



REPUBLIK ÖSTERREICH
Oberlandesgericht Wien

4 R 52/17x

Im Namen der Republik

Das Oberlandesgericht Wien hat als Berufungsgericht durch die Senatspräsidentin Dr. Primus als Vorsitzende, den Richter Mag. Hofmann und die Kommerzialrätin Schmidt in der Rechtssache der klagenden Partei Verein für Konsumenteninformation, 1060 Wien, Linke Wienzeile 18, vertreten durch die Kosesnik- Wehrle & Langer, Rechtsanwälte KG in Wien, wider die beklagte Partei Ideo Labs GmbH, D-12107 Berlin, Großbeerenstraße 2, vertreten durch Mag. Dr. Lothar Wiltschek, Dr. David Plasser, Dr. Katharina Majchrzak, Rechtsanwälte in Wien, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Gesamtstreitwert EUR 36.000 s.A.) über die Berufung der beklagten Partei gegen das Urteil des Handelsgerichtes Wien vom 16. Jänner 2017, GZ: 57 Cg 46/15p-16, in nicht öffentlicher Sitzung zu Recht erkannt:

Der Berufung wird **nicht Folge** gegeben.

Die beklagte Partei ist schuldig, der klagenden Partei die mit EUR 3.051,12 (darin EUR 508,52 USt) bestimmten Kosten des Berufungsverfahrens binnen 14 Tagen zu ersetzen.

Der Wert des Entscheidungsgegenstandes übersteigt EUR 30.000.

Die ordentliche Revision ist zulässig.

Entscheidungsgründe :

Die Beklagte betreibt Online-Plattformen für Partnersuchende. Dabei bietet sie sowohl ein (praktisch) kostenloses „Schnupperangebot“ für den Zeitraum von 14 Tagen gegen eine marginale Einmal-Zahlung (von EUR 1) als auch kostenpflichtige Vertragsverhältnisse für längere Zeiträume gegen entsprechende Monatsbeiträge, etwa ein „Standardangebot“ für den Zeitraum von 6 Monaten zum Preis von rund EUR 90 pro Monat, an.

Der Kläger ist ein nach § 29 KSchG und § 14 Abs 2 UWG klagebefugter Verband. Mit der vorliegenden Klage wendet er sich gegen die Website- und AGB-Vertragsgestaltung der Beklagten sowie deren Geschäftspraktik damit, an einen praktisch kostenlosen kurz laufenden „Schnuppervertrag“ eine mehrmonatige hochpreisige Folgemitgliedschaft anzuknüpfen. Er strebt mit seinen Unterlassungsbegehren - samt korrespondierendem Begehren auf Urteilsveröffentlichung auf den Websites der Beklagten sowie im redaktionellen Teil einer Samstagsausgabe der bundesweit erscheinenden „Kronen Zeitung“ - an, der Beklagten zu verbieten,

I. (gestützt auf §§ 1 und 2 UWG) auf den von ihr betriebenen Casual Dating-Onlineportalen wie www.dailydate.at und www.dateformore.at den unrichtigen Eindruck zu erwecken, sie böte Kunden eine Mitgliedschaft für einen begrenzten Zeitraum zu einem geringen Preis an, etwa durch Ankündigungen wie „Jetzt 14 Tage testen - Nur für kurze Zeit verfügbar - 14 Tage Schnuppermitgliedschaft für nur 1 EURO“ oder sinngleiche Ankündigungen, wenn sie Kunden, die dieses Angebot annehmen, tatsächlich für eine länger dauernde Mitgliedschaft zu einem höheren Preis, etwa für sechs Monate zu einem Preis von EUR 89,90 monat-

lich verpflichtete;

II. (gestützt auf § 1a UWG) Rücktrittserklärungen von Verbrauchern über Vertragsabschlüsse auf ihren Casualdating-Onlineportalen, wie www.daily-date.at und www.dateformore.at, nicht zu akzeptieren, wenn sie diesen Kunden zuvor eine unrichtige Belehrung über die Voraussetzungen des Rücktrittsrechtes erteilt hat, dies insbesondere durch Verwendung der von ihr vorformulierten - oder einer sinngleichen - Klausel auf ihren Onlinebestellportalen „Ich wünsche ausdrücklich, dass der Anbieter sofort nach dem Kauf ohne Verzögerung mit der Bereitstellung der digitalen Inhalte vor Ablauf der Widerrufsfrist beginnt. Mir ist bekannt, dass ich durch diese Zustimmung mit Bereitstellung der digitalen Inhalte mein Widerrufsrecht verliere“;

III. folgende oder sinngleiche Klauseln zu verwenden oder sich darauf zu berufen:

a) Ich wünsche ausdrücklich, dass der Anbieter sofort nach dem Kauf ohne Verzögerung mit der Bereitstellung der digitalen Inhalte vor Ablauf der Widerrufsfrist beginnt. Mir ist bekannt, dass ich durch diese Zustimmung mit Bereitstellung der digitalen Inhalte mein Widerrufsrecht verliere.

b) Damit ich alle Vorteile ohne Unterbrechung weiternutzen kann, verlängert sich die Mitgliedschaft, sofern ich nicht von meinem Kündigungsrecht, wie in den AGB geregelt, Gebrauch mache, um eine sich daran anschließende reguläre sechsmonatige Premium-Mitgliedschaft für nur EUR 89,90 monatlich.

Dadurch würden insbesondere die Rücktrittsbestimmungen des FAGG verletzt. Zu I. werde dem Verbraucher im Übrigen über ein Schnäppchenangebot für eine 14-tägige

Probenutzung undeutlich und somit auf irreführende Weise sowie mittels unrichtiger Belehrung über seine gesetzlichen Rücktrittsrechte eine teure mehrmonatige Mitgliedschaft unterjubelt. Zu II. sei es eine aggressive Geschäftspraktik iSd § 1a UWG, dass sich die Beklagte ungerechtfertigt weigere, den von Verbrauchern rechtzeitig erklärten Rücktritt zu akzeptieren. Zu III. lit a sei wiederum ein Verstoß gegen die Rücktrittsregelung der §§ 18, 10 und 11 FAGG verwirklicht, zu lit b enthalte die beanstandete AGB-Klausel entgegen § 6 Abs 1 Z 2 KSchG eine Erklärungsfiktion ohne zugleich vorzusehen, dass vor Fristablauf nochmals gesondert auf die Konsequenz der Unterlassung einer Kündigung hingewiesen werde.

Die Beklagte verteidigt ihr Vorgehen als gesetzeskonform und erachtet eine Urteilsveröffentlichung in der „Kronen Zeitung“ als überschießend.

Mit dem angefochtenen Urteil gab das Erstgericht dem Klagebegehren statt. Es traf die auf den Seiten 7 bis 19 der Urteilsausfertigung ersichtlichen Feststellungen, auf die verwiesen wird. In rechtlicher Hinsicht führte es zusammengefasst zu I. aus, aufgrund der Ankündigungen „JETZT 14 Tage testen“, „Gutschein einlösen“, „14 Tage Schnuppermitgliedschaft“, „Ihr persönliches Willkommensgeschenk“, „14 Tage Schnupperangebot Premium nur EUR 1,00 Einmalzahlung“ gehe der Durchschnittsverbraucher davon aus, dass er lediglich ein 14-tägiges Schnupperangebot erhalte und demgemäß auch nur eine 14-tägige Schnuppermitgliedschaft um EUR 1 erwerbe. Ihm werde der Eindruck suggeriert, es handle sich um etwas Unverbindliches, das er probeweise testen könne, ohne weitere finanzielle Verpflichtungen einzugehen. Erst beim letzten Schritt vor dem Vertragsabschluss finde sich im rechten Kasten der

Hinweis, dass die Schnuppermitgliedschaft bei nicht fristgerechter Kündigung automatisch in eine sechsmonatige Premium-Mitgliedschaft um EUR 89,90 monatlich übergehe. Auf der gesamten Website bis unmittelbar vor Vertragsabschluss finde sich somit keine Aufklärung über eine allfällige Verlängerung der Mitgliedschaft, sondern erst kurz vor dem Vertragsabschluss in einem Kästchen, wobei dieses abermals mit der Überschrift „Laufzeit: 14 Tage - Gesamtbetrag: EUR 1,00“ fett hervorgehoben werde und lediglich darunter in Kleindruck die Information über die automatische Verlängerung im Falle unterbleibender Kündigung erfolge. Zur ordnungsgemäßen Aufklärung bedürfe es aber eines ausreichend deutlichen Hinweises. Der kleingedruckte Fließtext auf der rechten Seite reiche dafür nicht. Denn auch ein durchschnittlich informierter und verständiger Verbraucher werde bei Inanspruchnahme eines mehrmals ausdrücklich als „Schnupperangebot für nur EUR 1,00“ bezeichneten Dienstes nicht annehmen, dass sich aus dem Kleingedruckten das Gegenteil des blickfangartig herausgestellten Angebotes ergeben könne. Vielmehr werde ein beträchtlicher Teil solcher Verbraucher den erst auf die eigene Vertragserklärung folgenden Text im Vertrauen auf das ohnehin zugesagte Schnupperangebot nicht lesen. Daran ändere der Hinweis auf die jederzeit auf der Website abrufbaren und unmittelbar vor dem Button „Kaufen“ mit einem Link hinterlegten AGB nichts, da auch dies dem Erfordernis eines ausreichend deutlichen Hinweises nicht entspreche. Davon ausgehend sei die beanstandete blickfangartige Ankündigung jedenfalls zur Irreführung von Verbrauchern iSd § 2 Abs 1 Z 2 und 4 UWG geeignet, sodass der Unterlassungsanspruch schon aus diesem Grund zu Recht bestehe.

Zu II. kam das Erstgericht zum Ergebnis, dass die Beklagte die Erfordernisse des § 18 FAGG für einen Entfall des Rücktrittsrechts, insbesondere die Ausdrücklichkeit der Verbrauchererklärung verfehle. Hiezu sei es erforderlich, dass der Verbraucher seine Erklärung selbst in Worte bzw. Zeichen fasse oder einen gleichwertigen aktiven Erklärungsakt setze. Die vorgefasste Textierung der Beklagten sei somit weder als ausdrückliches Verlangen des Verbrauchers auf sofortige Erbringung der Dienstleistung im Sinne des § 18 Abs 1 Z 1 FAGG noch als seine ausdrückliche Zustimmung zum vorzeitigen Lieferbeginn im Sinne der Z 11 leg cit zu qualifizieren. Demnach habe die Beklagte die Rücktrittserklärung in einem näher dargelegten Fall ([REDACTED]) zu Unrecht zurückgewiesen und somit gegen § 1a UWG verstoßen.

Zu III. widerspreche erstgenannte Klausel - wie zu II. dargelegt - dem § 18 Abs 1 Z 1 iVm §§ 10 und 11 FAGG. Zweiteres enthalte eine Vertragsverlängerung im Wege einer Erklärungsfiktion, verstoße aber gegen das weitere Vereinbarungserfordernis des § 6 Abs 1 Z 2 KSchG, wonach vor Fristablauf nochmals gesondert auf die Bedeutung der Unterlassung einer Kündigung hingewiesen werde.

Die Urteilsveröffentlichung bezwecke, über die Rechtsverletzung aufzuklären und der Weiterverbreitung unwahrer Ansichten entgegenzuwirken. Ausgehend davon, dass ehemalige Vertragspartner der Beklagten gerade nicht mehr auf deren Internetseiten zurückkehren, sei auch eine Veröffentlichung in einem Printmedium erforderlich.

Dagegen richtet sich die Berufung der Beklagten wegen Mangelhaftigkeit des Verfahrens, unrichtiger Beweiswürdigung und unrichtiger rechtlicher Beurteilung mit dem Abänderungsantrag, dem Klagebegehren stattzuge-

ben; hilfsweise wurde ein Aufhebungsantrag gestellt.

Der Kläger beantragt, der Berufung nicht Folge zu geben.

Die Berufung ist nicht berechtigt.

Es ist sogleich auf die Rechtsrüge einzugehen, weil sich damit auch die Tatsachenrüge weitgehend erledigt.

1. Zum Recht auf Vertragsrücktritt nach dem FAGG ist in allseitiger Überprüfung der erstgerichtlichen rechtlichen Beurteilung (Kodek in Rechberger⁴, § 471 Rz 9) vorzuschicken:

1.1. Gemäß § 11 Abs 1 FAGG kann der Verbraucher - soweit hier relevant - von einem Fernabsatzvertrag binnen 14 Tagen ohne Angabe von Gründen zurücktreten. Ein solcher Rücktritt ist nicht nur von Vertragserklärungen möglich, die zur erstmaligen Begründung eines Vertragsverhältnisses zwischen den Vertragsparteien abgegeben werden. Das Rücktrittsrecht steht vielmehr auch dann zu, wenn ein - wie auch immer zustande gekommenes - bestehendes Vertragsverhältnis im Wege eines Fernabsatzvertrages inhaltlich verändert oder verlängert werden soll (Schwarzenegger in Schwimann/Kodek, ABGB Praxiskommentar⁴ § 11 FAGG Rz 6, sowie Stabentheiner, Das neue Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz, VbR 2014/68, 118, jeweils unter Hinweis auf die Gesetzesmaterialien [89 BlgNR 25. GP 34]).

1.2. Gemäß § 18 Abs 1 FAGG hat der Verbraucher - soweit hier primär relevant - kein Rücktrittsrecht bei Verträgen über Dienstleistungen (Z 1) oder über die Lieferung von [...] digitalen Inhalten (Z 11), wenn der Beginn der Leistungen des Unternehmers noch vor Ablauf der Rücktrittsfrist nach § 11 FAGG „auf Grundlage eines ausdrücklichen Verlangens des Verbrauchers nach § 10 sowie einer

Bestätigung des Verbrauchers über dessen Kenntnis vom Verlust des Rücktrittsrechts bei vollständiger Vertragserfüllung" (Z 1) oder „mit ausdrücklicher Zustimmung des Verbrauchers, verbunden mit dessen Kenntnisnahme vom Verlust des Rücktrittsrechts bei vorzeitigem Beginn mit der Vertragserfüllung, und nach Zurverfügungstellung einer Ausfertigung oder Bestätigung nach § 5 Abs 2 oder § 7 Abs 3" erfolgte.

1.3. Die Beklagte knüpft an einen kurzlaufenden (14-tägigen) und nahezu kostenlosen „Schnupper-Vertrag“ - mittels Erklärungsfiktion infolge unterbleibender Kündigungserklärung - einen langlaufenden (sechsmonatigen) kostenintensiven Anschluss-Vertrag an. Wie zu Punkt 1.1. dargelegt, ist demnach zwischen zwei im Fernabsatzweg geschlossenen Verträgen zu differenzieren, nämlich einerseits dem vorangehenden „Schnuppervertrag“ sowie andererseits dem nachfolgenden Standardvertrag. Da das Rücktrittsrecht nach § 11 Abs 1 FAGG und die Frage dessen Entfalls nach § 18 FAGG für jeden dieser beiden Verträge, insbesondere für den in Wahrheit wirtschaftlich allein relevanten Anschlussvertrag gesondert zu beurteilen ist, kann dahingestellt bleiben, ob es sich bei einer solchen Partnervermittlung um Dienstleistungen im Sinne der Z 1 oder um die Lieferung digitaler Inhalte im Sinne der Z 1 des § 18 Abs 1 FAGG handelt, und ob die Beklagte mit ihrer Website- und sonstigen Vertragsgestaltung - wie im bisherigen Verfahren kontrovers argumentiert - die Voraussetzungen für den Entfall des Rücktrittsrechtes nach einer dieser Bestimmungen erfüllt hat. Selbst wenn man dies bejahen wollte, wäre nämlich immer nur der anfängliche „Schnuppervertrag“ betroffen. Hingegen fehlt es hinsichtlich des nachfolgenden Standardvertrags jedenfalls

am ausdrücklichen Verlangen des Verbrauchers (Z 1) oder an seiner ausdrücklichen Zustimmung, verbunden mit der Kenntnisnahme vom Verlust des Rücktrittsrechts (Z 11), dass noch vor Ablauf der Rücktrittsfrist mit der Dienstleistung oder Lieferung begonnen werde.

2. Zu den Begehren im Einzelnen

2.1. Die Berufungswerberin hält der Irreführungseignung ihres Auftritts nach § 2 UWG entgegen, die Kombination aus einer kostenlosen Anmeldung/Registrierung, die bloß einen ein-geschränkten Nutzungszugang gewähre, und einer kostenpflichtigen Premium-Mitgliedschaft, die eine uneingeschränkte Nutzung ermögliche, sei branchenüblich. Mit dieser Branchenübung vertraute Interessenten wüssten daher, dass sie - über die jeweiligen Gratis- und Testangebote hinaus - für einen uneingeschränkten Zugang ein Abonnement zu einem höheren Preis abschließen müssten.

Beides geht am hier zu beurteilenden Sachverhalt vorbei. Die Beklagte differenziert ihren Leistungsumfang gar nicht danach, ob der Kunde eine Test- oder ein Bezahl-Variante wählt. Ihr Schnupperangebot umfasst nämlich keineswegs nur eingeschränkte Zugangsmöglichkeiten, sondern „sofort sämtliche Premium-Vorteile“. Auch steht die inkriminierte Irreführung nicht in Zusammenhang mit Preisunterschieden zwischen Test- und Standardangeboten, sondern in der Erkennbarkeit, ob die anfängliche kostenfreie Testphase mit Zeitablauf endet oder eine kosten-trächtige längere Vertragsbindung entsteht.

Die Berufungswerberin versucht im Übrigen darzulegen, warum ihre Website-Gestaltung ausreichend deutlich sei. Der zentralen Argumentation des Erstgerichtes zur blickfangartigen Darstellung der 14-tägigen Schnuppermitgliedschaft und der im Fließtext vergleichsweise unauf-

fällig gehaltenen Möglichkeit einer daran anschließenden regulären Mitgliedschaft im Wege einer Zustimmungsfiktion hält sie aber nichts Stichhältiges entgegen. Das Berufungsgericht erachtet diese Rechtsausführungen des Erstgerichtes für zutreffend, sodass darauf verwiesen werden kann (§ 500a ZPO).

2.2. Die Berufungswerberin meint, selbst wenn sie, wie ihr das Erstgericht - überdies zu Unrecht - vorwerfe, jenem einen Kunden ([REDACTED]) das Rücktrittsrecht hätte zubilligen müssen, bewirke ein solcher einmaliger Umstand noch keine aggressive Geschäftspraktik im Sinne des § 1a UWG. Im Übrigen habe sie mittels der Urkunden Beilagen ./16 bis ./18 den Beweis angetreten, dass sie „Rücktritte und Vertragsbeendigungen akzeptiere, sofern die Kunden eindeutig zum Erkennen geben, dass sie das kostenpflichtige Online-Angebot gar nicht nutzen wollen und dieses auch tatsächlich nicht nutzen“. Dem Vorwurf einer aggressiven Geschäftspraktik aufgrund einer systematischen Weigerung von Kundenrücktritten fehle daher jede Grundlage. Überdies sei der diesen Kunden ([REDACTED]) betreffende Vorfall gemäß § 20 UWG verjährt, weil der Kläger hievon bereits im Frühjahr 2015 erfahren, die Klage aber erst am 2.11.2015 eingebracht habe. Letztlich wiederholt die Berufungswerberin ihre Rechtsauffassung, dass sich das Rücktrittsrecht allein nach Z 11 des § 18 Abs 1 FAGG beurteile, die für den Wegfall erforderlichen Erklärungen ausreichend vorlägen und das weiters normierte Kriterium, wonach der Unternehmer auch eine Bestätigung hierüber auszustellen habe, unionsrechtswidrig umgesetzt sei.

All dem kann schon in Hinblick auf die einleitenden Rechtsausführungen in Punkt 1. kein Erfolg zukommen:

Die Besonderheit des vorliegenden Falles ist, dass mit dem „Schnupperanbot“ zunächst ein bloß 14-tägiges Vertragsverhältnis zu einem marginalen (Anlock-)Preis verbunden ist (der allerdings der Beklagten immerhin Konto- oder Kreditkarteninformationen des Verbrauchers verschafft). Mangels ins Gewicht fallender Kostenbelastung wird kaum ein Interesse bestehen, Rücktrittsrechte zu ersterem „Schnuppervertrag“ wahrzunehmen. Dem entsprechend ist auch den verfahrensgegenständlichen Rücktrittserklärungen vor allem ein Widerspruch gegen die kosten-trächtige Anschlussmitgliedschaft zu entnehmen. Von diesem - zweiten - Vertragsverhältnis durften sämtliche Kunden der Sachverhaltsfeststellungen jedenfalls zurücktreten, weil ihnen mangels darauf bezogener ausdrücklicher Erklärungen das Rücktrittsrecht nach § 18 FAGG jedenfalls zustand. Dass dieses Rücktrittsrecht wegfielen, wenn der Kunde gewisse Umstände nicht (in den Worten der Beklagten) „eindeutig zum Erkennen gebe“, widerspricht der klaren und zwingenden Rechtslage. Wenn die Beklagte behauptet, sie billige derartigen Kunden den Rücktritt faktisch ohnehin zu, knüpft sie damit nämlich sehr wohl ein gewisses Erklärungsverhalten der Verbraucher an die Akzeptanz der Rücktritte, obwohl den Verbrauchern das Rücktrittsrecht bedingungslos zusteht.

Davon betroffen sind sämtliche auf diese Art eingegangenen Kundenbeziehungen, sodass es weder auf anderweitige Details der nachträglichen Korrespondenz (und die in diesem Zusammenhang erhobene Beweisrüge) noch auf die Frage der Verjährung im Fall jenes einen vom Erstgericht herausgegriffenen Kunden ankommt. Vielmehr erweist sich das Unterlassungsgebot in Ansehung der rechtswidrigen Geschäftspraktik nach § 1a UWG jedenfalls im Ergebnis als

zutreffend, sodass die Berufung auch insoweit erfolglos bleibt.

2.3. Die Berufungswerberin wiederholt, dass nicht § 18 Abs 1 Z 1 FAGG, sondern Z 11 leg cit anzuwenden sei. Auch übersehe das Erstgericht, dass der Text in Spruchpunkt 3.a keine gesonderte Vertragsklausel enthalte, sondern damit die Zustimmung des Verbrauchers und dessen Kenntnisnahme vom Verlust des Rücktrittsrechts eingeholt werden solle. Die Verwendung dieser gesetzlich vorgeschriebenen Erklärungen könne nicht untersagt werden, andernfalls wäre die Beklagte auch künftig bei jeder Bereitstellung digitaler Online-Inhalte faktisch daran gehindert, die Zustimmungs- und Kenntnisnahmeerklärungen einzuholen. Dem kann nicht gefolgt werden:

Die Berufungswerberin hält den erstgerichtlichen Argumenten, warum die von ihr selbst stammende klauselmäßige Textierung eine gebotene ausdrückliche Erklärung des Verbrauchers nicht zu ersetzen vermag, nichts entgegen. Stellt sich die angegriffene Formulierung somit als Versuch dar, eine ausdrückliche Verbrauchererklärung mittels vorformulierter Klausel auf gesetzwidrige Weise zu substituieren, bestehen am Verbot ebendieser Klausel zu Punkt 3.a des erstgerichtlichen Spruches keine Bedenken. Auch insofern ist auf die zutreffenden Ausführungen des Erstgerichtes zu verweisen (§ 500a ZPO).

Gegen das Verbot zu Punkt 3.b des erstgerichtlichen Spruches wendet sich die Berufungswerberin in der Tatsachenrüge insofern, als sie die Kunden im Einklang mit Pkt 6.4. der AGB - wie mit „Ersatzfeststellung“ begehrt - nach Vertragsschluss und rechtzeitig vor Ablauf des Schnupper-Abos auf die Bedeutung einer nicht frist- und formgerechten Kündigung hingewiesen habe. Dem ist voraus-

zuschicken, dass der Inhalt unstrittiger Urkunden - hier: der AGB Beilagen ./2a und ./2b - der Entscheidung ohnehin zugrunde zu legen ist (stRsp, 2 Ob 36/14d, 2 Ob 204/10d uva; RIS-Justiz RS0121557 T3), sodass sich die Frage einer „Ersatzfeststellung“ oder eines sekundären Verfahrensmangels nicht stellt. Im Übrigen ist den Berufungsausführungen Folgendes entgegenzuhalten:

Wirksamkeitserfordernis einer Verlängerungsfiktion ist es, dass der in § 6 Abs 1 Z 2 KSchG vorgesehene Hinweis des Verwenders in die Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder Vertragsformblätter selbst aufgenommen ist (jüngst etwa 7 Ob 52/17y). Dem wird die Klausel zu Punkt 3.b des Unterlassungsgebotes, so wie sie beim Bestellvorgang aufscheint (Beilagen ./i und ./J) nicht gerecht. Die von der Berufungswerberin ins Treffen geführten anderweitigen Formulierungen in Punkt 6 der AGB ändern daran nichts. Die an der inkriminierten Stelle unvollständige und daher gesetzwidrige Klausel wird schon in Hinblick auf das Transparenzgebot des § 6 Abs 3 KSchG nicht dadurch gesetzeskonform, dass an gänzlich anderer, gesondert aufzurufender Stelle eine weiter reichende Klausel zu diesem Themenbereich aufscheint.

2.4. Die Berufungswerberin bekämpft die zuerkannte Urteilsveröffentlichung auch in einem Printmedium als überschießend, insbesondere weil sich die Werbung auf das Internet beschränkt habe.

Der OGH konnte erst jüngst in einem Verbandsverfahren gegen ein Online-Partnervermittlungsinstitut kein Argument gegen die hier wie dort zugesprochene Urteilsveröffentlichung in der „Kronen-Zeitung“ erkennen, dies insbesondere im Hinblick auf den Zweck der Urteilsveröffentlichung, über die Rechtsverletzung aufzuklären und

den beteiligten Verkehrskreisen Gelegenheit zu geben, sich entsprechend zu informieren, um vor Nachteilen geschützt zu sein (4 Ob 80/17v vom 24.08.2017). Im vorliegenden Fall kann nichts anderes gelten. Der vom Erstgericht zugebilligte Veröffentlichungsumfang ist somit gleichermaßen zutreffend (§ 500a ZPO).

Der Berufung musste daher ein Erfolg versagt bleiben.

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

Der Ausspruch nach § 500 Abs 2 Z 1 ZPO folgt der Bewertung der klagenden Partei. Die ordentliche Revision war zuzulassen, weil noch keine Judikatur des OGH darüber besteht, ob - im Sinne der auf die Gesetzesmaterialien gestützten Lehrmeinungen - der Übergang einer kurzfristigen und (nahezu) kostenlosen Vertragsbeziehung in eine längerfristige und kostenträchtige Vertragsbeziehung zu einer jeweils gesonderten Beurteilung des Rücktrittsrechts nach §§ 11, 18 FAGG führt. Dies ist eine Rechtsfrage von erheblicher Bedeutung iSd § 502 Abs 1 ZPO.

Oberlandesgericht Wien
1011 Wien, Schmerlingplatz 11
Abt. 4, am 28. September 2017

Dr. Dorit Primus

Elektronische Ausfertigung
gemäß § 79 GOG