



Im Namen der Republik

Das Oberlandesgericht Wien hat durch den Senatspräsidenten Dr. Dallinger als Vorsitzenden sowie die Richter Dr. Teply und Dr. Kikinger in der Rechtssache der klagenden Partei **Bundeskammer für Arbeiter und Angestellte**, Prinz-Eugen-Straße 20-22, 1040 Wien, vertreten durch Dr. Walter Reichholf, Rechtsanwalt in Wien, wider die beklagte Partei **Amazon EU S.a.r.l.**, Rue Plaetis 5, L-2238 Luxembourg, Luxemburg, vertreten durch DORDA Rechtsanwälte GmbH in Wien, wegen Unterlassung (EUR 54.500,--) sowie Urteilsveröffentlichung (EUR 9.000,--) über die Berufung der beklagten Partei (Berufungsinteresse: EUR 42.350,--) gegen das Urteil des Handelsgerichtes Wien vom 12. Juli 2018, 30 Cg 22/15k-20, in nichtöffentlicher Sitzung zu Recht erkannt:

Der Berufung wird **teilweise Folge** gegeben.

Das angefochtene Urteil, das in seinen Spruchpunkten 1., 3.2., 3.5. und 3.10. unangefochten in Rechtskraft erwachsen ist, wird in seinen Spruchpunkten 2., 3. (Leistungsfrist), 3.4. und 3.8. dahingehend abgeändert, dass es insoweit zu lauten hat wie folgt:

„2. Das (Haupt)Begehren, die beklagte Partei sei schuldig, es im geschäftlichen Verkehr mit Verbrauchern in Österreich zu unterlassen, gegenüber Kunden, die den Webshop der Beklagten mit den Webadressen www.amazon.de

und www.amazon.at bzw. eine an deren Stelle tretende Adresse über die Webadresse www.amazon.at bzw. eine an deren Stelle tretende Adresse aufsuchen, den Verkaufspreis der angebotenen Waren und Dienstleistungen als Gesamtpreis, der nicht unter Berücksichtigung der in Österreich geltenden Umsatzsteuersätze, sondern insbesondere der in Deutschland geltenden Umsatzsteuersätze kalkuliert ist, anzugeben und den tatsächlich zu zahlenden Gesamtpreis, insbesondere den unter Berücksichtigung der in Österreich geltenden Umsatzsteuersätze zu zahlenden Gesamtpreis, erst in einer späteren Phase des Bestellvorganges, insbesondere unmittelbar vor Vornahme des Bestellvorgangs, anzugeben, wird **abgewiesen**.

2a) Die beklagte Partei ist schuldig, es im geschäftlichen Verkehr mit Verbrauchern in Österreich zu unterlassen, gegenüber Kunden, die den Webshop der beklagten Partei mit den Webadressen www.amazon.de und www.amazon.at bzw. eine an deren Stelle tretende Adresse über die Webadresse www.amazon.at bzw. eine an deren Stelle tretende Adresse aufsuchen, den Verkaufspreis der angebotenen Waren und Dienstleistungen als Gesamtpreis, der nicht unter Berücksichtigung der in Österreich geltenden Umsatzsteuersätze, sondern insbesondere der in Deutschland geltenden Umsatzsteuersätze kalkuliert ist, anzugeben, ohne den Kunden auch auf diesen Umstand klar und transparent im Zusammenhang mit der Angabe des Gesamtpreises hinzuweisen und den tatsächlich zu zahlenden Gesamtpreis, insbesondere den unter Berücksichtigung der in Österreich geltenden Umsatzsteuersätze zu zahlenden Gesamtpreis, erst in einer späteren Phase des Bestellvorganges, insbesondere unmittelbar vor Vornahme des Bestellvorgangs, anzugeben.

3. Die beklagte Partei ist schuldig, die Verwendung der nachstehend genannten Klauseln oder sinngleicher Klauseln in Allgemeinen Geschäftsbedingungen und Vertragsformblättern im geschäftlichen Verkehr mit Verbrauchern binnen drei Monaten zu unterlassen und es weiters zu unterlassen, sich auf diese oder sinngleiche Klauseln zu berufen, soweit diese unzulässigerweise vereinbart worden sind:

...

4. Einschränkungen:

Gutscheine, einschließlich etwaiger unverbrauchter Teilbeträge, verfallen zehn Jahre nach Ausgabe des Gutscheins. **Wie in Abschnitt 7 (s.u.) aufgeführt, sind solche Gutscheine hievon ausgenommen, die vor dem 1.7.2014 ausgestellt wurden.**

8. 7. bereits abgelaufene Gutscheine

Ungeachtet des angegebenen Verfallsdatums können Gutscheine, die am oder nach dem 01.07.2014 ausgestellt wurden, bis zum Ende des zehnten Jahres nach Ausgabe des Gutscheines für den Kauf der zugelassenen Produkte eingelöst werden. **Alle Gutscheine, die vor dem 1.7.2014 ausgestellt wurden, verfallen laut den angegebenen Bedingungen.**"

Im Übrigen wird der Berufung **nicht Folge** gegeben.

Die beklagte Partei ist schuldig, der klagenden Partei die mit EUR 3.077,50 (darin enthalten EUR 512,90 an USt) bestimmten Kosten des Verfahrens binnen 14 Tagen zu ersetzen.

Der Wert des Entscheidungsgegenstandes (Unterlassungs- samt zugehörigem Veröffentlichungsbegehren) übersteigt, soweit es die Überprüfung der AGB (§ 28 KSchG) betrifft, EUR 30.000,-- (I.), im Übrigen (II.) EUR

5.000,-- nicht aber EUR 30.000,--.

Die ordentliche Revision ist zu I. **nicht zulässig**,
hingegen zu II. **zulässig**.

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

Die Klägerin ist ein klagebefugter Verein im Sinne
des § 29 Abs 1 KSchG.

Die Beklagte ist eine im luxemburgischen Handels-
register eingetragene Gesellschaft nach luxemburgischen
Recht, die ihren Versandhandel im Internet auf der Web-
seite www.amazon.de betreibt. Mit dieser Webseite richtet
sich die Beklagte auch an Kunden in Österreich, wo sie
keine Niederlassung hat.

Im Rahmen ihrer geschäftlichen Tätigkeit (Versand-
handel) schließt die Beklagte regelmäßig Verträge mit
Verbrauchern ab, die ihren Wohnsitz bzw. ihren gewöhnli-
chen Aufenthalt in Österreich haben. Diesen Verträge legt
sie ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen zugrunde, die -
soweit noch Gegenstand des Berufungsverfahrens - lauten
wie folgt:

„1. Unterseite amazon.de: Amazon Prime

*Nach Ende Ihrer Probemitgliedschaft kostet Prime EUR
49,00/Jahr. Sie können Ihre Probemitgliedschaft
jederzeit stornieren.*

**Unterseite amazon.de Hilfe: Sich für die kostenlose
Prime-Probemitgliedschaft anmelden**

*Auch wenn die Probemitgliedschaft kostenlos ist,
benötigen wir Ihre Zahlungsdaten, um die Mitgliedschaft
gegebenenfalls nach Ende des Probezeitraumes automatisch
zu verlängern. Weitere Informationen finden Sie unter
Automatische Verlängerung der Prime-Mitgliedschaft deak-
tivieren.*

amazon.de Hilfe: Automatische Verlängerung Ihrer

Amazon Prime Mitgliedschaft

Wenn Sie sich für Amazon Prime anmelden, wird in Ihren Einstellungen automatisch hinterlegt, dass sich Ihre Mitgliedschaft jedes Jahr automatisch verlängert. Sie können die automatische Verlängerung bereits während der kostenlosen Prime-Probemitgliedschaft deaktivieren.

.....

Anmerkung: Falls Sie die Verlängerung der Probemitgliedschaft nicht deaktivieren, werden Sie nach Ablauf des Probezeitraums automatisch reguläres Prime-Mitglied und wir buchen den Jahresbeitrag in Höhe von EUR 49,00 ab.

Amazon Prime-Teilnahmebedingungen

Laufzeit;...

Amazon Prime ist ein unbefristetes Dauerschuldverhältnis. ...

Probe- oder Werbemitgliedschaften

Bestimmten Kunden bieten wir von Zeit zu Zeit Probe- oder sonstige Werbemitgliedschaften an, etwa mit einem kostenlosen Probe- oder Werbemonat vorab, die ebenfalls den vorliegenden Bedingungen unterliegen, soweit in den Werbeangeboten nicht etwas anderes geregelt ist. Probe- und Werbemitglieder können jederzeit unter Mein Konto oder über eine sonstige zur Verfügung stehende Kontaktmöglichkeit kündigen, womit die entsprechende Mitgliedschaft beendet wird. Für den jeweiligen Probe- oder Werbezeitraum fallen keine Mitgliedsgebühren an.

...

3. Amazon.de Geschenkgutscheine und Geschenkkarten sind bis zum Ende des dritten Jahres nach Kauf des Gutscheines einlösbar („Ablaufdatum“).

4. 2. Einschränkungen:

Gutscheine, einschließlich etwaiger unverbrauchter Teilbeträge, verfallen zehn Jahre nach Ausgabe des Gutscheines. Wie in Abschnitt 7 (s.u.) aufgeführt, sind solche Gutscheine hiervon ausgenommen, die vor dem 01.07.2014 ausgestellt wurden.

...

6. Wir behalten uns das Recht vor, diese Bedingungen jederzeit nach unserem Ermessen abzuändern.

7. Alle Bedingungen sind im gesetzlich zulässigen Umfang anwendbar.

8. 7. Bereits abgelaufene Gutscheine:

Ungeachtet des angegebenen Verfallsdatums können Gutscheine, die am oder nach dem 01.07.2014 ausgestellt wurden, bis zum Ende des zehnten Jahres nach Ausgabe des Gutscheines für den Kauf der zugelassenen Produkte eingelöst werden. Alle Gutscheine, die vor dem 01.07.2014 ausgestellt wurden, verfallen laut den angegebenen Bedingungen.

9. Änderungen der Bedingungen und des Leistungsumfangs

Wir sind berechtigt, die vorliegenden Bedingungen und den Leistungsumfang von Amazon Prime nach eigenem Ermessen zu ändern. Wenn wir diese Bedingungen oder den Leistungsumfang ändern, setzen wir sie über die Änderungen in Kenntnis. Sie haben dann das Recht, den Änderungen der Bedingungen zu widersprechen. Wenn sie den Änderungen widersprechen möchten, teilen Sie uns dies per E-Mail, Telefax oder Schreiben binnen 14 Tagen mit. Jedes Mal, wenn wir Sie über Änderungen in Kenntnis setzen, erinnern wir Sie an Ihr Recht, den Änderungen zu widersprechen. Widersprechen Sie der Änderung nicht, gilt dies als ihre Zustimmung zu den jeweiligen Änderungen und der geänder-

ten Fassung der Bedingungen.“

Mit ihrer Klage vom 22.4.2015 begehrte die **Klägerin** - soweit noch Gegenstand des Berufungsverfahrens - von der Beklagten die Unterlassung der aus dem Spruchpunkt 2) ersichtlichen Geschäftspraktik sowie der Verwendung obiger Klauseln und stellte jeweils ein entsprechendes Urteilsveröffentlichungsbegehren. Das jeweils bezug-habende Vorbringen wird im Rahmen der Behandlung der Berufung - soweit von Relevanz - wiedergegeben.

Die **Beklagte** bestritt das Klagebegehren und beantragte dessen kostenpflichtige Abweisung. Ihr Vorgehen sowie die angefochtenen Klauseln seien rechtskonform. Das entsprechende Vorbringen wird - soweit erforderlich - ebenfalls bei Behandlung der einzelnen Berufungspunkte dargelegt.

Mit dem angefochtenen **Urteil** gab das **Erstgericht** der Klage vollinhaltlich statt. Es traf die auf den Urteils-seiten 15-24 getroffenen, eingangs bereits auszugsweise wiedergegebenen Sachverhaltsfeststellungen, auf die im Übrigen zur Vermeidung von Wiederholungen verwiesen wird. Rechtlich folgerte das Erstgericht, die Geschäftspraktik (Spruchpunkt 2.) sei irreführend iSd § 2 UWG. Die angefochtenen Klauseln verstießen teils gegen § 6 Abs 1 Z 2 KSchG (Spruchpunkt 3.1.), § 6 Abs 3 KSchG (Spruchpunkte 3.1., 3.6., 3.7.) und § 6 Abs 2 Z 3 KSchG (Spruchpunkt 3.9.) teils seien sie gröblich benachteiligend iSd § 879 Abs 3 ABGB (Spruchpunkte 3.3., 3.4. und 3.8).

Gegen dieses Urteil richtet sich die fristgerechte **Berufung der Beklagten** wegen Mangelhaftigkeit des Verfahrens, Aktenwidrigkeit, unrichtiger Sachverhaltsfeststellung aufgrund unrichtiger Beweiswürdigung sowie unrichtiger rechtlicher Beurteilung mit dem Antrag, das Klagebe-

gehren in den angefochtenen Punkten (2. [Preisinformation], 3.1. [Vertragslaufzeit], 3.3., 3.4. und 3.8. [Gutscheinlaufzeit], 3.6. und 3.9. [Änderungsvorbehalt], 3.7. [Anwendbarkeit im gesetzlich zulässigen Umfang], sowie 4. und 5. [Urteilsveröffentlichung]) abzuweisen und die Klägerin zum Kostenersatz zu verpflichten.

Die Klägerin beantragt, der Berufung nicht Folge zu geben.

Die Berufung ist teilweise berechtigt.

1. Preisinformation (Spruchpunkt 2.)

1.1. Die Klägerin brachte im Wesentlichen vor, die Beklagte werbe in ihrem Webshop mit einem auf Grundlage der deutschen Umsatzsteuer kalkulierten Gesamtpreis. Erst auf der den Bestellvorgang abschließenden Seite, unmittelbar bevor der Kunde seine Bestellung finalisiere, erscheine der erhöhte Preis, der sich aus der unterschiedlichen Umsatzsteuer in Österreich ergebe. Es handle sich dabei um eine irreführende Geschäftspraktik iSd § 2 Abs 1 UWG, weil wesentliche Informationen über den Preis bzw. die Preisbildung auf unklare und unverständliche Weise oder gar nicht bereitgestellt würden.

1.2. Die Beklagte bestritt und brachte im Wesentlichen vor, der für Österreich geltende Preis werde ab dem Zeitpunkt im Kaufprozess angezeigt, an dem sich der Kunde über den Button „Zur Kasse gehen“ in den sogenannten Check-out-Bereich begeben und dort der Versand an eine österreichische Lieferadresse eingegeben werde. Erst zu diesem Zeitpunkt sei für das System das Zielland und daher die Höhe der Umsatzsteuer identifizierbar. Der Preis ändere sich lediglich marginal. Der höhere Preis für österreichische Kunden werde nochmals auf der finalen Check-out-Seite vor der eigentlichen Käuferklärung im

direkten Naheverhältnis zum Button „Jetzt kaufen“ angezeigt. Das Klagebegehren sei überschießend, weil es nur dann Platz greifen könne, wenn der Verbraucher die Seite www.amazon.at aufgerufen und dann auf die Seite www.amazon.de weitergeleitet werde. Bei direktem Aufruf der deutschen Seite müsse sich der Nutzer bewusst sein, dass die dort angezeigten Preise der deutschen Mehrwertsteuer unterliegen. Die Beklagte habe dennoch, um die Transparenz zu verbessern, nach Einbringung der Klage die Preisangabe derart verdeutlicht, dass dort darauf hingewiesen werde, dass der Gesamtpreis inklusive deutscher Umsatzsteuer zu verstehen sei. Unter dem Link „Weitere Informationen“, werde dies nochmals klargestellt und darauf hingewiesen, dass der Endpreis von der tatsächlichen Umsatzsteuer abhängig sei und bei Bestellungen aus dem EU-Ausland die deutsche Umsatzsteuer abgezogen und die für das Bestimmungsland gültige Umsatzsteuer berechnet werde. Der Endpreis sei dann auf der letzten Seite des Bestellformulars ersichtlich. Durch diese proaktive Umsetzung bestehe selbst bei der irrigen Annahme eines Verstoßes gegen § 2 UWG keine Wiederholungsgefahr mehr.

1.3.1. Vorab ist festzuhalten, dass - auch nach dem insoweit unbestritten gebliebenen Vorbringen der Berufungswerberin in erster Instanz (S 2 in ON 18) - die Änderung des Internetauftritts der Beklagten durch die Aufnahme des Hinweises beim Gesamtpreis *„Alle Preisangaben inkl. deutscher Ust. Weitere Informationen“* erst nach Einbringung der Klage erfolgte.

Die bloß faktische Änderung der Geschäftspraktik nach Einleitung des Verfahrens unter Beibehaltung des Rechtsstandpunktes, wonach auch der zuvor praktizierte Internetauftritt rechtskonform sei, vermag die Wiederho-

lungsgefahr aber nicht zu beseitigen (RIS-Justiz RS011907 [T5, T6]).

Soweit die Beklagte in diesem Zusammenhang daher der Rechtsrüge zuzuordnende (RIS-Justiz RS0043283) fehlende Feststellungen zum genauen Inhalt der „Weiteren Informationen“ rügt, übersieht sie, dass auch diese erst nach Klagseinbringung aufgenommen wurden und angesichts der nach wie vor verfolgten Verteidigung ihres zuvor praktizierten Internetauftritts die Wiederholungsgefahr nicht beseitigen könnten.

1.3.2. Sowohl nach der Rechtslage vor als auch nach der UWG-Novelle 2007 ist beim Irreführungstatbestand zu prüfen, wie ein durchschnittlich informierter und verständiger Interessent für das Produkt, der eine dem Erwerb solcher Produkte angemessene Aufmerksamkeit aufwendet, die strittige Ankündigung versteht, ob dieses Verständnis den Tatsachen entspricht, und ob eine nach diesem Kriterium unrichtige Angabe geeignet ist, den Kaufinteressenten zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er sonst nicht getroffen hätte (RIS-Justiz RS0123292).

Nach § 5 ECG sind Preise, sofern sie in Diensten einer Informationsgesellschaft angeführt werden, so auszuzeichnen, dass sie ein durchschnittlich aufmerksamer Betrachter leicht lesen und zuordnen kann. Es muss eindeutig erkennbar sein, ob die Preise einschließlich der Umsatzsteuer sowie aller sonstigen Abgaben und Zuschläge ausgezeichnet sind (Bruttopreise) oder nicht (3 Ob 25/12s = RdW 2012, 520).

Gemäß § 4 Abs 1 Z 4 FAGG muss der Unternehmer einen Verbraucher, bevor er durch einen Vertrag oder seine Vertragserklärung gebunden ist, in klarer und verständlicher

Weise unter anderem über den Gesamtpreis der Ware einschließlich aller Steuern, wenn aber der Preis aufgrund der Beschaffenheit der Ware vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden kann, die Art der Preisberechnung informieren.

Der Verbraucher hat diese Informationen zu erhalten, bevor er durch einen Vertrag oder seine Vertragserklärung gebunden ist. Eine Frist, die zwischen der Informationserteilung und der Willenserklärung des Verbrauchers zu liegen hätte, besteht nicht. Entscheidend ist, dass dem Verbraucher ausreichend Zeit zur Verfügung stehen muss, die Informationen ohne Druck zur Kenntnis zu nehmen und zu verarbeiten, um auf ihrer Grundlage eine Entscheidung treffen zu können (*Dehn in Schwimann/Kodek, ABGB Praxis-kommentar*⁴, § 4 FAGG Rz 3).

Der Berufungswerberin ist - entgegen der Ansicht des Erstgerichtes - zwar zuzugestehen, dass § 5 ECG entsprechend im unmittelbaren Zusammenhang zum Gesamtbetrag eindeutig darauf hingewiesen wird, dass sich die Preise inklusive Umsatzsteuer verstehen und der Verbraucher iSd § 4 FAGG auch noch vor Abgabe seiner Vertragserklärung über den (richtigen) Gesamtpreis aufgeklärt wird. Daraus ist für ihren Standpunkt aber noch nichts gewonnen.

Auch unvollständige Angaben verstoßen gegen das Verbot irreführender Geschäftspraktiken, wenn durch das Verschweigen wesentlicher Umstände ein falscher Gesamteindruck hervorgerufen wird, der geeignet ist, die Adressaten der Werbung zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die sie sonst nicht getroffen hätten. Das gilt auch dann, wenn die beanstandete Aussage bei isolierter Betrachtung wahr ist (RIS-Justiz RS0121669 [T8; T9]). Der beim Gesamtpreis enthaltene Hinweis „Alle

Preisangaben inkl Ust“ ist zwar zutreffend, lässt aber offen, ob damit bereits die für den jeweiligen Kunden maßgebliche Umsatzsteuer oder aber – wie dies tatsächlich der Fall ist – lediglich die für Deutschland geltende Umsatzsteuer gemeint ist. Aus der bloßen Tatsache, dass Verbraucher bewusst eine grenzüberschreitende Webseite aufsuchen und die Umsatzsteuersätze nicht vereinheitlicht sind, kann – bedenkt man auch die bestehenden technischen Möglichkeiten (z.B.: „Geotargeting“ im E-Commerce), deren Einsatz jedoch für Kunden nicht nachvollziehbar ist – noch nicht darauf geschlossen werden, dass einem durchschnittlich aufmerksamen Verbraucher ohne jeglichen Hinweis bewusst wäre, dass der angegebene Preis für ihn nicht (end)gültig ist. Die Preisangabe ist daher unvollständig und auch geeignet, die Kaufentscheidung von Verbrauchern zu beeinflussen.

Der zu zahlende Preis für ein Produkt ist eines der wesentlichsten Kriterien für die Auswahlentscheidung des Verbrauchers. Eine Preiswerbung darf daher dem Kunden nicht über das Ausmaß des zu zahlenden Entgelts täuschen (4 Ob 107/15m = VbR 2015, 196). Der Werbende hat gegenüber dem Verbraucher den Preis einschließlich aller (tatsächlich auch anfallenden) Steuern und Abgaben anzugeben. Ist die Bekanntgabe des Preises vernünftigerweise nicht im Voraus möglich, hat der Werbende über die Art seiner Preisberechnung zu informieren (*Anderl/Appl* in *Wiebe/Kodek*, UWG² § 2 Rz 535).

Die Preisgestaltung stellt gerade im Internetver- sandhandel einen ganz wesentlichen Umstand für die Kauf- entscheidung der Kunden dar. Aufgrund der Breite des Angebotes sowie der einfachen Vergleichsmöglichkeiten sind bereits geringfügige Abweichungen im Kaufpreis unter

verschiedenen Anbietern geeignet, die Kaufentscheidung von Kunden zu beeinflussen.

Die Beklagte ist daher gehalten, die von ihr beworbenen Produkte für einen durchschnittlich aufmerksamen Betrachter derart zu kennzeichnen, dass dieser entweder den für ihn tatsächlich maßgeblichen Bruttogesamtpreis oder - sollte dies im Voraus nicht möglich sein - die Art der Preisberechnung klar und deutlich entnehmen kann. Diesen Anforderungen wird die Preisangabe der Beklagten nicht gerecht.

Vielmehr ändert sich der ursprünglich angegebene (Brutto)Gesamtpreis nach Eingabe der Lieferadresse - wenn auch noch vor dem Bestellvorgang - ohne dass der Verbraucher auf die Tatsache der Änderung des Preises oder den Grund dafür gesondert hingewiesen oder aufgeklärt wird. Damit ist aber die Preisgestaltung nicht ohne weiters nachvollziehbar.

Überdies ist davon auszugehen, dass bereits durch die Angabe des ersten Preises das Interesse der Kunden geweckt wird und dieser auch zumindest eine erste Grundlage für allfällige Preisvergleiche bildet, auch wenn die tatsächliche, rechtsverbindliche Kaufentscheidung erst später, zu einem Zeitpunkt, zu dem der aufgrund der eingegebenen Lieferadresse richtige Bruttopreis angegeben ist, erfolgt.

Mag auch die Preisabweichung - bedingt durch den in der Regel geringen Unterschied zwischen der deutschen und der österreichischen Umsatzsteuer - lediglich geringfügig sein, so kommt gerade der Preisgestaltung im Onlineversandhandel aufgrund des breiten Angebotes sowie der guten Vergleichbarkeit eine ganz wesentliche Bedeutung zu, sodass auch bereits bloß geringfügige Preisunterschiede

entscheidend und maßgeblich sein können.

1.3.3. Berücksichtigt man diese Überlegungen kommt es entgegen den Ausführungen der Berufungswerberin auch nicht darauf an, ob der für österreichische Verbraucher letztlich maßgebliche Preis bereits im Ceck-out-Prozess nach Eingabe der Lieferadresse (US 19) oder aber erst auf der Seite mit dem Button „Jetzt kaufen“ (US 18) aufscheint. Das Erstgericht stellt – entgegen der Argumentation der Berufungswerberin in ihrer in diesem Zusammenhang erhobenen Beweisrüge – im Rahmen seiner wörtlichen Beschreibung des Bestellvorganges (US 18) auch gar nicht fest, dass der höhere Preis erstmals auf der Seite mit dem Button „Jetzt kaufen“ aufscheint. Die genaue Abfolge des Bestellvorganges ergibt sich vielmehr ohnehin aus den aus Screenshots bestehenden, folgenden Feststellungen (US 19 f), auf die auch die Berufungswerberin hinweist.

1.3.4. Soweit die Beklagte argumentiert, dass sich das Unterlassungsbegehren zu Unrecht auch auf die Website www.amazon.de beziehe, weil sich diese Seite an deutsche Verbraucher richte und jedem Verbraucher, der eine ausländische Seite aufrufe, klar sein müsse, dass dort primär deutsche Preise angezeigt werden, kann diesen Ausführungen nicht näher getreten werden.

Das Klagebegehren ist ohnehin lediglich insoweit auf die Webseite www.amazon.de bezogen, als Verbraucher diese über die österreichische Homepage www.amazon.at oder eine an deren Stelle tretende Adresse und nicht direkt aufsuchen. Im Übrigen richtet sich die Beklagte auch mit ihrer Website www.amazon.de an Kunden in Österreich (US 15) und erfolgt bei einem Einstieg über die Website www.amazon.at lediglich eine sofortige Weiterleitung auf die deutsche Homepage (US 18).

1.3.5. Allerdings verweist die Berufungswerberin zu Recht darauf, dass das Hauptbegehren zu weit gefasst ist, weil ihr die Angabe eines Gesamtpreises auf Basis der deutschen Umsatzsteuer auch dann untersagt wird, wenn sie - wie im Rahmen ihres nun geänderten Internetauftrittes - auf diesen Umstand sowie die für den endgültigen Preis maßgeblichen Kriterien hinweist und daher nicht gegen § 2 UWG verstößt. Es war daher das Hauptbegehren abzuweisen und dem diesem Umstand Rechnung tragenden Eventualbegehren statt zu geben.

2. AGB-Kontrolle

2.1. Vertragslaufzeit (Spruchpunkt 3.1)

2.1.1. Die Klägerin brachte vor, die Klausel verstoße gegen § 6 Abs 1 Z 2 KSchG sowie gegen das Transparenzgebot des § 6 Abs 3 KSchG.

2.1.2. Die Beklagte argumentiert, es werde keine Erklärungsfiktion, sondern überhaupt ein unbefristetes Dauerschuldverhältnis vereinbart, bei dem bloß die Eingangsphase kostenlos sei.

2.1.3.

Nach § 6 Abs 1 Z 2 KSchG ist eine Klausel verpönt, wonach ein bestimmtes Verhalten des Verbrauchers als Abgabe oder Nichtabgabe einer Erklärung gilt, es sei denn, der Verbraucher wird bei Beginn der hierfür vorgesehenen Frist auf die Bedeutung seines Verhaltens besonders hingewiesen und hat zur Abgabe einer ausdrücklichen Erklärung eine angemessene Frist (RIS-Justiz RS00655339 [T3]). Anknüpfungspunkt ist in der Regel das Schweigen des Verbrauchers in einer bestimmten Situation. Hauptanwendungsfall ist das automatische Verlängern eines Vertragsverhältnisses (RIS-Justiz RS0065536; *Krejci in Rummel*, ABGB³ § 6 KSchG Rz 36).

Da der Unternehmer die Hinweispflicht bei Beginn der hierfür vorgesehenen Frist zu erfüllen hat und überdies davon gesprochen wird, dass der Verbraucher besonders hinzuweisen ist, genügt es in der Regel nicht, wenn bereits im Vertragstext entsprechende Hinweise enthalten sind. Vielmehr ist ein vom Vertragstext gesonderter Hinweis vonnöten (*Krejci* aaO Rz 46; *Kathrein/Schoditsch* in *KBB*⁵ § 6 KschG Rz 7 mwN). Dem Verbraucher soll die Bedeutung seines Verhaltens noch einmal vor Augen geführt werden (RIS-Justiz RS0065536 [T2]). Die Hinweispflicht ist dabei bereits in die AGB-Klausel aufzunehmen (RIS-Justiz RS0065536 [T1]).

Dass, wie vom Erstgericht festgestellt (US 21), auch die Hilfeseiten Teil der AGB sind, zieht die Berufungswerberin nicht mehr in Zweifel, sondern bezeichnet deren Darstellung auf der Webseite www.amazon.at lediglich als bedauerlich. Sie gesteht dabei selbst zu, dass es sich dabei um eine Ausgestaltung von Vertragstexten für Länder handelt, in denen stillschweigende Vertragsverlängerungen zulässig sind. Damit räumt sie aber im Ergebnis ein, selbst von der Vereinbarung einer stillschweigenden Vertragsverlängerung und damit von einem befristeten, durch Schweigen verlängerten Vertragsverhältnis auszugehen.

Auch die im Rahmen eines Verbandsprozesses gebotene „kundenfeindlichste Auslegung“ (RIS-Justiz RS0016590) führt zu keiner anderen Beurteilung.

Die beanstandeten Klauseln sehen im Ergebnis vor, dass der Verbraucher bereits bei Beginn des Probemonats bzw der Anmeldung bei „Amazon-Prime“ einer automatischen Vertragsverlängerung durch sein Stillschweigen (Unterbleiben einer Deaktivierung) zustimmt.

Der Hinweis in den AGB, „Amazon-Prime“ stelle ein

unbefristetes Dauerschuldverhältnis dar, vermag unter Berücksichtigung der sonstigen Bedingungen, die eine automatische Verlängerung vorsehen, nicht zu überzeugen. Einer solchen bedürfte es bei einem unbefristeten Dauerschuldverhältnis nämlich gar nicht.

Dass die beanstandeten Klauseln den Anforderungen des § 6 Abs 1 Z 2 KSchG entsprächen, behauptet die Berufungswerberin nicht einmal. Auch dies ist nicht der Fall, weil die AGB keine besondere Hinweispflicht der Beklagten vorsehen.

2.1.4. Dem Erstgericht ist in diesem Zusammenhang darin beizupflichten, dass die angefochtenen Klauseln auch intransparent sind.

Nach § 6 Abs 3 KSchG ist eine in AGB oder Vertragsformblättern enthaltene Vertragsbestimmung unwirksam, wenn sie unklar oder unverständlich abgefasst ist. Das damit für Verbrauchergeschäfte normierte sogenannte Transparenzgebot soll dem Kunden ermöglichen, sich aus den AGB oder Vertragsbestandteilen zuverlässig über seine Rechte und Pflichten zu informieren. Im Verbandsprozess sollen nicht nur gesetzwidrige Klauseln verboten, sondern auch jene Klauseln beseitigt werden, die dem Verbraucher ein unzutreffendes oder auch nur unklares Bild seiner vertraglichen Position vermitteln. Es soll eine durchschaubare, möglichst klare und verständliche Formulierung der AGB 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. Maßstab für die Transparenz ist das Verständnis des für die

jeweiligen Vertragsart typischen Durchschnittskunden. Die Elemente des Transparenzgebots sind Erkennbarkeit, Verständlichkeit, Bestimmtheit, Differenzierung, Richtigkeit sowie Vollständigkeit (6 Ob 140/18h mwN).

Dadurch, dass im Zusammenhang mit der Laufzeit der Amazon-Prime-Mitgliedschaft einerseits von einer automatischen Verlängerung und andererseits von einem unbefristeten Dauerschuldverhältnis die Rede ist, das ja keiner Verlängerung bedürfte, wird der Verbraucher über seine vertragliche Position letztlich im Unklaren gelassen.

2.1.5. Die Behauptung der Berufungswerberin, das Erstgericht sei über das Klagebegehren hinausgegangen, weil es den von der Klägerin vorgenommenen Hervorhebungen (Fettdruck) nicht entsprochen habe, trifft nicht zu.

Der damit relevierte Verfahrensmangel (RIS-Justiz RS0041089) liegt nicht vor. Sämtliche vom Erstgericht in seinen Urteilsspruch aufgenommenen Klauselbestandteile waren insoweit auch Gegenstand des durch Fettdruck hervorgehobenen Klagebegehrens.

Entgegen der Ansicht der Berufungswerberin droht ihr durch den Urteilsspruch auch nicht ein Verbot von unbefristeten Dauerschuldverhältnissen. Es wird lediglich die Verwendung der im Spruch des Erstgerichtes ersichtlichen, aufgrund ihres Zusammenhanges in ihrer Gesamtheit gegen § 6 Abs 3 KSchG sowie § 6 Abs 1 Z 2 KSchG verstoßenden Klauseln untersagt. Der Richter hat auch nicht die Aufgabe, sich durch geltungserhaltende Reduktion zum Sachwalter des Verwenders der AGB zu machen. Im Unterlassungsprozess nach § 28 KSchG kann keine Rücksicht auf eine etwaige teilweise Zulässigkeit der beanstandeten Bedingungen genommen werden; für eine geltungserhaltende Reduktion ist kein Raum. Ziel des KSchG ist es, auf einen

angemessenen Inhalt der in der Praxis verwendeten allgemeinen Geschäftsbedingungen hinzuwirken (RIS-Justiz RS0038205 [T6]). Weshalb der Urteilspruch nicht exekutierbar sein soll, ist nicht nachvollziehbar.

2.2. Gutscheinlaufzeit (Spruchpunkte 3.3., 3.4. und 3.8.)

2.2.1. Nach Ansicht der Klägerin stellt die Verkürzung der für Gutscheine geltenden Verjährungsfrist auf drei Jahre eine gröbliche Benachteiligung iSd § 879 Abs 3 ABGB dar.

2.2.2. Die Beklagte argumentiert, die Verkürzung der Frist auf drei Jahre trage dem mit der Verwaltung und Prüfung der Originalität der Gutscheine zusammenhängenden Aufwand sowie der Vermeidung von Missbrauch Rechnung. Im Übrigen habe sie die Frist für ab 01.07.2014 ausgestellte Gutscheine ohnehin auf zehn Jahre verlängert.

2.2.3. Die Berufungswerberin vertritt zunächst den Standpunkt, dass die Punkte 3.4. sowie 3.8. des Urteilspruches über das Klagebegehren hinausgehen, weil das Klagebegehren sich nur dagegen richtet, dass Gutscheine, die vor dem 01.07.2014 ausgegeben wurden, nach einer dreijährigen Laufzeit verfallen sollen.

Diesen Argumenten ist beizupflichten.

Das Gericht darf nicht etwas zusprechen, wofür es keinen Urteilsantrag gibt; also kein plus und kein aliud (*Rechberger in Rechberger*⁴ § 405 ZPO Rz 1). Ein Begehren ist immer so zu verstehen, wie es im Zusammenhalt mit dem Vorbringen tatsächlicher Art von der Partei gemeint war (RIS-Justiz RS0041254 [T20]). Ein Verstoß gegen § 405 ZPO stellt einen Verfahrensmangel dar, der zur ersatzlosen Aufhebung des über den Urteilsantrag hinausgehenden Zuspruchs führt (RIS-Justiz RS0041240 [T13]).

Die Klägerin brachte ausdrücklich vor (S 11 in ON 1), die Verkürzung der Verjährungsfrist auf 10 Jahre nicht zu beanstanden. Diesem Vorbringen trug sie auch durch Fettdruck der bekämpften Klauselteile im Rahmen ihres Urteilsbegehrens Rechnung. Dass dem Erstgericht in diesem Zusammenhang allenfalls auch eine unrichtige Wiedergabe des Parteilvorbringens unterlaufen ist, vermag keine Aktenwidrigkeit zu begründen (RIS-Justiz RS0043402 [T5]).

Da das Erstgericht in seinem Urteilsspruch - wie sich aus den Entscheidungsgründen (US 35) deutlich ergibt - aber auch die Verkürzung der Verjährungsfrist auf 10 Jahre untersagt, geht es über das Klagebegehren hinaus. Diesem Verfahrensmangel war durch die ersatzlose Aufhebung des über den Urteilsantrag hinausgehenden Zuspruchs Rechnung zu tragen, wobei - zur besseren Verständlichkeit des verbleibenden Urteilsspruches zu 3.4. und 3.8. dem Klagebegehren folgend - auch die in diesem Zusammenhang nicht inkriminierten Teile zu belassen und lediglich die untersagten Teile durch Fettdruck hervorzuheben waren.

2.2.4. Zu Unrecht geht die Berufungswerberin jedoch davon aus, dass auch die von der Klägerin bekämpfte Verkürzung der Verjährungsfrist auf drei Jahre (dies betrifft die durch Fettdruck gekennzeichneten Teile des Klauselkomplexes zu Spruchpunkt 3.4. und 3.8. sowie den Spruchpunkt 3.3.) zulässig wäre.

Grundsätzlich verjährt das Recht, mit einem Gutschein aus dem Warensortiment des Ausstellers Waren zu beziehen, in 30 Jahren. Die Vereinbarung einer kürzeren als der gesetzlichen Verjährungsfrist ist grundsätzlich zulässig. Uneingeschränkt jedoch nur dann, wenn sie zwi-

schen zumindest annähernd gleich starken Vertragspartner individuell vereinbart wird. Ist die Verkürzung einer Verjährungsfrist in AGB enthalten, unterliegt sie der Inhaltskontrolle des § 879 Abs 3 ABGB. Verfallsklauseln sind dann sittenwidrig, wenn sie die Geltendmachung von Ansprüchen ohne sachlichen Grund übermäßig erschweren. Je kürzer die Verfallsfrist sein soll, desto triftiger muss der Rechtfertigungsgrund sein. Jedenfalls ist eine umfassende Interessenabwägung erforderlich (7 Ob 22/12d = Zak 2012, 295 mwN).

Zwar kann die Vorbeugung von Beweisnotständen oder die Abwehr einer zweifellos bestehenden Fälschungsgefahr sowie der notwendige Verwaltungsaufwand durchaus eine sachliche Rechtfertigung für die Einschränkung der Verjährungszeit bilden (7 Ob 75/11x = RdW 2012, 17). Allerdings ist zu berücksichtigen, dass die von der Beklagten geschilderten Probleme ausschließlich ihre Sphäre betreffen und sie im Rahmen ihrer geänderten AGB nun lediglich eine Verkürzung der Verjährungsfrist auf 10 Jahre vorsieht. Daraus ist aber abzuleiten, dass den von ihr vorgebrachten Rechtfertigungsgründen für eine Verkürzung der Verjährungsfrist auch in diesem Umfang ausreichend Rechnung getragen und ihr der damit im Zusammenhang stehende Verwaltungsaufwand offenbar auch zumutbar ist, sodass für eine darüber hinausgehende Verkürzung bereits deshalb keine sachliche Rechtfertigung erkannt werden kann (vgl 1 Ob 88/14v = RdW 2015, 224).

2.2.5. Ergänzende Feststellungen zu den von ihr vorgebrachten Rechtfertigungsgründen bedarf es daher nicht.

Unzutreffend ist in diesem Zusammenhang auch die von der Beklagten vertretene Rechtsansicht, wonach ihre entsprechende Behauptungen mangels substantzierter Bestrei-

tung als zugestanden anzusehen wären, sodass sie ohne weiters der Berufungsentscheidung zu Grunde gelegt werden könnten (RIS-Justiz RS0121557 [T8]). Eine solche Geständnisfiktion kommt nur hinsichtlich solcher Sachverhaltsbehauptungen in Betracht, von denen anzunehmen ist, dass auch der Prozessgegner über ausreichende Informationen verfügt. Umstände, die ausschließlich in der Sphäre einer Partei liegen, müssen vom Prozessgegner regelmäßig nicht substantiiert bestritten werden, kann doch von ihm ein über die bloße Bestreitung hinausgehendes Tatsachenvorbringen nicht erwartet werden (RIS-Justiz RS0039927; 1 Ob 88/14v = RdW 2015, 224).

Die bloß unsubstanzierte Bestreitung dieses Vorbringens durch die Klägerin führt daher noch nicht zur Annahme einer zugestandenen Tatsache.

2.3. Änderungsvorbehalte (Spruchpunkt 3.6. und 3.9.)

2.3.1. Die Klägerin argumentiert, die Klauseln verstießen gegen § 6 Abs 2 Z 3 und Abs 3 KSchG und seien gröblich benachteiligend gem § 879 Abs 3 ABGB.

2.3.2. Die Beklagte entgegnet, sie behalte sich lediglich die Änderung ihrer Leistung, nicht aber des Preises vor, die teils von Dritten oder äußeren Umständen abhängig sei, sodass es möglich sei, dass der Leistungsumfang zukünftig variiere.

2.3.3. Mit der zu Spruchpunkt 3.6. behandelten Klausel behält sich die Beklagte das Recht vor, diese Bedingungen (AGB) jederzeit nach ihrem Ermessen abzuändern. Selbst wenn diese Klausel lediglich die AGB selbst und nicht die Hauptleistungspflichten betreffen sollte, ist sie dennoch nach § 6 Abs 2 Z 3 KSchG nichtig.

Der Begriff der Leistung im Sinne dieser Bestimmung erfasst auch Nebenleistungen (*Eccher in Fenyves/Ker-*

schner/Vonkilch, Großkommentar zum ABGB³ § 6 KSchG Rz 2).

Sie will verhindern, dass sich der Unternehmer das Recht auf weitgehende, den Interessen des Verbrauchers widersprechende, einseitige Leistungsänderungen vorbehält. Umfassende und vage Änderungsklauseln indizieren daher eine Unzumutbarkeit. Die Vorbehalte müssten, damit sie rechtswirksam bleiben, möglichst genau umschrieben und konkretisiert sein (RIS-Justiz RS0111807).

Da die beanstandete Klausel der Beklagten die Möglichkeit einer nicht näher konkretisierten Änderung der AGB bloß nach ihrem Ermessen einräumt, verstößt sie gegen § 6 Abs 2 Z 3 KSchG.

2.3.4. Aber auch die in Punkt 3.9. genannte Klausel erweist sich als unzulässig. Sie sieht nicht nur die Möglichkeit vor, die vorliegenden Bedingungen (AGB), sondern auch den Leistungsumfang von Amazon-Prime nach eigenem Ermessen abzuändern. Mag die in der Klausel enthaltene Zustimmungsfiktion auch den formalen Voraussetzungen des § 6 Abs 1 Z 2 KSchG entsprechen, ist ihre Zulässigkeit dennoch nach § 6 Abs 3 KSchG und § 879 Abs 3 ABGB zu prüfen. Eine Klausel, die Änderungen des Vertrages über eine Zustimmungsfiktion nach Inhalt und Ausmaß unbeschränkt zulässt und nicht einmal ansatzweise irgendeine Beschränkung erkennen lässt, die den Verbraucher vor dem Eintritt unangemessener Nachteile schützen könnte, verstößt gegen das Transparenzgebot. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn die Klausel auch eine Änderung wesentlicher Pflicht der Parteien (Leistung und Gegenleistung) zugunsten des Verwenders der AGB nahezu in jede Richtung und in unbeschränktem Ausmaß zulässt (RIS-Justiz RS0128865).

Die angefochtene Klausel räumt der Beklagten - wenn auch unter Verwendung einer den formalen Voraussetzungen

des § 6 Abs 1 Z 2 KSchG entsprechenden Zustimmungsfiktion - die Möglichkeit ein, die vorliegenden Bedingungen und auch den Leistungsumfang nach ihrem eigenen Ermessen unbeschränkt abzuändern. Die Klausel verstößt daher gegen das Transparenzgebot (vgl 1 Ob 210/12g = VbR 2013, 20 = JBl 2013, 436).

Auch der Hinweis der Beklagten auf die schnelllebige Sonderkonstellation im Internet sowie den Umstand, sich lediglich eine Änderung ihrer Leistung aber nicht des Preises vorzubehalten, vermag nicht zu überzeugen. Es läge an ihr als Verwender der AGB, die aus der „Sonderkonstellation Internet“ resultierenden Änderungsnotwendigkeiten und deren Umfang iSd § 6 Abs 3 KSchG transparent offen zu legen. Dass die Änderung ihrer Hauptleistung im Ergebnis auch eine Änderung des dazu im Synallagma stehenden Preises bzw. dessen Werthaltigkeit bedingt, ist selbstverständlich.

2.4. Anwendbarkeit im gesetzlichen Umfang (Spruchpunkt 3.7.)

2.4.1. Nach Ansicht der Klägerin ziele die Vertragsbestimmung auf eine Reduktion unzulässiger Klausel auf ihren gesetzlich zulässigen Kern ab. Eine solche geltungserhaltende Reduktion sei nicht zulässig und verstoße gegen § 879 Abs 3 ABGB sowie § 6 Abs 3 KSchG.

2.4.2. Die Beklagte wendet ein, die Parteien hätten die Anwendbarkeit luxemburgischen Rechts vereinbart, nach dem eine derartige Klausel zulässig sei.

2.4.3. Die Stattgebung des Unterlassungsbegehrens im Zusammenhang mit der Vereinbarung luxemburgischen Rechts (Spruchpunkt 3.5.) bekämpft die Beklagte nicht (vgl hierzu bereits: 2 Ob 155/16g = VbR 2018, 24). Ihre Berufung auf das vereinbarte, vertraglich anwendbare luxemburgische

Recht geht daher bereits deshalb fehl.

Auf den Unterlassungsanspruch nach § 28 KSchG ist nach Art 6 Abs 1 Rom II-VO grundsätzlich das Recht jenes Staates anzuwenden, in dem sich die Verwendung der beanstandeten Klauseln auswirkt. Das auf die Zulässigkeit der Klauseln selbst anwendbare Recht ist allerdings auch im Verbandsprozess nach der Rom I-VO zu ermitteln. Dies führt im Regelfall zur Anwendung von Art 6 Rom I-VO und daher im vorliegenden Fall zur Anwendbarkeit des österreichischen Sachrechts (RIS-Justiz RS0131886).

Zutreffend weist das Erstgericht darauf hin, dass im Unterlassungsprozess nach § 28 KSchG keine Rücksicht auf eine teilweise Zulässigkeit der beanstandeten Bedingungen genommen werden kann; für eine geltungserhaltende Reduktion ist kein Raum. Ziel des KSchG ist es, auf einem angemessenen Inhalt der in der Praxis verwendeten AGB hinzuwirken. Der Richter hat nicht die Aufgabe, sich durch geltungserhaltende Reduktion zum Sachwalter des Verwenders der AGB zu machen. Es ist ausschließlich die Sache des Verwenders, für einen gesetzmäßigen Inhalt der AGB zu sorgen (RIS-Justiz RS0038205 [T15]). Die Vereinbarung, alle Bedingungen seien im gesetzlich zulässigen Umfang anwendbar, verstößt gegen § 6 Abs 3 KSchG. Dem Verbraucher wird seine Rechtsposition dadurch vollkommen unklar vermittelt (vgl 6 Ob 140/18h).

3.1. Urteilsveröffentlichung in der Kronen Zeitung:

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 (RIS-Justiz RS0121963). Dies gilt insbesondere, aber nicht nur für jene Verbraucher, deren Verträgen noch die inkri-

minierten Klauseln zugrunde gelegt worden sind (RIS-Justiz RS0121963 [T6]). Im Rahmen der Verbandsklage nach dem KSchG liegt das berechnigte Interesse an der Urteilsveröffentlichung auch darin, dass der Rechtsverkehr bzw. die Verbraucher als Gesamtheit das Recht haben, darüber aufgeklärt zu werden, dass bestimmte Geschäftsbedingungen gesetz- bzw. sittenwidrig sind (RIS-Justiz RS0121963 [T7]). Eine Aufklärung des Publikums kann zwar gerade auf der Internethomepage des betroffenen Unternehmens am besten erreicht werden. Dass dieses nur in der „Onlinewelt“ aktiv ist, schließt allerdings nicht zwingend ein zusätzliches Bedürfnis nach einer allgemeinen Aufklärung des Publikums mit Hilfe einer Tageszeitung aus (RIS-Justiz RS0121963 [T13]). Auch die Veröffentlichung in der „Kronen Zeitung“ erachtete der Oberste Gerichtshof in vergleichbaren Fällen bereits als zulässig (vgl insbesondere 6 Ob 169/15v mwN). Weshalb durch die Veröffentlichung in der „Kronen Zeitung“ gänzlich andere Verkehrskreise angesprochen werden, ist für das Berufungsgericht nicht nachvollziehbar.

3.2. Urteilsveröffentlichung auf der Homepage der Beklagten www.amazon.de

Den unbekämpft gebliebenen Feststellungen des Erstgerichtes zufolge (US 15) richtet sich die Beklagte auch mit dieser Webseite an Kunden in Österreich, sodass auch dort die Urteilsveröffentlichung geboten ist. Im Übrigen erfolgt bei Aufruf der Webseite www.amzon.at lediglich eine sofortige Weiterleitung auf die Webseite www.amazon.de (US 18), sodass dem Bedürfnis nach Aufklärung auch durch Urteilsveröffentlichung auf dieser Webseite Rechnung zu tragen ist. Überdies kann auch nicht davon ausgegangen werden, dass sich österreichische Ver-

braucher ausschließlich über die österreichische Webseite, die ohnehin nur eine Weiterleitung vornimmt, anmelden. Es ist Sache der Beklagten, durch entsprechende Hinweise für deutsche Verbraucher allfällige Missverständnisse zu vermeiden.

4. Für die Frage, welche **Leistungsfrist** in Anwendung des § 409 Abs 2 ZPO festzulegen ist, wenn wie hier die Unterlassungspflicht auch die Pflicht zur Änderung eines bestehenden Zustandes einschließt, steht den Gerichten ein bestimmter Ermessensspielraum zur Verfügung, doch darf die Frist jedenfalls nicht unangemessen lang ausfallen. Eine Leistungsfrist von drei Monaten zur Umgestaltung eines Klauselwerks ist grundsätzlich angemessen, um dem Unternehmer die notwendige Zeit zu geben, in seiner Organisation die Voraussetzungen für die Umsetzung der Entscheidung zu schaffen (1 Ob 88/14v = RdW 2015, 224).

Geht man davon aus, dass die Änderungsnotwendigkeit primär im Verhalten des AGB-Verwenders liegt, das sich letztlich als gesetzwidrig erweist, und dass im Sinne der erforderlichen Effektivität Unterlassungsgebote möglichst umgehend durchzusetzen sind, vermögen die Argumente der Berufungswerberin nicht zu überzeugen. Eine Frist von drei Monaten erscheint insbesondere unter Berücksichtigung der Tatsache, dass es sich um eine überschaubare Anzahl von Klauseln handelt, als durchaus angemessen.

Da die von Spruchpunkt 2. erfasste Geschäftspraktik ohnehin nicht mehr dem derzeitigen Internetauftritt der Beklagten entspricht und daher insoweit auch keine Pflicht zur Änderung des bestehenden Zustandes besteht, konnte insoweit von der Aufnahme einer Leistungsfrist Abstand genommen werden (RIS-Justiz RS0041260).

5. Die Entscheidung, ob eine Berufungsverhandlung im

Einzelfall erforderlich ist, steht generell im Ermessen des Berufungsgerichtes (RIS-Justiz RS0127242). Eine solche war nicht erforderlich. Auch die Feststellungsrügen der Beklagten konnten ohne mündliche Berufungsverhandlung eingehend behandelt werden.

6. Die teilweise Abänderung des erstinstanzlichen Urteils bedingt auch eine Änderung der (Begründung) der **Kosten**entscheidung. Trotz der Abweisung des Hauptbegehrens zu Punkt 2. hat die Klägerin Anspruch auf vollen Kostenersatz gemäß § 43 Abs 2 ZPO, weil der Verfahrensaufwand, der zur Prüfung der Berechtigung des Hauptbegehrens erforderlich war, auch für die Beurteilung des Eventualbegehrens verwertet werden konnte, die materiellrechtliche Grundlage ident war und mit dem Eventualbegehren annähernd der gleiche wirtschaftliche Erfolg wie bei Stattgebung des Hauptbegehrens erreicht wurde (RIS-Justiz RS0109703). Ebenso ist die bloße Verlängerung der Leistungsfrist kostenneutral zu behandeln. Mit ihrem tatsächlich erhobenen Klagebegehren zu Spruchpunkt 3.4. und 3.8. drang die Klägerin zur Gänze durch.

7. Die Entscheidung über die Kosten des Berufungsverfahrens gründet sich auf §§ 50, 43 Abs 2 ZPO.

Die Berufungswerberin drang lediglich geringfügig, nämlich im Zusammenhang mit dem behaupteten Verfahrensmangel (Spruchpunkte 3.4. und 3.8.), der jedoch auch nicht zu einer gänzlichen Abweisung des insoweit erhobenen Klagebegehrens führte, der Abweisung des Hauptbegehrens zu Spruchpunkt 2. sowie mit der teilweisen Verlängerung der Leistungsfrist durch, wobei insoweit auf obige Ausführungen (6.) verwiesen wird. Sie hat der Klägerin daher die Kosten ihrer Berufungsbeantwortung zur Gänze zu ersetzen.

8. Im Rahmen der **Bewertung** des Entscheidungsgegenstandes war zu berücksichtigen, dass mehrere in einer Klage geltend gemachte Forderungen nur dann einen einheitlichen, auch einer einheitlichen Bewertung durch das Berufungsgericht zuzuführenden Entscheidungsgegenstand bilden, wenn die Voraussetzungen des § 55 Abs 1 JN vorliegen. Dies ist etwa bei unterschiedlichen Wettbewerbsverstößen nicht der Fall (4 Ob 67/11y mwN). Ein rechtlicher und sachlicher Zusammenhang iSd § 55 Abs 1 JN besteht lediglich zwischen einem wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruch und einem diesbezüglichen Veröffentlichungsbegehren, nicht aber zwischen auf verschiedene Sachverhalte und Anspruchsgrundlagen gestützten Wettbewerbsverstößen (RIS-Justiz RS0042741 [T19]). An die Bewertung durch die Klägerin ist das Berufungsgericht nicht gebunden (RIS-Justiz RS0042285 [T2]).

Es war daher eine getrennte Bewertung der auf § 2 UWG (Spruchpunkt 2.) einerseits und § 28 KSchG (Spruchpunkt 3.) andererseits gestützten Unterlassungsbegehren samt der jeweils Bezug habenden Urteilsveröffentlichungsbegehren vorzunehmen.

Auch wenn man berücksichtigt, dass nicht mehr alle angefochtenen Klauseln Gegenstand des Berufungsverfahrens waren, war der Wert des Entscheidungsgegenstandes unter Einbeziehung des korrespondierenden Veröffentlichungsbegehrens sowie der wirtschaftlichen Tragweite der betroffenen Klauseln insoweit mit EUR 30.000,-- übersteigend zu bewerten (I.). Das auf § 2 UWG gestützte Unterlassungssamt korrespondierendem Veröffentlichungsbegehren war der unbeanstandeten Bewertung durch die Klägerin folgend sowie der Tatsache Rechnung tragend, dass sich der Internetauftritt der Beklagten mittlerweile anders darstellt,

mit EUR 5.000,--, nicht jedoch EUR 30.000,-- übersteigend zu bewerten.

9. Die Auslegung von AGB-Klauseln - mögen sie auch für eine größere Anzahl von Verbrauchern von Bedeutung sein - stellt nur dann eine erhebliche Rechtsfrage iSd § 502 ZPO dar, wenn solche oder vergleichbare Klauseln bisher nicht vom Obersten Gerichtshof zu beurteilen waren oder das Berufungsgericht höchstgerichtliche Rechtsprechung missachtet hat (RIS-Justiz RS0121516). Da sich das Berufungsgericht auf bestehende Rechtsprechung des Obersten Gerichtshofes zu vergleichbaren Klauseln stützen konnte, liegt insoweit (.I) keine erhebliche Rechtsfrage iSd § 502 Abs 1 ZPO vor. Soweit aber der Entscheidungsgegenstand die inkriminierte Geschäftspraktik iSd § 2 UWG (II.) betrifft, war die ordentliche Revision zuzulassen, weil - soweit für das Berufungsgericht überblickbar - oberstgerichtliche Judikatur zur Frage der Irreführungseignung der zu beurteilenden Preisauszeichnung im grenzüberschreitenden Onlinehandel fehlt.

Oberlandesgericht Wien
1011 Wien, Schmerlingplatz 11
Abt. 2, am 28. November 2018

Dr. Klaus Dallinger

Elektronische Ausfertigung
gemäß § 79 GOG