



IM NAMEN DER REPUBLIK

Das Handelsgericht Wien erkennt durch die Richterin Mag. Hildegard Brunner in der Rechtssache der klagenden Partei **Verein für Konsumenteninformation**, 1060 Wien, Linke Wienzeile 18, vertreten durch Mag. Matthias Strohmayer, Rechtsanwalt in 1030 Wien, wider die beklagte Partei **UNIQA Österreich Versicherungen AG**, 1029 Wien, Untere Donaustraße 21, vertreten durch Schönherr Rechtsanwälte GmbH in 1010 Wien, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Gesamtstreitwert: EUR 36.000,00 s.A.), nach öffentlicher mündlicher Verhandlung zu Recht:

1. Die beklagte Partei ist schuldig, im geschäftlichen Verkehr mit Verbrauchern im Zusammenhang mit dem Entstehen oder Fortbestehen des myUNIQA plus Bonus (oder eines wesensgleichen Bonus) in Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die sie von ihr geschlossenen Verträgen zugrunde legt, und/oder in hiebei verwendeten Vertragsformblättern, wenn für die Anmeldung zum elektronischen Postfach (iSv Klausel a) die Zustimmung der Kunden zur elektronischen Kommunikation erforderlich ist, die Verwendung der Klauseln

a) *„Der Kunde muss sich auf dem Kundenportal myUNIQA registriert haben und zum elektronischen Postfach angemeldet sein.“*

b) *„Die Teilnahme endet mit dem Zeitpunkt, ab dem die unter Punkt 2.1. geregelten Voraussetzungen nicht mehr erfüllt werden oder der Kunde einer Herabsetzung des myUNIQA plus Bonus unter den Voraussetzungen des Punktes 8.2. widerspricht.“*

c) *„UNIQA kann myUNIQA plus zu jedem Monatsletzten unter Einhaltung einer Kündigungsfrist von 12 Wochen in geschriebener Form kündigen.“*

d) *„UNIQA darf den Prozentsatz der Höhe des myUNIQA plus Bonus in Punkt 6.2 pro Kalenderjahr um maximal 1 % im Vergleich zu dem im Vorjahr gewährten Prozentsatz absenken. UNIQA wird dem Kunden die beabsichtigte Herabsetzung durch Mitteilung in sein Kundenportal myUNIQA zur Kenntnis bringen und ihn darauf hinweisen, dass die Herabsetzung in Kraft tritt, wenn er ihr nicht binnen 12 Wochen widerspricht. Der Widerspruch des Kunden gilt als Beendigungsgrund (Punkt 3.3).“*

oder die Verwendung sinngleicher Klauseln binnen drei Monaten zu unterlassen und ferner es binnen derselben Frist zu unterlassen, sich auf die vorstehend genannten Klauseln oder sinngleiche Klauseln zu berufen.

2. Die beklagte Partei ist schuldig, den klagsstattgebenden Teil des Urteils (ausschließlich der Kostenentscheidung) binnen 14 Tagen nach Rechtskraft dieses Urteils auf eigene Kosten mit schwarzer Fettumrandung, mit der Fettdrucküberschrift „IM NAMEN DER REPUBLIK“ sowie mit gesperrt und fett geschriebenen Namen der Prozessparteien, im Übrigen jedoch mit schwarzen Normallettern auf ihrem Onlinemedium unter <https://www.uniqa.at/> oder, sollte die genannte Internetadresse geändert werden, auf jenen Websites, die sie ersetzen, auf weißem Hintergrund in einem rechteckigen Fenster in der Größe eines Viertels der Bildschirmoberfläche, die bei Eingabe der Internetadresse in der Adresszeile des Webbrowsers unmittelbar erscheint, für die Dauer von 30 Tagen zu veröffentlichen;

die klagende Partei wird weiters ermächtigt, den klagsstattgebenden Teil des Urteils (ausschließlich der Kostenentscheidung) einmal binnen sechs Monaten nach Rechtskraft des über diese Klage ergehenden Urteils auf Kosten der Beklagten mit Fettumrandung, mit der Fettdrucküberschrift „IM NAMEN DER REPUBLIK“ sowie mit gesperrt und fett gedruckten Namen der Prozessparteien, im Übrigen jedoch mit Normallettern im redaktionellen Teil auf der dritten, vierten, fünften oder sechsten Seite der Freitagsausgabe der österreichweit erscheinenden Tageszeitung „Kronen Zeitung“ zu veröffentlichen.

3. Die beklagte Partei ist schuldig, der klagenden Partei binnen 14 Tagen zu Händen ihres Vertreters die mit EUR 11.458,28 (darin EUR 1.650,38 USt und EUR 1.556,00 Barauslagen) bestimmten Prozesskosten zu ersetzen.

ENTSCHEIDUNGSGRÜNDE:

Unstrittig ist bzw. außer Streit steht:

Der Kläger ist eine gemeinnützige Verbraucherorganisation zur Förderung von Verbraucherinteressen. Die Aktivlegitimation des Klägers ergibt sich insbesondere aus § 29 Abs 1 KSchG und § 14 Abs 1 Satz 3 UWG.

Die Beklagte bietet österreichischen Kunden (Verbrauchern) regelmäßig Versicherungsverträge an. Die Vertragsabschlüsse erfolgen mit Verbrauchern im Massengeschäft. Die Beklagte schließt ihre Versicherungsverträge regelmäßig außerhalb von

Geschäftsräumen, im Fernabsatz oder als Haustürgeschäfte ab.

Die Beklagte hat für ihre Kunden „myUNIQA plus“ eingerichtet, bei dem es sich um ein Kundenbindungsprogramm handelt, dem die Allgemeinen Geschäftsbedingungen myUNIQA plus Stand November 2022 (früher Stand März 2022) zugrunde gelegt werden.

Mit der vorliegenden Klage begehrt der **Kläger** Unterlassung und Urteilsveröffentlichung wie aus dem Spruch ersichtlich. Zum Unterlassungsbegehren erhob er die Eventualbegehren, die Beklagte schuldig zu erkennen,

1.a es im geschäftlichen Verkehr mit Verbrauchern zu unterlassen, Kunden nicht die freie Wahl zwischen der Übermittlung auf Papier oder in elektronischer Form zu überlassen, insbesondere in dem sie für den Erhalt des myUNIQA plus Bonus (oder eines wesensgleichen Bonus) oder für die Teilnahme am myUNIQA plus Vorteilsclub (oder die Teilnahme an einer wesensgleichen Regelung) verlangt, dass Kunden ihre ausdrückliche Zustimmung zur elektronischen Kommunikation gemäß § 5a VersVG aufrecht erklärt haben;

in eventu 1.b es im geschäftlichen Verkehr mit Verbrauchern zu unterlassen, Kunden nicht die freie Wahl zwischen der Übermittlung auf Papier oder in elektronischer Form zu überlassen, insbesondere indem sie für den Erhalt des myUNIQA plus Bonus (oder eines wesensgleichen Bonus) oder für die Teilnahme am myUNIQA plus Vorteilsclub (oder die Teilnahme an einer wesensgleichen Regelung) verlangt, dass Kunden ihre ausdrückliche Zustimmung zur elektronischen Kommunikation gemäß § 5a VersVG aufrecht erklärt haben, es sei denn, der Bonus entspricht maximal einer Abgeltung der bei der Beklagten dadurch in etwa bewirkten Kostenersparnis.

Zusammengefasst brachte der Kläger vor, dass der Vorteilsclub myUNIQA plus die „QualitätsPartnerschaft“ ersetze. Die Versicherungsnehmer würden jährlich einen „Schadenfrei Bonus“ in Höhe von 5 % der bezahlten Gesamtjahresprämien erhalten. Seit 2021 verlange die Beklagte eine zusätzliche Voraussetzung für den Schadenfrei-Bonus, wonach ihre Kunden die ausdrückliche Zustimmung zur elektronischen Kommunikation gemäß § 5a VersVG erklären. Die Vereinbarung der elektronischen Kommunikation erfolge in einer gegen § 5a VersVG verstoßenden Art und Weise, weil die Freiwilligkeit nicht gegeben sei, weil für die Zustimmung zur elektronischen Kommunikation keine sachlich gerechtfertigte Ersparnis gewährt werde. Beim gewährten Bonus handle es sich nicht um eine Abgeltung der durch die Vereinbarung der elektronischen Kommunikation bewirkten Kostenersparnis, sondern in Wahrheit um den „Schadenfrei Bonus“. Der gewährte Preisnachlass stehe nicht im Zusammenhang mit der durch elektronische Kommunikation erreichten Ersparnis. Die Wahlfreiheit gemäß § 5a VersVG sei im vorliegenden Fall nicht ausreichend gewahrt, weil der Versicherungsnehmer der elektronischen Kommunikation zustimmen müsse, um einen Bonus

zu erhalten, der zumindest zum Teil für eine damit nicht im Zusammenhang stehende Ersparnis gewährt werde, nämlich zum Großteil für die Ersparnis der Schadenfreiheit und Einzugsermächtigung.

Klausel 2.1 der AGB myUNIQA plus sei unzulässig. Die Anwendung zum elektronischen Postfach setze die ausdrückliche Zustimmung zur elektronischen Kommunikation voraus, die online gesondert erklärt werden müsse. Kunden könnten somit nur dann den Bonus erhalten, wenn sie gesondert eine ausdrückliche Zustimmung zur elektronischen Kommunikation gemäß § 5a VersVG erklärt haben. Die Klausel verschweige überdies, dass die Zustimmung der Kunden ausdrücklich und gesondert erklärt werden müsse. Ebenso werde verschwiegen bzw. in die Irre darüber geführt, dass die Zustimmung zur elektronischen Kommunikation jederzeit widerrufen werden könne. Sie räume der Beklagten in Kombination mit Punkt 3.3 der AGB das Recht ein, insbesondere im Fall des Widerrufs der Vereinbarung der elektronischen Kommunikation myUNIQA plus zu beenden und Kunden damit, trotz Erfüllung der sonstigen Voraussetzungen, um ihren Anspruch auf den Schadenfreiheitsbonus zu bringen. Aus § 5a Abs 1 VersVG ergebe sich, dass die Verweigerung der elektronischen Kommunikation für Kunden keine Kostenfolgen haben dürfe. Die Klausel sei auch gröblich benachteiligend iSd § 879 Abs 3 ABGB, weil sie das Entstehen und Fortbestehen des Schadenfreiheitsbonus an eine elektronische Kommunikation knüpft, wofür kein sachlicher Rechtfertigungsgrund besteht. Sie sei auch intransparent gemäß § 6 Abs 3 KSchG und daher unwirksam, weil dem Konsumenten die geltende Rechtslage verschleiert wird und der unrichtige Eindruck erweckt wird, dass Kunden unwiderruflich dem elektronischen Postfach zustimmen müssen und sie bei Nichtzustimmung zur elektronischen Kommunikation bzw. Widerruf der Zustimmung zur elektronischen Kommunikation einen Preisvorteil verlieren.

Aus den selben Gründen sei Punkt 3.3 der AGB myUNIQA plus unzulässig. Punkt 3.2 der AGB myUNIQA plus werde bekämpft, um eine Umgehung der vorgesehenen Wahlmöglichkeit zu verhindern. Die Klausel gestatte es dem Versicherer im Ergebnis, die Bonus-Vereinbarung grundlos, also insbesondere auch im Fall des Widerrufs der Zustimmung, zu beenden.

Klausel 8.2. der AGB myUNIQA plus verstoße gegen § 6 Abs 1 Z 5 KSchG. Die Klausel ermögliche der Beklagten die Beendigung der Bonusvereinbarung im Falle des Widerspruches des Kunden oder die willkürliche Reduktion der Bonuszahlungen. Sie ermögliche der Beklagten damit im Ergebnis eine einseitige Erhöhungsmöglichkeit der jährlichen Gesamtbelastung und verstoße daher gegen § 6 Abs 1 Z 5 KSchG bzw. § 879 Abs 3 ABGB, weil die Erhöhung via Zustimmungsfiktion durchgeführt werden soll. Die Klausel sehe keinerlei sachlich gerechtfertigten Gründe, Bedingungen oder Umstände für diese Senkung des Bonus vor. Sie sei auch intransparent gemäß § 6 Abs 3 KSchG und gröblich benachteiligend, weil sie nur eine Absenkung des Bonus, aber keine gleichzeitige Möglichkeit

auf eine Erhöhung vorsehe. Dem Kunden werde auch die geltende Rechtslage verschleiert und der unrichtige Eindruck erweckt, dass der Versicherer berechtigt sei, einseitig den Prozentsatz der Höhe des myUNIQA plus Bonus abzusenken bzw. im Falle eines Widerspruchs des Kunden myUNIQA plus zu beenden.

Die Beklagte verweigere Kunden, die die Zustimmung zur elektronischen Kommunikation nicht erteilen oder in der Folge widerrufen, die Teilnahme am Vorteilsclub und den Schadenfreiheitsbonus. Damit setze die Beklagte auch aktiv eine unzulässige Handlung und somit eine aggressive Geschäftspraktik. Es handle sich um eine unzulässige Beeinflussung iSd § 1a UWG.

Die **Beklagte** bestritt das Klagebegehren, beantragte Klagsabweisung und wendete ein, dass myUNIQA plus ein Kundenbindungsprogramm sei, welches die Qualitätspartnerschaft nicht fortsetze. Diese sei gegenüber allen Kunden gekündigt worden. Das Kundenportal myUNIQA sei sowohl über die Website der Beklagten als auch über die App myUNIQA zugänglich und ermögliche den Kunden Zugriff auf ihre Versicherungsverträge, Schadenmeldungen, Einreichungen für Arzt und Medikamente, etc. Über myUNIQA erfolge die elektronische Kommunikation mit Kunden gemäß § 5a VersVG. Vor der Vereinbarung weise die Beklagte Kunden auf das Widerrufsrecht nach § 5a VersVG hin. Der Abschluss von myUNIQA plus erfolge via Kundenportal myUNIQA oder beim Berater und unabhängig vom Abschluss der Versicherungsverträge. Die inkriminierten Klauseln seien nicht gesetzwidrig. Die Gewährung eines finanziellen Anreizes für die Vereinbarung der elektronischen Kommunikation sei nicht verboten.

Das Gesetz enthalte das Kriterium der „freien Wahl“ überhaupt nicht. Weder § 5a VersVG noch den Gesetzesmaterialien könnten die vom Kläger behauptete Einschränkung von Anreizen für die Zustimmung zur elektronischen Kommunikation auf eine dadurch bewirkte direkte Ersparnis entnommen werden. Für die Beklagte würden sich aus dem myUNIQA plus Bonus in den Bereichen elektronisches Postfach, Einzugsermächtigung, myUNIQA, höhere Loyalität und geringere Schadenquote Ersparnisse ergeben, wobei die Vorteile bzw. Ersparnisse für die Beklagte aus dem elektronischen Postfach und der Einzugsermächtigung unmittelbar aus der Digitalisierung der Kommunikation mit den Kunden ergeben würden. Damit stehe die Bemessung des Bonus in einem sachlichen Zusammenhang mit den durchschnittlichen Einsparungen der Beklagten, welche sich aus der Digitalisierung der Kommunikation mit den Kunden ergeben. Der Anreiz, den Kunden von myUNIQA plus für das Gesamtpaket, darunter die Zustimmung zur elektronischen Kommunikation, erhalten, stehe daher jedenfalls in einem angemessenen Verhältnis zur Ersparnis der Beklagten. Zum Zeitpunkt der Vereinbarung der elektronischen Kommunikation könne nicht bekannt sein, ob und in welcher Höhe ein konkreter Kunde überhaupt einen Vorteil aus myUNIQA plus haben

werde. Eine Berechnung der mit der direkt erwirkten Ersparnis mit dem erhaltenen Bonus sei daher nur aufgrund einer Durchschnittsbetrachtung der erwarteten Vorteile möglich. Die für die Einzugsermächtigung errechneten Vorteile korrelierten mit der Zustimmung zur elektronischen Kommunikation, sodass in einer Durchschnittsbetrachtung der Kunde, der sowohl der elektronischen Kommunikation, als auch der Einzugsermächtigung zustimmt, für die Beklagte Kostenvorteile erbringt.

Klausel 1 sei auch nicht gröblich benachteiligend, weil Kunden bisher erhaltene myUNIQA plus Boni immer behalten können. Der myUNIQA Bonus entfalle nur für die Zukunft, wenn seine Voraussetzungen nicht mehr vorliegen. Dies liege in der Natur der Sache eines zulässigen Anreizes für die Vereinbarung der elektronischen Kommunikation. Klausel 2 sei das Spiegelbild der Voraussetzungen für die Teilnahme an myUNIQA plus. Dass der finanzielle Anreiz für die Vereinbarung der elektronischen Kommunikation für die Zukunft entfällt, wenn keine elektronische Kommunikation vereinbart ist, sei nicht unzulässig. Klausel 3 sei völlig unbedenklich. Es müsse der Beklagten frei stehen, ein Kundenbindungsprogramm unter Einhaltung einer 12-wöchigen Kündigungsfrist auch wieder zu beenden. Die Klausel weiche auch nicht zum Nachteil des Verbrauchers von der allgemeinen Kündigungsregel ab. Klausel 4 regle inhaltlich eine zulässige Teilkündigung. Sie ermögliche der Beklagten keine einseitige Erhöhungsmöglichkeit der jährlichen Gesamtbelastung, sondern einen teilweisen Entfall des myUNIQA plus Bonus für die Zukunft. Dies sei keine Prämienerrhöhung. Dass Klausel 4 auf die Mitteilung in dem Kundenportal der Kunden abstellt, habe mit der Wahlmöglichkeit nach § 5a Abs 1 VersVG nichts zu tun. Kunden könnten jederzeit ihre Zustimmung zur elektronischen Kommunikation widerrufen, womit diese Voraussetzung für den myUNIQA plus Bonus entfällt. Damit komme Klausel 4 aber ohnedies nicht mehr zur Anwendung. Klausel 4 verschleierte auch nicht die Rechtslage, die Beklagte könne nach allgemeinen Regeln und nach Klausel 3 kündigen.

Eine aggressive Geschäftspraktik liege nicht vor. Die Umstellung auf eine elektronische Kommunikation durch das Schaffen (auch wirtschaftlicher) Anreize sei eine völlig übliche Geschäftspraktik und Ausfluss der Digitalisierung. Es sei auch nicht richtig, dass der Kunde im Anlassfall durch Zustimmung zur elektronischen Kommunikation keinen Zugang mehr zu Dokumenten und Mitteilungen gehabt hätte. Der Kläger unterliege auch einem Irrtum, wenn er meint, dass der Verzicht auf die elektronische Kommunikation eine Erhöhung der Versicherungsprämie zur Folge hätte. Tatsächlich würde allenfalls ein myUNIQA plus Bonus verloren gehen, der maßgeblich an das Hinzutreten weiterer Umstände geknüpft sei und erst nachträglich in Form einer Gutschrift oder Auszahlung gewährt werde. Zudem ist es nicht Ziel der lauterkeitsrechtlichen Vorschriften, in einem regulierten Markt eine feingliedrige Prüfung dahingehend vorzunehmen, ob die für die Wahl einer (auch für den Versicherer und die

Versicherungsgemeinschaft vorteilhaften) Durchführungsmodalität, die nicht einmal die vertragliche Hauptleistung betrifft, gewährten Vorteile auf Heller und Pfennig den angenommenen Einsparungen entsprechen.

Die Umsetzung eines allfälligen klagsstattgebenden Urteils beträfe mehrere hunderttausend Kunden, tiefgreifende Umstellungen in IT-Systemen der Beklagten und wäre kurzfristig schlichtweg unmöglich. Eine sechsmonatige Leistungsfrist für das Verbot der Verwendung und jenes des Sich-Berufens wäre daher angemessen.

Beweis wurde aufgenommen durch Einsichtnahme in die vorgelegten Urkunden (Beilagen ./A bis ./D und ./1) sowie Einvernahme des Zeugen

Demnach steht folgender Sachverhalt fest:

Die Beklagte hat für ihre Kunden myUNIQA plus eingerichtet, bei dem es sich um ein Kundenbindungsprogramm handelt. Dieses erfordert bestimmte Voraussetzungen für die Teilnahme und bietet dem Kunden im Gegenzug Begünstigungen, wie ein myUNIQA plus Bonus bei Schadenfreiheit während des Kalenderjahres in der Höhe von 5 % (unter 26 Jahren: 10 %) der Prämien aus Schaden-/Unfallversicherungsverträgen.

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen myUNIQA plus stammen vom November 2022 (Beilage ./D) sowie davor in der im Wesentlichen gleichlautenden Fassung von März 2022 (Beilage ./B) und lauten auszugsweise wie folgt:

„1. Was ist myUNIQA plus?

myUNIQA plus ist ein Vorteilsclub für Kunden der UNIQA Österreich Versicherungen AG (Kurzbezeichnung: UNIQA), die unter der Marke „UNIQA“ vertriebene Versicherungsverträge halten. Jeder myUNIQA plus Kunde erhält ein myUNIQA plus Gutschriftkonto. Auf diesem Konto können Gutschriften je nach aktuellem Angebot angesammelt und eingelöst werden.

2. Wie lauten die Teilnahmevoraussetzungen?

2.1. Der Kunde muss sich auf dem Kundenportal myUNIQA registriert haben und zum elektronischen Postfach angemeldet sein.

2.2. Der Kunde muss zum Zeitpunkt des Beginns der Teilnahme bei myUNIQA plus alle Prämien mittels Einzugsermächtigung von einem Bankkonto begleichen.

2.3. Der Kunde muss zum Zeitpunkt des Beginns der Teilnahme bei myUNIQA plus unter der Marke „UNIQA“ vertriebene Versicherungsverträge halten, welche die folgenden Kriterien erfüllen:

- Die gesamte Jahresbruttoprämie aller vom Kunden zum Zeitpunkt des Beginns der*

Teilnahme bei myUNIQA plus gehaltenen Versicherungsverträge muss die in den Punkten 2.4. bis 2.6. festgelegten PrämienSchwellen überschreiten.

- Der Kunde darf zum Zeitpunkt des Beginns der Teilnahme bei myUNIQA plus keinen Versicherungsvertrag halten, dessen ursprüngliche Laufzeit bereits abgelaufen ist und der daher nur mehr als stillschweigend verlängert gilt, weil er nicht vor dem Ablauf der Vertragszeit gekündigt wurde (Autoprolongation im Sinne des § 8 Abs 1 VersVG). Diese Voraussetzung gilt nicht für Kunden, welche zum Stichtag 30.6.2021 Inhaber einer aufrechten QualitätsPartnerschaft, ErfolgsPartnerschaft oder eines TopConto von UNIQA waren. Diesen Kundengruppen steht die Teilnahme an myUNIQA plus auch dann offen, wenn sie Verträge halten, deren ursprüngliche Vertragsdauer bereits abgelaufen ist und die nur mehr als stillschweigend im Sinne des § 8 Abs 1 VersVG verlängert gelten, weil sie nicht gekündigt wurden.*

2.4. Privatkunden unter 26: Sofern es sich beim Kunden um einen Privatkunden handelt, der zum Zeitpunkt des Beginns der Teilnahme an myUNIQA plus noch nicht 26 Jahre alt ist, muss die Jahresbruttoprämie zu diesem Zeitpunkt die Schwelle von 600 Euro überschreiten und sich folgendermaßen auf die verschiedenen Produktparten aufteilen:

- Die Jahresbruttoprämie aus Versicherungsverträgen, die den Bereichen Unfall, Leben oder Gesundheitsvorsorge zuzuordnen sind, muss die Schwelle von 300 Euro überschreiten.*
- Die Jahresbruttoprämie aus Versicherungsverträgen, die den Bereichen Kfz-Haftpflicht, Kfz-Kasko, Insassenunfall, Wohnung/Eigenheim, Privathaftpflicht oder Privatrechtsschutz zuzuordnen sind, muss die Schwelle von 300 Euro überschreiten.*

[...]

2.5. Privatkunden über 26: Sofern es sich beim Kunden um einen Privatkunden handelt, der zum Zeitpunkt des Beginns der Teilnahme an myUNIQA plus bereits 26 Jahre alt ist, muss die Jahresbruttoprämie zu diesem Zeitpunkt die Schwelle von 1.200 Euro überschreiten und sich folgendermaßen auf die verschiedenen Produktparten aufteilen:

- Die Jahresbruttoprämie aus Versicherungsverträgen, die den Bereichen Unfall, Leben oder Gesundheitsvorsorge zuzuordnen sind, muss die Schwelle von 600 Euro überschreiten.*
- Die Jahresbruttoprämie aus Versicherungsverträgen, die den Bereichen Kfz-Haftpflicht, Kfz-Kasko, Insassenunfall, Wohnung/Eigenheim, Privathaftpflicht oder Privatrechtsschutz zuzuordnen sind, muss die Schwelle von 600 Euro überschreiten.*

[...]

2.7. Ehemalige Qualitäts- und ErfolgsPartner

(im Folgenden „Qualitäts- oder ErfolgsPartner“):

Kunden, welche die in den Punkten 2.2. bis 2.6. genannten Teilnahmevoraussetzungen nicht erfüllen, aber zum 30.6.2021 eine aufrechte QualitätsPartnerschaft oder ErfolgsPartnerschaft von UNIQA halten, können ab 1.7.2022 ebenfalls myUNIQA plus beitreten. Für den myUNIQA plus Bonus der Qualitäts- oder ErfolgsPartner gelten die Sonderbestimmungen in Punkt 6.2.4. Sobald die Qualitäts- oder ErfolgsPartner, die in den Punkten 2.2. bis 2.6. genannten Teilnahmevoraussetzungen erfüllen, steht es ihnen frei, einen Antrag auf Teilnahme unter einer der dort genannten Kundengruppen zu stellen.

2.8. Eine Teilnahme an myUNIQA plus für QualitätsPartner, ErfolgsPartner oder TopConto Kunden ist nur erlaubt, sofern deren PartnerConto, ErfolgsConto oder TopConto storniert wurde.

3. Wie und wann wird myUNIQA plus beendet?

[...]

3.2. UNIQA kann myUNIQA plus zu jedem Monatsletzten unter Einhaltung einer Kündigungsfrist von 12 Wochen in geschriebener Form kündigen.

3.3. Die Teilnahme endet mit dem Zeitpunkt, ab dem die unter Punkt 2.1. geregelten Voraussetzungen nicht mehr erfüllt werden oder der Kunde einer Herabsetzung des myUNIQA plus Bonus unter den Voraussetzungen des Punktes 8.2. widerspricht.

[...]

5. Informationen zu myUNIQA plus Hauptleistungspflichten

Der unter Punkt 6. beschriebene myUNIQA plus Bonus ist die von UNIQA gegenüber dem Kunden erbrachte Hauptleistung aus der Teilnahme an myUNIQA plus.

[...]

6. myUNIQA plus Bonus

6.1. Voraussetzungen für den Anspruch:

[...]

- Schadenfreiheit bedeutet, dass es im jeweiligen Jahr entweder keinen Versicherungsfall oder nur eine oder mehrere der folgenden Leistungen aus einem Versicherungsfall gab:

[...]

6.2. Höhe und Bemessungsgrundlage:

Die Höhe des myUNIQA plus Bonus wird als Prozentsatz der Bemessungsgrundlage berechnet, sofern die Bemessungsgrundlage eine bestimmte Schwelle überschreitet. Die Summe der bis 31.12. des jeweiligen Kalenderjahres in den unten definierten Produktbereichen verrechneten Jahresbruttoprämien bilden die Bemessungsgrundlage für den myUNIQA plus Bonus. Welche Produktbereiche zur Bemessungsgrundlage zählen, welche Schwelle die Bemessungsgrundlage überschreiten muss und wie hoch der als Prozentsatz der Bemessungsgrundlage berechnete myUNIQA plus Bonus ist, hängt davon ab, zu welcher der folgenden Kategorien der Kunde gehört:

6.2.1. Für Privatkunden, die am 31.12. des jeweiligen Jahres unter 26 Jahre alt sind, gilt:

- Der myUNIQA plus Bonus beträgt 10 % der Bemessungsgrundlage.
- Zur Bemessungsgrundlage werden die Jahresbruttoprämien aus Versicherungsverträgen aus den folgenden Bereichen gezählt: Kfz-Haftpflicht, Kfz-Kasko, Insassenunfall, Wohnung/Eigenheim, Privathaftpflicht, Privatrechtsschutz und Unfall.
- Der Anspruch auf einen myUNIQA plus Bonus besteht, wenn diese in Summe die Schwelle von 300 Euro überschreitet.

6.2.2. Für Privatkunden, die am 31.12. des jeweiligen Jahres mindestens 26 Jahre alt sind, gilt:

- Der myUNIQA plus Bonus beträgt 5 % der Bemessungsgrundlage.
- Zur Bemessungsgrundlage werden die Jahresbruttoprämien aus Versicherungsverträgen aus den folgenden Bereichen gezählt: Kfz-Haftpflicht, Kfz-Kasko, Insassenunfall, Wohnung/Eigenheim, Privathaftpflicht, Privatrechtsschutz und Unfall.
- Der Anspruch auf einen myUNIQA plus Bonus besteht, wenn diese in Summe die Schwelle von 600 Euro überschreitet.

[...]

6.2.4. Für Qualitäts- und ErfolgsPartner gilt:

Unter diese Regel fallen Kunden, die nur nach Punkt 2.7. teilnahmeberechtigt sind. Für sie gilt:

- Der myUNIQA plus Bonus beträgt 2,5 % der Bemessungsgrundlage.

[...]

Der myUNIQA plus Bonus ist für alle Kundenkategorien mit einem Maxim um von 600 Euro pro Kalenderjahr begrenzt. Alle in Punkt 6.2. angeführten Eurobeträge sind Jahresbruttoprämien inklusive Versicherungs- und Feuerschutzsteuer, jedoch ohne motorbezogene Versicherungssteuer.

Gutschriften aus dem myUNIQA plus Bonus können teilweise oder zur Gänze nach Wahl des Kunden entweder

- in einen myUNIQA plus Prämiegutschein in Höhe von maximal einer Jahresbruttoprämie umgewandelt werden, für den die Regeln in Punkt 7 gelten, oder
- als Barbetrag auf das vom Kunden angegebene Bankkonto überwiesen werden.

Sofern der Kunde nicht binnen 36 Monaten ab Entstehen des Anspruchs auf einen myUNIQA plus Bonus einen Antrag auf Umwandlung in einen myUNIQA plus Prämiegutschein stellt oder sich diesen auf sein Bankkonto überweisen lässt, wird der Barbetrag nach Ablauf der 36 Monate auf das Bankkonto des Kunden überwiesen.

[...]

8. Änderung der Geschäftsbedingungen

8.2. UNIQA darf den Prozentsatz der Höhe des myUNIQA plus Bonus in Punkt 6.2 pro Kalenderjahr um maximal 1 % im Vergleich zu dem im Vorjahr gewährten Prozentsatz absenken.

UNIQA wird dem Kunden die beabsichtigte Herabsetzung durch Mitteilung in sein Kundenportal myUNIQA zur Kenntnis bringen und ihn darauf hinweisen, dass die Herabsetzung in Kraft tritt, wenn er ihr nicht binnen 12 Wochen widerspricht. Der Widerspruch des Kunden gilt als Beendigungsgrund (Punkt 3.3.).

[...]"

Das Kundenportal myUNIQA ist sowohl über die Website der Beklagten <https://www.myuniqa.at/my-uniqa/login> als auch über die App myUNIQA zugänglich. Voraussetzung zur Anmeldung zum elektronischen Postfach ist die Zustimmung zur elektronischen Kommunikation, die online gesondert erfolgen muss. Vor deren Vereinbarung weist die Beklagte darauf hin, dass der Kunde die Vereinbarung zur elektronischen Kommunikation jederzeit widerrufen kann und eine Kündigung der Nutzungsvereinbarung („rechtliche Hinweise“) für myUNIQA gleichzeitig als Widerruf der elektronischen

Kommunikation gilt (Beilage ./1).

Auf der Website der Beklagten bietet sie bestehenden Kunden Informationen zu myUNIQA plus. Der Abschluss von myUNIQA plus erfolgt via Kundenportal myUNIQA oder beim jeweiligen Berater. Zusätzlich stehen auf der Website der Beklagten Erklärvideos zu myUNIQA plus (wie „Was ist myUNIQA plus?“, „Wie komme ich zu myUNIQA plus?“, „Wie melde ich mich selbst zu myUNIQA plus an?“, „Was brauche ich als Qualitäts- oder Erfolgspartner für myUNIQA plus?“, „Was ist myUNIQA plus Bonus?“, „Wie kann ich meine myUNIQA plus Gutschrift nutzen?“) zur Verfügung. Die Voraussetzungen für die Teilnahme an myUNIQA plus schildert die Beklagte auf ihrer Website am Beispiel von Kunden über 26 Jahren. Der Abschluss von myUNIQA plus erfolgt getrennt vom Abschluss von Versicherungsverträge und der dort getroffenen Prämienvereinbarungen.

Bereits vor Einrichtung des Kundenbindungsprogramms myUNIQA plus im Jahr 2021 hatte die Beklagte für ihre Kunden den Vorteilsclub „QualitätsPartnerschaft“ eingerichtet, der für Schadenfreiheit einen Bonus in derselben Prozentsatzhöhe zu im wesentlichen gleichen Voraussetzungen wie myUNIQA plus vorsah, mit Ausnahme der Voraussetzungen der Zustimmung zur elektronischen Kommunikation, dem elektronischen Postfach und dem Prämienfordernis (Beilage ./A). Die Qualitätspartnerschaft wurde von der Beklagten gegenüber ihren Kunden im Jahr 2022 mit Schreiben folgenden Inhalts beendet:

„Sehr geehrter ...

Gerne schicken wir Ihnen ein letztes Mal die Jahresinformation zu Ihrer UNIQA Qualitätspartnerschaft. Der neue Vorteilsclub ist My UNIQA Plus, er löst die UNIQA Qualitätspartnerschaft ab, die wir daher mit 30. Juni 2022 beenden. ...

Wir freuen uns auf Sie im neuen Vorteilsclub My UNIQA Plus.“

Mit 30.06.2022 wurde seitens der Beklagten sowohl die Qualitätspartnerschaft als auch die Erfolgspartnerschaft gegenüber ihren Kunden eingestellt.

Aus dem myUNIQA plus Kundenbindungsprogramm ergeben sich für die Beklagte Ersparnisse, die aus dem elektronischen Postfach, der Einzugsermächtigung, dem Portal myUNIQA, einer höheren Loyalität der Kunden im Vorteilsclub sowie einer geringeren Schadensquote resultieren. Durch das elektronische Postfach ergeben sich für die Beklagte Einsparungen im Bereich der Kosten für Porto, Druck und Papier. Die Einzugsermächtigungen bedingen eine Reduktion der Portokosten der Beklagten, da Zahlscheine an die Kunden nicht mehr verschickt werden müssen, sowie eine Reduktion des Manipulationsaufwandes, der sich zum Beispiel aus der Angabe einer falschen Kontonummer am Zahlschein ergibt. Die Plattform myUNIQA, die den Kunden Zugriff auf ihre Versicherungsverträge,

Schadenmeldungen, Einreichungen für Arzt und Medikamente, Informationen zu Prämienzahlungen, etc. ermöglicht, bringt der Beklagten Einsparungen im Bereich der Manipulationskosten sowie Kosten für Schaden- und Leistungseinreichungen und bei den Verwaltungseinreichungen sowie im Bereich des UNIQA-Kundenservice, da dieses durch Anrufen von Kunden weniger in Anspruch genommen wird. Weitere Einsparungen ergeben sich aus einer höheren Loyalität der Kunden im Vorteilsclub myUNIQA plus, da diese Kunden mehrere Versicherungsverträge bei der Beklagten abgeschlossen haben, seltener wechseln, und eine niedrigere Stornoquote haben, sodass dies zu Einsparungen bei Abschlussprovisionen der Beklagten führt. Weitere Einsparungen durch die Teilnahme von Kunden an myUNIQA plus entstehen der Beklagten aufgrund der geringeren Schadenquote, da Kunden im Segment von myUNIQA plus eine bessere Schadensquote haben als übrige Kunden der Beklagten.

Bei einem Kunden mit einer Prämie von EUR 600,00 in der Sachversicherung und EUR 600,00 in der Personenversicherung mit vier Verträgen ergeben sich für die Beklagte bei myUNIQA plus durchschnittlich Ersparnisse in der Kategorie elektronisches Postfach in Höhe von durchschnittlich EUR 30,00 in drei Jahren, in der Kategorie Einzugsermächtigung in Höhe von EUR 18,00 pro Vertrag in drei Jahren, in der Kategorie Kundenportal myUNIQA in Höhe von EUR 30,00 in drei Jahren, in der Kategorie höhere Loyalität in Höhe von EUR 36,00 in drei Jahren und in der Kategorie geringere Schadenquote in Höhe von EUR 90,00 in drei Jahren.

Bei einem Kunden mit einer Prämie von EUR 1.000,00 in der Sachversicherung und EUR 1.000,00 in der Personenversicherung mit sechs Verträgen ergeben sich durchschnittlich in der Kategorie elektronisches Postfach Einsparungen in Höhe von EUR 45,00 in drei Jahren, in der Kategorie Einzugsermächtigung in Höhe von EUR 18,00 pro Vertrag in drei Jahren, in der Kategorie Kundenportal myUNIQA in Höhe von EUR 45,00 in drei Jahren, in der Kategorie höhere Loyalität in Höhe von EUR 60,00 in drei Jahren und in der Kategorie geringere Schadenquote in Höhe von EUR 150,00 in drei Jahren.

Insgesamt verfügt die Beklagte derzeit über 280.000 Kunden über 26 Jahren und rund 10.000 Kunden unter 26 Jahren bei myUNIQA plus. Bei den 280.000 Kunden über 26 Jahren erhält durchschnittlich jeder Kunde alle zwei Jahre den Bonus gewährt, dies abhängig von der jeweiligen, aktuellen Schadenssituation.

Wie viele Kunden im Kundenbindungsprogramm von myUNIQA plus Versicherungsverträge mit einer Prämie von EUR 600,00 in der Sachversicherung und EUR 600,00 in der Personenversicherung mit vier Verträgen und wie viele Kunden mit einer Prämie von EUR 1.000,00 in der Sachversicherung und EUR 1.000,00 in der Personenversicherung mit sechs Verträgen haben, kann nicht festgestellt werden.

Mit Abmahnschreiben vom 09.03.2023 forderte der Kläger die Beklagte zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auf (Beilage ./C), welcher Aufforderung die Beklagte nicht nachkam.

Die Umsetzung des klagsstattgebenden Urteils würde bei der Beklagten einige Monate in Anspruch nehmen, um zunächst zu überprüfen, ob das Kundenbindungsprogramm myUNIQA plus ohne elektronische Kommunikation weitergeführt werden kann oder eingestellt werden müsste, sowie für den daraus resultierenden Programmieraufwand und die Verständigung der davon betroffenen Kunden.

Beweiswürdigung:

Diese Feststellungen gründen sich hinsichtlich der Kunden in myUNIQA plus, der durchschnittlichen Ersparnisse der Beklagten gegenüber Kunden bei myUNIQA plus sowie des Unterschiedes zwischen der Qualitätspartnerschaft und dem Kundenbindungsprogramm myUNIQA plus auf die Aussage des Zeugen Dieser schilderte glaubhaft und nachvollziehbar, welche Einsparungen sich bei der Beklagten durchschnittlich bei Kunden in myUNIQA plus mit einer Prämie von EUR 600,00 in der Sachversicherung und EUR 600,00 in der Personenversicherung mit vier Verträgen in den fünf Kategorien elektronisches Postfach, Einzugsermächtigung, myUNIQA, höhere Loyalität und geringere Schadenquote errechnen. Bei den 280.000 Kunden über 26 Jahren im Kundenbindungsprogramm myUNIQA plus wird im Durchschnitt in drei Jahren zwei Mal der Bonus gewährt. Zur Höhe des Bonus in Bezug auf die QualitätsPartnerschaft und myUNIQA plus führte er aus, dass dieser der Höhe nach in beiden Kundenbindungsprogrammen gleich ist bzw. war, wobei er angab, dass die Qualitätspartnerschaft gegenüber den Kunden beendet wurde.

Zur Anzahl jener Kunden, die schadenfrei sind, führte er aus, dass dies abhängig von der aktuellen Schadensituation ist, die aufgrund von Unwettersituationen stark variieren kann. Unter Zugrundelegung der von ihm geschilderten extrem schadenbelasteten Situation im Jahr 2023 aufgrund Unwettersituationen in Kärnten und Steiermark gelangte er zum Ergebnis, dass der Bonus durchschnittlich alle zwei Jahre ausbezahlt wird.

Nicht anzugeben vermochte der Zeuge, wie viele Kunden die Beklagte mit einer Prämie von EUR 600,00 in der Sachversicherung und EUR 600,00 in der Personenversicherung bei myUNIQA plus hat, sodass diesbezüglich und damit ebenso hinsichtlich der Anzahl von Kunden mit einer Prämie von EUR 1.000,00 in der Sachversicherung und EUR 1.000,00 in der Personenversicherung mit sechs Verträgen keine positive Feststellung getroffen werden konnte.

Was den Aufwand der Beklagten für die Umsetzung des klagsstattgebenden Urteils betrifft, so vermochte der Zeuge zunächst den zeitlichen Umfang bei der Beklagten dafür

nicht anzugeben, sondern verwies lediglich auf Investitionen der Beklagten im Zusammenhang mit der Prüfung, ob das Programm in dieser Form weitergeführt werden könnte oder eingestellt werden müsste. Im Weiteren führte er wiederum aus, dass dafür ein Programmieraufwand von sicherlich 6 bis 9 Monaten nötig sei sowie alleine für die Verständigung der Kunden für den Fall, dass das Programm eingestellt werden müsste, ein weiterer zeitlicher Aufwand in der selben Größe. Da es dem Gericht wenig nachvollziehbar erschien, dass sowohl Einstellung bzw. Änderung des Kundenbindungsprogramms durch Aufnahme eines Postversandes alleine 6 bis 9 Monate und die Verständigung der davon betroffenen Kunden wiederum 6 bis 9 Monate benötigen würde, erschien dem Gericht die diesbezügliche Aussage des Zeugen, der zunächst ohnedies darauf verwies, den zeitlichen Umfang nicht angeben zu können, als völlig überhöht, sodass in den Feststellungen davon auszugehen war, dass dies innerhalb einiger Monate bei der Beklagten zu bewerkstelligen ist.

Die übrigen Feststellungen hinsichtlich der AGB myUNIQA plus Stand März 2022 und November 2022 gründen sich auf die diesbezüglichen unbedenklichen Urkunden, ebenso wie das Abmahnschreiben des Klägers.

Aus rechtlichen Erwägungen war, wie unter der rechtlichen Beurteilung ausgeführt wird, von der Einholung des vom Kläger beantragten Sachverständigengutachtens zur Höhe der Ersparnisse der Beklagten in Bezug auf die elektronische Kommunikation abzusehen.

In rechtlicher Hinsicht folgt daraus:

Voranzustellen ist, dass im Verfahrensprozess 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.

Wer im geschäftlichen Verkehr mit Verbrauchern im Zusammenhang (u.a.) mit außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen, Abschlüssen im Fernabsatz, der Vereinbarung von nicht gebräuchlichen Vertragsklauseln gegen ein gesetzliches Gebot oder Verbot verstößt und dadurch jeweils die allgemeinen Interessen der Verbraucher beeinträchtigt, kann unbeschadet des § 28 Abs 1 KSchG auf Unterlassung geklagt werden (§ 28a Abs 1 KSchG).

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 dann 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 Norm des nachgiebigen Rechts vorliegt (RS0016914).

Im Verbandsprozess nach § 28 KSchG hat die Auslegung von Klauseln ausschließlich aufgrund des Wortlautes der Klauseln, sodass außerhalb des Textes liegende Umstände unberücksichtigt bleiben, und im „kundenfeindlichsten“ Sinn zu erfolgen (RS0016590 [T14], RS0038205 [T4, T11]). Es ist von der für den Verbraucher ungünstigsten möglichen Auslegung auszugehen, mag auch eine kundenfreundlichere Auslegung denkbar sein (7 Ob 173/10g, 7 Ob 201/12b, RS0016590 [T5, T6]). Das der Klausel vom Verwender der Allgemeinen Geschäftsbedingungen beigelegte Verständnis ist im Verbandsprozess nicht maßgeblich (RS0016590 [T23]). Auf eine etwaige teilweise Zulässigkeit der beanstandeten Bedingung ist nicht Rücksicht zu nehmen. Für eine geltungserhaltende Reduktion ist kein Raum (RS0038205 [T1]; vgl. RS0128735, RS0038205, RS0016590 [T1, T15]). Der Einwand, eine gesetzwidrige Klausel werde in der Praxis anders gehandhabt, ist im Verbandsprozess unerheblich (RS0121943).

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]). Maßstab für 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). Das Transparenzgebot soll es dem Kunden ermöglichen, sich aus den Allgemeinen Geschäftsbedingungen zuverlässig über seine Rechte und Pflichten der Vertragsabwicklung zu informieren.

Auf die tatsächliche Geschäftsabwicklung bzw. praktische Handhabung von Klauseln kommt es im Verbandsprozess nicht an (RS0121943 [T1]; RS0121726 [T4]).

Gemäß § 5a Abs 1 VersVG bedarf die Vereinbarung der elektronischen Kommunikation der ausdrücklichen Zustimmung des Versicherungsnehmers, die gesondert erklärt werden muss. Sie kann von jeder der Vertragsparteien jederzeit widerrufen werden. Auf dieses Recht ist der Versicherungsnehmer vor Einholung seiner Zustimmung hinzuweisen. Gemäß § 15a Abs 1 VersVG kann sich der Versicherer auf eine Vereinbarung nicht berufen, die von der Vorschrift des § 5a VersVG zum Nachteil des Versicherungsnehmers abweicht.

§ 5a VersVG enthält Rechtsvorschriften, die in den Anwendungsbereich der RL 2016/97/EU über Versicherungsvertrieb fallen (*Grubmann/VersVG*⁹ § 5a, Anm 2 (Stand 01.07.2022, rdb.at)). Nach ErwG 50 der Richtlinie sollten einheitliche Regeln festgelegt werden, um dem Kunden eine Wahlmöglichkeit hinsichtlich des Mediums zu bieten, über das Informationen erteilt werden, was die Nutzung elektronischer Kommunikation gestattet, wenn es bei dem betreffenden Geschäft sinnvoll ist. Dem Kunden sollte es jedoch freigestellt sein, die Informationen auf Papier zu erhalten.

Der Versicherungsnehmer muss der elektronischen Übermittlung ausdrücklich zustimmen. Diese Zustimmung muss gesondert erklärt werden. Eine bloß in den Bedingungen oder im elektronischen Webaufritt der Versicherungsunternehmung enthaltene Zustimmung genügt nicht, ebenso wenig ein entsprechender im Antragsformular versteckter Passus. Der Versicherungsnehmer muss die Vereinbarung der elektronischen Kommunikation frei auswählen können, seine Zustimmung muss also gesondert von seiner Zustimmung zum Versicherungsvertrag erfolgen (z.B. durch zwei gesonderte Unterschriften auf den Antragsformularen, durch zwei gesonderte Bestätigungen im Zuge der elektronischen Antragstellung oder durch das Ankreuzen deutlich hervorgehobener Auswahlmöglichkeiten in

einem Formular). Der Abschluss eines Versicherungsvertrages darf nicht von der Zustimmung zur elektronischen Kommunikation abhängig gemacht werden. Dem Versicherungsnehmer muss die freie Wahl zwischen der Übermittlung auf Papier oder in elektronischer Form offengehalten werden. Letztlich sind ja nicht nur eine allfällige elektronische Ausstattung und Infrastruktur des Versicherungsnehmers, sondern auch dessen Wille und Fähigkeit, sich ihrer zu bedienen, dafür ausschlaggebend, dass ihn eine elektronische Sendung auch erreicht und dass er sie zur Kenntnis nehmen kann. Die Vertragsparteien sollen ihre Zustimmung zur elektronischen Kommunikation auch jederzeit widerrufen können. Auf dieses Recht ist der Versicherungsnehmer vor Einholung seiner Zustimmung zur elektronischen Kommunikation hinzuweisen (*Grubmann* aaO Anm 3; EB zur RV zum VersRÄG 2012).

Zu den Klauseln im Einzelnen:

Klausel 1 (Punkt 2.1. der AGB myUNIQA plus):

Fest steht, dass die Teilnahme zum Kundenbindungsprogramm myUNIQA plus die Anmeldung zum elektronischen Postfach, diese wiederum die gesonderte Erklärung der ausdrücklichen Zustimmung zur elektronischen Kommunikation voraussetzt, um den Schadenfrei-Bonus in der Höhe von 5 % (bzw. bei Versicherungsnehmern unter 26 Jahren 10 %) zu erhalten.

Die Beklagte gewährt den Schadenfrei-Bonus für die Schadenfreiheit des Kunden sowie für Einsparungen im Zusammenhang mit dem elektronischen Postfach, der Einzugsermächtigung, der Einsparungen im Zusammenhang mit der Leistungs- und Schadenseinreichung im Sales-Service der Kundenplattform myUNIQA und der Einsparungen im Zusammenhang mit geringeren Abschlussprovisionen der Kunden im Programm myUNIQA plus, die zu einer geringeren Stornoquote führt.

Zwar ist der Beklagten zuzugestehen, dass das Gesetz im Hinblick auf die dem Versicherungsnehmer einzuräumende Freiwilligkeit im Hinblick auf die Wahl und Zustimmung zur elektronischen Kommunikation nicht ausdrücklich eine sachliche Rechtfertigung der der Beklagten durch die Zustimmung zur elektronischen Kommunikation entstehenden Einsparungen zu dieser selbst verlangt, jedoch ist umgekehrt die Willensfreiheit des Kunden bzw. Versicherungsnehmers bei der Entscheidung zur elektronischen Kommunikation nicht mehr gegeben, wenn der Versicherungsnehmer bei der Wahl der postalischen Zusendung damit nicht im Zusammenhang stehende (finanzielle) Einschränkungen hinnehmen muss. Insofern ist sehr wohl eine sachliche Rechtfertigung zwischen dem gewährten Bonus und der mit der elektronischen Kommunikation im Zusammenhang stehenden Ersparnis der Beklagten erforderlich.

Da der Bonus im vorliegend zu beurteilenden Fall zu einem Großteil für Schadenfreiheit und Einzugsermächtigung gewährt wird, ergibt sich bereits daraus, dass der Bonus jedenfalls zu

einem überwiegenden Teil nicht in einem sachlich gerechtfertigten Zusammenhang zur durch die elektronische Kommunikation erwirkten Ersparnis der Beklagten steht. Dies folgt auch schon daraus, dass der den unter 26-jährigen Kunden gewährte Bonus doppelt so hoch ist wie jener der über 26-jährigen, zumal der Versand von Post an unter 26-jährige Versicherungsnehmer keine höheren Kosten verursachen kann als jener der über 26-jährigen Versicherungsnehmer. Damit müssen die Kunden bzw. Versicherungsnehmer der Beklagten der elektronischen Kommunikation zustimmen, um einen wirtschaftlich zum überwiegenden Teil für Schadenfreiheit und Einzugsermächtigung gewährten Bonus zu erhalten. Beim Bonus handelt es sich somit zum überwiegenden Teil um eine Gegenleistung für die Schadenfreiheit. Dieser sachlich nicht im Zusammenhang stehende Nachteil als Anreiz für die Zustimmung steht damit in Widerspruch zur geforderten Freiwilligkeit und stellt eine Umgehung des § 5a VersVG bzw. der Richtlinie (EU) 2016/97 und der sich daraus ergebenden freien Wahl des Verbrauchers bei der Zustimmung zur elektronischen Kommunikation dar.

Entgegen dem Vorbringen der Beklagten erhält der Kunde damit einen Bonus, der jedenfalls zum überwiegenden Teil nicht im direkten Zusammenhang mit der Zustimmung zur elektronischen Kommunikation steht, sodass dieser auch zum überwiegenden Teil keine Abgeltung der durch die Vereinbarung der elektronischen Kommunikation bewirkten Kostenersparnis der Beklagten darstellt.

Daran vermag auch das vom Beklagten ins Treffen geführte Urteil des EuGH C-294/18 (Oulun Sähkömyynti Oy/Energiavirasto) nichts zu ändern, in dem der EuGH ausführte (Rz 31): *„Zudem erhielten die Endkunden, die sich für eine andere Abrechnungsart als die Zustellung der Abrechnung auf elektronischem Wege entschieden hatten, nach Einführung dieses Preisnachlasses auch weiterhin alle ihre Energieverbrauchsabrechnungen und diesbezüglichen Abrechnungsinformationen kostenfrei und zahlten auch weiterhin die Stromgrundgebühr in gleicher Höhe.“*

Damit unterscheidet sich der diesem Urteil zugrunde gelegene Sachverhalt vom vorliegenden, in dem Versicherungsnehmer die „Anwartschaft“ bzw. Möglichkeit auf Gewährung eines Schadenfreibonus aufgeben müssen, wenn sie nicht der elektronischen Kommunikation zustimmen oder diese nachträglich widerrufen.

Die Klausel verstößt damit gegen § 5a Abs 1 VersVG und ist daher unwirksam. Zudem ist sie auch gröblich benachteiligend iSd § 879 Abs 3 ABGB, weil sie die Möglichkeit, den Schadenfreibonus zu bekommen, entgegen § 5a Abs 1 VersVG an eine elektronische Kommunikation knüpft, wofür, worauf bereits verwiesen wurde, eine sachliche Rechtfertigung nicht besteht. Aufgrund der fehlenden sachlichen Rechtfertigung des Schadenfreibonus in Bezug auf den Verzicht auf die postalische Zustellung bzw. auf die Zustimmung zum ausschließlich elektronischen Postfach geht die Freiwilligkeit verloren, wodurch die Klausel

Kunden gröblich benachteiligt.

Klausel 2 (Punkt 3.3 der ABGB myUNIQA plus):

Da Klausel 2.1 unwirksam ist, führt dies auch zur Unzulässigkeit der Klausel 3.3, die auf Klausel 2.1 verweist. Nach der Rechtsprechung hat der Verweis auf unzulässige Bestimmungen im Klauselwerk zwingend die Unzulässigkeit der verweisenden Bestimmung selbst zur Folge (RS0122040 [T31]).

Darüber hinaus besteht die Unzulässigkeit und Unwirksamkeit der Klausel auch zu dem zur Klausel 1 angeführten Gründen, da sie der Beklagten gestattet, die Bonus-Vereinbarung im Fall des Widerrufs der Zustimmung zur elektronischen Kommunikation zu beenden, obwohl zwischen dieser und den Einsparungen der Beklagten in Bezug auf die elektronische Kommunikation keine sachliche Rechtfertigung besteht. Damit verstößt auch diese Klausel im Ergebnis gegen den Grundsatz der Freiwilligkeit in Bezug auf die Zustimmung zur elektronischen Kommunikation.

Die Klausel verstößt auch gegen § 6 Abs 1 Z 5 KSchG, wonach Vertragsbestimmungen iSd § 879 ABGB jedenfalls nicht verbindlich sind, nach denen dem Unternehmer auf sein Verlangen für seine Leistung ein höheres als das bei der Vertragsschließung bestimmte Entgelte zusteht, es sei denn, dass der Vertrag bei Vorliegen der vereinbarten Voraussetzungen für eine Entgeltänderung auch eine Entgeltsenkung vorsieht, dass die für die Entgeltänderungen maßgebenden Umstände im Vertrag umschrieben und sachlich gerechtfertigt sind sowie dass ihr Eintritt nicht vom Willen des Unternehmers abhängt. Die Klausel ermöglicht der Beklagten eine sachlich nicht gerechtfertigte Beendigung der Bonusvereinbarung, welche bewirkt, dass Kunden im Falle der Schadenfreiheit im Ergebnis eine höhere jährliche Gesamtbelastung trifft.

Klausel 3 (Punkt 3.2 der ABGB myUNIQA plus):

Da der Beklagten durch diese Klausel ermöglicht wird, myUNIQA plus jederzeit zu kündigen, stellt dies eine Umgehung der von § 5a VersVG vorgesehenen Wahlmöglichkeit des Kunden sowie der bereits angeführten Freiwilligkeit dar, zumal es der Beklagten damit gestattet ist, die Bonusvereinbarung grundlos, sohin insbesondere im Fall des Widerrufs der Zustimmung zur elektronischen Kommunikation, durch den Versicherungsnehmer zu beenden. Damit läuft der Kunde im Falle seines Widerrufs der Zustimmung zur elektronischen Kommunikation Gefahr, dass die Beklagte unter Heranziehung dieser Klausel myUNIQA plus gegenüber dem Kunden kündigt und damit künftig seine „Anwartschaft“ im Fall der Schadenfreiheit auf Gewährung des Schadenfrei-Bonus beendet. Damit ist die Klausel aber auch aus den bereits zur Klausel 1 angeführten Gründen gröblich benachteiligend iSd § 879 Abs 3 ABGB und unwirksam, weil kein sachlicher Rechtfertigungsgrund dafür besteht, dass Kunden diese Anwartschaft aufgeben müssen, wenn sie ihre Zustimmung zur elektronischen Kommunikation widerrufen,

was im Ergebnis auch einer Erhöhung der Gesamtbelastung im Falle der Schadenfreiheit darstellt.

Klausel 4 (Punkt 8.2 der ABGB myUNIQA plus):

Die Klausel verstößt gegen § 6 Abs 1 Z 5 KSchG, da sie der Beklagten eine Beendigung der Bonusvereinbarung im Falle des Widerspruches des Kunden oder auch die – sachlich nicht gerechtfertigte – Reduktion der Bonuszahlungen durch eine Reduktion um maximal 1 % pro Jahr ermöglicht. Damit ergibt sich eine Erhöhung der jährlichen Gesamtbelastung des Kunden im Falle der Schadenfreiheit in Höhe von ca. 1 % der gesamten Prämiensumme pro Jahr oder durch die Kündigung bzw. Beendigung. Die Klausel ermöglicht damit der Beklagten eine einseitige Erhöhungsmöglichkeit der jährlichen Gesamtbelastung und verstößt damit gegen § 6 Abs 1 Z 5 KSchG und gegen § 879 Abs 3 ABGB, weil die Erhöhung via Zustimmungsfiktion durchgeführt werden soll. Die Klausel sieht keine sachlich gerechtfertigten Gründe für die Senkung des Bonus vor. Damit ist die Klausel gröblich benachteiligend iSd § 879 Abs 3 ABGB und intransparent gemäß § 6 Abs 3 KSchG. Da sie auch nur eine Absenkung des Bonus, aber keine gleichzeitige Ermöglichung einer Erhöhung vorsieht, verstößt sie auch aus diesem Grund gegen § 6 Abs 1 Z 5 KSchG.

Sie ist auch intransparent gemäß § 6 Abs 3 KSchG und unwirksam, da sie den Kunden die geltende Rechtslage verschleiern, indem sie den Eindruck erweckt, dass die Beklagte berechtigt sei, einseitig den Prozentsatz der Höhe des myUNIQA plus Schadenfrei-Bonus abzusenken bzw. im Falle eines Widerspruches des Kunden myUNIQA plus zu beenden. Die Einräumung der Möglichkeit der jederzeitigen Beendigung bzw. Herabsetzung des Bonus bedeutet eine einseitige Preiserhöhung für den Versicherungsnehmer, für die wiederum keine sachliche Rechtfertigung besteht und die darüber hinaus auch nicht bloß geringfügig ist.

Da der gewährte Bonus zu einem jedenfalls nicht unbeträchtlichen Teil in keinem Zusammenhang mit den direkt aus der Zustimmung zur elektronischen Kommunikation stehenden Ersparnissen der Beklagten steht, war schon aus rechtlichen Erwägungen von der Einholung eines Sachverständigengutachtens abzusehen.

Zusammengefasst war damit dem Unterlassungs(haupt-)begehren Folge zu geben.

Leistungsfrist:

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. Die Anwendbarkeit dieser Bestimmung setzt grundsätzlich eine Pflicht des Beklagten zu einem aktiven Tun voraus; sie kommt aber auch bei Duldungen und Unterlassungen in Betracht, wenn damit die Pflicht zur Änderung eines Zustandes, also die

Vornahme aktiver Maßnahmen verbunden ist, nicht aber bei reinen Unterlassungsansprüchen (RS0041260; RS0041265 [T3]).

Vorliegend erachtet das Gericht in Anbetracht des Umstandes, dass bei der Beklagten insgesamt einige Monate zur Überprüfung, ob das Kundenbindungsprogramm myUNIQA plus mit Möglichkeit der postalischen Kommunikation weiter aufrecht erhalten werden kann oder allenfalls beendet werden muss sowie allenfalls Umstellung des Programms mit der Möglichkeit postalischer Zustellungen und Verständigung der Kunden notwendig sind, eine Leistungsfrist von drei Monaten als angemessen und ausreichend.

Urteilsveröffentlichung:

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 berechnigte 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).

Der Zweck der Urteilsveröffentlichung geht im Verbandsverfahren somit über eine Information der konkret betroffenen Kunden hinaus. Es sollen allgemein die beteiligten Verkehrskreise (als auch potentielle Kunden, Konkurrenten und andere Marktteilnehmer) von der Sach- und Rechtslage informiert werden (vgl. RS0121963 [T7]). Nachdem sich die zu informierenden beteiligten Verkehrskreise nicht auf die aktuellen und potentiellen Vertragspartner beschränken, erfordert der Zweck der Urteilsveröffentlichung eine Veröffentlichung in einem Printmedium mit großer Auflagenzahl (vgl. RS0121963 [T13]).

Nach ständiger Rechtsprechung des Obersten Gerichtshofes ist eine Urteilsveröffentlichung in der Kronen Zeitung in der begehrten Form – zusätzlich zur Urteilsveröffentlichung auf der Website der Beklagten – angemessen, weil das berechnigte Interesse bei der Verbandsklage nach dem KSchG gerade darin liegt, den Rechtsverkehr bzw. die Verbraucher als Gesamtheit darüber aufzuklären, dass bestimmte Geschäftsbedingungen gesetz- bzw. sittenwidrig sind (RS0121963 [T7]).

Damit war dem Klagebegehren zur Gänze Folge zu geben.

Die Kostenentscheidung basiert auf § 41 ZPO.

Handelsgericht Wien, Abteilung 57
Wien, 27. Mai 2024
Mag. Hildegard Brunner, Richterin

Elektronische Ausfertigung
gemäß § 79 GOG

	Datum/Zeit	2024-05-27T10:33:59+02:00
	Hinweis	Dieses Dokument wurde elektronisch signiert. Auch ein Ausdruck dieses Dokuments hat die Beweiskraft einer öffentlichen Urkunde.
	Prüfinformation	Informationen zur Prüfung des elektronischen Siegels bzw. der elektronischen Signatur und des Ausdrucks finden Sie unter: http://kundmachungen.justiz.gv.at/justizsignatur

