



REPUBLIK ÖSTERREICH  
Oberlandesgericht Wien

4 R 211/15a

## Im Namen der Republik

Das Oberlandesgericht Wien hat als Berufungsgericht durch die Senatspräsidentin Dr. Primus als Vorsitzende, den Richter Mag. Kunz und die Richterin Mag. Ingemarsson in der Rechtssache der klagenden Partei **Verein für Konsumenteninformation**, Linke Wienzeile 18, 1060 Wien, vertreten durch die Kosesnik-Wehrle & Langer Rechtsanwälte KG in Wien, gegen die beklagte Partei **Koninklijke Luchtvaart Maatschappij n.v., KLM Royal Dutch Airlines**, 1010 Wien, Kärntnerstraße 49, vertreten durch PUTZ & PARTNER Rechtsanwälte 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 Handelsgerichts Wien vom 13.10.2015, GZ 39 Cg 43/14p-7, in nicht öffentlicher Sitzung zu Recht erkannt:

Der Berufung wird **nicht Folge** gegeben.

Die beklagte Partei ist schuldig, der klagenden Partei die mit EUR 2.724,-- (darin EUR 454,01 an USt) bestimmten Kosten des Berufungsverfahrens binnen 14 Tagen 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

klagebefugter Verband. Die Beklagte ist ein zur Handelsregister-Nr. 33014286 in den Niederlanden registriertes Luftfahrtunternehmen, das eine zu FN 105534y im Firmenbuch des Handelsgerichts Wien protokollierte Zweigniederlassung betreibt und ihre Leistungen weltweit und somit auch in Österreich anbietet. Die Beklagte verwendet in ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen im Rahmen ihres „Flying Blue“-Bonusprogramms nachstehende Klausel:

**Allgemeine Bestimmungen des Flying Blue-Programmes:**

1.2. Allgemeines:

1.2.9:

*„Für Ivory-Mitglieder haben Prämienmeilen eine Gültigkeit von 20 Monaten. Ausschließlich das Sammeln von Meilen auf Flügen von AIR FRANCE, KLM, SkyTeam-Partnern oder andere, in der FB-Kommunikation bezeichnet als die Gültigkeit verlängernde, qualifizierte Aktivitäten, werden als solche begriffen. Hat ein Mitglied in einem Zeitraum von 20 Monaten keine die Gültigkeit verlängernden Aktivitäten erbracht, behält sich die Gesellschaft das Recht vor, die Prämienmeilen zu streichen. Für die Prüfung der Verfallsfrist der Meilen ist das Mitglied selbst zuständig.“*

Vor Klagseinbringung forderte der Kläger die Beklagte auf, eine strafbewehrte Unterlassungsverpflichtung im Sinne des § 28 Abs 2 KSchG abzugeben. Die Beklagte entsprach dieser Aufforderung nicht.

Der Kläger begehrte, die Verwendung der Klausel im geschäftlichen Verkehr mit Verbrauchern, die ihren Wohnsitz in Österreich haben zu untersagen und das klagsstattgebende Urteil zu veröffentlichen. Die Klausel

sei überraschend, ungewöhnlich und nachteilig gemäß § 864a ABGB. Ein Mitglied im „Flying Blue“-Programm der Beklagten rechne nicht mit einer Verfallsfrist von lediglich 20 Monaten für angesammelte und käuflich erworbene „Prämienmeilen“, zumal es nicht binnen angemessener Frist vor Ablauf der Gültigkeit vom drohenden Verfall informiert werde. Darüber hinaus sei die Klausel sachlich nicht gerechtfertigt und gröblich benachteiligend gemäß § 879 Abs 3 ABGB. Die Konsumenten leisten entgeltlich vor, und die Beklagte könne ihren Umsatz steigern, soweit die Verbraucher die Prämien nicht innerhalb der kurzen Verfallsfrist einlösen. Ein rechtfertigendes Interesse der Beklagten an der kurzen Verfallsfrist von 20 Monaten sei nicht ersichtlich. Die Aktivitäten, die vom Verbraucher für eine Gültigkeitsverlängerung zu setzen seien, können jederzeit während des Vertragsverhältnisses von der Beklagten geändert werden. Es sei gröblich benachteiligend, dass sich der Verbraucher aktiv über solche Aktivitäten zu informieren habe. Die Klausel sei intransparent gemäß § 6 Abs 3 KSchG. Es sei unklar was unter „die Gültigkeit verlängernde Aktivitäten“ zu verstehen sei. Über gültigkeitsverlängernde Aktivitäten sollen die Verbraucher nach der Klausel durch die FB (offenbar: Facebook)-Kommunikation, informiert werden, jedoch liege es im Ermessen der Beklagten solche Informationsakte zu unterlassen und die Angebote jederzeit zu ändern.

Die Beklagte bestritt, beantragte Klagsabweisung und wendete ein, dass die vom Kläger beanstandete Bestimmung weder gegen § 864a ABGB noch gegen § 879 Abs 3 ABGB oder gegen § 6 Abs 3 KSchG verstoße. Die Teilnahme am „Flying Blue“-Programm erfolge auf rein freiwilliger Basis. Passagiere, die am „Flying Blue“-Programm teilnehmen, haben für jene Flüge, auf denen „Prämienmeilen“ gesammelt

werden können, nicht mehr oder weniger zu bezahlen als am Programm nicht teilnehmende Passagiere. Der Passagier trete nicht in Vorleistung wie bei einem Gutschein sondern erhalte quasi als „Treuegeschenk“ bei entsprechender „Prämienmeilenzahl“ eine besondere Vergünstigung, wie etwa die Ermäßigung auf den Preis für einen der nächsten Flüge bei der Beklagten. Die bezahlte Leistung - der gebuchte Flug - sei längst erbracht worden. Dass Prämienmeilen auch nachgekauft oder verschenkt werden können, ändere nichts an der Qualifikation als Kundenbindungsprogramm im Vielfliegersegment. Die Verfallsfrist von 20 Monaten sei aufgrund des nicht unbeträchtlichen bürokratischen Aufwands und zur Vermeidung von Beweisschwierigkeiten, sachlich gerechtfertigt. Es müssen umfangreiche personelle und im Besonderen datenverarbeitungsmäßige Ressourcen von der Beklagten bereit gestellt werden, weil sich der Prämienstand durch Ansammeln und Eintauschen der Meilen laufend verändern könne. Ein Verstoß gegen § 879 Abs 3 ABGB liege schon deshalb nicht vor, weil eine Verkürzung der Verjährungsfrist zulässig sei. Eine Verfallsklausel von 20 Monaten führe zu keiner Erschwerung der Geltendmachung von Ansprüchen, insbesondere weil grundsätzlich nur Fluggäste, die ohnehin regelmäßig mit der Beklagten fliegen, am „Flying Blue“-Programm teilnehmen und diesen Umstand, ein „Vielflieger“ zu sein, für sich ausnutzen wollen. Der Teilnehmer könne die 20 Monate immer wieder um weitere 20 Monate verlängern, wenn er innerhalb dieses Zeitraums allfällige, die Gültigkeit verlängernde Aktivitäten setze. Es sei nicht nachvollziehbar, weshalb ein Teilnehmer am Programm, insbesondere ein Vielflieger mehr als 20 Monate benötigen solle, um über die angesammelten „Flugmeilen“ zu disponieren. Die Teilnehmer werden über

ein im Internet abrufbares, persönliches „Meilenkonto“ kontinuierlich darüber informiert, wann grundsätzlich die angesammelten Meilen verfallen. Auch wenn die Beklagte alles unternehme, um das „Meilenkonto“ auf aktuellem Stand zu halten, sei auch der Teilnehmer, wenn er eine die Gültigkeit verlängernde Aktivität setze, gefordert sicherzustellen, dass die damit verbundenen Prämien seinem persönlichen „Meilenkonto“ gutgeschrieben werden. Hieran zeige sich deutlich, dass vordergründig zur Vermeidung von allfälligen Beweisschwierigkeiten die Verfallsfrist von 20 Monaten eine sachliche Rechtfertigung habe. Die Beklagte weise auf ihrer Homepage potentielle Teilnehmer schon vor der Anmeldung zum „Flying Blue“-Programm auf die Verfallsfrist von 20 Monaten hin. Aus ihr gehe klar hervor, wie lange die „Prämienmeilen“ gültig seien und wie es zu einer Verlängerung der Gültigkeit komme. Die Teilnehmer seien nicht gehalten, sich ständig aktiv per Website oder Broschüren über gültigkeitsverlängernde Aktivitäten zu informieren. Sie erhalten vereinbarungsgemäß in regelmäßigen Abständen von der Beklagten Informationen über die aktuellen Angebote (etwa Hotelübernachtungen bei Partnerunternehmen der Beklagten), die zum Sammeln und daher zur Verlängerung der Gültigkeit vorhandener „Prämienmeilen“ führen.

Das Erstgericht gab dem Unterlassungs- und Urteilsveröffentlichungsbegehren anhand des eingangs wiedergegebenen, unstrittigen Sachverhalts statt und folgte rechtlich, dass die beanstandete Klausel weder der Geltungskontrolle nach § 864a ABGB noch der Inhaltskontrolle nach § 879 Abs 3 ABGB oder dem Transparenzgebot des § 6 Abs 3 KSchG standhalte.

Dagegen richtet sich die Berufung der Beklagten aus den Gründen der Mangelhaftigkeit des Verfahrens und der

unrichtigen rechtlichen Beurteilung mit dem Antrag, das Urteil dahingehend abzuändern, die Klage abzuweisen, in eventu das Urteil aufzuheben und die Rechtssache zur Verfahrensergänzung zurückzuverweisen.

Der Kläger beantragte, der Berufung nicht Folge zu geben.

Die Berufung ist nicht berechtigt.

1. Verfahrensrüge

1.1 Als Mangelhaftigkeit des Verfahrens rügt die Beklagte die Abweisung ihrer Beweisanträge auf Einvernahme der Mitarbeiter Guido Hackl und Romana Dietrichstein als Zeugen. Romana Dietrichstein sei zum Beweis des nicht unbeträchtlichen bürokratischen Aufwandes mit der Verwaltung des Flying Blue-Programms, Guido Hackl zum Beweis, dass die kostenlose und freiwillige Mitgliedschaft hauptsächlich für Vielflieger gedacht sei, die alle zwei Monate auf Prämienmeilen verlängernde Aktivitäten durch Newsletter hingewiesen werden, geführt worden. Feststellungen über den beträchtlichen bürokratischen Aufwand und die Zielsetzung des Programms als Treuesystem für Vielflieger, die laufend informiert werden, hätten die Verfallsfrist als sachlich gerechtfertigt und die angefochtene Bestimmung als weder gröblich benachteiligend gemäß § 879 Abs 3 ABGB noch intransparent im Sinne des § 6 Abs 3 KSchG beurteilen lassen.

Ein primärer Verfahrensmangel im Sinne des § 496 Abs 1 Z 2 ZPO kann nur vorliegen, wenn das Erstgericht infolge Zurückweisung von Beweisanträgen andere als die vom Beweisführer behaupteten Tatsachen festgestellt hätte (*Pimmer in Fasching/Konecny<sup>2</sup>, § 496 Rz 57*). Soweit es - wie hier - (gar) keine Feststellungen zu dem von der Beklagten genannten Beweisthema getroffen hat, weil es die monierten Umstände für rechtlich unerheblich

erachtete, wäre im Fall deren Bedeutsamkeit kein primärer, sondern ein der Rechtsrüge zugehöriger sekundärer Feststellungsmangel verwirklicht (vgl *Pimmer*, aaO § 496 Rz 58). Ob die gewünschten Feststellungen relevant sind oder die getroffenen Feststellungen zur rechtlichen Beurteilung der Gesetzmäßigkeit der beanstandeten Klauseln ausreichen, wird daher im Rahmen der Erledigung der Rechtsrüge beurteilt.

Rechtsrüge:

Nach § 6 Abs 3 KSchG ist eine in Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder Vertragsformblättern enthaltene Vertragsbestimmung unwirksam, wenn sie unklar oder unverständlich abgefasst ist. Durch diese Bestimmung wurde die Vertragsklausel-Richtlinie 93/13/EWG umgesetzt und damit ausdrücklich das sogenannte Transparenzgebot für Verbrauchergeschäfte normiert. Dieses soll es dem Kunden ermöglichen, sich aus den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder Vertragsbestandteilen 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 (4 Ob 28/01y; 10 Ob 70/07b mwN). Es soll verhindert werden, dass der Verbraucher durch ein unzutreffendes oder auch nur unklares Bild seiner vertraglichen Position von der Durchsetzung seiner Rechte abgehalten wird (4 Ob 179/02f ua). Daraus kann sich konkret eine Verpflichtung zur Vollständigkeit ergeben, wenn die Auswirkung einer Klausel sonst unklar bliebe (RIS-Justiz RS0115219; 10 Ob 70/07b mwN). Damit soll eine durchschaubare, möglichst klare und verständliche Formulierung Allgemeiner Geschäftsbedingungen sichergestellt werden. 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 (RIS-Justiz RS0115217, RS0115219). Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen müssen also so gestaltet sein, dass sie dem Verbraucher eine klare und verlässliche Auskunft über seine Rechtsposition vermitteln (RIS-Justiz RS0115217 mwN; 8 Ob 119/08w).

Die beanstandete Klausel lässt offen, wann und in welcher konkreten Form eine Information durch die Beklagte erfolgt, eine Verlängerung der Prämienmeilen herbeizuführen. Die Kommunikationsmittel der „FB Kommunikation“ umfassen nach der Begriffsbestimmung Broschüren, News, Briefe, die Website oder Anmeldeformulare der Beklagten. Die Klausel gibt keinen Hinweis darauf, in welchen der zur Verfügung stehenden Kommunikationsmitteln die verlängernden Maßnahmen tatsächlich publiziert werden und wie oft darin eine Information erteilt wird. Sie stellt daher nicht sicher, dass der Konsument verlässlich und rechtzeitig über verlängernde Maßnahmen informiert wird. Die Klausel lässt unklar, was unter „verlängernde qualifizierte Maßnahmen“ zu verstehen ist. Wenn die Berufungswerberin argumentiert, es werde ohnehin ein Newsletter alle zwei Monate über verlängernde Angebote geschickt, so ist der Einwand, eine gesetzwidrige Klausel werde in der Praxis anders gehandhabt, im Verbandsprozess unerheblich (RIS-Justiz RS0121943). Der Hinweis „in der FB-Kommunikation bezeichnet als die Gültigkeit verlängernde, qualifizierte Aktivitäten“, lässt zudem offen, ob die Bedingungen in der zum Zeitpunkt des ursprünglichen Vertragsschlusses gültigen Fassung auf das Vertragsverhältnis Anwendung finden sollen oder aber in der zu jenem

Zeitpunkt gültigen Fassung, zu dem der Kunde seine Prämienmeilen einlösen möchte (vgl 1 Ob 88/14v; 7 Ob 73/15h; 1 Ob 146/15z).

Eine in Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder Vertragsformblättern enthaltene Vertragsbestimmung, die nicht eine der beiderseitigen Hauptleistungen festlegt, ist nach § 879 Abs 3 ABGB nichtig, wenn sie unter Berücksichtigung aller Umstände des Falles einen Teil gröblich benachteiligt. Mit dieser Bestimmung wurde ein bewegliches System geschaffen, in dem einerseits die objektive Äquivalenzstörung und andererseits die „verdünnte Willensfreiheit“ berücksichtigt werden können (RIS-Justiz RS0016914 [T1] [T54]). Ein Abweichen vom dispositiven Recht kann schon dann eine gröbliche Benachteiligung sein, wenn es dafür keine sachliche Rechtfertigung gibt (RIS-Justiz RS0016914 [T2] [T3] [T6]). Dies gilt auch für eine in AGB enthaltene Verkürzung der Verjährungsfrist (7 Ob 75/11x mwN). Es unterliegt demnach sowohl die Vereinbarung einer „Verfallsfrist“ als auch einer „Verjährungsfrist“ der Inhaltskontrolle des § 879 Abs 3 ABGB. Grundsätzlich endet das Recht, mit einem Gutschein aus dem Warensortiment des Ausstellers Waren zu beziehen, innerhalb von 30 Jahren (Eccher, Zur Rechtsnatur des Gutscheins in ÖJZ 1974, 337 [342]; Binder/Kolmasch in Schwimann/Kodek<sup>4</sup>, § 904 ABGB Rz 62; 7 Ob 22/12d; 4 Ob 202/15g). Die Vereinbarung einer kürzeren als der gesetzlichen Verjährungsfrist wird in ständiger Rechtsprechung zwar für zulässig erachtet (RIS-Justiz RS0034782, RS0034404). Uneingeschränkt zulässig soll aber die Fristverkürzung nur dann sein, wenn sie zwischen zumindest annähernd gleich starken Vertragspartnern individuell vereinbart wurde. Verfallsklauseln sind dann sittenwidrig, wenn sie

die Geltendmachung von Ansprüchen ohne sachlichen Grund übermäßig erschweren (RIS-Justiz RS0016688). Je kürzer die Verfallsfrist sein soll, desto triftiger muss der Rechtfertigungsgrund sein (7 Ob 75/11x mwN). Jedenfalls ist eine umfassende Interessenabwägung erforderlich (7 Ob 75/11x, 4 Ob 227/06w, 9 Ob 40/06g, 4 Ob 279/04i).

Der Beklagten ist zuzugestehen, dass ein zur Kundenbindung eingeführtes Rabattprogramm eine freiwillige Leistung ist, sie ist jedoch nicht uneigennützig. Sie verfolgt den Zweck, die Konsumenten an die Fluglinie zu binden und eine Umsatzsteigerung herbeizuführen. Es ist ihr auch beizupflichten, dass sie als Massenförderungsunternehmen im internationalen Verkehr, das wettbewerbsfähig bleiben muss, ein Interesse an einem alsbaldigen Einlösen ihrer ausgegebenen Boni hat und nicht erhebliche Rückstellungen während der dreißigjährigen Verjährungsfrist in ihrer Bilanz bilden möchte. Das Interesse des Kunden besteht jedoch darin, den in Aussicht gestellten Rabatt in Anspruch nehmen und die Prämienmeilen möglichst lange verwerten zu können. Der Kunde hat sich durch das Rabattsystem werben lassen und ist daran interessiert, diese Rückvergütung in einem angemessenen Zeitraum auch realisieren zu können. Die Beklagte erachtet dafür einen Zeitraum von 20 Monaten für die Einlösung als ausreichend.

Die im Arbeitsrecht entwickelte Judikatur, wonach zu kollektiv- und auch einzelvertraglichen arbeitsrechtlichen Ansprüchen eine vereinbarte Verfallsfrist in der Dauer von drei Monaten als übliche Frist und damit nicht als übermäßige Erschwerung der Rechtsverfolgung anzusehen sei (RIS-Justiz RS0016688 [T4, T10, T15, T19, T22, T28, T30 und T34]) und

Verfallsklauseln den Zweck haben, dem Beweisnotstand zu begegnen, in welchem sich der Arbeitgeber bei späterer Geltendmachung befinden würde (RIS-Justiz RS0034417), erfuhr durch die Entscheidung 4 Ob 227/06w eine erhebliche Einschränkung für Verträge außerhalb des Arbeitsrechts. In arbeitsrechtlichen Streitigkeiten ist das die Verfallsfrist auslösende Ereignis in der Regel offenkundig (Ende des Arbeitsverhältnisses oder der Abrechnungsperiode), wobei selbst hier die Berufung auf die Klausel sittenwidrig sein kann, wenn der Arbeitgeber keine ordnungsgemäße Lohnabrechnung übermittelt (RIS-Justiz RS0034487). Für einen Dienstnehmer ist es daher im Regelfall nicht weiter problematisch, sein Verhalten an der Verfallsfrist auszurichten. Demgegenüber kann der letzte Erwerb oder die Verfallsfristverlängerung von Prämienmeilen, so durch den Erwerb von qualifiziert verlängernden Leistungen bei Partnerunternehmen ebenso außer Evidenz geraten wie der Zeitpunkt des Aufladens bei Mobiltelefon-Wertkarten (vgl 4 Ob 227/06w). Dieser Gefahr müsste das Unternehmen durch einen vor dem Ablauf der Verfallsfrist übermittelten Hinweis entgegenwirken. Dadurch wäre gesichert, dass dem Kunden das mögliche Erlöschen seines Restguthabens (seiner Restmeilen) bewusst ist. Es ist zwar richtig, dass anders als bei Gutscheinen, die von Unternehmen ausgegeben werden und zum Bezug bestimmter Leistungen berechtigen, bei Telefonkunden oder wie hier bei Bonusmeilenkunden nicht nur eine generelle Vorsorge in der Bilanz (2 Ob 50/05z), sondern die kontospezifische Speicherung des jeweiligen Guthabens erforderlich ist. Da das Unternehmen jedoch ohnehin die aktuellen Daten auf dem Kundenkonto verwalten muss und laufende elektronische Kommunikation mit seinen Kunden unterhält, stellt ein diesbezügliches Warnsystem ein Mindestanfordernis dar. Das Ausschicken eines

Newsletters an alle Teilnehmer des Bonusprogrammes über das allgemeine Angebot von verlängernden Maßnahmen reicht für diese individuelle Warnung nicht aus.

Im Vergleich zu der Entscheidung 4 Ob 227/06w, wonach eine Warnung über den Verfall von meist geringen Wertkartenguthaben rechtzeitig zu erfolgen hat, dann aber die sechsmonatige Verfallfrist als angemessen angesehen wird, können erworbene Prämienmeilen oft geldwerten Leistungen von mehreren hundert Euro entsprechen.

Darüber hinaus behandelt die Beklagte nach der verwendeten Definition in der Klausel durch Flugleistung angesammelte Prämienmeilen gleich wie zugekaufte Prämienmeilen. Soweit es sich um bei Flügen erworbene Prämienmeilen handelt, die wieder für Flüge eingelöst werden können, handelt es sich um einen „Mengenrabatt“, sofern die Prämienmeilen (zu)gekauft werden, um sie gegen Flüge oder andere Leistungen einzulösen oder weiter zu verschenken, sind sie als Gutscheine zu qualifizieren. Die Beklagte brachte nicht vor, dass die Art des Erwerbs einen Einfluss auf die Verfallsfrist hätte, ein solcher ist der Klausel auch nicht zu entnehmen. Sie gestand zu, dass Prämienmeilen käuflich erworben und verschenkt werden können (ON 5). Unter diesem Aspekt kann die jüngste Judikatur zur Interessenabwägung beim Verfall von Gutscheinen herangezogen werden (7 Ob 22/12d). Das Recht der Beklagten, die Prämienmeilen nach 20 Monaten zu „streichen“, bedeutet, dass der Geldbetrag bei zugekauften Prämienmeilen vom Erwerber ohne durchsetzbare Gegenleistung hingegeben wurde. Zu bedenken ist in diesem Fall, dass der Beklagten der den zugekauften Prämienmeilen (dem Gutschein) entsprechende Geldbetrag vom Erwerber sofort übergeben wird und nach der Verfallsfrist keine Gegenleistung erhält. So kommt der Beklagten bereits am der Verfallsfrist folgenden Tag der

Gesamtbetrag zugute. Sie ist um das Entgelt für die erworbenen Prämienmeilen bereichert, ohne dass es dafür einen sachlich gerechtfertigten Grund gibt. Durch die in der Klausel vorgesehene Verfallsfrist tritt eine gröbliche Benachteiligung des Vertragspartners ein. Es bestehen berechnete Interessen des Gutscheinerwerbers, dass der Gutschein länger als während 20 Monaten eingelöst werden kann. Das Argument, die Prämienmeilen seien nur für Vielflieger gedacht und werden daher ohnehin ständig durch neue Flüge eingelöst, ist nicht überzeugend, zumal das Flying Blue-Programm allen Fluggästen offen steht und Prämienmeilen auch gegen andere Sachleistungen eingelöst werden können. Es ist nicht ungewöhnlich, innerhalb von 20 Monaten keinen (weiteren) Flug bei der Beklagten oder eine Sachleistung von Partnerunternehmen in Anspruch genommen zu haben. Es kann eine Vielzahl von (auch unbeeinflussbaren) Gründen auf Seiten des Gutscheininhabers geben, die ihn daran hindern, die Prämienmeilen innerhalb von 20 Monaten einzulösen. Ein allfälliger bürokratischer Mehraufwand rechtfertigt nicht eine Verkürzung der Verjährungsfrist auf 20 Monate. Die Beklagte muss auch bei einer Verfallsfrist von 20 Monaten, die durch näher zu definierenden Leistungsbezug verlängert werden kann, die Höhe des Meilenstandes und die Dauer der Gültigkeit der Meilen auf dem Meilenkonto administrieren. Es ist der Beklagten zuzugestehen, dass sie sicherlich keine Administration für eine dreißigjährige Evidenzhaltung bereitstellen muss. So wurde eine Verkürzung der Verjährungsfrist bei Thermengutscheinen auf 2 Jahre für zu kurz (7 Ob 22/12d) und bei Reise Gutscheinen auf 5 Jahre für ausreichend erachtet (7 Ob 75/11x; vgl im Ergebnis auch die Entscheidung des deutschen BGHs zu erworbenen Flugmeilen im Flugprämienprogramm vom

28.1.2010: Xa ZR 37/09).

Da die beanstandete Klausel daher gemäß § 879 Abs 3 ABGB und § 6 Abs 3 KSchG nichtig ist, kann die Frage, ob sie bereits einer Geltungskontrolle nach § 864a ABGB nicht standgehalten hätte, auf sich beruhen (vgl. 4 Ob 112/04f).

Der Kläger hat Anspruch auf die begehrte Urteilsveröffentlichung. Anspruchsvoraussetzung ist das „berechtigte Interesse“ (§ 30 Abs 1 KSchG iVm § 25 Abs 3 UWG). Dieses liegt bei der Verbandsklage nach dem KSchG darin, dass die Verbraucher als Gesamtheit das Recht haben, darüber aufgeklärt zu werden, dass bestimmte Geschäftsbedingungen gesetz- und/oder sittenwidrig sind. Gemessen an diesem Zweck ist über die Rechtsverletzung aufzuklären und den beteiligten Verkehrskreisen - also nicht nur den unmittelbar betroffenen Geschäftspartnern, wie die Beklagte meint - Gelegenheit zu geben, sich entsprechend zu informieren, um vor Nachteilen geschützt zu sein (RIS-Justiz RS0121963). Die begehrte Veröffentlichung ist daher angemessen, zumal die Beklagte ihre Geschäftstätigkeit in ganz Österreich entfaltet.

Die Kostenentscheidung gründet sich auf §§ 50, 41 ZPO.

Der Ausspruch über den Wert des Entscheidungsgegenstandes folgt der Bewertung der klagenden Partei.

Die ordentliche Revision ist zulässig, weil die Auslegung von Klauseln in AGB von Geschäftsbranchen, welche regelmäßig für eine größere Anzahl von Kunden von Bedeutung sind, eine erhebliche Rechtsfrage darstellt und die hier behandelte Klausel bisher vom Obersten

Gerichtshof noch nicht zu beurteilen war (vgl. 2 Ob  
142/06f mwN).

Oberlandesgericht Wien  
1011 Wien, Schmerlingplatz 11  
Abt. 4, am 21. April 2016

**Dr. Dorit Primus**  
Elektronische Ausfertigung  
gemäß § 79 GOG