auszugehen ist:

Wer im geschäftlichen Verkehr in Allgemeinen

Geschäftsbedingungen, die er seinen Verträgen zugrunde legt, oder in hierbei verwendeten Formblättern für Verträge Bedingungen vorsieht, die gegen ein gesetzliches Verbot oder gegen die guten Sitten verstoßen, kann nach § 28 Abs 1 KSchG auf Unterlassung geklagt werden. Dieses Verbot schließt auch das Verbot ein, sich auf eine solche Bedingung zu berufen, soweit sie unzulässigerweise vereinbart wurde.

Nach § 28a KSchG berechtigt jeder Verstoß gegen gesetzliche Verbote oder Gebote zur Unterlassungsklage, falls der Verstoß im Zusammenhang mit einer der in dieser Bestimmung aufgezählten Gruppen von Geschäften oder im Zusammenhang mit der Vereinbarung von missbräuchlichen Vertragsklauseln steht und durch den Verstoß die allgemeinen Interessen der Verbraucher beeinträchtigt werden.

Nach § 879 Abs 3 ABGB ist eine in Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder Vertragsformblättern enthaltene Vertragsbestimmung, die nicht eine der beiderseitigen Hauptleistungen festlegt, nichtig, wenn sie unter Berücksichtigung aller Umstände des Falles einen Teil gröblich benachteiligt. Dabei ist einerseits die objektive Äquivalenzstörung und andererseits die „verdünnte Willensfreiheit“ zu berücksichtigen (RIS-Justiz RS0016914). Bei der Beurteilung, ob eine gröbliche Benachteiligung des Vertragspartners bewirkt wird, hat sich der Rechtsanwender am dispositiven Recht als dem Leitbild eines ausgewogenen und gerechten Interessenausgleichs zu orientieren (RS0014676). Eine Abweichung vom dispositiven Recht kann schon eine gröbliche Benachteiligung sein, wenn es dafür keine sachliche Rechtfertigung gibt. Das ist jedenfalls dann anzunehmen, wenn die dem Vertragspartner zugedachte Rechtsposition in einem auffallenden Missverhältnis zur vergleichbaren Rechtsposition des anderen steht, wenn also keine sachlich berechnete Abweichung von der für den Durchschnittsfall getroffenen Normen des nachgiebigen Rechts vorliegt (RS0016914).

Im Verbandsprozess nach §§ 28 f KSchG hat die Auslegung der Klausel im „kundenfeindlichsten“ Sinn zu erfolgen. Auf eine etwaige teilweise Zulässigkeit der beanstandeten Klausel kann nicht Rücksicht genommen werden, weil eine geltungserhaltende Reduktion im Verbandsprozess nicht möglich ist (RS0038205; RS0016590). Für eine geltungserhaltende Reduktion ist kein Raum (RS0016590 [T1, T15]).

Nach § 6 Abs 3 KSchG ist eine in Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder Vertragsformblättern enthaltene Vertragsbestimmung unwirksam, wenn sie unklar oder missverständlich abgefasst ist. Durch diese Bestimmung übernahm der österreichische Gesetzgeber das in Art. 5 Satz 1 der Richtlinie 93/13/EWG des Rates über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen enthaltene Transparenzgebot in die österreichische Rechtsordnung (RS0037107). Es soll eine durchschaubare, möglichst klare und verständliche Formulierung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen sichergestellt werden, um zu verhindern,

dass der Verbraucher von der Durchsetzung seiner Rechte abgehalten wird, ihm unberechtigt Pflichten abverlangt werden, gegen die er sich nicht zur Wehr setzt, er über Rechtsfolgen getäuscht oder ihm ein unzutreffendes oder unklares Bild seiner vertraglichen Position vermittelt wird (RS0115219 [T9]).

Das Transparenzgebot soll dem Kunden ermöglichen, sich aus den Allgemeinen Geschäftsbedingungen zuverlässig über seine Rechte und Pflichten bei der Vertragsabwicklung zu informieren. Maßstab für die Transparenz ist das Verständnis des für die jeweilige Vertragsart typischen Durchschnittskunden (RS0037107 [T6]). Einzelwirkungen des Transparenzgebots sind das Gebot der Erkennbarkeit und Verständlichkeit, das Gebot, den anderen Vertragsteil auf bestimmte Rechtsfolgen hinzuweisen, das Bestimmtheitsgebot, das Gebot der Differenzierung, das Richtigkeitsgebot und das Gebot der Vollständigkeit, wenn die Auswirkung einer Klausel ansonsten unklar bliebe (RS0115217 [T12]).

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen müssen so gestaltet sein, dass der Verbraucher klare und verlässliche Auskunft über seine Rechtsposition erhält (RS0115217 [T14]). Aufgrund des Richtigkeitsgebots widersprechen Bestimmungen, die die Rechtslage verschleiern oder undeutlich darstellen, dem Transparenzgebot, zumal dadurch der rechtsunkundige Verbraucher über die tatsächliche Rechtslage getäuscht werden kann (4 Ob 221/06p).

Nach § 864a ABGB werden Bestimmungen ungewöhnlichen Inhalts in AGB oder Vertragsformblättern, die ein Vertragsteil verwendet hat, nicht Vertragsbestandteil, wenn sie dem anderen Teil nachteilig sind und er mit ihnen auch nach den Umständen, vor allem nach dem äußeren Erscheinungsbild der Urkunde nicht zu rechnen brauchte; es sei denn, der eine Vertragsteil hat den anderen besonders darauf hingewiesen. Als objektiv ungewöhnlich wird eine Klausel beurteilt, wenn sie von den Erwartungen des Vertragspartners deutlich abweicht, sodass er mit ihr nach den Umständen vernünftigerweise nicht zu rechnen brauchte. Der Klausel muss also ein Überraschungs- oder gar Übertölpelungseffekt innewohnen (RS0014646). Entscheidend ist, ob die Klausel beim entsprechenden Geschäftsstück üblich ist und ob sie den rechtlichen Verkehrsgewohnheiten entspricht. Bei der Beurteilung der Ungewöhnlichkeit eines Inhalts iSd § 864a ABGB, ist ein objektiver Maßstab anzulegen (RS0014627). Im Hinblick auf die Geltungskontrolle nach § 864a ABGB ist neben ihrem Inhalt auch die Stellung der Klausel im Gesamtgefüge des Vertragstextes, also ihre Einordnung in den AGB, maßgebend. § 864a ABGB erfasst alle dem Kunden nachteiligen Klauseln, eine gröbliche Benachteiligung iSd § 879 Abs 3 ABGB wird nicht vorausgesetzt (RS0123234).

1. Ansprüche nach § 28a KSchG:

1.1. Verstoß gegen § 6 Abs 1 Z 2 KSchG:

Gemäß § 6 Abs 1 Z 2 KSchG sind für den Verbraucher besonders solche

Vertragsbestimmungen im Sinn des § 879 ABGB jedenfalls nicht verbindlich, nach denen ein bestimmtes Verhalten des Verbrauchers als Abgabe oder Nichtabgabe einer Erklärung gilt, es sei denn, der Verbraucher wird bei Beginn der hierfür vorgesehenen Frist auf die Bedeutung seines Verhaltens besonders hingewiesen und hat zur Abgabe einer ausdrücklichen Erklärung eine angemessene Frist.

Voraussetzung für die wirksame Vereinbarung von Erklärungsfiktionen ist daher, dass der Vertrag eine Frist für die Abgabe einer ausdrücklichen Erklärung ebenso vorsieht, wie die bereits im Vertrag festgehaltene Verpflichtung des Unternehmers, den Verbraucher zu Beginn dieser Frist auf die Bedeutung seines Verhaltens besonders, also nicht bereits im Vertrag selbst, hinzuweisen. Auch wenn eine inkriminierte Klausel den formalen Voraussetzungen des § 6 Abs 1 Z 2 KSchG entspricht, ist ihre Zulässigkeit nach § 6 Abs 3 KSchG und § 879 Abs 3 ABGB zu prüfen; eine Klausel, die Änderungen des Vertrags über eine Zustimmungsfiktion nach Inhalt und Ausmaß unbeschränkt zulässt und nicht einmal ansatzweise irgendeine Beschränkung erkennen lässt, die den Verbraucher vor dem Eintritt unangemessener Nachteile schützen könnte, verstößt gegen das Transparenzgebot. Dies gilt insbesondere, wenn die Klausel eine Änderung wesentlicher Vertragspflichten der Parteien (Leistung und Gegenleistung) zu Gunsten des Verwenders der AGB in nahezu jede Richtung und in unbeschränktem Ausmaß zulässt. Voraussetzung der zulässigen Verwendung von Erklärungsfiktionen ist ein „berechtigtes Verwenderinteresse“. (*Langer in Kosesnik-Wehrle, KSchG⁴, § 6 Rz 15 f*).

Laut den produktbezogenen Vertragsinhalten von Parship (eine korrespondierende Regelung in den produktbezogenen Vertragsinhalten von ElitePartner existiert nicht) weist Parship den Kunden 98 Kalendertage vor Ablauf des kostenpflichtigen Dienstes per E-Mail auf die automatische Verlängerung im Falle des Unterbleibens einer Kündigung durch ihn hin. Im sodann von der Beklagten versandten E-Mail selbst findet sich jedoch keine Information und kein Hinweis, bis wann die Kündigung erklärt werden muss bzw. kann, sohin keine Informationen zur Kündigungsfrist sowie dazu, welche Konsequenz das Unterlassen der Kündigung hat und wie lange und zu welchem Preis der Vertrag verlängert wird. Diese Informationen können wiederum nur durch ein aktives Tätigwerden des Kunden in seinem Profilbereich abgerufen werden, in dem er den im Mail enthaltenen Link anklickt und sich in seinem Profil einloggt. Dies reicht allerdings für eine zulässige Erklärungsfiktion nicht aus, weil das E-Mail die erforderliche Warnfunktion im Sinne des § 6 Abs 1 Z 2 KSchG nicht erfüllt, zumal sich aus diesem die Folgen der Erklärungsfiktion nicht ergibt, obwohl sich die Beklagte in ihren produktbezogenen Vertragsinhalten bei Parship bzw. in ihren AGB bei ElitePartner dazu verpflichtet, den Kunden darüber mit E-Mail zu verständigen.

Auch in der Bestellbestätigung (/G) kündigt die Beklagte eine Verständigung 14 Tage vor

Ablauf der Kündigungsfrist per E-Mail über die jeweilige Laufzeit, das Datum des Vertragsendes und die Dauer der Verlängerung an. Die Übermittlung des E-Mails (.E und .F), welches diese Informationen jedoch selbst nicht enthält, erfüllt somit nicht die Voraussetzungen des besonderen Hinweises im Sinne des § 6 Abs 1 Z 2 KSchG. Da dieses Erinnerungsmail weder die Vertragsdauer, noch die Kündigungsfrist enthält, ist diesem auch nicht zu entnehmen, dass und binnen welcher Frist ein Handeln des Kunden erforderlich ist, um eine automatische Vertragsverlängerung zu verhindern. Das weitere Einloggen im eigenen Profil mit Zugangsdaten genügt diesen Anforderungen nicht, sodass dahingehend ein Verstoß gegen § 6 Abs 1 Z 2 KSchG vorliegt.

Was die Betreffzeile *„Information zu Ihrem aktuellen Profil: Hinweis auf Laufzeit und die automatische Vertragsverlängerung Ihrer Mitgliedschaft“* betrifft, so ist dieser Hinweis nicht ausreichend, zumal es vom verwendeten Gerät des Kunden abhängt, ob diesem überhaupt die gesamte Betreffzeile angezeigt wird. Da sich der Hinweis zur „automatischen Vertragsverlängerung“ am Ende der Betreffzeile befindet, ist es durchaus denkbar, dass gerade dieser Teil (durch Punkte ersetzt) beim Kunden am Gerät nicht aufscheint. Dass, wie von der Beklagten behauptet, das E-Mail von einer anderen E-Mailadresse als die übrigen E-Mails gesendet wird, vermag dabei in Bezug auf die Wahrnehmung durch den Kunden nichts zu ändern. Auch durch die Betreffzeile ist daher für den Kunden nicht ersichtlich und diesem nicht bewusst, dass und binnen welcher Frist er eine Handlung zu setzen hat, um die automatische Vertragsverlängerung zu verhindern. Damit liegt auch eine irreführende sowie aggressive Geschäftspraktik im Sinne des § 2 Abs 1 iVm Abs 4 UWG vor. Dies vor allem auch deshalb, da in den AGB die automatische Vertragsverlängerung angeführt ist, die nähere Ausgestaltung jedoch in einem eigenen Klauselwerk, nämlich den produktbezogenen Vertragsinhalten, angegeben ist, dort wiederum eine Kündigungsfrist mit 12 Wochen vor Ablauf der eingegangenen Laufzeit angegeben wird, der diesbezügliche Hinweis jedoch wiederum in Form eines weiteren E-Mails mit 98 Tagen vor diesem Zeitpunkt erfolgt. Auch in der Bestellbestätigung (.G) ist nur das Laufzeitende angeführt, nicht aber der Zeitpunkt, bis zu dem die Kündigung zu erklären ist, um die automatische Vertragsverlängerung zu verhindern.

Auch die erhöhten Akquisitionskosten bei der Beklagten bzw. Investitionskosten in ihr Geschäftsmodell und die laufend akquirierten Neukunden können die Verletzung des § 6 Abs 1 Z 2 KSchG nicht rechtfertigen, da es sich bei der Vertragsverlängerung um eine solche im vorrangigen Interesse der Beklagten, nicht jedoch der Kunden handelt, da Kunden, die die Plattform nicht mehr benützen, dennoch in den Mitgliederzahlen der Beklagten abgebildet sind, sodass sowohl aktive Mitglieder als auch potentielle Vertragspartner über die Anzahl der tatsächlich aktiven Mitglieder auf den Plattformen der Beklagten getäuscht werden.

Entgegen dem Vorbringen der Beklagten hat das Bezirksgericht Innere Stadt Wien im Exekutionsverfahren die inkriminierte Formulierung auch nicht als den gesetzlichen

Anforderungen entsprechend qualifiziert, sondern diese als lediglich nicht gegen das

Unterlassungsbegehren des Urteils des Oberlandesgerichtes Wien vom 25.2.2017, 129 R 3/17k, verstoßend beurteilt. Ein allfälliger Verstoß gegen § 6 Abs 1 Z 2 KSchG war jedoch nicht Gegenstand des Exekutionsverfahrens.

Soweit die Beklagte mit einer für sie obligatorischen, technisch-organisatorischen Maßnahme zur Gewährleistung der Datensicherheit iSd Art 32 DSGVO argumentiert, ist entgegenzuhalten, dass es sich bei den notwendigen Hinweisen, wann eine Kündigung zu erfolgen hat, um die automatische Vertragsverlängerung rechtzeitig zu verhindern, nicht um personenbezogene Daten iSd DSGVO handelt.

1.2. Verstoß gegen § 11 FAGG:

Gemäß §§ 11, 12 FAGG kann der Verbraucher von einem im Fernabsatz geschlossenen Vertrag binnen 14 Tagen ab Erhalt der Rücktrittsbelehrung ohne Angabe von Gründen zurücktreten. Über dieses Recht hat ihn der Unternehmer gemäß § 4 Abs 1 Z 8 FAGG vor Abgabe seiner Vertragserklärung unter Zurverfügungstellung des Musterwiderrufsformulars in klarer und verständlicher Weise zu informieren. § 11 FAGG ergeht in Umsetzung des Art 9 VR-RL, der zum einen Grundlage für das dem Verbraucher zustehende Rücktrittsrecht ist und weiters Dauer und Beginn der Rücktrittsfrist regelt. Dem Richtlinienwortlaut ist keine Einschränkung auf erstmalige Vertragsabschlüsse zwischen Unternehmer und Verbraucher zu entnehmen. Den Materialien zufolge ist auch bei Verlängerung eines bestehenden, befristeten Vertragsverhältnisses oder bei inhaltlicher Änderung eines bestehenden Vertragsverhältnisses ein Rücktritt nach § 11 FAGG möglich (*Hammerl* aaO § 11 FAGG Rz 2 ff unter Hinweis auf Erläut RV 89 BLG NR 25. GP 34).

Im gegenständlichen Fall wird der im Fernabsatz abgeschlossene Vertrag im Fernabsatz verlängert und auch insoferne verändert, als die Laufzeit, die zuvor 6 oder 24 Monate betragen hat, auf weitere 12 Monate verlängert, somit auf 12 Monate geändert und werden höhere als beim erstmaligen Vertragsabschluss zumeist rabattiert vereinbarte Preise im Falle der Verlängerung vereinbart.

Entgegen dem Vorbringen der Beklagten werden die Änderungen nicht bereits bei Vertragsabschluss mit dem Kunden vereinbart, sondern handelt es sich - hinsichtlich der automatischen Vertragsverlängerung - um zunächst befristete Verträge, die der Kündigung bedürfen, um eine automatische Verlängerung zu verhindern. Im übrigen ist nicht einmal den AGB, sofern es sich um eine ursprüngliche Erstlaufzeit von 6 Monaten oder 24 Monaten handelt, die Dauer der automatischen Verlängerung bzw. deren „jeweils vertraglich vereinbarte Laufzeit“, worauf im Weiteren noch einzugehen ist, zu entnehmen. Insofern liegt nicht nur eine Änderung des Vertrages in Bezug auf die Dauer des Vertrages (nämlich Verlängerung um 12 Monate bei

ursprünglicher Vertragsdauer von 6 Monaten oder 24 Monaten)

vor, sondern regelmäßig auch eine Änderung des Mitgliedschaftspreises.

Es liegt daher ein Verstoß gegen die Bestimmungen der §§ 4 Abs 1 Z 8 und 11 FAGG vor, die einen weiteren Unterlassungsanspruch des Klägers begründen.

2. Ansprüche nach § 28 KSchG:

2.1. Verlängerungsklausel bei einer 6-monatigen Erstlaufzeit in den unter parship.at und elitepartner.at abgeschlossenen Verträgen:

Die inkriminierten Bestimmungen in den produktbezogenen Vertragsinhalten (.I/C) verstoßen gegen § 864a ABGB, da sich gemäß Punkt 5.3 der AGB (.I/A) der Vertrag „automatisch um die jeweils vertraglich vereinbarte Laufzeit [verlängert], sofern der Kunde seinen Vertrag nicht gemäß Ziffer 5.2 ordentlich kündigt“. Da ursprünglich eine Vertragslaufzeit von 6 Monaten vereinbart ist, in den produktbezogenen Vertragsinhalten jedoch eine Verlängerung um 12 Monate, muss der Konsument keinesfalls mit einer in den AGB abweichenden Verlängerungsdauer rechnen. Davon ausgehend ist die Bestimmung im Sinne der eingangs der rechtlichen Beurteilung dargelegten Ausführungen auch intransparent im Sinne des § 6 Abs 3 KSchG, da sich der Konsument aus den Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht zuverlässig und ausreichend über die Dauer der Verlängerung seines Vertrages informieren kann.

Für einen durchschnittlich informierten Verbraucher ist durch die Formulierung in den AGB „um die jeweils vertraglich vereinbarte Laufzeit“ nicht erkennbar, dass es sich dabei um eine 12-monatige Verlängerung handelt, da mit dem Wort „jeweils“ suggeriert wird, dass dies eben die jeweils ursprünglich vereinbarte Laufzeit von 6, 12 oder 24 Monaten ist und sich davon ausgehend der Vertrag um diese jeweils vereinbarte Laufzeit von 6, 12 oder 24 Monaten verlängert. Entgegen dem Vorbringen der Beklagten werden, worauf bereits verwiesen wurde, nicht 18 Monate (6 + 12) vereinbart, sondern 6 Monate und eine automatische Verlängerung um weitere 12 Monate, sofern der Kunde nicht rechtzeitig kündigt. Die inkriminierte Klausel sieht jedoch gegenteilig dazu vor, dass sich der Vertrag nicht um die vertraglich vereinbarte Laufzeit, sondern davon abweichend um 12 Monate verlängert, sodass die Bestimmungen in den produktbezogenen Vertragsinhalten und den AGB damit auch widersprüchlich sind.

Zudem liegt auch ein Verstoß des § 6 Abs 1 Z 2 KSchG vor, insoferne, als der ursprünglich auf 6 Monate abgeschlossene Vertrag um weitere 12 Monate verlängert wird. Bei einer Vertragsverlängerung um die doppelte ursprüngliche Vertragslaufzeit kann auch nicht vom Vorliegen eines berechtigten Verwenderinteresses gesprochen werden. Zudem wird nach dem Inhalt der inkriminierten Klausel der Kunde 98 Kalendertage vor Ablauf des kostenpflichtigen Dienstes per E-Mail auf die automatische Verlängerung im Falle des Unterbleibens einer Kündigung hingewiesen. Eine ordentliche Kündigung ist gemäß den produktbezogenen Vertragsinhalten jedoch bis spätestens 12 Wochen vor Laufzeitende zu erklären, sodass damit

dem Konsumenten lediglich eine 2-wöchige Frist zur Abgabe seiner Kündigung verbleibt, um die automatische Vertragsverlängerung und damit das Eintreten der Erklärungsfiktion zu verhindern. Diese Frist ist als nicht angemessen im Sinne des § 6 Abs 1 Z 2 KSchG zu qualifizieren, sodass auch dahingehend ein Verstoß gegen diese Bestimmung vorliegt.

Was die produktbezogenen Vertragsinhalte für die unter elitepartner.at abgeschlossenen Verträge betrifft, so weisen diese - im Gegensatz zu jenen von Parship - keine Frist auf, innerhalb der sich die Beklagte verpflichtet, die Verbraucher auf die automatische Vertragsverlängerung durch Stillschweigen gesondert hinzuweisen. Eine wirksame Vereinbarung einer Erklärungsfiktion erfordert, dass der Unternehmer zum einen den geforderten besonderen Hinweis erteilt, zum anderen aber auch, dass er sich dazu binnen angemessener Frist bereits im Vertrag verpflichtet. Da in den produktbezogenen Vertragsinhalten von ElitePartner und in ihren AGB (.D) keine Frist angegeben ist, innerhalb der die Beklagte dem Kunden den besonderen Hinweis im Sinne des § 6 Abs 1 Z 2 KSchG erteilen wird, liegt auch aus diesem Grund ein Verstoß gegen diese Bestimmung und damit eine Unwirksamkeit der Erklärungsfiktion vor. Gleiches gilt für die Verlängerungsklauseln bei ElitePartner für die 12- und die 24-Monate Vertragsbindung. Zudem ist auch die Überlegungsfrist von zwei Wochen nicht angemessen und fehlt es auch für eine Verdoppelung der ursprünglichen Vertragslaufzeit an einem berechtigten Verwenderinteresse, sodass auch diesbezüglich die Klausel gegen § 6 Abs 1 Z 2 KSchG verstößt.

Gemäß § 6 Abs 1 Z 1 KSchG sind für den Verbraucher solche Vertragsbestimmungen im Sinn des § 879 ABGB nicht verbindlich, nach denen sich der Unternehmer eine unangemessen lange oder nicht hinreichend bestimmte Frist ausbedingt, während derer er einen Vertragsantrag des Verbrauchers annehmen oder ablehnen kann oder während derer der Verbraucher an den Vertrag gebunden ist. Ob eine unangemessen lange Frist vorliegt, ist durch eine Abwägung der beiderseitigen Interessen unter Berücksichtigung aller wesentlichen Umstände des konkreten Schuldverhältnisses zu ermitteln (RS0121007). Dabei ist das Interesse des Verbrauchers an der Beendigung des Vertrags den wirtschaftlichen und technischen Interessen des Unternehmers an einer fortdauernden Vertragsbindung gegenüberzustellen (RS0121007 [T1, T3]). Die sachliche Rechtfertigung einer längeren Bindung des Verbrauchers kann sich insbesondere aus dem Interesse des Unternehmers ergeben, ein aufgrund des Umfangs seiner Investition besonders hohes wirtschaftliches Risiko durch eine sachgerechte Kalkulation beschränken zu können (RS0121007; RS0123616).

Zu 1 Ob 96/17z hat der Oberste Gerichtshof die Rechtsansicht der Vorinstanzen, dass bei einem Fitnessstudio-Vertrag eine 1-jährige Mindestvertragsdauer auch im Hinblick auf § 6 Abs 1 Z 1 KSchG zulässig ist, nicht beanstandet. Was die Kündigungsbeschränkungen nach

Ablauf der Mindestvertragslaufzeit betrifft, hat der Oberste Gerichtshof zu 5 Ob 205/13b eine

Klausel für zulässig erachtet, wonach die Kündigung des Fitnessstudio-Vertrags erstmals zum Ablauf eines Jahres und danach jeweils zum Ablauf eines halben Jahres möglich war, für zulässig erachtet. In dieser Entscheidung hat er dies damit begründet, dass diese Klausel Fitnessstudio-Verträge mit der „Besonderheit“ betraf, dass die Trainingseinheiten nur unter Aufsicht eines zur Verfügung gestellten Trainers absolviert werden durften, weshalb der Unternehmer eine entsprechende Personalvorsorge treffen musste, um die erforderlichen Trainereinheiten bereitstellen zu können und erst diese „besondere Ausprägung der Dienstleistungskomponente“ längere Bindungsfristen rechtfertigt.

Diese Besonderheit ist im vorliegend zu beurteilenden Fall allerdings nicht gegeben, vielmehr erfolgt vorliegend eine Vertragsverlängerung um 12 Monate an einen ursprünglich für 6 Monate abgeschlossenen Erstvertrag. Bei Vertragsverlängerung hat somit der Konsument nicht die Möglichkeit, den Vorteil des günstigen, zumeist rabattierten Preises mit dem Nachteil der längeren Bindung und des höheren Preises abzuwägen und danach zu entscheiden. Die von der Beklagten wiederholt ins Treffen geführten umfangreichen Investitionen in Bezug auf Neuakquisitionen von Kunden können für sich genommen jedoch kein besonderes Bedürfnis für eine Vertragsverlängerung von 12 Monaten nach einem für 6 Monate abgeschlossenen Erstvertrag rechtfertigen.

2.2. Zur Verlängerung von 12 Monaten nach einem 12-Monats-Vertrag:

Wie bereits ausgeführt, hat der Oberste Gerichtshof in der zu Fitnessstudio-Verträgen ergangenen Entscheidung 1 Ob 96/17z die Rechtsansicht, dass ein Verstoß gegen § 6 Abs 1 Z 1 KSchG vorliege, wenn nach Ablauf einer 1-jährigen Mindestvertragsdauer nur mehr jährliche Kündigungsmöglichkeiten bestehen, als jedenfalls vertretbar bezeichnet.

Schließlich hat er eine Klausel, wonach auf unbestimmte Zeit abgeschlossene Verträge nach Ablauf einer Mindestvertragslaufzeit unter Einhaltung einer Kündigungsfrist von 2 Monaten zum Ende des 12., 24., 36. Monats der Vertragslaufzeit gekündigt werden konnten, infolge unangemessen langen Ausschlusses des Kündigungsrechts in seiner Entscheidung zu 1 Ob 96/17z als nach § 6 Abs 1 Z 1 KSchG für unzulässig erachtet. Nichts anderes sieht auch die gegenständliche Klausel durch die automatische Vertragsverlängerung und die daran anknüpfende 1-jährige Bindungsfrist vor. Kündigt der Konsument nach einem Jahr der Vertragsverlängerung nicht, hat er schließlich wiederum erst eine Kündigungsmöglichkeit nach einem weiteren Jahr. Die Klausel stellt daher sowohl einen Verstoß gegen § 879 Abs 3 ABGB als auch einen solchen gemäß § 864a ABGB und § 6 Abs 3 sowie § 6 Abs 1 Z 1 u. Z 2 KSchG dar.

Auf einen Verstoß gegen das Transparenzgebot iSd § 6 Abs

3 KSchG insoferne, als in Zusammenschau mit der Klausel 7.5 der AGB bei kundenfeindlichster Auslegung der Eindruck suggeriert wird, dass dem Kunden ein außerordentliches Kündigungsrecht verwehrt ist, wenn er wegen des Zustandekommens einer Partnerschaft kein Interesse mehr an

Partnervorschlägen hat, braucht daher nicht mehr eingegangen zu werden.

2.3. 24-monatige Bindung in den Verträgen unter parship.at und elitepartner.at:

Die inkriminierte Klausel in den produktbezogenen Vertragsinhalten „*24 Monate PremiumMitgliedschaft [...] Kündigungsfrist Sie Premium-Mitgliedschaft ist ordentlich kündbar, und zwar spätestens 12 Wochen vor Laufzeitende.*“ verstößt gegen § 15 KSchG. Nach dieser Bestimmung kann der Verbraucher Verträge, durch die sich der Unternehmer zu wiederholten Werkleistungen und der Verbraucher zu wiederholten Geldzahlungen verpflichtet und die für eine unbestimmte oder eine ein Jahr übersteigende Zeit geschlossen worden sind, unter Einhaltung einer 2-monatigen Frist zum Ablauf des ersten Jahres, danach zum Ablauf jeweils eines halben Jahres kündigen.

Vorliegend kann der Konsument das Vertragsentgelt in monatlichen Raten bezahlen, sodass wiederholte Geldzahlungen im Sinne des § 15 KSchG vorliegen. Der vorliegende Vertrag hat überwiegend werkvertraglichen Charakter, da sich die Beklagte in ihren jeweiligen AGB zu Leistungen, wie laufend aktualisierten Partnervorschlägen, der Ermöglichung der Kontaktaufnahme zwischen den Kunden bei gegenseitigem Einverständnis, der Erstellung einer detaillierten Auswertung des Parship-Fragebogens bzw. ElitePartner-Persönlichkeitstests sowie der Übermittlung eines anonymisierten Profils (Steckbrief und Matching-Ergebnis) verpflichtet. Weiters stellt die Beklagte auf ihren Plattformen ein durchgehend 20-StundenService 7 Tage in der Woche mit einer Verfügbarkeit von 99,5 % im Jahresmittel zur Verfügung. Damit überwiegen die werkvertraglichen Elemente. Demgegenüber stehen monatliche Zahlungen des Konsumenten, sodass die Voraussetzungen für die Anwendbarkeit des § 15 Abs 1 KSchG vorliegen.

Die inkriminierte Klausel in den produktbezogenen Vertragsinhalten suggeriert jedoch, dass dem Kunden unabhängig von der Zahlungsart kein Rücktrittsrecht nach § 15 Abs 1 KSchG zusteht, sodass sie insoferne intransparent ist und nach § 6 Abs 3 KSchG verstößt. Sie benachteiligt damit den Kunden gröblich gemäß § 879 Abs 3 ABGB.

Zudem liegt auch ein Verstoß gegen § 6 Abs 1 Z 1 KSchG vor, da sie eine unangemessen lange Bindung des Verbrauchers an einen Vertrag bewirkt insoferne, als er eine 24-monatige Mindestvertragslaufzeit vorsieht. Eine sachliche Rechtfertigung für diese Bindungsfrist ist nicht gegeben, wobei dazu auf das zu Punkt 2.2. Ausgeführte verwiesen wird.

2.4. Verlängerungsklausel für die 24-monatigen Erstverträge

in den unter parship.at abgeschlossenen Verträgen:

Die produktbezogenen Vertragsinhalte (./C) sehen eine unzulässige Vertragsverlängerung („verlängert sich künftig automatisch jeweils um weitere 12 Monate ...“) vor. Die Klausel verstößt bei einer mit ursprünglich 24-monatigen Dauer vereinbarten Vertrag gegen §§ 6 Abs 3, 6 Abs 1 Z 1, 6 Abs 1 Z 2, § 15 KSchG sowie § 879 Abs 3 ABGB. Zudem ist auch die Frist zur Abgabe einer ausdrücklichen Erklärung zur Verhinderung des Eintritts der Erklärungsfiktion nicht ausreichend im Sinn des § 6 Abs 1 Z 2 KSchG. Hinsichtlich der Rücktrittsmöglichkeit gemäß § 15 KSchG wird die Rechtslage unrichtig dargestellt, sodass auch der Verstoß nach § 6 Abs 3 KSchG vorliegt. Zudem werden dem Kunden die in § 15 KSchG genannten Rücktrittsrechte nicht gewährt. Da sich schon eine Verlängerungsklausel für die 6-monatige Laufzeit um 12 Monate als unzulässig darstellt, gilt dies noch viel mehr für die vorliegende Klausel, wobei auf das bisher Ausgeführte verwiesen wird.

2.5. Verlängerungsklausel für die 12-monatige Laufzeit in den unter Elitepartner abgeschlossenen Verträgen:

Die Klausel in den produktbezogenen Vertragsinhalten („Ihre Premium-Mitgliedschaft verlängert sich künftig automatisch jeweils um weitere 12 Monate ...“) verstößt, wie bereits ausgeführt wurde, gegen § 6 Abs 1 Z 2 KSchG da, weder in den produktbezogenen Inhalten, noch in den AGB eine angemessene Frist genannt ist, innerhalb der die Beklagte den Kunden auf den Eintritt der Vertragsverlängerung infolge Stillschweigens hinweist.

2.6. Verlängerungsklausel für die 24-monatige Laufzeit in den unter elitePartner.at abgeschlossenen Verträgen:

Die unter Punkt 4. angeführte Klausel in den produktbezogenen Vertragsinhalten zu den für 24 Monaten abgeschlossenen Verträgen verstößt aus den unter Punkt 2.4. angeführten Gründen ebenso gegen § 6 Abs 1 Z 2 KSchG. Weiters gilt das zur Verlängerungsklausel für die unter parship.at mit 24-monatiger Bindung abgeschlossenen Verträge Ausgeführte, womit die Klausel auch gegen § 6 Abs 3, § 6 Abs 1 Z 1 und Abs 1 Z 2 sowie § 15 KSchG, § 879 Abs 3 ABGB und § 6 Abs 3 KSchG verstößt.

Die tatsächlich gewährte Frist zur Abgabe einer ausdrücklichen Erklärung zur Verhinderung des Eintritts der Erklärungsfiktion ist auch nicht ausreichend im Sinne des § 6 Abs 1 Z 2 KSchG. Die 2-jährige Bindung ist wiederum unangemessen lange im Sinne des § 6 Abs 1 Z 1 KSchG. Die Klausel widerspricht § 15 KSchG aus den bereits angeführten Gründen. Damit liegt auch ein Verstoß gegen § 879 Abs 3 ABGB sowie infolge unrichtiger Darstellung der Rechtslage gegen § 6 Abs 3 KSchG vor.

2.7. Verlängerungsklauseln in den AGB:

Die Unzulässigkeit der Klauseln in Punkt 5.2 und 5.3 der AGB der Beklagten für Parship (.A) ergibt sich bereits aus ihrem Verweis auf die Vertragsverlängerungsklauseln der produktbezogenen Vertragsinhalte. Zudem ist die Klausel 5.3. auch aufgrund des Widerspruchs zur Vertragsverlängerungsklausel des 6-Monats-Vertrags (Verlängerung um die „vertraglich vereinbarte Laufzeit“ in den AGB gegenüber „jeweils um weitere 12 Monate“ in den produktbezogenen Vertragsinhalten) intransparent und verstößt damit auch gegen § 6

Abs 3 KSchG. Für den Verweis der Klausel auf die produktbezogenen Vertragsinhalte besteht keine sachliche Rechtfertigung.

Mit der Formulierung „jeweils vertraglich vereinbarte Laufzeit“ wird zudem suggeriert, dass es sich dabei um die jeweils im Vertrag vereinbarte Laufzeit von 6, 12 oder 24 Monaten handelt, nicht aber, dass es sich dabei um eine 12-monatige Verlängerung handelt, auf die im Rahmen des Bestellvorganges hingewiesen wird. Aus dem diesbezüglichen Widerspruch zwischen den Allgemeinen Geschäftsbedingungen und den produktbezogenen Vertragsinhalten folgt somit auch ein Verstoß gegen § 864a ABGB.

Aus denselben Gründen liegt auch eine Unzulässigkeit der Klauseln 5.2 und 5.3 der AGB für ElitePartner (.B) vor. Nach Wegfall der produktbezogenen Vertragsinhalte genügt diese Klausel in den AGB auch nicht mehr den Anforderungen des § 6 Abs 1 Z 2 KSchG, da die Widerspruchsmöglichkeit sowie auch die Frist bereits in den Vertragstext aufgenommen werden müssen. Da die Frist selbst nicht in der Klausel und bei ElitePartner auch nicht in den produktbezogenen Vertragsinhalten genannt ist, verstößt sie auch gegen §§ 879 Abs 3 ABGB und 6 Abs 3 KSchG.

An der rechtlichen Beurteilung der Unzulässigkeit der Klauseln vermag auch die Entscheidung des deutschen Bundeskartellamtes nichts zu ändern, zumal dieses weder die Zulässigkeit der Klauseln und Geschäftspraktik der Beklagten nach KSchG, ABGB und FAGG, noch die Zulässigkeit der Vertragsverlängerung im Wege der Erklärungsfiktion zu beurteilen hatte. Zudem waren die Parteien dieses Verfahrens nicht Parteien des dortigen Verfahrens, sodass schon aus diesem Grund die Voraussetzungen für eine Präjudizialität nicht vorliegen.

Zusammenfassend war daher dem Unterlassungsbegehren zur Gänze Folge zu geben.

Nach § 409 Abs 2 ZPO hat das Gericht eine angemessene Frist zur Erfüllung von Leistungsurteilen zu setzen, wenn eine Pflicht zur Verrichtung einer Arbeit oder eines Geschäftes auferlegt wird. Diese Bestimmung ist auf reine Unterlassungsansprüche nicht anzuwenden. Damit scheidet eine Anwendung auf Unterlassungsverpflichtungen nach § 28a KSchG aus, da es sich bei diesen um reine Unterlassungsverpflichtungen handelt. Anderes gilt jedoch, wenn die Unterlassungsverpflichtung auch eine Pflicht zur Änderung des gegenwärtigen Zustandes einschließt. Nach ständiger Rechtsprechung ist die Verpflichtung

des beklagten Verwenders, seine Allgemeinen

Geschäftsbedingungen zu ändern, keine reine Unterlassung, sodass das Gericht gemäß § 409 Abs 2 ZPO eine angemessene Leistungsfrist zu setzen hat (6 Ob 24/11i mwN).

Zum bloßen „Sich-Berufen“ wird in der jüngeren höchstgerichtlichen Rechtsprechung die Frage der Zulässigkeit einer Leistungsfrist nicht generell nach dem Alles-Oder-Nichts-Prinzip beantwortet. Es kann Klauselwerke geben, die bestimmter betrieblicher und/oder organisatorischer Maßnahmen bedürfen, um zu verhindern, dass sie weiter der Gestion von Altverträgen zugrunde gelegt werden (8 Ob 107/19x mwN). Ausgehend von diesem weiten Verständnis des „Sich-Berufens“ auf eine Klausel ist der Beklagten im Hinblick darauf, dass fest steht, dass sie im Fall einer Klagsstattgebung einige Monate benötigt, um hausintern eine Änderung der Klauseln herbeizuführen sowie sicherzustellen, dass sich Mitarbeiter in bestehenden Vertragsverhältnissen auf diese nicht mehr berufen, es sohin auch einer Leistungsfrist für die Unterlassung des Sich-Berufens auf die unzulässigen Klauseln bedarf, auch dafür dieselbe Leistungsfrist zuzubilligen. Unter Berücksichtigung der angeführten Umstände erscheint dem Gericht hierfür eine Leistungsfrist im Ausmaß von vier Monaten als angemessen.

Zweck der Urteilsveröffentlichung nach § 30 KSchG ist es, über die Rechtsverletzung aufzuklären und den beteiligten Verkehrskreisen Gelegenheit zu geben, sich entsprechend zu informieren, um vor Nachteilen geschützt zu sein (RS0121963). Das berechtigte Interesse an der Urteilsveröffentlichung liegt bei der Verbandsklage auch darin, dass die Verbraucher als Gesamtheit das Recht haben, darüber aufgeklärt zu werden, dass bestimmte Geschäftsbedingungen gesetz- oder sittenwidrig sind (RS0121963 [T7], RS0079764 [T22]). Das Urteilsveröffentlichungsbegehren hat im Klauselprozess den Zweck, das Unterlassungsgebot zu sichern und nicht nur eine schon bestehende unrichtige Meinung des Adressatenkreises zu unterbinden, sondern auch deren weiteres Umsichgreifen zu verhindern und das durch rechtswidrige Maßnahmen irreführte Publikum aufzuklären (RS0079764).

In Anbetracht des Umstandes, dass die Beklagte bundesweit tätig ist, ist, gemessen am Zweck der Urteilsveröffentlichung, über die Rechtsverletzung aufzuklären und den beteiligten Verkehrskreisen Gelegenheit zu geben, sich entsprechend zu informieren, um vor Nachteilen geschützt zu sein, die Verurteilung zur Urteilsveröffentlichung in einer Samstagsausgabe der bundesweit erscheinenden „Kronen-Zeitung“ gerechtfertigt.

Die Kostenentscheidung basiert auf § 41 ZPO.

Elektronische Ausfertigung
gemäß § 79 GOG