



REPUBLIK ÖSTERREICH  
Oberlandesgericht Wien

5 R 22/25d

## IM NAMEN DER REPUBLIK

Das Oberlandesgericht Wien hat als Berufungsgericht durch den Senatspräsidenten Mag. Guggenbichler als Vorsitzenden sowie den Richter Mag. Einberger und die Richterin Mag.<sup>a</sup> Aigner in der Rechtssache der klagenden Partei **Verein für Konsumenteninformation**, Linke Wienzeile 18, 1060 Wien, vertreten durch Dr. Sebastian Schumacher, Rechtsanwalt in Wien, gegen die beklagte Partei **Nova Music Entertainment GmbH**, FN 254054i, Hintergasse 20, 7210 Mattersburg, vertreten durch die Proksch & Partner Rechtsanwälte OG in Wien, wegen Unterlassung (Streitwert EUR 30.500) und Urteilsveröffentlichung (Streitwert EUR 5.500, Gesamtstreitwert EUR 36.000), über die Berufung der beklagten Partei gegen das Urteil des Landesgerichts Eisenstadt vom 11.12.2024, 34 Cg 53/24z-9, in nicht öffentlicher Sitzung zu Recht erkannt:

Der Berufung wird **nicht Folge** gegeben.

Die beklagte Partei ist schuldig, der klagenden Partei binnen 14 Tagen die mit EUR 3.662,52 bestimmten Kosten der Berufungsbeantwortung (darin EUR 610,42 USt) zu ersetzen.

Der Wert des Entscheidungsgegenstandes übersteigt EUR 30.000.

Die ordentliche Revision ist **zulässig**.

## **E n t s c h e i d u n g s g r ü n d e**

Der **Kläger** ist ein gemäß § 29 Abs 1 KSchG zur Verbandsklage nach §§ 28, 28a KSchG berechtigter Verein. Die Beklagte ist eine der größten Konzertveranstalterinnen in Österreich und veranstaltet das jährlich stattfindende „Nova Rock-Festival“. Dabei tritt sie regelmäßig in ganz Österreich mit Verbrauchern im Sinne des § 1 KSchG in rechtsgeschäftlichen Kontakt.

Von Verbrauchern wurde beim „Nova Rock-Festival“ 2024 bei Ausgabe des Zutrittsbands abhängig vom jeweiligen Ticket und den mitgebrachten Gegenständen ein „Müllpfand“ bzw eine „Müllabgabe“ von EUR 20 in bar eingehoben, wovon maximal EUR 10 bei Rückgabe eines mindestens halbvollen Müllsacks inklusive Beleg bei den Abgabestellen auf ein „Cashless Band“ zurückgebucht wurden.

Die jährlich etwa 200.000 Besucher:innen des Festivals können zwischen unterschiedlichen Ticketkategorien wählen. Es gibt Tickets für einzelne Festivaltage (Tageskarten) und Tickets für die gesamte Festivaldauer (Festivalpässe). Darüber hinaus haben Besucher:innen die Möglichkeit, für die Dauer des Festivals auf dem Festivalgelände zu campen. In diesem Zusammenhang bietet die Beklagte ihren Besuchern auch mehrere - moderne und glamouröse - Alternativen, nämlich (i) Glamping, (ii) Zelt-hotels und (iii) Green Camping. Die Optionen Zelthotel und Glamping bieten Besucher:innen abgesperrte Areale, in denen man in Zelthotels oder bereits hergerichteten „glamourösen Zelten“ übernachten kann. In diesen Arealen gibt es eine besondere Abfallinfrastruktur, der jedoch auch höhere Ticketkosten gegenüber Normaltickets gegenüberste-

hen.

Beim „Green Camping“ erhalten Ticketinhaber Zutritt zu einem gesonderten Areal, in dem eine besonders ökologisch-orientierte Community kaum bis keinen Müll produziert und dessen Fokus darauf liegt, Besucher:innen mit umweltbewusster Gesinnung die Möglichkeit zu geben, sauber und ruhig übernachten zu können. Es entspricht der allgemeinen Lebenserfahrung und der jahrelangen Erfahrung der Beklagten, dass Besucher:innen, die am Festivalgelände campieren oder gar übernachten, mehr Müll am Festivalgelände hinterlassen als jene, die das Festival ohne Campingausrüstung nur tagsüber besuchen. Es wäre daher aus Sicht der Beklagten nicht sachgerecht, das Müllpfand bzw den Müllbeitrag undifferenziert von sämtlichen Besucher:innen zu verlangen; unabhängig davon, ob sie das Festivalgelände mit oder ohne Campingausrüstung nutzen, sodass sie die im folgenden genannten Regelungen traf.

Auf der Website der Beklagten [www.novarock.at](http://www.novarock.at) befanden sich unter der Rubrik FAQ zumindest bis zum Zeitpunkt des Nova Rock-Festivals 2024 folgende Klauseln:

Unter der Überschrift „MÜLLPFAND“:

*„Bitte helft mit, die Umwelt zu schützen und haltet euren Campingplatz sauber! Der Müllpfand beträgt € 20,- (vor Ort in bar zu bezahlen) davon werden euch € 10 auf euer Cashless Band zurück gebucht, wenn ihr einen mindestens halbvollen Müllsack inklusive Beleg bei den Abgabestellen zurückbringt. Wer ein Zelt oder einen Rucksack dabei hat, gilt ungeachtet des Tickets als Camper\*in, d.h. es wird Müllsackpfand eingehoben. Keine Rückgabe ohne Pfandbon möglich!“*

Unterhalb der Überschrift „GREEN CAMPING, ZELTHOTEL, GLAMPING“:

*„Alle Green Camper\*innen, Glamper\*innen und Zelthotelnutzer\*innen sind vom Müllpfand und Müllbeitrag ausgenommen.“*

Unter der Überschrift „TAGESKARTEN“:

*„• für jene Tageskarten-Besitzer\*innen, die an dem Tag einchecken möchten, für den ihr Ticket gilt (z.B. Samstag Tagesticket, Check In am Samstag), und Camping Equipment mitbringen: € 20,- Müllpfand & Müllbeitrag sind zu bezahlen.*

*• für jene Tageskarten-Besitzer\*innen, die an dem Tag einchecken möchten, für den ihr Ticket gilt (z.B. Samstag Tagesticket, Check In am Samstag), und kein Camping Equipment mitbringen: € 20,- Müllpfand & Müllbeitrag sind nicht zu bezahlen.*

*Danke für euer Verständnis“*

Und schließlich unter der Überschrift „VIP TICKET-INFO“:

*„Bei dem Kauf eines VIP Tickets sind folgende Leistungen inkludiert:*

- Zutritt zu den Tribünen bei den Stages und des VIP Bereiches*
- Eigener Parkplatz*
- Eigener Campingplatz“*

Es war nicht möglich, die auf der Website der Beklagten unter der Rubrik „FAQ“ vorformulierten Klauseln vor dem Festivalbesuch abzulehnen bzw war ein ausdrückliches Zustimmung zu dieser Regelung des Festivalveranstalters nicht vorgesehen.

Beim Nova Rock-Festival 2024 stand vor Ort bei der Bandausgabe ein großes Plakat mit der Aufschrift „€ 20,- MÜLLPFAND/BEITRAG BEREIT HALTEN HAVE € 20,- WASTE DEPOSIT/CONTRIBUTION READY“.

Das „Müllpfand“ bzw der „Müllbeitrag“ von insgesamt EUR 20 wurde von Besucher:innen des Festivals bei Eintritt auf das Festivalgelände bar bezahlt. EUR 10 wurden jedenfalls einbehalten („Müllbeitrag“). Eine zusätzliche Leistung - neben der Leistung der Müllentsorgung - stand der Zahlung nicht gegenüber. Die restlichen EUR 10 konnte der Besucher:in zurückerhalten, wenn er einen „halbvollen“ Müllsack inklusive Beleg retournierte („Müllpfand“). Diesfalls wurden EUR 10 auf ein Cashless Band zurückgebucht.

Durch die Beseitigung des Mülls im Rahmen des Festivals entsteht der Beklagten ein gewisser Aufwand. Durch die Zahlung des Müllbeitrags bzw spätere Rückzahlung des Müllpfands werden Besucher:innendazu animiert, ihren Müll einzusammeln und tragen somit aktiv zum Umweltschutz bei.

Mit Schreiben vom 27.05.2024 mahnte der Kläger die Beklagte im Bezug auf die Passagen betreffend „Müllpfand“ in ihren AGB bzw FAQ ab und forderte die Abgabe einer Unterlassungserklärung im Sinn des Urteilsbegehrens zu Punkt 1.) samt Vertragsstrafenvereinbarung, wobei eine Vertragsstrafe von EUR 1.400 pro Klausel und pro Zuwiderhandeln gefordert wurde. Die Beklagte gab die geforderte Unterlassungserklärung nicht ab, nahm die genannten Klauseln aber nach der Abmahnung und noch vor Einbringung der gegenständlichen Klage von ihrer Website.

Die Beklagte änderte die oben genannten Klauseln zu einem unbestimmten Zeitpunkt, jedenfalls aber nach dem Nova Rock-Festival 2024. Aktuell findet sich auf ihrer Website betreffend den Müllbeitrag unter der Rubrik „INFO/FAQ ALLGEMEINES“ folgende Klausel:

*„Der Müllbeitrag von 20 € ist - einmalig für die gesamte Festivaldauer - vor dem erstmaligen Betreten des*

*Festivalgeländes zu bezahlen und kann entweder vor Ort in bar, vorab über das Cashless-System oder vorab auf <http://oeticket.com> durch Kauf eines „Müllbeitrag-Tickets“ erworben werden. Vor Ort bekommst Du von uns einen Müllsack und einen Pfandbon. Wenn Du einen zumindest halbvollen Müllsack und den Pfandbon bei den Abgabestellen zurückbringst, erhältst Du einen Betrag von EUR 10,- auf dein Cashless Konto zurückerstattet. Ausgenommen vom Müllbeitrag sind Tageskarten, VIP, Glamping, Zelthotel und Green Camping.“*

Der **Kläger** beehrte mit Klage vom 24.6.2024 die Beklagte schuldig zu erkennen, die Verwendung der nachstehend genannten Klausel oder sinngleicher Klauseln in allgemeinen Geschäftsbedingungen und Vertragsformblättern im geschäftlichen Verkehr mit Verbrauchern ab sofort zu unterlassen und es weiters ab sofort zu unterlassen, sich auf diese Klausel oder sinngleiche Klauseln zu berufen:

*„Der Müllpfand beträgt € 20,- (vor Ort in bar zu bezahlen) davon werden euch € 10 auf euer Cashless Band zurück gebucht, wenn ihr einen mindestens halbvollen Müllsack inklusive Beleg bei den Abgabestellen zurück bringt.*

*Wer ein Zelt oder einen Rucksack dabei hat, gilt ungeachtet des Tickets als Camper\*in, d.h. es wird Müllsackpfand eingehoben. Keine Rückgabe ohne Pfandbon möglich!“.*

Er beehrte weiters die Ermächtigung zur Veröffentlichung des klagsstattgebenden Teils des Urteilsspruchs mit Ausnahme der Kostenentscheidung im redaktionellen Teil einer bundesweit erscheinenden Samstagsausgabe der „Kronen Zeitung“ und die Verpflichtung der Beklagten zur

Veröffentlichung desselben auf ihrer Website.

Die Klausel sei intransparent gemäß § 6 Abs 3 KSchG, da sie einer anderen Klausel mit dem Inhalt „*Alle Green Camper\*innen, Glamper\*innen und Zelthotelnutzer\*innen sind vom Müllpfand und Müllbeitrag ausgenommen.*“ unter der Überschrift „*Green Camping, Zelthotel, Glamping*“ widerspreche. Die Klausel sei geeignet, Verbraucher von der Durchsetzung ihrer Rechte abzuhalten, weil sie suggeriere, dass jede Person, die „ein Zelt oder einen Rucksack dabei hat“, „ungeachtet des Tickets als Camper\*in“ gelte und deswegen ein „Müllsackpfand“ verrechnet werde. Die Beklagte verwende gemeinsam unter dem Punkt „Tageskarten“ unterschiedliche Begriffe, einerseits „Müllpfand“, „Müllsackpfand“ und andererseits „Müllpfand & Müllbeitrag“. Auch aus diesem Grund sei die Klausel intransparent.

Die Klausel sei auch gröblich benachteiligend im Sinne des § 879 Abs 3 ABGB. Zunächst werde „Müllpfand“ jedem verrechnet, der „ein Zelt oder einen Rucksack dabei hat“, dies unabhängig vom jeweiligen Ticket und unabhängig davon, ob jemand überhaupt Müll produziere. Weiters werde das „Müllpfand“ nie vollständig rückerstattet, da - selbst bei vollständiger Aufsammlung und Retournierung des eigenen Mülls - nur maximal EUR 10 rückerstattet werden. Es bestehe daher die Möglichkeit, dass jemand, der nur einen „halbvollen Müllsack“ abgebe, oder weniger Müll produziere bzw dessen Müll bereits aufgesammelt worden sei, überhaupt kein Geld zurück bekomme.

Schließlich liege auch ein Verstoß gegen § 6c KSchG vor. Die von der Beklagten am Festival(gelände) aufgestellten Plakate können nur als Veröffentlichung der inkriminierten Klausel verstanden werden. Eine ausdrück-

liche Zustimmung bzw Einwilligung der Festivalbesucher:innen bestehe aber nicht. Die Müllentsorgung stelle zudem eine vertragliche Pflicht dar, sei daher keine Zusatzleistung und dürfe nicht verrechnet werden.

Die Beklagte habe keine strafbewehrte Unterlassungserklärung im Sinne von § 28 Abs 2 KSchG abgegeben. Sie habe die Klausel nach Abmahnung zwar von ihrer Website entfernt, für das Nova Rock 2025 aber bereits eine sinn- gleiche Klauseln in Verwendung. Es bestehe daher Wiederholungsgefahr.

Die **Beklagte** bestreitet das Klagebegehren, beantragte kostenpflichtige Klagsabweisung und wendete ein, sie habe die inkriminierte Klausel bereits vor Klageeinbringung von ihrer Website genommen. Davon abgesehen könnten die Festivalbesucher:innen bei der Auswahl ihrer Tickets aus mehreren Alternativen wählen, so zwischen Tageskarten, Festivalpässen oder modernen Alternativen wie Glamping, Zelthotels oder Green Camping. Dabei gebe es bei den Optionen Zelthotel und Glamping eigene Abfallinfrastrukturen, welchen auch ein erhöhter Ticketpreis gegenüberstehe. Beim Green Camping sei ein gesondertes Areal für eine besonders ökologisch orientierte Community vorgesehen. Aufgrund der unterschiedlichen Möglichkeiten sei ein auf die Wünsche der Besucher:innen abgestimmtes Müllkonzept notwendig. Demzufolge sei es „normal“, dass auf dem Festivalgelände, vor allem dort, wo Besucher:innen campieren, Müll entstehe. Da den Besucher:innen nicht schon beim Ticketkauf die Entscheidung zugemutet werden solle, ob sie Campingausrüstung mitbringen möchten oder nicht, sei es notwendig, erst vor Ort ein Müllpfand bzw einen

Müllbeitrag zu verlangen, dies abhängig davon, ob sie als „Camper“ auf das Festivalgelände wollen. Dadurch werden Besucher:innen animiert, ihren Müll einzusammeln und tragen somit aktiv zum Umweltschutz bei.

Die Klausel befinde sich auf der Website der Beklagten unter den FAQs, habe reinen Informationscharakter, keinen Normcharakter und es bestehe auch kein Rechtsfolgenwillen. Die Klausel falle daher nicht unter § 28 KSchG. Die Vereinbarung über die Entrichtung des Müllbeitrags bzw Müllpfands komme erst bei der Bandausgabe durch ausdrückliche Willenserklärung des jeweiligen Besuchers zustande.

Die Klausel sei nicht intransparent im Sinne des § 6 Abs 3 KSchG und kläre die Besucher:innen schon frühzeitig über die Verrechnung eines Müllbeitrags bzw Müllpfands auf.

Die Zahlung eines Müllbeitrags bzw eines Müllpfands sei seit Jahren international gängige Praxis bei Festivals und werde von Besuchern längst als selbstverständlich angesehen. Der Durchschnittskunde sei daher mit diesem Konzept vertraut und die Branchenüblichkeit führe zu einem leichten Verständnis.

Auch die Begrifflichkeiten seien klar. Ein Teilbeitrag von EUR 10 sei ein nicht rückerstattbarer „Müllbeitrag“, der andere Teilbeitrag von EUR 10 sei ein rückerstattbares „Müllpfand“.

Die Klausel sei auch nicht gröblich benachteiligend, da die Differenzierung zwischen Campern und Nicht-Campnern auch in Deutschland, zB beim Rock am Ring Festival, vorgenommen werde. Die Einhebung des Müllbeitrags bzw Müllpfands gehe daher mit einer klaren sachlichen Differenzierung einher, nämlich ob Besucher:innen ein Zelt oder

einen Rucksack nutzen, sofern sie nicht eine spezielle Kategorie beim Ticket buchen (zB Green Camping). Auch müsse man nicht seinen Müll „vollständig“ aufsammeln, sondern genüge es, wenn zumindest ein halbvoller Müllsack retourniert werde. Ein konkreter Aufwand der Beklagten stehe aber auch dem Müllpfand bzw Müllbeitrag gegenüber. Tatsächlich seien die entstehenden Kosten für Müllsamm- lung bzw Müllentsorgung wesentlich höher als die verein- nahmten Müllbeiträge der Besucher. Ohne eine Differen- zierung würden die Kosten auf die Ticketpreise undifferen- ziert niederschlagen und wäre damit der Verbraucher im Ergebnis schlechter gestellt. Der Müllbeitrag bzw das Müllpfand sei daher keine Pauschalgebühr ohne konkreten Aufwand, sondern sachlich gerechtfertigt und verstieße nicht gegen § 879 Abs 3 ABGB.

Schließlich verstoße die bekämpfte Klausel auch nicht gegen § 6c KSchG, zumal sich die Besucher:innen bewusst dafür entscheiden können, das Festivalgelände als Camper nutzen zu wollen und erst dabei der Einhebung des „Müll- beitrages“ bzw „Müllpfands“ - nämlich vor Ort - ausdrück- lich zustimmen. Gemäß § 6c Abs 3 KSchG sei eine nachträg- liche Zustimmung möglich. Außerdem sei § 6c Abs 4 KSchG anwendbar.

Wiederholungsgefahr bestehe nicht; die Urteilsveröff- fentlichung sei - insbesondere in einem Printmedium - unberechtigt.

Mit dem angefochtenen **Urteil** gab das Erstgericht dem Klagebegehren statt.

Das Erstgericht traf die eingangs der Berufungsent- scheidung wiedergegebenen Tatsachenfeststellungen und folgerte rechtlich (zusammengefasst), die Beklagte habe

auf ihrer Website unter der Rubrik „FAQ“ vorformulierte Klauseln veröffentlicht, die auf alle zukünftigen Verträge - bis zur nächsten Veränderung - angewandt werden sollen, womit vorformulierte Vertragsbedingungen vorliegen und § 28 Abs 1 KSchG anwendbar sei.

Die Klausel unter der Überschrift „Müllpfand“ sei unklar bzw jedenfalls missverständlich und damit intransparent im Sinne des § 6 Abs 3 KSchG. Es bleibe unklar, ob die Mitnahme jedes Rucksacks - unabhängig von der Größe oder Beschaffenheit (zB als Camping-Rucksack) - schon die Verpflichtung der Bezahlung des „Müllbeitrags“ bzw „Müllpfands“ nach sich ziehe. Was unter „Camping Equipment“ falle, werde nicht erklärt. Schließlich entstehe durch die unterschiedliche Verwendung der Begriffe, einmal allein „Müllpfand“, dann wieder „Müllpfand“ und „Müllbeitrag“ und einmal nur „Müllsackpfand“ der Eindruck, dass es hier mehrere relevante, gegebenenfalls zu leistende Beiträge gebe bzw kein einheitliches Bild, was zur Verwirrung der Verbraucher führen könne. Eine Unklarheit liege aufgrund der Begrifflichkeiten jedenfalls vor. Ebenfalls unklar sei, ab wann die EUR 10 zurückgezahlt werden. Die Wendung „halbvoller Müllsack“ sei unzureichend bzw zu undefiniert. Die beanstandeten Formulierungen seien nicht eindeutig bzw unklar. Die Bestimmungen können im Inhalt und in der Bedeutung vom typischen Durchschnittskunden falsch verstanden werden und entsprechen damit nicht dem Transparenzgebot.

Der „Müllbeitrag“ stelle im Ergebnis eine „verschobene“ Abgeltung einer im Regelfall mit der Erfüllung der vertraglichen Pflichten (Festivalveranstaltung) der Beklagten verbundenen Leistung - nämlich der Müllentsorgung - dar. Der Beitrag sei daher als Zuschlag zur

„Hauptleistungspflicht“ bzw Zusatzleistung anzusehen und damit gröblich benachteiligend im Sinne des § 879 Abs 3 ABGB. Damit einhergehend liege auch ein Verstoß gegen § 6c KSchG vor.

Die bloße Änderung der inkriminierten Klausel sei nicht geeignet, das Bedürfnis der Öffentlichkeit nach Aufklärung über die seinerzeitige Verwendung dieser gesetzwidrigen Vertragsbestandteile, deren künftige Verwendung auch nicht ausgeschlossen werden könne, zu beseitigen. Die Veröffentlichung des Urteilsspruchs in der Samstagsauflage einer bekannten Tageszeitung erscheine im Hinblick auf die jedenfalls bundesweite Bekanntheit des Festivals Nova Rock angemessen. Dasselbe gelte hinsichtlich der Urteilsveröffentlichung auf der Website des Verwenders.

Dagegen richtet sich die **Berufung** der Beklagten wegen unrichtiger rechtlicher Beurteilung mit Antrag, das angefochtene Urteil in das Klagebegehren abweisendem Sinn abzuändern. Hilfsweise wird ein Aufhebungsantrag gestellt.

Der **Kläger** beantragt, der Berufung nicht Folge zu geben.

**Die Berufung ist nicht berechtigt.**

1. Die Berufungswerberin wiederholt zunächst ihre Rechtsansicht, die gegenständliche Klausel stelle keine vorformulierte Vertragsbedingung iSv § 28 KSchG dar, enthalte sie doch keine Willenserklärung des Verbrauchers und begründe keine Verpflichtung zur Zahlung des Müllbeitrags bzw Müllpfandes. Diese hänge ausschließlich von der

individuellen Entscheidung der Besucher:innen ab, ob sie das Festivalgelände als Camper nutzen möchten oder nicht. Diese Entscheidung könne bis zum Zeitpunkt des Besuchs getroffen werden. Die Klausel habe lediglich Informationscharakter und unterliege daher nicht der Kontrolle gemäß § 28 KSchG.

**1.1.** Gegenstand des § 28 KSchG sind allgemeine Geschäftsbedingungen, die der Verwender „von ihm geschlossenen Verträgen zugrunde legt“, die AGB müssen daher als Vertragsschablone tatsächlich zum Einsatz gelangen (RIS-Justiz RS0111806). Nach der Rechtsprechung sind unter allgemeinen Geschäftsbedingungen oder Vertragsformblättern im Sinne des § 28 KSchG alle für eine Vielzahl von Verträgen vorformulierten Vertragsbedingungen zu verstehen, die eine Vertragspartei der anderen bei Abschluss eines Vertrags stellt; gleichgültig ist, ob die Bestimmungen einen äußerlich gesonderten Bestandteil des Vertrags bilden oder in der Vertragsurkunde selbst aufgenommen sind, welchen Umfang sie haben, in welcher Schriftart sie verfasst sind und welche Form der Vertrag hat (RIS-Justiz RS0123499 [T2, T7]; 2 Ob 11/23s). Der Kontrolle unterliegen daher etwa Mitteilungen und Schreiben, Gutscheine oder ein Preisaushang (*Kathrein/Schoditsch* in KBB<sup>7</sup> § 28 KSchG Rz 3). Eine Formulierung ist grundsätzlich unbedenklich, wenn sie keine Willenserklärung des Verbrauchers enthält, sondern bloß dessen Aufklärung dient (RS0131601). Wenn allerdings solche Informationsklauseln - bei der gebotenen kundenfeindlichsten Auslegung (RS0016590) - über eine bloße Aufklärung des Verbrauchers hinausgehen und den Vertragsinhalt gestalten, können diese Regelungen Gegenstand der Verbandsklage nach § 28 Abs 1 KSchG sein (vgl 6 Ob 106/22i Rz 14 mwN; 2

Ob 11/23s).

**1.2.** Nach dem Zweck der Verbandsklage nach §§ 28 ff KSchG kommt es nicht darauf an, ob im geschäftlichen Verkehr ein Rechtsgeschäft unter Verwendung der AGB oder Formblätter, die unzulässige Bedingungen als Vertragsbestandteile enthalten, tatsächlich abgeschlossen wurde, sondern es genügt schon deren drohende Verwendung. Das ist unter anderem dann der Fall, wenn im vorvertraglichen Bereich dem präsuntiven Vertragspartner der Vertragsabschluss auf Grundlage dieser Bedingungen angeboten wird (RIS-Justiz RS0065718). Auch die auf Websites und deren Subpages enthaltenen vorformulierten allgemeinen Vertragsbedingungen, die der Verwender den auf diesem Weg mit Verbrauchern abgeschlossenen Verträgen von vornherein zugrundelegen will, unterliegen daher der Inhaltskontrolle (RIS-Justiz RS0128261).

**1.3.** Davon ausgehend hat das Erstgericht auch die in den „Häufige Fragen“ („FAQ“) enthaltene Klausel zu Recht § 28 Abs 1 KSchG unterstellt. Die unbekämpft gebliebenen Feststellungen (insb. S 10-12 des angefochtenen Urteils) lassen keinen Zweifel daran, dass die Beklagte die inkriminierte Klausel Verträgen mit ihren Kunden zugrundelegen wollte und auch zugrundegelegt hat.

**2.** Die Rechtsansicht der Berufungswerberin, die Klausel verstoße nicht gegen § 6 Abs 3 KSchG, ist nicht zu teilen.

**2.1.** Das Transparenzgebot des § 6 Abs 3 KSchG soll eine durchschaubare, möglichst klare und verständliche Formulierung Allgemeiner Geschäftsbedingungen sicherstellen, um zu verhindern, dass der für die jeweilige Vertragsart typische Verbraucher von der Durchsetzung seiner Rechte abgehalten wird oder ihm unberechtigt Pflichten

abverlangt werden (RS0115219 [T9]). 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 (RS0115219 [T12]). Eine Pflicht zur Vollständigkeit ergibt sich immer dort, wo ansonsten die Auswirkungen für einen Kunden allenfalls unklar bleiben (5 Ob 118/13h Punkt 3.9.). Zweck des Verbandsprozesses ist es damit nicht nur, das Verbot von Klauseln zu erreichen, deren Inhalt gesetzwidrig ist, sondern es sollen auch jene Klauseln beseitigt werden, die dem Verbraucher ein unzutreffendes oder auch nur unklares Bild seiner vertraglichen Position vermitteln (RS0115219 [T14]; 2 Ob 11/23s Rz [9]).

**2.2.** Das Erstgericht ist in Beachtung dieser Grundsätze zutreffend davon ausgegangen, dass die in Rede stehende Klausel den Verbrauchern kein klares und umfassendes Bild darüber vermittelt, welche Besucher:innen unter welchen Voraussetzungen das Müllpfand von EUR 20 zu entrichten haben. Die Klausel lässt die Verbraucher weiters darüber im Unklaren, weshalb - ungeachtet der Bezeichnung als „Pfand“ im Fall der Abgabe eines (halbvollen) Müllsacks lediglich die Hälfte des bezahlten Betrags (in Form einer Gutbuchung auf das „Cashless-Band“) rückerstattet wird. Dass es sich bei den restlichen EUR 10 um einen „Müllbeitrag“ handelt, den die Besucher:innen endgültig zu tragen haben, ist der Klausel ebensowenig zu entnehmen, wie eine Erklärung, wofür der „Müllbeitrag“ eingehoben wird. Zutreffend hat weiters schon das Erstgericht darauf hingewiesen, dass die Klausel offen lässt, was unter „Camping Equipment“ zu verstehen ist, die Mitnahme

welcher Rucksäcke die Zahlungspflicht auslöst und was unter einem „halbvollen Müllsack“ genau zu verstehen ist. Dass das Konzept der Einhebung eines Müllpfandes bzw Sondermüllbeitrages international gängige Praxis bei Festivals ist, wie die Berufungswerberin ausführt, tut nichts zur Sache, zumal Klauseln in AGB und Vertragsformblättern im Verbandsprozess objektiv unter Beschränkung auf ihren Wortlaut auszulegen sind, und zwar so, wie sie ein durchschnittlicher Angehöriger des angesprochenen Adressatenkreises versteht (vgl RS0008901).

**3.** Zutreffend hat das Erstgericht auch einen Verstoß gegen § 879 Abs 3 ABGB bejaht.

**3.1.** Das Erstgericht hat (unbekämpft) festgestellt, dass der Beklagten durch die Beseitigung des Mülls im Rahmen des Festivals ein gewisser Aufwand entsteht und dass Besucher:innen durch die Zahlung des Müllbeitrags und spätere Rückzahlung des Müllpfands dazu animiert werden, ihren Müll einzusammeln und zum Umweltschutz beizutragen. Ebenso unbekämpft hat das Erstgericht festgestellt, dass der Zahlung eine zusätzliche Leistung - neben der Leistung der Müllentsorgung - nicht gegenüberstand.

**3.2.** Die Verrechnung von zusätzlichen Entgelten in AGB, denen keine konkreten Zusatzleistungen oder konkrete Kosten gegenüberstehen, die also bloß eine in die AGB „verschobene“ Entgeltverrechnung für ohnehin mit der Erfüllung der Hauptleistung üblicherweise verbundenen Aufwendungen darstellt, ist gröblich benachteiligend im Sinne des § 879 Abs 3 ABGB (RS0123253 [T4, T6]; 9 Ob 18/23x Rz 19; 9 Ob 68/24a Rz 27 mwN).

**4.** Aus diesem Grund ist mit dem Erstgericht auch ein Verstoß der Klausel gegen § 6c KSchG zu bejahen. Auf die

auch insoweit zutreffende rechtliche Beurteilung des Erstgerichts kann verwiesen werden (§ 500a ZPO).

**5.** Die Berufungswerberin wendet sich zuletzt gegen die Ermächtigung des Klägers zur Urteilsveröffentlichung in einem Printmedium und ist der Ansicht, dass eine Veröffentlichung lediglich auf ihrer Website - dem Talionsprinzip entsprechend - ausreiche.

**5.1.** Zweck der Urteilsveröffentlichung ist es, über die Rechtsverletzung aufzuklären und den beteiligten Verkehrskreisen Gelegenheit zu geben, sich entsprechend zu informieren, um vor Nachteilen geschützt zu sein (RS0121963). In der Regel ist die Urteilsveröffentlichung in einem solchen Umfang zuzusprechen, dass die Verkehrskreise, denen gegenüber die Rechtsverletzung wirksam geworden ist, über den wahren Sachverhalt bzw den Gesetzesverstoß aufgeklärt werden (RS0121963 [T9]).

**5.2.** Entgegen dem Vorbringen der Beklagten geht der Oberste Gerichtshof in ständiger Rechtsprechung davon aus, dass eine Veröffentlichung in einer auflagenstarken Tageszeitung auch dann sinnvoll ist, wenn der Fokus der Geschäftstätigkeit des beklagten Unternehmens im Internet liegt (RS0121963 [T10, T13]; 4 Ob 222/22h; 8 Ob 106/20a 1 Ob 124/18v mwN; 1 Ob 201/20w; 4 Ob 117/14f; 6 Ob 169/15v;). So werden diese Kunden nicht nur vor neuerlichen Vertragsabschlüssen gewarnt, sondern auch in die Lage versetzt, allfällige Rückforderungsansprüche geltend zu machen. Ehemalige Vertragspartner werden in vielen Fällen - verärgert über die Geschäftspraktiken der Beklagten - gerade nicht auf deren Internetseiten zurückkehren. Damit ist nur durch die Veröffentlichung des Urteils auch in Printmedien sichergestellt, dass ehemalige Kunden der Beklagten erreicht werden können

(4 Ob 180/22g; Rz 13, vgl 4 Ob 18/08p Pkt 3 mwN; vgl auch RS0123550).

**5.3.** Da die Beklagte ihre Leistungen im gesamten Bundesgebiet anbietet, ist es auch zweckmäßig, die Entscheidung in einer österreichweit erscheinenden Ausgabe einer auflagenstarken Tageszeitung zu veröffentlichen.

**6.** Der Berufung war daher nicht Folge zu geben.

**7.** Die Kostenentscheidung gründet sich auf §§ 50 Abs 1, 41 Abs 1 ZPO.

**8.** Der Ausspruch nach § 500 Abs 2 Z 1 ZPO folgt der Bewertung der klagenden Partei.

**9.** Eine wesentliche Rechtsfrage im Sinne des § 502 Abs 1 ZPO liegt vor, weil es sich um eine vom OGH bisher noch nicht beurteilte Klausel einer Branche handelt, welche regelmäßig für eine größere Anzahl von Kunden und damit Verbrauchern bestimmt und von Bedeutung ist (vgl RS0121516).

Oberlandesgericht Wien  
1011 Wien, Schmerlingplatz 11  
Abt. 5, am 25. Juni 2025

**Mag. Johann Guggenbichler**  
Elektronische Ausfertigung  
gemäß § 79 GOG