



BEZIRKSGERICHT AMSTETTEN

30 e 12541121-15

(Stille Inhalten Eingaben anführen)

Preinsbacherstraße 13
3300 Amstetten, NO

Tel.: +43 (0)7472 62654-0
Fax: +43 (0)7472 62654-55

IM NAMEN DER REPUBLIK

Das Bezirksgericht Amstetten erkennt durch die Richterin Mag. Ingrid Sonnleitner in der Rechtssache der klagenden Partei Roland E

vertreten durch Mag. Eric Breiteneder, Rechtsanwalt in 1010 Wien, gegen die beklagte Partei Lyoness Europa AG, 9470 Buchs, Schweiz, Bahnhofstraße 7, vertreten durch Reif und Partner, Rechtsanwälte OEG in 8020 Graz, wegen € 6.400.-- s.A. nach öffentlicher, mündlicher Streitverhandlung zu Recht:

Die beklagte Partei ist schuldig, der klagenden Partei € 6.400.-- samt 4 % Zinsen aus € 150,- seit 23.08.2010, sowie aus € 1.200.-- seit 19.11.2010, sowie aus € 1.850.-- seit 21.11.2010, sowie aus € 3.200.-- seit 21.12.2010 binnen 14 Tagen bei sonstiger Exekution zu bezahlen

Die beklagte Partei ist weiters schuldig, der klagenden Partei, die mit € 2.235,50 bestimmten Prozesskosten (darin enthalten € 285.-- Barauslagen und € 325,08 USt) binnen 14 Tagen bei sonstiger Exekution zu ersetzen.

Entscheidungsgründe:

Außer Streit steht, dass die Beklagte ihren Registersitz in der Schweiz, 9470 Buchs, Bahnhofstraße 7, hat. Sie richtet ihre berufliche und gewerbliche Tätigkeit (Betrieb einer Einkaufsgemeinschaft, öffentliche Kapitalaufnahme für deren Betrieb und Ausbau) insbesondere auch auf österreichische Konsumenten aus. Die Beklagte betreibt eine Homepage, auf der „österreich“ als Land ausgewählt werden kann und bietet auf der Homepage eine inländische Servicenummer als Kontakt an. Auf der Homepage werden Partnerunternehmen im Inland beworben. Bei Personen, die die Beklagte nach außen hin vertreten, handelt es sich zumindest teilweise um inländische Staatsbürger. Die Beklagte kooperiert mit ca. 200 Partnerkonzernen und mehreren tausend Klein- und Mittelbetrieben. Die Beklagte schließt mit diesen Partnerkonzernen und Unternehmen eine

Kooperationsvereinbarung, auf deren Basis spezielle Konditionen in Form von Provisionen gewährt werden. Jedes Mitglied erhält nach Bezahlung bis zu 2 % Sofortvergütung ("Cashback-Karte") auf sein Privatkonto. Diese Cashback-Karten können auch bei zahlreichen Partnerunternehmen direkt beantragt werden. Die Registrierung für eine solche Karte ist kostenlos, die Karte muss vor Bezahlen an der Kasse der jeweiligen Partnerunternehmen vorgezeigt werden. Eine weitere Möglichkeit sind Gutscheine der Beklagten. Diese Gutscheine können bei der Beklagten bestellt werden. Es sind dies Originalgutscheine der Partnerunternehmen.

Der Kläger begehrte mit Klage vom 20.12.2012 wie aus dem Spruch ersichtlich. Er brachte zusammengefasst vor, das erkennende Gericht sei für das Verfahren zuständig, weil die beklagte Partei ihre berufliche und gewerbliche Tätigkeit, insbesondere auch auf österreichische Konsumenten ausgerichtet habe. Auf der von der Beklagten betriebenen Homepage könne „Österreich“ als Land ausgewählt werden, die Beklagte biete eine inländische Servicenummer als Kontakt an und auf der Homepage würden Partnerunternehmen in Österreich beworben werden. Zudem wäre die Beklagte nach außen hin durchgängig von inländischen Staatsorganen mit aufrechter Meldung im Inland vertreten und seien die streitgegenständlichen Vertragsschlüsse im Inland erfolgt. Der Kläger habe die Verträge als Verbraucher im Sinne des § 1 KSchG geschlossen, weshalb das angerufene Gericht gemäß Artikel 15 Abs. 1 lit. e LGVÜ 11 örtlich zuständig sei, zumal der Kläger seinen Wohnsitz im Sprengel dieses Gerichtes habe.

Die Beklagte vertreibe im Rahmen der Einkaufsgemeinschaft auch Geschenkgutscheine und biete ihren Kunden, wie auch dem Kläger, den Kauf von Gutscheinen zum Einkaufen oder Weiterschicken an Freunde, Bekannte und Verwandte an. Parallel dazu bestehe auch die Möglichkeit, im Rahmen von sogenannten Anzahlungen für Gutscheine in das Lyoness-System einzuzahlen. Der Kläger habe an die Beklagte Gutscheinanzahlungen geleistet, nämlich am 23.08.2010 € 150,--, am 19.11.2010 € 1.200,--, am 23.11.2010 € 1.850,-- und am 23.11.2010 € 3.200,--. Die Beklagte habe den Erhalt dieser Anzahlungen bestätigt und das eingezahlte Geld verwaltet. Der Kläger habe jedoch für die Einzahlung keine Gutscheine erhalten. Um das eingezahlte Geld in Form von Gutscheinen zurückzuerhalten, habe der Kläger eine sogenannte Aufzahlung zu leisten. Im Falle der Aufzahlung könne das „Lyoness Partnerunternehmen“ neu bestimmt werden. Da für den Fall der Aufzahlung abzüglich von der Wahl des „Lyoness Partnerunternehmen“ etwa € 155.000,-- aufzuwenden waren, sei eine Aufzahlung für den Kläger nicht zumutbar und erkläre der Kläger hiemit den Rücktritt von den zuvor bezeichneten Verträgen. Nachdem die beklagte Partei das Bestehen eines Rücktrittsrechtes nicht anerkenne, sei die Klagsführung notwendig geworden.

Der Kläger stützte sich bei seinem Begehren ausdrücklich auf das Konsumentenschutzgesetz. Der Kläger verwies auch darauf, dass die Belehrung auf der Reservierungs- und Anzahlungsbestätigung der beklagten Partei und der dortige Hinweis auf das nicht bestehende Rücktrittsrecht inhaltlich unrichtig erteilt worden sei, weshalb dem Kläger nach § 5 f KSchG, sowie § 3 KSchG der Rücktritt unbefristet offen stehe. Nachdem die gegenständlichen Gutscheinbestellungen von dem Kläger schriftlich und von zu Hause aus an die beklagte Partei übermittelt worden seien, liege auch ein Fall des Fernabsatzes vor, die Beklagte anerkenne in den AGB ausdrücklich das fernabsatzrechtliche Rücktrittsrecht. Nachdem dem Kläger die in § 5 d Abs. 2 KSchG genannten Informationen über das Rücktrittsrecht nicht erteilt worden seien, habe er gemäß § 5 e KSchG binnen 7 Werktagen vom Vertrag zurückzutreten, zumal die Ware bislang noch nicht geliefert worden sei. Nachdem diese Frist immer noch offen stehe, erkläre der Kläger auch den Rücktritt gemäß § 5 e KSchG; aus Sicht des Klägers liege jedoch vielmehr ein Haustürgeschäft vor, zumal die Vertragserklärung weder in den vom Unternehmer für seine geschäftlichen Zwecke dauernd benützten Räumen, noch auf einer Messe oder einem Marktstand abgegeben worden sein, keine Belehrung im Sinn des § 3 Abs. 1 KSchG erteilt worden sei und darüberhinaus keine Ausnahme des § 3 Abs. 3 KSchG vorliege. Zudem seien einige Passagen der AGB, insbesondere die Ziffern 13.3, 8.2 und 8.3 der zusätzlichen AGB seien grob benachteiligend gemäß § 879 ABGB, nichtig und intransparent gemäß § 6 KSchG und Überraschend gemäß § 864 a ABGB. Weiters seien sie grob benachteiligend und undurchsichtig, zumal die Einzahlung, die das Mitglied leiste, nicht zurückgeführt werden müsse. Der Umstand, dass die Bestellung auch nach Vertragsbeendigung aufrecht bleibe, widerspreche der Rechtslage, wonach alle Dauerschuldverhältnisse auch beendet werden können, insofern liege auch ein Verstoß gemäß § 6 Abs. 1 Z. 1 KSchG vor. Die Gutscheine würden nicht individuell hergestellt, nämlich von den Partnerunternehmen individuell hergestellt, noch wurde an dieses eine Zahlung eingeleitet, was dem Kläger von mehreren Partnerunternehmen auch bestätigt worden sei. Zudem seien die AGB in dem Zeitpunkt, als der Kläger die AGB akzeptieren hatte müssen, für diesen nicht abrufbar auf der Homepage gewesen. Vielmehr habe er die AGBs akzeptiert, um überhaupt einen Zugang zum Onlineportal der Beklagten zu erlangen. Die letzte Einzahlung vom Dezember 2010 sei durch den Kläger an das amerikanische Verrechnungssystem erfolgt, aus S 2 der entsprechenden Unterlage der Beklagten gehe eindeutig hervor, dass durch die Positionierung der Businesspartner, also auch der Kläger, am zukünftigen amerikanischen Einkaufsvolumen partizipieren könne; aus S 3 gehe hervor, dass es sich um eine Anzahlung handle, wobei offenkundig der Kläger das Paket 11 gewählt habe und es gehe auch hervor, dass eine Aufzahlung auf die Anzahlung jederzeit möglich sei. Der Bestellschein in dieser Unterlage auf der letzten Seite sei genau so einer wie ihn der Kläger auch unterfertigt habe.

Die Beklagte bestritt das Klagebegehren dem Grunde und der Höhe nach, beantragte Abweisung des Klagebegehrens und brachte zusammengefasst vor, dass sie eine internationale Einkaufsgemeinschaft betreibe, das Geschäftsmodell basiere im Grunde auf zwei Stützen, den Mitgliedern der Einkaufsgemeinschaft, auch Kunden genannt, sowie den Partnerunternehmen. Das Rechtsverhältnis zwischen den Kunden wie dem Kläger und der Beklagten sei in den AGB und der Anlage zu den AGB geregelt, seit April 2012 würden neue AGB bestehen, die auch für den verfahrensgegenständlichen Sachverhalt einschlägig und vom Kläger auch akzeptiert worden seien. Die Mitglieder könnten durch jeden Einkauf, den sie bei einem der Partnerunternehmen tätigen, verschiedene Vorteile lukrieren. Sie würden nach jedem Kauf einen bestimmten Prozentsatz des Kaufpreises in bar rückvergütet bekommen, dies gelte auch bei jedem Einkauf des von ihnen direkt oder indirekt geworbenen Mitgliedes. Daneben gebe es weitere Vergütungen wie Systemprovision und Karrierepunktevergütung, alle diese Mitten gemeinsam, dass sie eben vom Einkaufsvolumen der Mitglieder abhängig seien. Bei den Partnerunternehmen handle es sich um Dienstleister, Händler und ähnliches, die mit der Beklagten eine Kooperationsvereinbarung geschlossen und sich verpflichtet hatten, der Beklagten bei jedem Einkauf eines Mitgliedes eine vertraglich vereinbarte Vermittlungsprovision zu leisten, aus der die Beklagte in weiterer Folge den Mitgliedern bestimmte Vorteile gewahren würde. Die Vergütungen würden nicht direkt durch die Partnerunternehmen, sondern durch die Beklagte an den Kunden geleistet. Finanziert würden die Vergütungen aus der Vermittlungsprovision, die die Beklagte mit den Partnerunternehmen individuell vereinbare. Ein geringerer Teil würde von der Beklagten selbst einbehalten werden, der größere Teil würde von ihr verwendet, um die Vergütung des Mitgliedes zu finanzieren. Dabei handle es sich dann um den Mitgliedsvorteil, wie beispielsweise den Gesamtrabatt, der sich aus der Vermittlungsprovision abzüglich des Prozentsatzes, den die Beklagte selbst einbehalte, berechne. Der Mitgliedsvorteil werde jedoch nicht direkt vom Kauf- oder Warenpreis abgeschlagen. stattdessen diene er als Berechnungsbasis von Vergütungen, wie etwa der Sofortvergütung oder dem Freundschaftsbonus. Die Vergütungen seien vom Einkaufsvolumen vom jeweiligen Mitgliedes abhängig, kaufe es oder die von ihm geworbenen Mitglieder nichts ein, könne es auch keine Vergütungen lukrieren.

Ihre Mitglieder würden nicht nur von den eigenen Einkäufen profitieren, sondern auch von den Einkäufen der von ihnen geworbenen weiteren Mitglieder. Daher hatten die Mitglieder ein wirtschaftliches Eigeninteresse daran, der Einkaufsgemeinschaft möglichst viele weitere neue Mitglieder zuzuführen. Im Rahmen der Einkaufsgemeinschaft gebe es neben den normalen Kunden auch sogenannte „Businesskunden“. Dabei handle es sich um eine Bezeichnung für

besonders aktive Mitglieder, die entsprechend hohe Einkaufsvolumina produzieren; ein Mitglied werde entweder dann Businesskunde, wenn es innerhalb eines Jahres ein Einkaufsvolumen von mindestens € 20.000,- generiere, oder stattdessen den Weg des „Businesspaketes“ nehme. Ein solches Businesspaket stehe in einer Gutscheinbestellung im Wert von € 20.000,-. Es sei auch eine Mischform zulässig, also ein Einkaufsvolumen von € 17.000,- und eine Gutscheinbestellung von € 3.000,-. Wesentlich sei, dass das Gesamteinkaufsvolumen von € 20.000,- erreicht werde. Die Höhe der Anzahlung sei unterschiedlich und hänge vom jeweiligen Mitgliedsvorteil ab, welchen das Partnerunternehmen gewähre. Wenn der Mitgliedsvorteil z.B. 10 % betrage, sei eine Anzahlung von € 2.000,- zu leisten, dann werde der Kunde automatisch zum Businesskunden und die Möglichkeit durch die Anzahlung bei Gutscheinbestellungen „Businesskunde zu Lyoness zu werden, sei bisher als Businesspaket bezeichnet worden. In der Praxis laufe die Gutscheinbestellung so ab, dass der Kunde ein entsprechendes Bestellformular ausfülle und dabei die Möglichkeit habe, sich für die Anzahlungsvariante zu entscheiden. Dieses Formular habe er sodann an die Osterreichtochter in 8020 Graz, KrntnerstraBe 9, Lyoness Austria GmbH Obermitteln und die Anzahlung leisten müssen. Nach Einlangen des Formulars sei intern nach einem festgelegten schriftlichen Abwicklungsprozess die Bestellung des Kunden bearbeitet worden. Auch der Kläger habe seine Bestellung mittels Bestellformulars durchgeführt. Danach habe er einen Anruf des Call Centers erhalten, wenn seine Bestellung bzw. Anzahlung Mher als € 700,- gewesen sei. Mit diesem Anruf werde sich die Beklagte vergewissern, dass der Kunde das Businesspaket richtig verstanden habe. Warum der Kläger verneine, € 155.000,- aufzahlen zu müssen, um Gutscheine zu erhalten, sei nicht nachvollziehbar und entspreche nicht den Tatsachen. Das Businesspaket sei kein Produkt oder ähnliches, es beschreibe lediglich den Vorgang, wie die Mitglieder durch die Anzahlung auf eine konkrete Gutscheinbestellung „Businesskunden“ werden konnten. Das Risiko eines Verlustes sei für die Mitglieder beim Businesspaket nicht gegeben, es handle sich vielmehr um einen synalagmatischen Leistungsaustausch, respektiere eine Anzahlung auf den Kaufpreis. Der Anzahlung stehe ein konkretes wirtschaftlich werthaltiges Recht entgegen. Auch dem <l>iger musste all dies bewusst sein, es habe aufgrund der unternehmensintern vorgesehenen Richtlinien und Anweisungen keinen Grund zur Befürchtung geben müssen, dass der Klger unter dem „Businesspaket“ etwas anderes verstanden Mtte, daher gehe sein Klagsvorbringen ins Leere. Dieses System, dass ein Mitglied eine Anzahlung auf einen Gutschein leiste, diesen jedoch erst dann erhalte, wenn er den gesamten Wert des Gutscheines abbezahlt habe, sei dann vom Vorteil für den Kunden bzw. das Mitglied, wenn er Einkufe in naher Zukunft plane oder realisieren wolle. Wenn z.B. ein Mitglied eine neue Wohnzimmern garnitur um € 10.000,- kaufen wolle, nachdem der Kauf nicht eile, dies erst für das folgende Jahr geplant habe, würde er nicht Mitglied einfach im

kommenden Jahr beim Möbelhändler die Ware um € 10.000,-- bezahlen. Ein Mitglied könne sich auch entscheiden, den Kaufpreis in Gutscheinsummen zu zahlen und vorerst blo eine Anzahlung von € 1.000,-- zu leisten. Es werde in diesem Fall der Gesamtwert der Gutscheinbestellung, also hier € 10.000,--, dem Einkaufsvolumen des Mitgliedes zugerechnet, sodass bei der Vermittlung der Vergütungen berücksichtigt werde, er habe also bereits eine Anwartschaft auf die Gutscheine, müsse nur noch den offenen Restbetrag zahlen. Nachdem er die Möbel ja erst für das kommende Jahr brauche, müsse er die restlichen € 9.000,-- nicht zwangsläufig aus eigener Tasche bezahlen, er habe die Möglichkeit, dass sich der Restbetrag aus den Vergütungen, die er innerhalb eines Jahres erwirtschaftete, zumindest teilweise finanziere. Das Mitglied verdiene ja nicht nur an seinen eigenen Einkäufen, sondern auch an den Einkäufen der direkt geworbenen Kunden, an denen seiner indirekt geworbenen Kunde; wenn der Kunde also ein entsprechend großes und einkaufsstarkes Team aufgebaut habe, sei es ihm möglich, aufgrund der Einkaufsvolumina seines Netzwerkes Vergütungen zu erhalten, die bis hin zum gesamten Restbetrag auf die Gutscheine einen gewissen Betrag erreichen, sodass er die restlichen € 9.000,-- nicht aus eigener Tasche leisten müsste, sondern sie mit erwirtschafteten Vergütungen bezahlen könne. Wenn dieser Plan nicht aufgehe, habe er wieder verschiedene Möglichkeiten, entweder leiste er den offenen Restbetrag aus eigener Tasche, erhalte den Gutschein im Gegenwert von € 10.000,-- und kaufe dann damit die Möbel. Er könne sich auch dafür entscheiden, den Möbelkauf noch weiter hinauszuschieben, so lange bis er die ausstehenden € 9.000,- an Vergütungen erhalten habe, wobei die Zahlung des Restbetrages hier nicht schriftgebunden sei oder er verzichte auf die Möbelschulden, aktiviere die sogenannte „Re-Cash-Funktion“, woraufhin der gesamte Mitgliedsvorteil sämtlicher von ihm künftig getätigten Einkäufe so lang gegen die Anzahlung aufgerechnet werde, bis diese Null sei, wodurch er die Anzahlung refundiert erhalten habe. Er könne jedoch auch der Möbelschulden bei einem anderen Möbelunternehmen etwas anderes um die € 10.000,- kaufen und müsse dann nur wieder den Restbetrag von € 9.000,-- bezahlen, um den Gutschein für das andere Partnerunternehmen zu bekommen. Er könne sich weiters auch für eine Teilzahlungsvariante entscheiden, bei der die Bestellung in Teilbeträge unterteilt werde. Die Teilauslieferung der Gutscheine stehe dann zur Verfügung, sobald das Mitglied den Teilbetrag abzüglich der anteiligen Anzahlung bezahlt habe. Er könne also einen Teilgutschein im Wert von € 1.000,-- beziehen, indem € 950,-- geleistet werden. Damit verbleibe dem Mitglied eine Anzahlung von € 950,--. Dem Ktger komme kein Rücktrittsrecht gemäß § 27 KSchG zu, weil diese nur annehmbar sei, wenn der Käufer den Kaufpreis in Teilbeträgen vor auszuzahlen habe und entweder die Ware blof:\ durch Erklärung der Vertragspartner bestimmbar oder der Preis nicht nach den Preisverhältnissen zur Zeit der Vertragsschließung festgelegt sei; der Verbraucher soll daher einerseits vor nachteiligen langfristigen Vertragsbindungen bewahrt werden und andererseits vor Unsicherheit und dem

Risiko betreffend des endgültigen Austauschverhältnisses der Hauptleistung geschützt werden beim Abschluss eines Anspruchsvertrages, bei dem entweder die Ware oder der Preis nicht genau feststehen. Beide Schutzkomponenten seien im gegenständlichen Fall nicht gegeben, weil das Austauschverhältnis der Hauptleistungspflichten im Zeitpunkt des Vertragsabschlusses genau festgelegt seien. Der Kunde zahle den vereinbarten Kaufpreis und das Partnerunternehmen liefere den Gutschein im Wert des Nominales des Kaufpreises. Art und Weise der Erfüllung der daraus resultierenden Verbindlichkeit, also ob der Restbetrag durch die erwirtschafteten Vergütungen im Geschäft finanziert werde und wann der Restbetrag geleistet werde, seien lediglich Nebenbestimmungen und lediglich diese seien im Zeitpunkt des Vertragsabschlusses unbestimmt. Die Konkretisierung obliege hier jedoch allein dem Kunden, es werde ihm ein einseitiges jederzeitiges Vertragsänderungsrecht eingeräumt, ein Risiko der Ungewissheit über das Austauschverhältnis der Hauptleistungen bestehe jedoch nicht. Der Kläger entscheide über den konkreten Kaufgegenstand, über den Zeitpunkt der Bezahlung des Restbetrages, ein Anwendungsfall des § 27 KSchG liege daher nicht vor. Auch ein Rücktrittsrecht gemäß § 3 KSchG sei im gegenständlichen Fall nicht gegeben, die Initiative zur Bestellung der Gutscheine sei von der klagenden Partei ausgegangen, was diese sogar im Vorbringen selbst zugestanden habe. Von einer Überrumpelung oder einer unüberlegten Anbotsstellung kann daher nicht gesprochen werden, der Kläger habe sich die Gutscheine gut überlegt und sie bestellt, um Businesspartner werden zu können und darauf weitere monetäre Vorteile für sich zu lukrieren. Auch ein Rücktrittsrecht gemäß § 5 E KSchG liege nicht vor. Selbst bei fehlerhafter Belehrung über das Rücktrittsrecht, die jedoch hier nicht vorliege, könne das Rücktrittsrecht nicht unbefristet ausgeübt werden, sondern verlange sich die Rücktrittsfrist von 7 Tagen auf 3 Monate ab Vertragsschluss. Nachdem die gegenständlichen Vertragsabschlüsse 2010 erfolgten, sei die Frist für den Rücktritt jedenfalls seit Jahren abgelaufen. Das Businesspaket könne nicht unter den Veranlagungsbegriff des § 1 Abs. 1 Z 3 KMG subsummiert werden und die Prospektpflicht sei daher nicht ausgelöst worden, weshalb auch das vom Kläger geltend gemachte Rücktrittsrecht gemäß § 5 Abs. 1 KMG nicht zur Anwendung komme, auch ein Rücktrittsrecht gemäß §§ 3, 5 E oder 27 KSchG stünden dem Kläger nicht zu. Weiters fehle dem Kläger die Verbrauchereigenschaft, der Kläger sei vielmehr als Unternehmer zu qualifizieren, weil er die Lyoness Mitgliedschaft und das Businesspaket dazu genutzt habe, für sich ein laufendes Einkommen zu lukrieren.

Am 03.04.2012 habe die Beklagte dem Kläger mittels eines Pop up-Fensters in seinem persönlichen Account angeboten, dass dem klagsgegenständlichen Vertragsverhältnis die AGB vom April 2012 und die zusätzlichen AGB für Lyoness Mitglieder zur Nutzung der erweiterten Mitgliedervorteile vom April 2012 zugrundegelegt werden können und der Kläger habe dem zugestimmt, indem er bei diesem Pop up-Fenster mit der Maus ein Kästchen angekreuzt habe und den Button Speichern betätigt habe. Dadurch dass dem Kläger der Wert

der Gutscheinbestellung, also € 20.000,--, zu seinem Einkaufsvolumen hin zugerechnet worden seien, habe sich die Berechnungsbasis für seine Vergütungen erh<=>ht, er habe seit 23.8.2010 Vergütungen lukriert, die er ohne die guten Bestellungen nicht erhalten hatte, die kompensando eingewendet würden und nachdem es sich um eine dynamische GroBe handle, in der Folge beziffert werden würden. Weiters stellte der Beklagte den Antrag auf Unterbrechung des Verfahrens, weil derzeit gegen die Beklagte und ihren Direktor nach eidgenössischen Aktienrecht ein Ermittlungsverfahren bei der WKSDA anMngig sei, deren Gegenstand unter anderem der Verdacht des VerstoBes gegen § 15 KMG sei. Der Vorwurf laute, dass Veranlagungen im Sinne des § 1 Abs. 1 Z. 3 KMG öffentlich angeboten worden seien, ohne dass entsprechende KMG Prospekte existierten. Es handle sich um genau denselben Sachverhalt und dieselben Rechtsfragen wie im gegenständlichen Verfahren. Der Klagsvertreter habe sich diesem Verfahrens namens einem anderen Kläger auch als Privatbeteiligter angeschlossen. Der Ausgang des Ermittlungsverfahrens und des sich daran allenfalls anschließenden Hauptverfahrens sei auch für das gegenständliche Zivilverfahren von maßgeblicher Bedeutung, weil die angebliche Straftat präjudiziell sei und von ihrer Bejahung oder Verneinung die Entscheidung in der Hauptfrage ganz oder zumindest teilweise abhänge. Die Zuständigkeit für die Beurteilung, ob das öffentliche Angebot einer Veranlagung zu Unrecht ohne Prospekt erfolgt sei, habe der Gesetzgeber eindeutig den Strafgerichten zugeteilt und nur sie seien berechtigt, darüber zu entscheiden. Auch die Bezirksgerichte Vocklabruck, Deutschlandsberg und Voitsberg Mten bei ähnlichen Sachverhalten die Verfahren bis zur rechtskräftigen Beendigung des Strafverfahrens unterbrochen.

Der Kläger sprach sich gegen diesen Antrag aus.

Beweis wurde aufgenommen und zugelassen durch Einsichtnahme in die vorgelegten Urkunden, nämlich Screenshot Website Beklagte (Beilage./A), Handelsregister Internetauszug betreffend Beklagte (Beilage./B), ZMR-Auskunft betreffend Hubert Freidl und Werner Kaiser (Beilage./C), Urteil des BGHS 8C 181/12v (Beilage./D), Auszug Schulungsunterlagen (Beilage./E), Reservierungs- und Anzahlungsbestätigung 11.8.2010 (Beilage./F), Reservierungs- und Anzahlungsbestätigung 19.11.2010 (Beilage./G), Reservierungs- und Anzahlungsbestätigung 15.11.2010 (Beilage./H), Reservierungs- und Anzahlungsbestätigung 21.12.2010 (Beilage.11), Broschüre amerikanisches Verrechnungssystem (Beilage./J), Schreiben von Partnerunternehmen an den Klagsvertreter (Beilage./K), AGB April 2012 (Beilage./1), zusätzliche AGB zur Nutzung der erweiterten Mitgliedsvorteile April 2012 (Beilage.12), Formular Gutscheinbestellung und Gutscheinzahlung (Beilage./3), Screenshot Website Beklagte (Beilage./4), Screenshot AGB History (Beilage./5), Beschluss BG

Vocklabruck, BG Deutschlandsberg 11 C 255/12v, BG Voitsberg 5 C 98/12d (Beilage./6),

Kopien Gutscheine (Beilage./7), sowie durch Einvernahme des Klagers (ON 12, Seite 8 ff.) als Parteien.

Folgender weiterer Sachverhalt steht fest:

Der Kläger ist Techniker. Ein Bekannter des Klagers, den er bereits jahrelang kannte, hat ihn zu einem nicht näher feststellbaren Zeitpunkt, jedenfalls im Sommer 2010, angerufen und bereits am Telefon die Beklagte als tolles System angepriesen und ihm geraten, sich das einmal anzuschauen. Bis zu diesem Tag hatte der Kläger nie von der Beklagten oder über die Beklagte gehört oder gelesen. Der Kläger hat sich mit dem Bekannten in einem Kaffeehaus getroffen und dieser hat ihm dort die Beklagte und das System vorgestellt. Zur Cashback-Karte hat ihm der Bekannte erklärt, dass er von dieser Karte profitieren würde, weil er bei jedem Einkauf Prozente bekommt in den Geschäften, die Partner der Beklagten sind. Er hat ihm in der Folge erklärt, dass der Kläger ein Formular ausfüllen muss, dass er dann registriert wird und eine Karte bekommt. Bereits bei diesem Treffen hat der Kläger das ihm von seinem Bekannten überreichte Anmeldeformular ausgefüllt, unterschrieben und diesem wieder ausgemündigt. Dieser hat dem Kläger dann auch gleich eine Karte ausgemündigt und ihm erklärt, dass er mit dieser Karte bei jedem Einkauf Prozente bekommt, wenn er bei gewissen Partnerunternehmen einkauft. Die Karte war kostenlos und allein durch das Ausfüllen dieses Papierformulars und Ausmündigen der Karte ist er in den Genuss der Prozente bei den Einkäufen gekommen. Der Kläger musste sich dazu nicht zusätzlich noch in einem System am Computer registrieren oder anmelden. Der Kläger wurde Mitglied bei der Beklagten.

Während des Gespräches hat ihn sein Bekannter nicht auf allgemeine Geschäftsbedingungen aufmerksam gemacht oder verwiesen, der Kläger hat auch keine allgemeinen Geschäftsbedingungen gelesen und auch nicht zu lesen bekommen. Sein Bekannter hat ihm das System geschildert, das Formular übergeben und erklärt, dass er dieses ausfüllen soll, dass er dann die Karte bekommt und dass das Ganze nichts kostet.

Der Kläger hat in der Folge die Karte einige Male verwendet. Das Gutschreiben der Prozente erfolgte in der Art und Weise, dass, wenn der Kläger bei einem Partnerunternehmen der Beklagten eingekauft hat, er die Prozente nicht direkt vom Kaufpreis abgezogen bekam, sondern ihm die Prozente auf sein Konto rücküberwiesen wurden; diese Rücküberweisung erfolgte nicht von dem Geschäft, in dem er einkaufte, sondern durch die Beklagte. Entsprechend dieses Systems haben auch die Gutschriftungen funktioniert. Am Anmeldeformular musste der Kläger der Beklagten deshalb auch seine Kontonummer bekanntgeben.

Bereits ca. 1 Woche nach dem 1. Gespräch hat der Bekannte den Kläger wiederum angerufen

und ihm am Telefon von einer einmaligen Chance berichtet, bei der der Kläger unbedingt mitmachen muss und über die er ihm unbedingt berichten will. Der Kläger hat sich daraufhin noch einmal mit seinem Bekannten getroffen. Bei diesem Gespräch im August 2010 hat der Bekannte dem Kläger erklärt, wenn der Kläger € 6.400,- als Anzahlung bezahle, würde er in einigen Jahren sehr viel mehr herausbekommen, wobei nicht mehr festgestellt werden kann, ob er dem Kläger damals als Betrag € 40.000,-, € 50.000,- oder € 60.000,- nannte. Der Bekannte hat dem Kläger wiederum ein Formular gegeben (Beilage.13). Er hat dem Kläger an Hand einer Aufstellung erklärt, wieviel man in 3 oder 6 Jahren herausbekommt, wenn man € 2.000,- oder € 6.400,- investiert. Bei einer Investition von € 6.400,- waren das eben € 40.000,-, € 50.000,- oder € 60.000,- gewesen.

Über Frage des Klägers, wie das funktioniert, hat ihm sein Bekannter erklärt, dass der Kläger gar nichts mehr machen muss, das würde durch Einkäufe wie von selbst funktionieren, das Geld vermehre sich und das gehe von ganz alleine. Als der Bekannte bei diesem Gespräch begonnen hat, dem Kläger das System anzupreisen, hat er zunächst gemeint, der Kläger sollte € 25.000,- investieren, dies war dem Kläger jedoch zu viel, so viel Geld hatte er gar nicht zur Verfügung und in der Folge ist der Bekannte beim Anpreisen des Systems mildem zu investierenden Betrag immer weiter hinunter gegangen. Er hat dabei dem Kläger auch erklärt, er muss dies noch an diesem Tag beginnen, sonst wäre es zu spät. Um das System wirklich starten zu können, hat der Kläger in der Folge bei diesem 1. Gespräch eine Gutscheinanzeahlung für € 150,- ausgefüllt. Er hat dabei ein Antragsformular (Beilage./3) unterschrieben, das der Bekannte für ihn zuvor ausgefüllt hat. Dieser hat dem Kläger dann auch erklärt, er wird den Rest für ihn regeln und er müsse nur die € 150,- überweisen, was der Kläger auch gemacht hat. Den Gutschein ausgefüllt hat der Bekannte des Klägers, sowohl den Text, als auch die Kreuze, die zu machen waren, er hatte dies dem Kläger auch nicht erklärt und er ist das Formular auch nicht mildiesem durchgegangen. Der Kläger hat lediglich unterschrieben. Bei dem Gespräch mit dem Bekannten über die 1. Gutscheinanzeahlung über € 150,- ist nicht über allgemeine Geschäftsbedingungen gesprochen worden, der Bekannte hat den Kläger nicht auf die allgemeinen Geschäftsbedingungen hingewiesen. Vielmehr hat er dem Kläger nur erklärt, er müsse die Bestellung des Gutscheines aufgeben und ansonsten nichts machen, sondern nur mehr darauf warten, dass das Geld mehr wird. Es ist dabei nicht davon gesprochen worden, dass das Formular nur für ein bestimmtes Partnerunternehmen gelten soll und welches Partnerunternehmen er auswählt.

Es kann nicht festgestellt werden, ob der Bekannte des Klägers im Formular ein Partnerunternehmen angeführt hat. Der Kläger hat in der Folge von der beklagten Partei eine Registrierungsnummer für das Internet bekommen. Für die Website der beklagten Partei, als er das Formular für die Cashback-Karte ausgefüllt hat. Dabei musste er seine

Handynummer angeben und anschließend hat er per SMS den Zugangscode erhalten. Es kann nicht festgestellt werden, ob er diesen bereits nach Anmeldung der Cashback-Karte oder erst nach der ersten Gutscheinbestellung erhalten hat. Wenn der Kläger mit seinem Zugangscode auf der Website einsteigt, dann sieht er dort seine Einkäufe und auch die Reservierungs- und Anzahlungsbestätigung (Beilagen./F bis ./1).

Die erste Anzahlung des Klägers über € 150,- ist von der Beklagten am 11.08.2010 verbucht worden und als Partnerunternehmen in der Bestätigung ist das Möbelhaus KIKA angeführt. In den folgenden Monaten hat der Bekannte den Kläger immer wieder und hartnäckig angerufen, zum Schluss 2-3 mal pro Woche, er hat den Kläger direktgehend bedrängt, dieser fühlte sich schon richtiggehend verfolgt. In jedem Telefonat hat er dem Kläger erklärt, er habe für ihn eine einmalige Chance, die der Kläger unbedingt nützen muss. Der Kläger hat sich dann immer wieder mit seinem Bekannten getroffen und jedes Mal ist mit den gleichen Argumenten wie bei der 1. Gutscheinanzahlung über € 150,- dem Kläger von seinem Bekannten das Gutscheinsystem angepriesen worden. Jedes Mal hatte dieser argumentiert, das Geld würde sich vermehren und es sei eben eine einmalige Chance, weshalb er den Gutschein jetzt aber sofort bestellen müsse, weil das die letzte Chance ist. Er hat auch bei jedem Treffen dem Kläger erklärt, dass er jetzt sofort einsteigen müsse, sonst sei diese Chance vorbei. Jedes Mal hat der Bekannte für den Kläger das Formular in Papierform bereits ausgefüllt und auch die notwendigen Ankreuzungen durchgeführt, der Kläger hat nur mehr bei den Formularen unterschrieben. Samtliche dieser Gutscheinbestellungen bzw Gutscheinanzahlungen sind in Papierformularform zwischen dem Kläger und seinem Bekannten durchgeführt worden. Der Kläger hat sich mit seinem Bekannten nie in Geschäftsraumlichkeiten der Beklagten oder des Bekannten getroffen. Im Internet hat der Kläger niemals Gutscheinbestellungen oder Gutscheinanzahlungen bei der Beklagten vorgenommen. In keinem der Gespräche ist über allgemeine Geschäftsbedingungen gesprochen worden, der Bekannte hat den Kläger nie auf diese AGB hingewiesen.

Er hat nur immer bei jedem Gespräch darauf verwiesen, dass er mit diesem System nichts verlieren kann, denn wenn er nicht mehr dabei sein will, kann er jederzeit aussteigen; er würde dann nicht Bargeld zurückbekommen, sondern könne um diesen Betrag eben in einem der Partnerunternehmen einkaufen. Der Bekannte hat dem Kläger erklärt, sonst müsse er nichts machen, um wieder an sein einbezahltes Geld zu kommen. Der Kläger hat bei jeder der Gutscheinanzahlungen auf diese Erklärungen vertraut und ist davon ausgegangen, dass er wie von seinem Bekannten geschildert jederzeit sein einbezahltes Geld zurückbekommt.

Eine Befristung der Gutscheine war nie Gesprächsthema. Dem Kläger war nie bewusst, dass er durch die Gutscheinanzahlungen Businesspartner von der Beklagten wird, dies war in den Besprechungen kein Thema und der Bekannte hat den Kläger darauf auch nicht hingewiesen.

Dem Kläger war bei der 1. Bestellung nicht einmal bewusst, dass er Gutscheine anzahlt, er war auf Grund der Erklärungen seines Bekannten der Meinung, er macht eine Anzahlung und er würde dann einen großen Gewinn herausbekommen. Auch als er die Formulare für die Gutscheinzahlung unterschrieben hat, ist ihm nicht bewusst gewesen, dass es sich eben um Gutscheine handelt. Einziger Ansprechpartner des Klägers war immer sein Bekannter, mit anderen Vertretern bzw. Mitarbeitern der Beklagten hatte er nie Kontakt.

Bei keiner der Gutscheinzahlungen hat sich der Kläger Partnerunternehmen, für die die Gutscheine ausgestellt werden sollen, ausgesucht.

Der Kläger hat im November 2010 wiederum einen Gutschein bei der Beklagten bestellt bzw. angezahlt. Dieses Mal um € 1.200,-- und dieser Betrag ist von der Beklagten am 19.11.2010 verbucht worden (Beilage./G), als Partnerunternehmen auf der BesWtigung ist Baumax angeführt.

Weiters hat der Kläger Gutscheine um € 1.850,-- bei der Beklagten bestellt bzw. angezahlt, die diese per 15.11.2010 verbucht hat, als Partnerunternehmen in der Bestätigung ist KIKA Möbel Handels GmbH genannt. Ein letztes Mal hat der Kläger im Dezember 2010 bei der Beklagten Gutscheine um € 3.200,-- bestellt bzw. angezahlt, die die Beklagte am 21.12.2010 verbucht hat. Auch hier ist in der Bestätigung als Partnerunternehmen KIKA Möbel Handels GmbH angeführt.

Die Gespräche bzw. Anpreisungen durch den Bekannten des Klägers diesem gegenüber sind immer gleich verlaufen.

Vor der letzten Bestellung bzw. Anzahlung der € 3.200,-- im Dezember 2010 hat der Bekannte dem Kläger das amerikanische Berechnungssystem angepriesen und dieses nur anhand von seinen eigenen Aufzeichnungen, nicht jedoch anhand von farbigen Broschüren der beklagten Partei erklärt. Er hat ihm wiederum erklärt, er habe eine letzte Chance und müsse unbedingt investieren: wenn er € 3.200,-- bezahlt an die Beklagte, dann nehme er am amerikanischen Verrechnungssystem teil, dabei laufe alles automatisch, er müsse nichts tun, sondern nur da sitzen und das Geld vermehre sich. Dies würde funktionieren, weil in Amerika immer mehr Leute einkaufen und davon würde dann der Kläger auch profitieren. Auch bei den anderen Gutscheinzahlungen hat der Bekannte dem Kläger erklärt, dass es sein Investment sei, andere Leute auch über die Beklagte einkaufen und sich dadurch auch sein Geld vermehrt.

Die Beklagte bewirbt das amerikanische Verrechnungssystem damit, dass die Positionen Anzahlungen für zukünftige Einkäufer, jedoch kein Einkaufsguthaben sind, das nach Positionierung keine Rückerstattung der Anzahlung möglich ist, das eine Aufzahlung jederzeit

möglich ist und dass der Gutscheinwert (= Anzahlung + Aufzahlung). Die Erwirtschaftungsprognose beziehe sich auf 2-7 Jahre. In einer Tabelle wird dann einerseits die Anzahlung in Euros angeführt und andererseits die Wirtschaftskategorien (WK). Diese Broschüre hat der Bekannte dem Kläger nicht vorgelegt. Das Finale für den Abschluss solcher Pakete nach dem amerikanischen Verrechnungssystem war der 29.12.2010. Der Bekannte hat dem Kläger damals erklärt, dass das Paket mit einer Anzahlung von € 3.200,-- für ihn das Beste ist. Er hat dabei nie über „Paket 11“ gesprochen, sondern lediglich über die Investitionssumme gesprochen. Er hat dem Kläger damals erklärt, er müsse sofort diesem System beitreten, sonst könne er eben an diesem amerikanischen System nicht mehr teilnehmen und dies war der Grund, warum der Kläger dann noch am 21.12.2010 die Zahlung von € 3.200,-- geleistet hat.

In jeder der Beilagen (Beilagen I/F bis I/1) ist unter der Aufstellung der Partnerunternehmen die Anzahl der Gutscheine und der Preise folgender Absatz angeführt:

„Die Bestellung erfolgt bei der Lyonesse Austria GmbH, Kammerstraße 9, 8020 Graz, registriert zu Firmenbuch-Nr. 237235a des Landesgerichtes für ZRS Graz; UID: ATU57164918, im Auftrag der Lyonesse Europe AG. Für diese Bestellung gilt die zwischen dem Mitglied und der Lyonesse Europe AG abgeschlossene Mitgliedsvereinbarung samt deren AGB. Lyonesse behält sich das Recht vor, diese Bestellung ohne Angabe von Gründen abzulehnen oder nicht auszuführen. Wir weisen Sie darauf hin, dass für die Direktbestellung von Gutscheinen bzw. Registrierungssystem kein Rücktrittsrecht besteht, da diese insbesondere nach Ihren Angaben und Spezifikationen individuell hergestellt und ausgestellt werden und auf ihre besonderen persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten sind. Bei Gutscheinen wird unmittelbar mit Bestellung des gegenständlichen Gutscheines bereits die Bezahlung des Gutscheinbetrages an das Partnerunternehmen eingeleitet (Vergl. § 5 f KSchG). Ich habe die Teilnahmebedingungen gelesen und bin damit einverstanden. Mit meiner Unterschrift bestätige ich, die allgemeinen Geschäftsbedingungen zu akzeptieren.“

Die Reservierungs- und Anzahlungsbestätigung vom 11.08.2010 trägt unten das Datum „Graz 23.08.2010“, das Feld „Unterschrift Mitglied“ ist leer.

Die Reservierungs- und Anzahlungsbestätigungen vom 19.11.2010 und vom 21.12.2010 enthalten links unten jeweils dasselbe Datum wie das Verbuchungsdatum. Die Reservierungs- und Anzahlungsbestätigung, verbucht am 15.11.2010, enthält links unten das Datum 23.11.2010. Eine handschriftliche Unterschrift des Mitgliedes in der dafür vorgesehenen Zeile ist auf keiner der Bestätigungen vorhanden.

Als der Kläger per SMS den Code für die Homepage der Beklagten zugeschickt bekommen

hat und eingestiegen ist, hat er die Seite mit den AGBs nicht bewusst gesehen. Er hat jedoch auf dieser Homepage, zumindest unbewusst, am 20.07.2010 sowie am 03.04.2012 die AGBs vom 01.11.2009 und vom 02.04.2012, sowie die erweiterten AGBs vom 02.04.2012 durch Anklicken akzeptiert (/ 5). Im Internet konnte er dann seine Auftragsbestätigungen sehen. Als der Beklagte im Internet die Anzahlungsbestätigungen gesehen hat, ist ihm die Passage mit dem mangelnden Rücktrittsrecht nicht aufgefallen. Der Kläger wusste nicht, dass es sich bei den Gutscheinen um eine Anzahlung handelt. Er hat erst im Nachhinein gesehen, dass es sich um eine Anzahlung handelt, auch die Formulierung „Reservierungs- und Anzahlungsbestätigung“ hat er erst im Nachhinein registriert.

Insgesamt hat der Kläger € 6.400,-- an die Beklagte bezahlt.

2011 wollte sich der Kläger bei Möbelhaus Leiner eine Küche kaufen und dafür das Geld bzw. die Gutscheine der Beklagten verwenden. Er hat die Hotline der Beklagten angerufen und erklärt, er wolle das Geld oder zumindest die Gutscheine, um beim Möbelhaus Leiner einkaufen zu können und dies wurde ihm seitens der Beklagten verwehrt. Es kann nicht mehr festgestellt werden, was genau ihm seitens der Beklagten am Telefon der Hotline erklärt wurde, der Kläger hatte große Schwierigkeiten, die Erklärungen zu verstehen und er hatte verstanden, dass er € 120.000,-- zahlen muss, um seine € 6.400,--, die er an die Beklagte bezahlt hat, zurückzubekommen.

In der Folge hat er seinen Bekannten angerufen, bei dem er die Formulare unterschrieben hat und hat ihm davon berichtet. Dieser erklärte ihm, der Ausstieg würde nicht mehr so funktionieren, wie er ihm dies beim Abschluss der Formulare erklärt hat. Es sei inzwischen nicht mehr so, dass er einfach das Geld durch Gutscheine zu jedem Zeitpunkt zurückbekommt, zu dem er dies wünscht. Er hat dem Kläger dann das neue System erklärt, auch das hat der Kläger nicht verstanden. Der Kläger hat nur verstanden, dass der Bekannte ihm sagte, es würde sich derzeit nicht auszahlen, mit dem Geld einzukaufen oder das Geld zu verlangen, dies sei nicht möglich und der Bekannte hat ihm geraten, das Geld weiterhin bei der Beklagten zu belassen. Dem Kläger war nicht klar, ob der Bekannte ihm bei seinen Erklärungen sagen wollte, dass sich die Bedingungen geändert haben oder dass er ihm dies einfach ursprünglich falsch erklärt gehabt hatte.

Der Kläger konnte mit keinem der Gutscheine, die er damals angezahlt hat, etwas einkaufen oder bestellen, das gesamte Geld ist immer noch bei der Beklagten. Der Bekannte hatte dem Kläger nie erklärt, dass er eine Anzahlung von Gutscheinen vornimmt und hat ihm auch nie erklärt, was eine solche Anzahlung von Gutscheinen bei der Beklagten bedeutet. Der Kläger hatte gedacht, er würde hier ein Investment leisten. Der Kläger hat nur dann von der Beklagten Geld bekommen, wenn er mit der Cashback-Karte bei Partnerunternehmen eingekauft hat, dies waren insgesamt ca. € 50,-- bis € 70,--.

Er hat nie einen Anruf von der Beklagten bekommen, in dem sich jemand seitens der beklagten Partei bei ihm erkundigte, ob er alles verstanden hat. Sein Bekannter hat ihm erklärt, es könne sein, dass ein Anruf von jemanden seitens der beklagten Partei komme, in dem er gefragt werde, ob er alles verstanden habe und er hat ihm geraten, er solle daraufhin einfach antworten, dass er alles verstanden hat.

Keiner seiner Freunde, die aufgrund der Empfehlung des Klagers eine Cashback-Karte der Beklagten genommen haben, haben jemals bei ihm Gutscheine angezahlt oder bezahlt, keinem von ihnen hat er ein Formular für eine Gutscheinbestellung oder eine Gutscheinzahlung gegeben.

Bei Anzahlung war dem Kläger der auf den Gesamtbetrag aufzuzahlende Betrag zum Erhalt der Gutscheine unbekannt, dieser ist unter anderem auch vom Partnerunternehmen und dem gewährten Rabatt abhängig.

Sein Bekannter hatte bei allen Besprechungen Unterlagen mit, auf denen das Logo der Beklagten zu sehen war, er trug eine Jacke mit dem Logo der Beklagten und hatte bunte Unterlagen mit dem Logo der Beklagten, sowie selbstgemachte Zettel, auf denen er aufgelistet hat, in welchem Zeitraum sich das investierte Geld wie und um wieviel vermehrt. Einmal hat der Kläger eine Veranstaltung der Beklagten im Raum Amstetten besucht, bei der das System der Beklagten vorgestellt worden ist. Der Kläger hat das System der Beklagten nie verstanden. Die Schilderungen bei der Veranstaltung haben sich auch von jenen Schilderungen des Bekannten der Klagers unterschieden. Während sein Bekannter ihm alles an Hand von Zetteln erklärt hat, waren bei der Informationsveranstaltung der Beklagten auch Beamer im Einsatz.

Der Kläger hat den Ausführungen und Erklärungen seines Bekannten, den er ja schon jahrelang gekannt hatte, völlig vertraut.

Üblicherweise versendet die Beklagte bei ihr bestellte Gutscheine, sie können auch online erhalten werden oder abgeholt werden (AGB Bekl Pkt 5.6.).

Gutscheine werden den Mitgliedern von der Beklagten erst dann zurückgesendet, wenn der Restbetrag, der über die Anzahlung hinaus zu leisten ist, auf welche Weise auch immer, vollständig entrichtet ist. Die Gutscheine müssen beim Partnerunternehmen vorgelegt werden, wenn sie dort zur Zahlung von Ware oder Dienstleistungen verwendet werden sollen. Die Vorteile der Anzahlung entstehen erst mit der Teilnahme an den erweiterten Mitgliedsvorteilen; dann können die Mitglieder über ihre Einkäufe und die Einkäufe aller direkt oder indirekt geworbenen Mitglieder hinaus weitere Vorteile erhalten (AGB Pkt 5.4., 7.5. und 7.6.). Nur Mitglieder können Gutscheine anzahlen bzw erwerben.

Die An- und Teilzahlungsbeträge sind abhängig von den zwischen der Beklagten und den Partnerunternehmen jeweils vereinbarten Konditionen (AGB Pkt 5.5.). Bei einer Aufzahlung auf die Gesamtgutscheinsumme kann das Partnerunternehmen neu bestimmt werden, dabei können sich auch die Konditionen ändern. Auch durch das in den Genuss der Mitgliedsrechte kommen ändert sich die Höhe des aufzuzahlenden Betrages. Eine Garantie der Beklagten, Mitgliedsrechte für einen gewissen Zeitraum aufrecht zu halten, existiert nicht.

Der Kläger kannte daher seinen aufzuzahlenden Betrag auf den Gesamtgutschein nicht, ihm war bei der Bestellung nicht einmal bewusst, dass es einen solchen geben wird.

Bei einem der Gespräche hat der Bekannte dem Kläger auch erklärt, wenn er die Cashback-Karte weiterempfehlen würde, würde ihm das noch weitere Vorteile, also noch weiteres Geld, bringen. Auf die Antwort des Klägers, das sei nichts für ihn, weil er kein Verkäufer ist, erklärte er, das mache nichts, das System laufe auch, wenn er die Karte niemanden empfiehlt. Der Kläger hat insgesamt in der Folge die Karte einigen Bekannten bzw. Freunden – jedenfalls unter 10 Personen, darunter seiner Freundin – empfohlen. Er hatte von seinem Bekannten einen Stapel Anmeldeformulare bekommen und hat dann eben diese paar Bekannten bzw. Freunde weitergegeben. Er hat jedoch nie aktiv das System der Beklagten angepriesen, sondern lediglich darauf hingewiesen, wenn es sich im Gespräch mit Freunden einmal so ergeben hat. Er hat auch nie aktiv nach Interessenten für die Cashback-Karte gesucht, er hat keine Leute angerufen, keine Leute angeschrieben oder sonst wie aktiv kontaktiert. Er hat dafür auch nie irgendwelche organisatorischen Dinge durchgeführt oder irgendwelche Veranstaltungen getroffen, um Interessenten für die Cashback-Karte zu finden. Er hat selbst auch nie Veranstaltungen geplant oder durchgeführt, um Leute dafür anzuwerben. Er hatte weder einen Kalender noch eine Telefonnummer noch andere organisatorische Elemente zur Weiterverbreitung des Systems der Beklagten.

Als der Kläger Mitglied wurde und im August, November und Dezember 2010 Gutscheinanteile bestellt hat, galten die allgemeinen Geschäftsbedingungen in der Fassung November 2009.

Die Feststellungen beruhen auf nachstehender Beweiswürdigung:

Die obigen Feststellungen basieren auf den jeweils angeführten Beweismitteln. Die vorgelegten Urkunden wurden berücksichtigt und flossen in die Entscheidungsfindung ein.

Die Angaben des Klägers selbst wirkten überzeugend und nachvollziehbar, er hat die Abläufe schlüssig und lebensnah geschildert und glaubwürdig und überzeugend dargelegt, auf welche Art und Weise er von seinem Bekannten zur Bestellung der Gutscheine überredet wurde. Er

machte einen positiven und ehrlichen persönlichen Eindruck, er hat sehr lebensnah und sehr glaubwürdig geschildert, wie ihn sein Bekannter Oberredet hat, zur Bestellung von den Gutscheinen und ihm dies damit erklärt hat, dass er selbst nichts tun müsse und sich das Geld von selbst vermehrt. Mag man dem Kfzjäger allenfalls Naivität vorwerfen, aber aufgrund des persönlichen Eindruckes steht für das Gericht zweifelsfrei fest, dass der Kläger seinem Bekannten dessen Erklärungen auch so geglaubt hat und nicht weiter diesbezüglich nachgefragt hat.

Die Obigen Feststellungen basieren ebenso auf den angegebenen, schlüssigen und Überzeugenden Beweismitteln.

Rechtlich folgt daher:

Zum Antrag auf Unterbrechung des Verfahrens:

§ 191 ZPO gestattet die Unterbrechung des Verfahrens bei Verdacht einer strafbaren Handlung, deren Ermittlung und Aburteilung für die Entscheidung des Rechtsstreites voraussichtlich von maßgebendem Einfluss ist. Es müssen gewichtige Gründe vorliegen, um die Unterbrechung zu rechtfertigen, also solche, die die vom Gericht zu beantwortende Hauptfrage betreffen. In der Regel vermag das Zivilgericht die Sachlage auch ohne Strafkennntnis durch selbständige Feststellung der entscheidenden Tatumstände zu beurteilen und hat dies daher auch zu tun, zumal im Zivilprozess, sieht man von Rechtsstreitigkeiten ab, in denen der Streitgegenstand an Geld oder Geldeswert € 2.000,- nicht übersteigt, 2 Tatsacheninstanzen zur Verfügung stehen. Da auch bei Anwendung des § 191 ZPO Beschleunigung des Hauptanliegen sein muss, darf das Verfahren nicht unterbrochen werden, wenn die Erledigung des Strafverfahrens noch in ungewisser Ferne liegt... Maßgebenden Einfluss könnten hingegen die Ergebnisse eines Strafverfahrens gewinnen, wenn allein in diesem Schritte vorgenommen werden können, die dem Zivilgericht nicht offen stehen, aber die Beweislage erheblich verändern können {Schrägel in Fasching/Konecny² § 191 ZPO [3]}.

Bei der WKStA sind seit erster Jahreshälfte 2012 Ermittlungen gegen die beklagte Partei anhängig, es ist unklar, wie lange diese noch dauern werden, die Erledigung der Ermittlungen liegt daher noch in ungewisser Ferne, weshalb bereits aus diesem Grund von einer Unterbrechung des Verfahrens abzusehen war. Zudem stützt sich die Klage hier nicht auf das KMG, sondern ausschließlich auf Konsumentenschutzgesetz und ABGB, sodass es für Verfahren nicht eine der Hauptfragen ist, ob die Beklagte allenfalls nach § 15 KMG verurteilt

wird oder nicht. Auch eine allfällige Verurteilung nach dem StGB ist für diesen Rechtsstreit nicht so erheblich, dass darauf zu warten war.

Eine Unterbrechung des Verfahrens wäre sehr zu Lasten der klagenden Partei, daher war das Verfahren entgegen dem Antrag der beklagten Partei fortzuführen.

Zur Verbrauchereigenschaft des Klagers:

Gemi:IB § 1 Abs. 2 KschG ist ein Unternehmen im Sinn des § 1 Z. 1 KschG jede auf Dauer angelegte Organisation selbständiger wirtschaftlicher Tätigkeit, mag sie auch nicht auf Gewinn gerichtet sein. Von anderen Organisationen unterscheidet sich das Unternehmen durch das Ziel, anderen wirtschaftliche Leistungen zu erbringen, also Leistungen, die für den Waren-, Güter- und Leistungsverkehr grundsätzlich nach Kosten und Absatzüberlegungen bewertet werden (Gratschi in Rummel, ABGB³, KschG § 1 Rz 16). Für den Unternehmerbegriff des KschG kann bestimmtes Mindestmaß an geschäftlicher Tätigkeit erforderlich, sondern nur die Regelmäßigkeit und Methodik der ausgeübten Tätigkeit maßgeblich (RIS-Justiz RS 0065380 T12). Der Kläger füllt mangels Vorliegens jeglicher Organisation oder Methodik und mangels des Zieles der Erbringung wirtschaftlicher werthaltiger Leistungen nicht unter den Begriff des Unternehmers. Hier waren vermarktete Schilderungen des Geschäftsmodells des Beklagten an Freunde nichts zu ändern. Der Kläger ist als Verbraucher zu qualifizieren.

Zur Zuständigkeit des Gerichtes:

Gem Art 15 Abs 1 lit e bestimmt sich die Zuständigkeit nach dem LGVÜ 11, wenn Gegenstand des Verfahrens ein Vertrag oder Ansprüche aus einem Vertrag sind, die ein Verbraucher zu einem Zweck geschlossen hat, der nicht der beruflichen oder gewerblichen Tätigkeit des Verbrauchers zugerechnet werden kann und wenn der andere Vertragspartner in jenem Staat, in dem der Verbraucher seinen Wohnsitz hat, eine berufliche oder gewerbliche Tätigkeit ausübt oder eine solche auf irgendeinem Wege auf diesen Staat ausrichtet und der Vertrag in den Bereich dieser Tätigkeit fällt. Gem Art 16 Abs 1 LGVÜ 11 kann der Verbraucher seine Klage wahlweise auch vor dem Gericht, an dem er seinen Wohnsitz hat, einbringen.

Diese Voraussetzungen liegen hier vor, weshalb die Zuständigkeit zu bejahen ist.

Der Kläger stützt sein Begehren ausdrücklich nur auf die Bestimmungen des Konsumentenschutzgesetzes und ABGB, nicht auf jene des Kapitalmarktgesetzes.

Unbestritten von der Beklagten ist, dass der Kläger die Gutscheine bei seinem Bekannten

bestellt und das Geld einbezahlt hat.

Zu beurteilen sind einerseits der Mitgliedschaftsvertrag, der nach den Behauptungen der Beklagten nach ihren AGB und deren Ergänzung geregelt ist, und andererseits die einzelnen Gutscheinbestellungen. Nur ein Mitglied kann Gutscheine anzahlen bzw. bestellen; sollte der Mitgliedsvertrag unwirksam sein, würde die rechtliche Grundlage für die einzelnen Bestellungen wegfallen. Die einzelnen Gutscheinanzahlungen können noch unabhängig davon durch Rücktritt aufgelöst sein.

Als der Kläger Mitglied wurde und im August, November und Dezember 2010 Gutscheinanteile bestellt hat, galten die allgemeinen Geschäftsbedingungen in der Fassung November 2009.

Daraus ist zu Punkt 10, Beendigung des Vertragsverhältnisses durch den Kunden, ausgeführt:

„10.1 Dem Kunden steht das Recht zu, die Vertragsbeziehung zu Lyoness JEDERZEIT DURCH SCHRIFTLICHE ERKLÄRUNG ZU BEENDEN, EBENSO WIE IHM DAS RECHT ZUSTEHT, EINE ANSONSTEN AUFRECHT BESTEHENDE VERTRAGSBEZIEHUNG NICHT MEHR ZU NUTZEN; IN KEINEM FALLE ENTSTEHEN DEM KUNDEN DADURCH GESONDERTE BEENDIGUNGSKOSTEN.

10.2. Die im Verrechnungssystem vom Kunden allenfalls zum Beendigungszeitpunkt erzielten Verrechnungspositionen, die der Kunde durch Eigeneinkäufe erworben hat (Resthandelsspanne) werden mit Vertragsbeendigung endgültig geschlossen; eine Bewertung der erreichten Position bzw. eine Barabrechnung dieser Position erfolgt nicht. Zur Auszahlung gelangen lediglich solche Rückvergütungsansprüche, die zum Zeitpunkt der Vertragsbeendigung bereits wirksam geworden, jedoch noch nicht ausbezahlt worden sind.

10.3. Hat der Kunde eine Anzahlung (siehe dazu Punkt 15) geleistet, so entsteht ihm durch die Vertragsauflösung kein Anspruch auf Rückerhalt dieser Anzahlung. Der Kunde hat jederzeit die Möglichkeit, die auf die beim Vertragshändler zu leistende Vollaufzahlung als fehlende Summe bis zum Zeitpunkt der Erwirtschaftung der jeweiligen Einkaufsgutschrift (siehe Anlage „Lyoness Vergütungen und Zahlungsarten“) in der jeweiligen Wirtschaftskategorie aufzuzahlen, wobei nach Durchführung der Zahlung die Endabrechnung in jener Form durchgeführt wird, wie sie auch bei einem nicht aufgelösten Vertragsverhältnis erfolgen würde. Alternativ hat der Kunde aber auch die Möglichkeit, seine Positionen unter Verwendung des von Lyoness zu beziehenden Formulars „Positionsverkauf“ zu veräußern. In diesem Falle tritt der Erwerber in die aufrechte Vertragsposition des Kunden ein, sodass dem Kunden, der das Vertragsverhältnis auflöst, keine wie immer gearteten Ansprüche gegen Lyoness mehr zustehen.

10.4 ...

10.5. ..."

Hinsichtlich der Anzahlungen ist in den AGB ausgeführt:

„15.1. Neben der Möglichkeit, Positionen durch Einkäufe (Resthandelsspanne) zu generieren, hat der Kunde die Möglichkeit, Positionen auch durch Anzahlungen zu erhalten (Mindest-Erstbestellung: 3 Positionen in der Wirtschaftskategorie 1). Das sind Anzahlungen auf zukünftige Einkäufe, also die Handelsspanne vorab, die die Möglichkeit bieten, geplante zukünftige Einkäufe zu erwirtschaften, sowie weitere Vergütungen zu generieren. Eine Rückerstattung der Anzahlung ist nicht möglich, da entstandene Handelsspannen verrechnet und vergütet wurden. Der Kunde hat jedoch bis zum Zeitpunkt der Positions- Erwirtschaftung (Einkaufsgutschrift) in der jeweiligen Wirtschaftskategorie die Möglichkeit, jederzeit seine Anzahlung aufzulösen, wie in Punkt 10.3 dargestellt. Durch die Auflösung nach den jeweiligen Handelsspannencodes des gewünschten Vertragsänders, wird die Anzahlung zu einer Vollzahlung und der Kunde erhält den vollständigen Betrag in Form von Gutscheinen des Vertragsänders (Anzahlung + Auflösung = Gutscheinwert). Ist dies der Fall und die Position (entstanden durch Anzahlung) ändert daher ihren Status auf Vollzahlung, bedeutet dies in weiterer Folge, dass nach Erreichen der Positions- Erwirtschaftung in der jeweiligen Wirtschaftskategorie die jeweilige Vergütung (Kaufpreysvergütung) abzüglich der ursprünglich getätigten Anzahlung ausbezahlt wird.“

15.2 Neben der Möglichkeit der Auflösung kann der Kunde die Re-Cash-Funktion in Anspruch nehmen. Durch die Re-Cash hat der Kunde die Möglichkeit, bereits getätigte Anzahlungen durch Eigeneinkäufe kontinuierlich wieder zur Auflösung zu bringen. Wird die Option Re-Cash aktiviert, wird bei Einkäufen mit der Cashback-Karte sowie beim Onlineeinkaufen im Lioness Partnershop die Sofortvergütung sowie der jeweilige Restrabatt für Re-Cash verwendet. Der direkte sowie indirekte Freundschaftsbonus wird an die jeweiligen Empfehlungsgeber weitergegeben vergütet. Wird die Option Re-Cash genutzt, entstehen aus Einkäufen mit der Cashback-Karte, sowie bei Lioness Online Partnershop Einkäufen keine neuen Positionen.“

Zum Rücktrittsrecht gem § 27 KSchG:

Gemr. § 27 KSchG kann ein Verbraucher von einem Vertrag über die Lieferung einer beweglichen körperlichen Sache, in dem sich der Verbraucher verpflichtet, den Kaufpreis in Teilbeträgen voranzuzahlen, zurücktreten, sofern die Ware bevorz. durch Erklärung der

Vertragspartner bestimmbar oder der Preis nicht nach den Preisverhältnissen zur Zeit der Vertragsschließung festgelegt und so lange der Vertrag nicht beiderseits vollständig erfüllt ist. Vorauszahlungskauf ist der Kauf einer beweglichen körperlichen Sache, wobei der Käufer den Preis in Teilbeträgen vor der Lieferung des Kaufgegenstandes zahlt. Es genügt für die Anwendbarkeit des § 27 KSchG, dass zwei Teileistungen vor Erhalt der Sache zu leisten sind.

Die Bestimmungen betreffend den Rücktritt von Vorauszahlungskäufen betrifft nur bewegliche Sachen iS der §§ 292 f ABGB. Ein Gutschein ist eine körperliche bewegliche Sache iS d § 292 ABGB bzw ein Wertpapier oder ähnliches Inhaberpapier iS d § 363 UGB.

Es handelt sich hier um die Anzahlung für die Lieferung einer körperlichen Sache, nämlich der Gutscheine.

Das Rücktrittsrecht kann während der vereinbarten Ansparzeit und danach ausgeübt werden, solange der Vertrag nicht von beiden Vertragspartnern vollständig erfüllt ist. Anders als beim Abzahlungsgeschäft ist in § 27 keine Wertgrenze vorgesehen, sodass dem Verbraucher das Rücktrittsrecht unabhängig von der Höhe der vereinbarten Ansparleistung zusteht. In Hinblick auf das gesetzliche Rücktrittsrecht macht es keinen Unterschied, ob der Käufer oder der Verkäufer das Recht hat, den zu liefernden Kaufgegenstand zu konkretisieren, oder ob Einvernehmen bei der Auswahl vorgesehen ist. Wer zur Auswahl der zu liefernden Sachen befugt ist, bestimmt sich nach der Vereinbarung; meist wird es der Käufer sein. Soweit der Unternehmer die zu liefernden Sachen auswählen darf, schützt § 27 den Verbraucher auch dann, wenn der Unternehmer die Auswahl nicht willkürlich, sondern mit Rücksicht auf die Interessen des Verbrauchers trifft. Die bereicherungsrechtlichen Folgen des Rücktritts bestimmen sich nach § 4 (condictio causa finita); der Unternehmer hat also die vom Verbraucher geleisteten Teilbeträge samt gesetzlichen Zinsen zurückzuzahlen ((Apathy in Schwimann § 27 KSchG, RZ 3 und 5).

Das Rücktrittsrecht nach § 27 KSchG dient dazu, den Konsumenten in einer spezifischen Vertragssituation allein schon wegen der mangelnden Bestimmtheit des Austauschverhältnisses und der Leistungen eine Auflösung des Vertrages zu ermöglichen. Entscheidend ist also im Ergebnis, ob hier bereits ein Vertrag geschlossen wurde, bei dem es den Vertragspartnern bereits darum ging, ein konkretes - allenfalls auch für den Konsumenten besonders günstiges - Austauschverhältnis zwischen einer bestimmten Leistung und Gegenleistung festzulegen. So sieht eben § 27 KSchG die Rücktrittsmöglichkeit eben sowohl für den Fall vor, dass die Ware nicht bestimmt ist (1. Fall) als auch, dass dies auf den Preis zutrifft (2. Fall). Da es für den Anwendungsbereich des § 27 KSchG 1. Fall ohne Belang ist, ob der Käufer oder der Verkäufer das Recht hat, den zu liefernden Kaufgegenstand zu

konkretisieren (vgl. Apathy in Schwimann aaO, Rz 3, Krejci in Rummel aaO § 27 Rz 4) - dies ergibt sich schon aus dem Gesetzestext ("der Vertragspartner") - ist hier also grundsätzlich von einer "Bestimmbarkeit" des Vertragsgegenstandes durch die Vertragspartner iSd § 27 KSchG 1. Fall auszugehen. Dem könnte allerdings entgegengehalten werden, dass § 27 KSchG erster Fall Rücktrittsrecht nur für den Fall vorsieht, dass die Ware "bloß" durch die Erklärung des Vertragspartners bestimmbar ist und was hier aber insofern nicht der Fall wäre, als bereits im Vertrag das pauschale Angebot der Beklagten angenommen und nur zusätzlich ein Wahlrecht eingeräumt wurde. Ob dieser Einwand zutrifft bedarf keiner abschließenden Klärung. Zum Tragen kommt jedenfalls der zweite Fall des § 27 KSchG, da für den Fall der - ja wirtschaftlich entscheidenden Ausübung - des Wahlrechtes die Preise nicht nach den Preisverhältnissen zur Zeit der Vertragsschließung festgelegt wurden, ja noch nicht einmal feststanden (7 Ob 23/00h).

Daher ist der Kläger zum Rücktritt nach § 27 KSchG berechtigt.

Zudem darf darauf verwiesen werden, dass es sich hier zwar nicht um ein Fernabsatzgeschäft iSd § 5 KSchG handelt, dass jedoch in analoger Anwendung auch ein Rücktritt nach § 5 KSchG berechtigt und rechtzeitig wäre.

In der Folge ist zu prüfen, ob die allgemeinen Geschäftsbedingungen der Beklagten, Stand 2009, zwischen den Streitparteien gültig vereinbart worden sind.

Allgemeine Geschäftsbedingungen - und dies hat auch für Allgemeine Entgeltbestimmungen zu gelten - haben für einen Vertrag nur dann Geltung, wenn dies von den Vertragsparteien vereinbart wurde. Geltungsgrund der Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist nicht der einseitige Akt ihrer Aufstellung, sondern der Konsens der Vertragsparteien (Graf in Kletečka/Schauer, ABGB-ON 1.01 § 864 a Rz 5). Der Aufsteller erklärt, unter Zugrundelegung seiner Allgemeinen Geschäftsbedingungen kontrahieren zu wollen und sein Vertragspartner stimmt dem zu. Beide Willenserklärungen können sowohl ausdrücklich als auch konkludent abgegeben werden. Es ist ausreichend, wenn der Unternehmer vor dem Abschluss erklärt, dass er nur zu seinen Allgemeinen Geschäftsbedingungen kontrahiert und dem Vertragspartner die Kenntnisnahme der AGB ermöglicht (Graf in Kletečka/Schauer, ABGB-ON 1.01 § 864 a Rz 13).

Der Kläger ist bei Abschluss des Mitgliedsvertrages - dies war bereits zum Zeitpunkt des ersten Treffens mit seinem Bekannten, als er das Formular ausfüllte und die cash back Karte bekommen hat, nicht auf die AGB hingewiesen worden, diese wurden daher auch nicht

Vertragsinhalt.

Gemaß § 6 Abs. 3 KSchG ist eine in allgemeine Geschäftsbedingungen oder Vertragsformblättern enthaltene Vertragsbestimmung unwirksam, wenn sie unklar oder unverständlich abgefasst ist. Nach herrschender Ansicht ist eine unerlaubte Bestimmung in AGB nicht gänzlich, sondern nur insoweit nichtig, als sie unzulässig ist; dies gilt außer für die gegen § 6 verstoßenden Klauseln, auch gegen gr(ü)ndlich benachteiligende Nebenbestimmungen im Sinn von § 879 Abs. 3 ABGB. Eine Klausel ist grundsätzlich unverständlich im Sinn des Abs. 3, wenn der für das jeweilige Geschäft typische Durchschnittskunde den Inhalt und die Tragweite der Klausel nicht durchschauen kann. Bei der Beurteilung der Unverständlichkeit muss man unterscheiden, ob der Verwender eine möglichst verständliche Formulierung gewählt oder die AGB für den Durchschnittskunden unnötig schwer verständlich formuliert hat (Apathy in Schwimann ABGB⁸. KSchG § 6 Rz 88). Außerdem ist zu berücksichtigen, ob die konkrete Klausel, die ohnedies bestehende Rechtslage wiedergibt oder Abweichungen zum Nachteil des Verbrauchers von dispositiven oder gar vom zwingenden Recht vorsieht. Darüber hinaus verlangt der OGH (4 Ob 179/02f), dass die Bestimmungen in AGB so klar und verständlich formuliert sein müssen, dass der Verbraucher nicht Gefahr läuft, über die sich für ihn aus der Regelung ergebenden Rechtsfolgen getauscht oder zumindest im Unklaren gelassen zu werden. Dies kann auch bedeuten, dass den Unternehmer, der die AGB verwendet, Hinweispflichten treffen, damit der Verbraucher ausreichend informiert ist.

Ergänzend sei daher auch darauf verwiesen, dass auch der Inhalt der AGB im Sinne der obigen Ausführungen gr(ü)ndlich benachteiligende Klauseln enthält, insbesondere betreffend die Nicht-Zurückzahlung bereits angezahlter Gutscheinbeträge.

Auch die weitere Prüfung des Inhalts des Mitgliedsvertrages betreffend Gesetzwidrigkeit im Sinne des § 27 UWG kann daher unterbleiben.

Auf die Einvernahme der Geschäftsführer der Beklagten konnte verzichtet werden wegen geklarer Sach- und Rechtslage. Auch Ihre Einvernahme hatte keine weiteren erhellenden Informationen gebracht, der Ablauf der Gutscheinzahlungen ist durch die vorgelegten Urkunden und die Angaben des Kl(ä)gers ausreichend klar, beim Vertragsabschluss mit dem Kl(ä)ger waren sie nicht anwesend, auch die weiteren notwendigen Erkenntnisse konnten insbesondere durch die vorgelegten Urkunden bereits getroffen werden. Zudem ist auch zweifelhaft, ob sie überhaupt inhaltlich ausgesagt hatten, haben sie doch auf Grund der strafrechtlichen Erhebungen ein Entschlagungsrecht.

Auf die Ausführungen der Beklagten betreffend die Bestimmungen des KMG ist nicht

30 E 12s41121

einzuweisen, weil sich der Kläger ausdrücklich nicht auf KMG, sondern nur auf KSchG gestützt hat.

Die Kostenentscheidung stützt sich auf §41 ZPO.

Die Beklagte hat keine Einwendungen gegen das Kostenverzeichnis der klagenden Partei erhoben.

Bezirksgericht Albstetten, Abteilung 1
Albstetten, NO, 12. August 2013
Mag. Ingrid Sonnleitner, Richter

Elektronische Ausfertigung
gem M§ 79 GOG