

Urteil des OGH: jö Bonus Club muss unzulässige Klauseln in AGB entfernen

Der Oberste Gerichtshof hat mehrere Klauseln im jö Bonus Club für unzulässig erklärt. Diese Entscheidung stärkt den Verbraucherschutz und wirft ein kritisches Licht auf das Geschäftsmodell des Kundenbindungsprogramms.

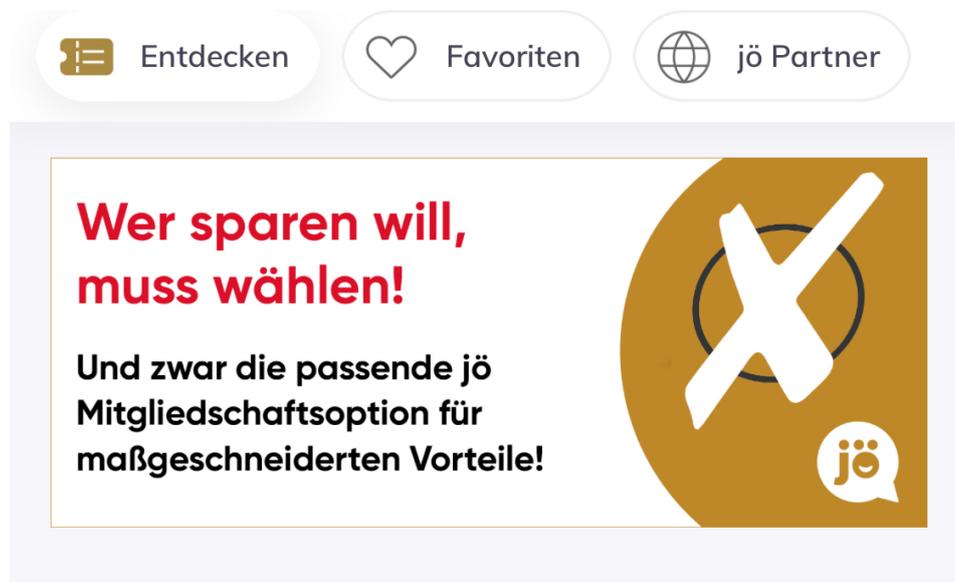


Foto: Screen der App-Startseite

Der Oberste Gerichtshof (OGH) hat in einem aktuellen Urteil mehrere Klauseln des jö Bonus Clubs für unzulässig erklärt. Diese **Entscheidung** ist das **Ergebnis** einer Klage des Vereins für Konsumenteninformation (VKI), die im Auftrag des Sozialministeriums geführt wurde. Die beanstandeten Klauseln betreffen zentrale Aspekte des Kundenbindungsprogramms, darunter das Recht der Verbraucher auf Rabatte und Bonuspunkte.

Daten als Gegenleistung: Ein

unausgewogenes Geschäft

Der jö Bonus Club stellt die Teilnahme am Programm als kostenlos dar, doch tatsächlich "bezahlen" die Mitglieder mit ihren persönlichen Daten. Diese Daten sind für die Betreiber von großem Wert, da sie zur gezielten Werbung und Marktanalyse verwendet werden. Das OGH-Urteil zeigt jedoch, dass das Verhältnis von Leistung und Gegenleistung oft zu Lasten der Verbraucher verzerrt ist. Der OGH hat klargestellt, dass den Teilnehmer bei der Preisgabe ihrer Daten auch tatsächlich die versprochenen Vorteile zustehen müssen.

Unzulässige Klauseln und ihre Auswirkungen

Zu den vom OGH als unzulässig eingestuften Klauseln gehört die Verpflichtung zur Herausgabe der jö Karte auf Verlangen des Betreibers. Diese Klausel ermöglichte es dem jö Bonus Club, Verbraucher willkürlich von der Nutzung der Karte und damit von den versprochenen Vorteilen auszuschließen. Auch die Klausel, die den Rechtsanspruch auf Rabatte und Bonuspunkte ausschloss, wurde als sittenwidrig bewertet. Laut OGH standen diese Bestimmungen in krassem Missverhältnis zur Gegenleistung der Verbraucher, nämlich der Bereitstellung ihrer persönlichen Daten.

Weitere unzulässige Klauseln betrafen die außerordentliche Kündigungsmöglichkeit durch den Betreiber bei missbräuchlicher Verwendung von Rücksendungen und Retouren sowie die Einschränkung der Haftung des Betreibers bei Verlust oder Missbrauch der jö Karte. Diese Bestimmungen waren so gestaltet, dass sie die Rechte der Verbraucher erheblich einschränkten und ihnen unverhältnismäßige Risiken aufbürdeten.

Ein kritischer Blick auf Kundenbindungsprogramme

Das Urteil des OGH ist nicht nur ein Erfolg für den Verbraucherschutz, sondern wirft auch ein kritisches Licht auf die Praxis großer Kundenbindungsprogramme. Während Supermärkte und große Einzelhandelsketten von den Daten ihrer Kunden erheblich profitieren, bleibt der tatsächliche Nutzen für die Verbraucher oft fraglich. Viele dieser Programme dienen weniger der Kundenbindung als vielmehr der Gewinnmaximierung und Marketingstrategie der Unternehmen. Im Gegensatz dazu bieten kleinere, lokal geführte Betriebe wie der traditionelle Fleischer oder Bäcker oft ein transparenteres und faires Einkaufserlebnis. Hier steht der direkte Kontakt zum Kunden und die Qualität der Produkte im Vordergrund, ohne dass persönliche Daten als Währung dienen müssen.

Ein bedeutendes Urteil für den Verbraucherschutz

Das Urteil des OGH gegen den jö Bonus Club ist ein wichtiger Schritt hin zu mehr Transparenz und Fairness in Kundenbindungsprogrammen. Es zeigt, dass der Handel mit persönlichen Daten nicht einseitig zu Lasten der Verbraucher gehen darf. Dennoch bleibt abzuwarten, ob dieses Urteil langfristig zu einer grundsätzlichen Änderung der Praktiken bei großen Einzelhandelsketten führen wird. Verbraucher sollten weiterhin kritisch abwägen, wem sie ihre Daten und ihr Vertrauen anvertrauen.

Besuchen Sie uns auf: [fleischundco.at](https://www.fleischundco.at)