

Hanseatisches Oberlandesgericht

Az.: 3 MK 2/21

Verkündet am 26.10.2023

Reimann, JAng
Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle



Urteil

IM NAMEN DES VOLKES

In der Sache

Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände - Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., vertreten durch d. Vorstand Ramona Pop, Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin

- **Musterkläger** -

Prozessbevollmächtigte:

Rechtsanwälte **Spirit Legal Rechtsanwaltsgesellschaft mbH**, Neumarkt 16-18, 04109 Leipzig, Gz.: 21/732/BUS/KSL

gegen

PE Digital GmbH, vertreten durch d. Geschäftsführer Marc Schachtel, Henning Rönneberg, Herbert Murschenhofer, Speersort 10, 20095 Hamburg

- **Musterbeklagte** -

Prozessbevollmächtigte:

Rechtsanwälte **Freshfields Bruckhaus Deringer Rechtsanwälte Steuerberater PartG mbB**, Hohe Bleichen 7, 20354 Hamburg, Gz.: 176555-0001 HPS

erkennt das Hanseatische Oberlandesgericht - 3. Zivilsenat - durch die

auf Grund der mündlichen Verhandlung vom 21.09.2023 für Recht:

- I. Es wird festgestellt, dass eine Regelung in Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die für das kostenpflichtige Online-Partnervermittlungsportal „Parship“ bei Verträgen mit einer bei Vertragsschluss gewählten Laufzeit von bis zu einem Jahr vorsieht, dass eine Verlängerung der Mitgliedschaft um ein Jahr eintritt, sofern nicht spätestens 12 Wochen vor Ablauf der bei Vertragsschluss gewählten Laufzeit gekündigt wird, unwirksam ist.
- II. Die weitergehenden Feststellungsanträge werden zurückgewiesen.

- III. Von den Kosten des Rechtsstreits haben der Musterkläger 2/3 und die Musterbeklagte 1/3 zu tragen.
- IV. Das Urteil ist hinsichtlich der Kosten gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrages vorläufig vollstreckbar.
- V. Der Streitwert wird auf EUR 60.000,00 festgesetzt.

Tatbestand

Der Musterkläger nimmt die Musterbeklagte im Wege der Musterfeststellungsklage auf Feststellung von Kündigungsrechten der Kunden der Musterbeklagten, den daraus resultierenden Vergütungspflichten sowie der Wirksamkeit von Vertragsverlängerungsklauseln in den AGB der Musterbeklagten in Anspruch.

Der Musterkläger ist der Dachverband aller 16 Verbraucherzentralen und 28 weiterer Verbraucherschutzorganisationen in Deutschland. Gemäß § 2 seiner Satzung bezweckt der Musterkläger, Verbraucherinteressen wahrzunehmen, den Verbraucherschutz zu fördern, die Stellung des Verbrauchers in der sozialen Marktwirtschaft zu stärken und zur Verwirklichung einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen (vgl. Satzung des Musterklägers, Anlage K 1). Er ist in der zwischenzeitlich vom Bundesamt für Justiz in Bonn errichteten Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 UKlaG eingetragen (vgl. Anlage K 2).

Die Musterbeklagte betreibt mehrere Online-Partnervermittlungs-Portale, darunter unter www.parship.de eine bekannte Online-Partnervermittlung (vgl. Screenshot der Startseite www.parship.de in Anlage K 6). Parship hat nach eigenen Angaben der Musterbeklagten derzeit rund 1,8 Millionen registrierte Nutzer.

Die Funktionen von parship, insbesondere Ablauf und Funktion des angebotenen Persönlichkeitstests, sind ganz überwiegend zwischen den Parteien unstreitig, nicht aber deren rechtliche Einordnung und Vergleichbarkeit mit (anderen) Social-Media-Plattformen.

Nach den AGB der Musterbeklagten bietet sie ihren Kunden den Zugriff auf eine Online-Datenbank an, über die ein gemeinsames Kennenlernen ermöglicht wird (vgl. AGB, Stand: 16.08.2021, Anlage K 7, Ziff. 1.1). Teil der Leistung ist, dass in dieser Datenbank weitere Kunden-Profile enthalten sind (vgl. AGB Ziff. 1.2). Zudem ermöglichen sie die Kontaktaufnahme auf der Basis von durch Parship vorgegebenen Suchkriterien (vgl. AGB Ziff. 1.3). Nach der kostenlosen Registrierung erhält der Nutzer unmittelbar Zugang zur Plattform. Er kann sein

Nutzerprofil individualisieren, etwa durch einen Steckbrief mit Angaben zu Beruf, Figur, Bildungsabschluss, Sprachen, Rauchereigenschaft, der Häufigkeit sportlicher Aktivitäten, Haustieren, Familienstand und Kindern sowie einem etwaigen Kinderwunsch oder durch das Ausfüllen eines allgemeinen Freitextfeldes mit dem Titel „Über mich“ oder die Beantwortung von Profilfragen (vgl. Anlagenkonvolut MB 3). Zusätzlich kann der Nutzer Fotos von sich veröffentlichen, wobei er die Möglichkeit hat, diese Fotos für einzelne Nutzer zu blockieren.

Zentraler Baustein von Parship die Beantwortung des sog. „Parship-Fragebogens“ (vgl. AGB Ziff. 2.3), einem nach Angaben der Musterbeklagten nach wissenschaftlichen Erkenntnissen begründeten Standardfragebogens mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten. Er umfasst etwa 80 Fragen mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten (vgl. Anlagenkonvolut K 10). Ein Überspringen von Fragen ist nicht möglich; auch eine Individualisierung der vorgegebenen Antwortmöglichkeiten ist nicht möglich. Die Fragen haben im Durchschnitt jeweils mehr als drei vorgegebene Antwortmöglichkeiten, so dass die rechnerische Zahl der möglichen Varianten eine Zahl mit 39 Stellen ergibt. Die Musterbeklagte überprüft die zuvor von den Nutzern im Parship-Fragebogen gemachten Angaben nicht. Anhand der Antworten der Nutzer erstellt ein Algorithmus zunächst die sog. „Partnerschafts-Persönlichkeit“ mit Punktwerten, sog. „Score-Werten“ zu verschiedenen Persönlichkeitsaspekten. Ein Algorithmus überführt die Nutzerangaben in die sogenannte „Partnerschafts-Persönlichkeit“, die anschließend in die Parship-Datenbank aufgenommen wird. Ein Ergebnis der Auswertung – die eigene Parship-Persönlichkeit – ist für die Nutzer sogleich auf der Plattform einsehbar und von der Startseite aus erreichbar; ein Portrait der Partnerschafts-Persönlichkeit wird dem Kunden auch als PDF zur Verfügung gestellt.

Anhand verschiedener Grafiken kann der Nutzer die aufgrund der Antworten für insgesamt 32 Merkmale jeweils ermittelte Ausprägung ablesen. Dabei ist die Ausprägung eines Merkmals mit einer Punktzahl zwischen 60 (geringe Ausprägung) bis 140 Punkten (starke Ausprägung) angegeben. Die 32 Merkmale sind zunächst in einem Kreisdiagramm dargestellt. Aufgeteilt nach Unterkategorien erscheint jedes Merkmal zudem einzeln als Balkendiagramm innerhalb einer Skala von 60 bis 140 Punkten. Die Balkendiagramme werden begleitet von allgemeinen Informationsbeschreibungen zu der Bedeutung der Unterkategorie und dem dargestellten Merkmal. Teilweise erscheinen zudem allgemeine Tipps für das Verhalten bei der Partnersuche.

Sodann gleicht das Programm diese Partnerschafts-Persönlichkeit des Kunden – wiederum automatisiert – mit denen anderer Parship-Kunden ab, und zwar auf der Grundlage statistischer Vergleichsdaten, welche Aussagen über die Kompatibilität (Vereinbarkeit) der mit dem Parship-Fragebogen ermittelten Merkmalsausprägungen einzelner Kunden ermöglichen (vgl. AGB Ziff. 3.1). Die Musterbeklagte nennt diesen Vorgang „Matching-Verfahren“. Es beruht darauf,

dass jeweils zwei Partnerschafts-Persönlichkeiten auf Übereinstimmungen hin verglichen und das Ergebnis zunächst anhand einer Punktzahl ausgedrückt wird, den sogenannten „Matching-Punkten“. Die Angaben und Scores kann der Nutzer auch bei „gematchten“ Profilen anderer Mitglieder angesehen und mit den eigenen vergleichen (vgl. exemplarisch dargestellt auf S. 27 ff der Klageschrift).

Die Musterbeklagte sendet dem Kunden schließlich laufend aktualisierte Partnervorschläge zu (vgl. AGB Ziff. 3.1, 3.2). Sie ermöglicht den Kunden außerdem, mit anderen Kunden in Kontakt zu treten und über Nachrichten und Videochat zu kommunizieren (vgl. AGB Ziff. 3.2). Dies und weitere Leistungen der Musterbeklagten ergeben sich aus ihren AGB (vgl. Anlage K 7 zum Stand: 16.08.2021). Der Abgleich geschieht – unstreitig – vollautomatisch, ohne dass Mitarbeiter der Musterbeklagten an diesem Vorgang beteiligt wären. Auch die Gewichtung der einzelnen Merkmale ist festgelegt; eine etwaige persönliche Gewichtung der Merkmale wird bei den Matching-Punkten nicht berücksichtigt.

Neben den automatisierten Vorschlägen können Nutzer („Self-Selection“) ihre Suche selbst gestalten. So können sie sich eine Vorauswahl an geeigneten Partnervorschlägen anzeigen lassen oder sie beispielsweise auf eine bestimmte Region beschränken oder auf das Ausland ausweiten, sie auf eine bestimmte Altersspanne eingrenzen oder sich lediglich Nutzer anzeigen lassen, die nicht rauchen.

Die Musterbeklagte unterhält einen Kundenservice, der sowohl telefonisch erreichbar ist (vgl. Anlagen K 72 und K 73) als auch per Mail (vgl. Anlage K 74). Über die Homepage der Musterbeklagten wird ferner unter der Rubrik „Service & Coaching: Wir sind da“ (vgl. Anlage K 75) die Möglichkeit angeboten, bei einem Diplom-Psychologen ein telefonisches Coaching in Anspruch zu nehmen, das weitere Kosten auslöst.

Die Nutzer von Parship können zwischen einer kostenlosen Basis-Mitgliedschaft und einer kostenpflichtigen Premium-Mitgliedschaft wählen mit zusätzlichen Funktionen und unterschiedlichen Mindestlaufzeiten. Auch für die kostenlose Basis-Mitgliedschaft ist das Durchlaufen des Fragebogens obligatorisch und wird das Persönlichkeitsprofil als Grundlage des sog. Matchings erstellt. Auch als Basis-Mitglied können Nutzer ein Profil anlegen, sich durch die „Matches“ klicken und erste Nachrichten bekommen, aber nur begrenzt antworten. Fotos anderer Mitglieder sind für Basis-Mitglieder zunächst verschwommen.

Nutzer, die eine Premium-Mitgliedschaft abgeschlossen haben, erhalten eine 50-seitige Auswertung zu ihrer Partnerschafts-Persönlichkeit, die die Musterbeklagte „Persönlichkeitsgutachten“ nennt (vgl. Klagerwiderung, dort S. 20). Nutzer mit einer Basis-Mitgliedschaft erhalten dies separat zum Preis von EUR 149,00 (vgl. Beispiel in Anlage K

12). Die Premium-Mitgliedschaft ermöglicht zudem die differenziertere regionale Umkreissuche nach passenden Matches. Diese Nutzer erhalten die Möglichkeit, alle Fotos vorgeschlagener Nutzer sehen, Besucher auf ihrem Profil einzusehen. Sie erhalten eine abstrakte Umschreibung eines Matching-Abgleichs können unbegrenzt Nachrichten anderer Nutzer versenden und lesen.

Die Beklagte bot Laufzeit-Pakete mit 6, 12 oder 24 Monaten Erstlaufzeit an und dies, außerhalb von Sonderaktionen, zu folgenden Standardpreisen (vgl. Anlage K 21):

- 6 Monate für 479,40 € (79,90 € monatlich)
- 12 Monate für 790,80 € (65,90 € monatlich)
- 24 Monate für 1.101,60 € (45,90 € monatlich)

Die Verträge über die kostenpflichtige Premium-Mitgliedschaft wurden nach den Regelungen der Musterbeklagten automatisch verlängert, wenn der Verbraucher nicht unter Einhaltung der Kündigungsfrist ordentlich kündigt. Bis zum 28.02.2022 legte die Musterbeklagte insoweit in ihren AGB am Beispiel der Version vom 16.08.2021 (Anlage K 7), unter Ziff. 5 fest:

„5 Kündigung/Verlängerung

5.1 Der Kunde hat jederzeit das Recht, den Vertrag über die kostenlose Basis-Mitgliedschaft mit sofortiger Wirkung zu kündigen. Die Kündigung der kostenlosen Mitgliedschaft erfolgt wirksam durch Betätigung des Links "Profil löschen" im Bereich "Mein Profil" / "Daten & Einstellungen" / "Profil verwalten" / "Profilstatus" auf der Webseite und die Bestätigung dieses Vorgangs durch die Eingabe des persönlichen Passworts.

5.2 Die Frist für die ordentliche Kündigung der kostenpflichtigen Premium-Mitgliedschaft ergibt sich für den Kauf über die Webseite aus den produktbezogenen Vertragsinhalten, die im Rahmen des Bestellvorganges auf der Webseite vom Kunden bestätigt werden. Beim Kauf einer Premium-Mitgliedschaft wird der Kunde darüber hinaus in der Bestellbestätigung per Email über die Kündigungsfrist informiert. Die Kündigung ist nur dann wirksam, wenn sie durch ausdrückliche Erklärung in Textform erfolgt (wie z.B. Brief oder Fax).

[...]

Die ordentliche Kündigung der kostenpflichtigen Mitgliedschaft führt nicht automatisch zur Kündigung der kostenlosen Mitgliedschaft. Hierfür ist nach Ziffer 5.1 zu verfahren.

[...]

5.4 Bei einem Kauf über die Webseite verlängert sich der Vertrag über die kostenpflichtige Premium-Mitgliedschaft automatisch, sofern der Kunde seinen Vertrag nicht gem. Ziffer 5.2 unter Einhaltung der Kündigungsfrist ordentlich

kündigt. Die Laufzeit der Verlängerung sowie deren Kosten ergeben sich in diesem Fall aus den produktbezogenen Vertragsinhalten, die im Rahmen des Bestellvorganges auf der Webseite vom Kunden bestätigt werden. Bei dem Kauf einer Premium-Mitgliedschaft wird der Kunde zudem in der Bestellbestätigung über die Dauer und die Kosten einer möglichen Verlängerung bei nicht rechtzeitiger Kündigung informiert. [...]“

Inhaltsgleiche und teils wortgleiche Klauseln waren in allen Fassungen der AGB der Musterbeklagten seit dem 18.04.2017 bis zum 28.02.2022 enthalten (vgl. Klagerwiderung vom 01.08.2022, dort S. 30, sowie Anlagenkonvolute MB 1 und MB 13 und Hinweisbeschluss des Senats vom 23.08.2023).

Aus den „produktbezogenen Vertragsinhalten“ ergaben sich die Laufzeiten der Verlängerung und die anfallenden Kosten sowie die Kündigungsfrist von zwölf Wochen vor Ablauf der bestellten kostenpflichtigen Premium-Mitgliedschaft (vgl. Anlagenkonvolute K 26 und 27). Eine Kündigung nach diesem Zeitpunkt ließ die Musterbeklagte nicht zu. Wird die Kündigungsfrist versäumt, verlängern sich die ursprüngliche sechs-, zwölf-, oder 24-monatige kostenpflichtige Premium-Mitgliedschaften um eine (weitere) zwölfmonatige kostenpflichtige Premium-Mitgliedschaft zu den bisherigen Konditionen.

Seit dem 28.02.2022 verwendet die Musterbeklagte eine neue Fassung ihrer AGB, die in Umsetzung der zum 1. März 2022 in Kraft getretenen Neuregelung des § 309 Nr. 9 GB keine Verlängerung um zwölf Monate und keine Kündigungsfrist von zwölf Wochen mehr vorsieht (nachfolgend AGB n.F.), sondern eine Kündigungsfrist von einem Monat vor Ablauf der Erstlaufzeit und danach jederzeit mit einer Frist von einem Monat ordentlich gekündigt werden kann (vgl. Anlagenkonvolut MB 13, S. 6).

Der Musterkläger sieht die Musterfeststellungsklage eröffnet, weil von den streitgegenständlichen Feststellungszielen die Ansprüche und Rechtsverhältnisse von weit mehr als 10 Verbraucherinnen und Verbrauchern abhingen (vgl. Tabelle auf S. 46 der Klageschrift; zu den Verbrauchern im Einzelnen vgl. S. 48 ff. der Klageschrift). Die Frage, ob das Vertragsverhältnis außerordentlich nach § 627 BGB gekündigt werden könne, sei für jeden der Nutzerinnen und Nutzer von Parship relevant, die einen entgeltpflichtigen Vertrag abgeschlossen haben – unabhängig davon, ob sie eine Kündigung bereits erklärt hätten oder nicht.

Zum Feststellungsziel 1 beruft sich der Musterkläger auf die höchstrichterliche Rechtsprechung, wonach Verträge, die Dienstleistungen im Zusammenhang mit einer Partnerschaftsvermittlung bzw. -anbahnung zum Gegenstand haben, dem § 627 BGB unterfielen, da sie den persönlichen Lebensbereich berührten. Für Video-Partnervermittlungsportale habe der Bundesgerichtshof

bejaht, dass § 627 Abs. 1 BGB auf diese Anwendung finde. Es sei nicht ersichtlich, warum das Online-Partnervermittlungsportal der Musterbeklagten anders beurteilt werden sollte als das Videoportal. Insbesondere sei ein persönlicher Kontakt nicht erforderlich, sondern es genüge ein „persönliches Vertrauen“. Entscheidend sei nicht, ob der Vermittler einen Karteikasten mit Kundenkarten und Kundenfotos habe oder, ob er die Personendaten und Kundenbilder in einen Rechner eingebe. Entscheidend sei auch nicht, ob der Vermittler die Affinität zweier Charaktere durch seine Erfahrung ermittele oder durch einen Computer. Entscheidend sei, dass der Kunde dem Vermittler ein sehr hohes Maß an Vertrauen entgegenbringe und, dass er von ihm ein sehr hohes Maß an Diskretion und Knowhow erwarte. Soweit der Bundesgerichtshof in der jüngsten Entscheidung betreffend die Musterbeklagte ausgeführt habe, dass § 656 Abs. 1 BGB nicht auf einen Online-Partnervermittlungsvertrag der Musterbeklagten entsprechend anwendbar sei, sei dies für die Beurteilung des § 627 BGB irrelevant.

Der Musterkläger behauptet insoweit, bei dem Online-Partnervermittlungsportal der Musterbeklagten müssten Kunden ein erhebliches Maß an Vertrauen in ihre Seriosität aufbringen, weil ihre Privat- und Intimsphäre betroffen sei. Dies ergebe sich zunächst daraus, dass die Musterbeklagte von ihren Kunden verlange den Parship-Fragebogen auszufüllen, mit dem ein Persönlichkeitsgutachten erstellt werde. Teil des Fragebogens sei eine Art Psychoanalyse, die weit über die Fragebögen einer klassischen Partnervermittlung hinausgehe. Hier würden höchstpersönliche Dinge abgefragt und zahlreichen weiteren persönliche und intime Aspekte.

Zwar mögen die Merkmale, wie sie die Musterbeklagte anhand der Antworten des Nutzers im Persönlichkeitstest festgestellt habe, für den Nutzer allgemein gehalten worden sein. Sie seien aber dennoch typisiert auf die Nutzer zugeschnitten, weil die Musterbeklagte die jeweilige Ausprägung der Eigenschaften, Charakterzüge und Verhaltensweisen des einzelnen Nutzers ermittele. Der Persönlichkeitstest ermögliche zudem eine derart große Bandbreite an Antwort- und Kombinationsmöglichkeiten, dass die Ergebnisse der einzelnen Tests sehr spezifisch auf den jeweiligen Nutzer zugeschnitten sein dürften. Der Einzelfallbezug ergebe sich schlicht durch die schiere Anzahl möglicher Antwortvariationen. Der Annahme eines besonderen Vertrauens stehe es nicht entgegen, dass die Musterbeklagte ihre Vorgänge teils automatisiert habe, da die Nutzer nicht nachvollziehen könnten, wie die Musterbeklagte ihre spezifischen Antworten und Antwortkombinationen einordne. Da die Musterbeklagte jedes einzelne Nutzerprofil unter einen Freischaltungsvorbehalt stelle, heiße dies, dass sie die Profile zunächst überprüfe und dann erst freigeschalte.

Über das Persönlichkeitsgutachten hinaus habe die Musterbeklagte aber auch Zugriff auf eine enorme Menge weiterer sensibler Informationen aus dem Bereich der Privat- und Intimsphäre der

Nutzer. Darunter fielen bspw. Informationen darüber, welche Nutzerprofile öfter angesehen werden (vgl. u.a. Anlagenkonvolut K 14), wie lange auf bestimmten Nutzerprofilen verweilt werde und der Inhalt der einzelnen Nachrichten, die der Nutzer an andere Nutzer sende. Von besonderer Relevanz für die Privat- und Intimsphäre des Nutzers sei es, dass die Musterbeklagte Zugriff und Kenntnis auf einzelne, private Nachrichten erhalten könne und sich im Übrigen vorbehalte, jede versendete Nachricht mithilfe von Filter- bzw. Validierungssoftware zu bewerten. Die Exponierung intimster Daten durch die Musterbeklagte gegenüber praktisch jedermann – und damit anders als bei Offline-Partnervermittlungen – müsse jedoch jederzeit beendet werden können, nicht nur unter Inkaufnahme der weiteren monatlichen Zahlung, die dann ohne Gegenleistung erbracht würde.

Es sei unzutreffend, wenn die Musterbeklagte behaupte, die Funktionsweise der Parship-Plattform gleiche denen anderer bekannter Social-Media-Plattformen. Dass auch auf Parship eine Kontaktaufnahme zwischen Nutzern stattfinde, sei insoweit nur der kleinste gemeinsame Nenner. Im Gegensatz zu anderen Sozialen Medien erhebe die Musterbeklagte spezifische private und intime Informationen ihrer Nutzer, anhand derer sie ihre Nutzer einer Bewertung unterziehe, um die Kompatibilität mit anderen Nutzern zu bewerten. Auf diese Bewertung habe der Nutzer keinen Einfluss.

Ein „persönlicher Kontakt“ mit der Musterbeklagten sei für das besondere Vertrauensverhältnis nicht erforderlich. Ausschlaggebend sei allein, dass vertrauliche Angaben offenbart würden. Die Musterbeklagte eröffne ein hohes Risiko für die Privat- und Intimsphäre der Nutzer.

Auch der Datenschutz rechtfertige die Annahme eines besonderen Vertrauens der Nutzer in die Integrität des Anbieters aufgrund der Preisgabe zahlreicher höchstpersönlicher Angaben hinsichtlich der Geheimhaltung der Daten des erstellten Profils und hinsichtlich der beworbenen Geeignetheit der „gematchten“ potentiellen Partner. Das von der Musterbeklagten aus den erhobenen Daten des Nutzers erstellte Profil sei insbesondere aufgrund der darin enthaltenen sensiblen und nach Art. 9 DSGVO besonders geschützten Daten in hohem Maße missbrauchsanfällig und – wie auch Art. 22 Abs. 4 DSGVO klarstelle – schutzbedürftig. Daraus erwachse ein besonderes Vertrauenserfordernis der Nutzer.

Die besondere Vertrauensstellung der Musterbeklagten ergebe sich daher auch daraus, dass die Nutzer der Musterbeklagten ihre privaten, plattforminternen Telekommunikationsvorgänge und ihre dortigen laufenden Kommunikationsvorgängen anvertrauten. Diese Vertrauensstellung sei bei dem Online-Partnervermittlungsportal der Musterbeklagten im Vergleich zur klassischen Partnervermittlung sogar noch gesteigert, weil die gespeicherten Daten besonders leicht und unentdeckt eingesehen und weitergegeben werden können, also ein erhebliches

Missbrauchsrisiko bestehe.

Der Musterkläger bestreitet den Vortrag der Musterbeklagten, dass „46 % der befragten Parship-Nutzer eine Premium-Mitgliedschaft insbesondere aufgrund eines günstigen Preis-Angebots“ abgeschlossen hätten. Maßgeblich sei vielmehr offensichtlich, dass die Premiumfunktionen die Möglichkeit der Nutzer verbesserten, eine Liebesbeziehung anbahnen zu können. Dies sei von der Musterbeklagten aber nicht mal in ihrer Umfrage gemäß Anlage MB 2 erhoben worden.

Der Musterkläger macht geltend, dass die unstreitigen Kontaktmöglichkeiten des Kundenservice sehr wohl auch persönliche Unterstützung der Nutzer durch die Mitarbeiter der Musterbeklagten ermöglichten, die nicht auf technische Aspekte oder Vertragsangelegenheiten beschränkt seien. Auch das angebotene telefonische Coaching sei Teil des Services der Musterbeklagten für die Nutzer; die Coaches seien nach der Eigenwerbung schließlich immer für die Nutzer da, wenn sie gebraucht würden und unterstützten sie bei der Partnersuche (vgl. Anlage K 75). Zwar gebe die Musterbeklagte an, es würde sich bei dem Coaching um eine eigenständige Leistung handeln, die nicht Gegenstand der Parship Basis- oder Premium-Mitgliedschaft sei und bei der es sich nicht um eine Kundenservice-Hotline handele. Dies gelte aber allenfalls bezüglich der eigenständigen Abrechnung.

Zum Feststellungsziel 2 macht der Musterkläger geltend, die Vergütung, die die Nutzer nach fristloser Kündigung schuldeten, sei auf eine zeitanteilige Vergütung zu beschränken, die sich allein nach der Dauer des Vertrages bis zum Zugang der Kündigungserklärung bemesse. Zwar seien Ausnahmen denkbar, wenn besondere Aufwendungen erbracht worden seien, um den konkreten Vertrag zu erfüllen, die nicht mehr rückgängig gemacht werden können und auch nicht für andere Verträge verwendbar seien. Eine solche besondere Aufwendung erbringe die Musterbeklagte jedoch nicht.

Der von der Musterbeklagten angebotene „Profil-Check“ sei eine zeitanteilige Leistung. Durch diesen, der außerhalb der Premiummitgliedschaft – unstreitig – aufpreispflichtig ist, solle die Darstellung des Partnersuchenden „optimiert“ werden, um dauerhaft mehr gelungene Kontakte herzustellen. Die Leistung solle sich daher ausschließlich bei der Suche nach Kontakten innerhalb der weiteren Nutzer auswirken. Die Leistung verteile sich damit auf die unbekannte Zahl der Kontakte innerhalb der Vertragslaufzeit.

Auch der Partnerschafts-Persönlichkeitstest sei zeitanteilige Leistung. Der Nutzer zahle die jeweilige Vergütung nicht mit Blick darauf, dass die Musterbeklagte von ihm einmalig ein besonderes Gutachten erstelle, damit dieser sich über seine Partnersuche im Klaren sei. Die Vergütung sei vielmehr darauf ausgerichtet, dass die Musterbeklagte dem Nutzer darauf

aufbauend laufend Partnervorschläge zusende. Der zeitanteilige Charakter liege insoweit darin, dass die persönlichen Angaben ein ums andere Mal mit den Angaben anderer Nutzer abgeglichen würden.

Zum Feststellungsziel 3 ist der Musterkläger der Auffassung, die Vertragsschlüsse innerhalb eines jeden Geltungszeitraums einer AGB-Fassung bildeten entgegen der Auffassung der Musterbeklagten keine jeweils eigene Fallgruppe. Es seien daher auch nicht für jede einzelne Fassung der AGB zehn Verbraucher zu benennen, die Ansprüche oder Rechtsverhältnisse aus der einzelnen AGB-Fassung ableiten können. Die einzelnen AGB-Fassungen unterschieden sich in den entscheidungsrelevanten Punkten nicht. Ob auch Ansprüche oder Rechtsverhältnisse, die zwischen Verbrauchern und der Musterbeklagten nach dem 28.02.2022 von dem Feststellungsziel 3 abhängig seien, sei für die Zulässigkeit, sowie die Begründetheit, der Musterfeststellungsklage unerheblich.

Der Musterkläger hält die Regelung der Musterbeklagten, dass eine Verlängerung der Mitgliedschaft um ein Jahr eintrete, sofern nicht spätestens 12 Wochen vor Ablauf der Erstlaufzeit gekündigt werde, für unwirksam. Zwölfmonatige Verlängerungsklauseln samt zwölfwöchiger Kündigungsfrist seien gemäß § 307 Abs. 1 S. 1, Abs. 2 BGB unwirksam, weil sie Verbraucher entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligten. Zudem ergebe sich die unangemessene Benachteiligung daraus, dass sie gemäß § 307 Abs. 1 S. 2 BGB nicht klar und verständlich seien.

Hilfsweise macht er geltend, dass die Regelung bei Verträgen unwirksam sei, die eine bei Vertragsschluss gewählte Laufzeit *von bis zu einem* Jahr vorsehe.

Er ist der Ansicht, § 309 Nr. 9 BGB bilde nicht den abschließenden Maßstab, um die Verlängerungs- bzw. Kündigungsklausel rechtlich zu bewerten. Der Gesetzgeber treffe darin lediglich die Wertung für Dauerschuldverhältnisse, dass Klauseln bei der Überschreitung bestimmter Fristen stets unwirksam sein sollten. In diesem Bereich sei vielmehr eine Abwägung zwischen den Interessen der Beteiligten erforderlich. Dies ergebe sich auch aus der weiteren Rechtsprechung, die bereits die Verlängerungsklausel einer Partnervermittlung von sechs Monaten in Kombination mit einer sechswöchigen Kündigungsfrist bei einer sechsmonatigen Erstlaufzeit für unwirksam gehalten habe. Und selbst beim Makleralleinauftrag habe der Bundesgerichtshof zuletzt nur Verlängerungsklauseln von drei Monaten gebilligt und zudem hohe Anforderungen an die Einbeziehung gestellt. Der Musterkläger bezieht sich ferner auf die ab 01.03.2022 in Kraft tretende Neuregelung des § 309 Nr. 9 lit. b BGB durch das Gesetz für faire Verbraucherverträge.

In jedem Modell der Musterbeklagten betrage die Kündigungsfrist bereits ca. ein Viertel der

Verlängerungszeit. In der sechsmonatigen Premium-Mitgliedschaft betrage die Kündigungsfrist ca. die Hälfte, in der zwölfmonatigen ca. ein Viertel und in der 24-monatigen ca. ein Achtel der Erstlaufzeit. Auch die Kündigungsfrist der 24-monatigen Premium-Mitgliedschaft sei mit Blick auf das Verhältnis der Kündigungsfrist zur Verlängerungszeit unangemessen. Die Ausgestaltung der Klauseln führe dazu, dass der Verbraucher bereits nach drei, neun oder 21 Monaten Laufzeit kündigen müsse, um eine Verlängerung der Premium-Mitgliedschaft um zwölf Monate und insoweit eine Gesamtlaufzeit von 18, 24 oder 36 Monaten zu verhindern.

Vorliegend beschränkten die Vertragsverlängerung und die Kündigungsfrist die Dispositionsfreiheit des Verbrauchers gravierend. Die Verbraucher würden verpflichtet, den vollen Preis für die verlängerten zwölf Monate zu bezahlen, obwohl es sich um eine Leistung handele, die nicht mehr benötigt werde, wenn ein Partner kennengelernt oder erfolgreich vermittelt worden sei. Im Fall einer zwölfmonatigen Premium-Mitgliedschaft erreiche die finanzielle Belastung das Volumen des ursprünglichen Vertrags. Im Falle der Premium-Mitgliedschaft über sechs Monate werde sogar weit mehr als die ursprünglich vereinbarte Vergütung nochmals fällig. Auch bei einer 24-monatigen Premium-Mitgliedschaft komme das Volumen der ursprünglich vereinbarten Vergütung nahe.

Die persönlichen Verhältnisse des Verbrauchers könnten sich derart schnell ändern, dass eine weitergehende langfristige Bindung an die Musterbeklagte sowie ihre Leistungen für den Verbraucher schlichtweg nutzlos seien. Diese Risikoabwägung habe der Verbraucher bereits zwölf Wochen vor Ablauf der Vertragslaufzeit zu treffen. Der Verbraucher könne aber zu diesem Zeitpunkt nicht wissen, ob es der Musterbeklagten bis dahin gelungen sein wird, einen Partner zu vermitteln bzw. ob er weitere zwölf Monate die Leistungen der Musterbeklagten benötigen werde. Insoweit werbe die Musterbeklagte selbst mit der Werbeaussage „9 von 10 Parship-Paaren“ blieben zusammen

Er meint, die Musterbeklagte habe demgegenüber kein legitimes Interesse daran, den Vertrag bereits zwölf Wochen vor Ablauf der Vertragslaufzeit um zwölf Monate zu verlängern. Die Musterbeklagte habe auch kein legitimes Interesse daran, Verbraucher nach der erfolgreichen Partnersuche oder einer Abstandnahme von der Partnersuche weiter auf der Plattform zu halten. Die jeweiligen Verbraucher trügen in diesen Konstellationen nicht weiter dazu bei, dass eine größere Auswahl an potenziellen Partnern auf der Plattform bestehe, weil sie nicht mehr weiter an der Partnersuche teilnahmen. Zudem sei auch nicht ersichtlich, warum eine Verlängerung von zwölf Monaten notwendig sei.

Vorliegend habe die Musterbeklagte ihrerseits bereits einen derart intransparenten Bestellprozess gewählt, aus dem Nutzer kaum darauf schließen würden, dass eine derart rigide

Verlängerungsklausel in den Partnervermittlungsvertrag eingebunden sei. Zur Verwirrung des Verbrauchers über die Laufzeiten trete hinzu, dass es für den Abschluss einer Premium-Mitgliedschaft – unstrittig – notwendig sei, zunächst eine kostenlose Mitgliedschaft abzuschließen, weil eine Premium-Mitgliedschaft nur angemeldeten „Basis-Mitgliedern“ zur Verfügung steht. Soweit aber die „Basis-Mitgliedschaft“ nach Ziff. 5.1 jederzeit kündbar sei, sei es für den Verbraucher nicht hinreichend ersichtlich, dass die „Premium-Mitgliedschaft“ derart rigide Kündigungsfristen vorsehe.

Der Musterkläger behauptet, die Musterbeklagte sei sogar von der Europäischen Kommission zur Nachbesserung angehalten worden und habe sich am 31.03.2021 zu einer transparenteren Darstellung verpflichtet; die Umsetzung habe indes für die Verbraucher kaum einen Mehrwert geschaffen. Zwar weise die Musterbeklagte schon auf der Angebotsseite (Schritt 1 des Bestellprozesses), jedoch lediglich durch die in kaum lesbarer Schrift erfolgende Angabe „Alle Premium-Mitgliedschaften verlängern sich automatisch“ auf die automatischen Verlängerungen hin. Auch finde sich nun bei Auswahl einer Zahlungsweise ein Hinweis nicht nur im Fließtext, sondern auch linksstehend [grüner Haken; „Automatische Verlängerung“]. Dabei blieben auch diese Hinweise insoweit intransparent, als die Musterbeklagte die (einheitliche) Dauer der Verlängerung von 12 Monaten verschweige. Auch finde sich keine konkrete Angabe zu der Verlängerung in den AGB der Musterbeklagten, obwohl diese produktunabhängig sei. Selbst bei den „Produktbezogenen Vertragsinhalten“ müssten die Verbraucher mehrfach scrollen, um die Angabe zur Kenntnis nehmen zu können. Erst im Rahmen der Bestellbestätigung – zu einem Zeitpunkt, in dem der Vertrag bereits geschlossen sei – erfolge eine einigermaßen kohärente Darstellung der Pflichten, die sich für den Verbraucher aus den Verlängerungs- und Kündigungsklauseln ergäben. Allerdings weise die Musterbeklagte nicht das Datum aus, zu dem der Nutzer kündigen müsste.

Der Musterkläger beantragt Folgendes festzustellen:

1. Nutzer des Online-Partnervermittlungsportals „Parship“ sind vorbehaltlich des individualvertraglichen Ausschlusses dieses Rechts im Sinne des § 627 BGB zur fristlosen Kündigung des kostenpflichtigen Vertrages berechtigt.
2. Schulden Nutzer des Online-Partnervermittlungsportals „Parship“ nach fristloser Kündigung ihrer kostenpflichtigen Mitgliedschaft eine Vergütung im Sinne des § 628 Abs. 1 BGB, so beschränkt sich diese auf eine zeitanteilige Vergütung, die sich allein nach der Dauer des Vertrages bis zum Zugang der Kündigungserklärung bemisst.

Hilfsweise:

Schulden Nutzer des Online-Partnervermittlungsportals „Parship“ bei nach Ablauf der bei Vertragsschluss gewählten Laufzeit erfolgter fristloser Kündigung ihrer kostenpflichtigen Mitgliedschaft eine Vergütung im Sinne des § 628 Abs. 1 BGB, so beschränkt sich diese auf eine zeitanteilige Vergütung, die sich allein nach der Dauer des Vertrages bis zum Zugang der Kündigungserklärung bemisst.

3. Eine Regelung in Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die für das kostenpflichtige Online-Partnervermittlungsportal „Parship“ vorsieht, dass eine Verlängerung der Mitgliedschaft um ein Jahr eintritt, sofern nicht spätestens 12 Wochen vor Ablauf der bei Vertragsschluss gewählten Laufzeit gekündigt wird, ist unwirksam.

Hilfsweise:

Eine Regelung in Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die für das kostenpflichtige Online-Partnervermittlungsportal „Parship“ bei Verträgen mit einer bei Vertragsschluss gewählten Laufzeit von bis zu einem Jahr vorsieht, dass eine Verlängerung der Mitgliedschaft um ein Jahr eintritt, sofern nicht spätestens 12 Wochen vor Ablauf der bei Vertragsschluss gewählten Laufzeit gekündigt wird, ist unwirksam.

Die Musterbeklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Musterbeklagte hält die Musterfeststellungsklage für teilweise unzulässig und insgesamt für unbegründet. Sie meint, weder stelle die von ihr betriebene Online-Plattform „Parship“ einen Dienst höherer Art im Sinne des § 627 BGB dar noch seien die automatischen Vertragsverlängerungen und Kündigungsfristen, soweit sie in den AGB der Musterbeklagten enthalten gewesen seien und noch (fortlaufend) enthalten seien, gemäß § 307 BGB als unwirksam anzusehen.

Die Musterbeklagte rügt, die Musterfeststellungsklage sei im Hinblick auf das Feststellungsziel 3 unzulässig. Der Musterkläger habe diesbezüglich keine zehn Bezugsfälle nach § 606 Abs. 3 Nr. 2 ZPO glaubhaft gemacht. Zudem fehle es dem Vortrag des Musterklägers an der erforderlichen Strukturierung der verschiedenen Sachverhalte und Fallgruppen. Es sei nicht berücksichtigt, dass sie, die Musterbeklagte, ihre AGB in unregelmäßigen Abständen aktualisiere und jede Aktualisierung inhaltliche Änderungen der AGB enthalte. Jedes Vertragsverhältnis zwischen der

Musterbeklagten und einem Nutzer richte sich daher nach der beim jeweiligen Vertragsschluss jeweils gültigen Fassung der AGB der Musterbeklagten. Die Vertragsschlüsse innerhalb eines jeden Geltungszeitraums einer AGB-Fassung bildeten eine Fallgruppe. Der Muster-Sachverhalt des Musterklägers betreffe jedoch unterschiedslos Vertragsverhältnisse zwischen der Musterbeklagten und Nutzern mit verschiedenen Abschlusszeitpunkten in den Jahren 2017 bis 2020.

Für Vertragsschlüsse ab dem 28.02.2022 fehle es zudem am Sachentscheidungsinteresse für das Feststellungsziel zu 3 aufgrund der Neufassung ihrer AGB. Nutzer, die ihren Vertrag danach abgeschlossen hätten, seien von der automatischen Verlängerung um zwölf Monate und der Kündigungsfrist von zwölf Wochen nicht betroffen. Ihre Vertragsverhältnisse seien daher nicht von Feststellungsziel 3 abhängig.

In der Sache macht sie zu den Feststellungszielen 1 und 2 geltend, es sich bei ihrer Dienstleistung gerade nicht um eine Heiratsvermittlung handele, was der Bundesgerichtshof auch zwischenzeitlich festgestellt habe. Sie bähne keine Partnerschaften für ihre Kunden an, sondern stelle lediglich eine Plattform zur Verfügung, auf der Kunden zueinander Kontakt aufnehmen könnten. Ein Algorithmus zeige den Kunden – unstrittig ohne menschliche Interaktion – mögliche Kandidaten für die Kontaktaufnahme auf. Dies beruhe auf einem rein mechanischen Abgleich der – nicht überprüften – Angaben und Selbsteinschätzungen der Kunden selbst. Entscheidend sei, dass bei Parship der Kunde Zugriff auf die Profile anderer Nutzer habe und nicht auf die Partnervorschläge eines Vermittlers angewiesen sei. Die automatische Generierung der sogenannten „Matches“ machten die Dienstleistung der Musterbeklagten nicht zu einer Vermittlungstätigkeit. Das Zusammenbringen potenzieller interessanter Nutzer sei keine menschliche Handlung und daher auch kein geeigneter Anknüpfungspunkt für die Annahme einer Dienstleistung höherer Art.

Die vom Musterkläger vorgenommene Gleichsetzung von klassischen (offline) Ehe- und Partnervermittlern mit der Plattform der Musterbeklagten entspreche nicht den tatsächlichen Gegebenheiten. Ein klassischer Partnervermittler bähne die Partnerschaft an, indem er seinen Kunden passende Partner vorschläge und die Kontaktaufnahme steuere. Dies tue die Musterbeklagte nicht. Weder beim Vertragsabschluss noch während der Vertragsdurchführung finde ein bestimmungsgemäßer persönlicher Kontakt zwischen den Kunden und Mitarbeitern der Musterbeklagten zwecks Vermittlung eines Partners statt.

Die Musterbeklagte macht geltend, bei Parship handele es sich um eine Social-Media-Plattform, wie Facebook (inklusive „Facebook-Dating“), LinkedIn, WhatsApp, YouTube, Snapchat oder Instagram. Alle hätten miteinander gemein, dass die Nutzer private und/oder berufliche Daten zur

Erstellung virtueller Profile zur Verfügung stellen, um sodann mit anderen Nutzern in Kontakt zu treten. Unterschiede bestünden bei der thematischen Schwerpunktsetzung der Anbieter und deren Finanzierung. Das Grundkonzept sei hingegen immer das gleiche: Die von den Anbietern entwickelten Algorithmen analysierten die von den Nutzern zur Verfügung gestellten Daten und schlugen den Nutzern Inhalte vor, die zu den auf Grundlage der Analyse ermittelten Nutzerinteressen passten. Bei Parship seien es Kontaktvorschläge, bei LinkedIn Jobs, bei Instagram Produkte und bei YouTube Videos. Die Erfassung von persönlichen Angaben der Nutzer bei der Erstellung eines Nutzerkontos sei daher keine Besonderheit von Parship, sondern mache die heutige Social-Media-Welt aus.

Die Nutzer könnten ohne bestimmungsgemäßen Kontakt zu einer natürlichen Person zwecks Partnersuche kein persönliches Vertrauen in die Musterbeklagte haben. Die Musterbeklagte beschäftige keine Partnerschaftsvermittler und erbringe ihre Leistung ohne persönlichen Kontakt zwischen Nutzern und ihren Mitarbeitern. Es finde unstreitig auch kein analytisches Vorgespräch statt. Sowohl die Erstellung der Persönlichkeitsprofile als auch die den Matching-Vorschlägen zugrunde liegende Überprüfung der Übereinstimmungen zweier Nutzerprofile erfolge – unstreitig – durch einen Algorithmus. Dies sei anhand der AGB für den Nutzer auch ersichtlich. Ein bestimmungsgemäßer persönlicher Kontakt ergebe sich auch nicht aus der Möglichkeit der Nutzer, den Kundenservice der Musterbeklagten zu kontaktieren. Diese Kommunikation beschränke sich auf singuläre, standardisierte Antworten und gehe inhaltlich nicht über allgemeine Tipps und Handlungsempfehlungen zur praktischen Nutzung der Plattform hinaus. Die vom Musterkläger aufgezeigte Möglichkeit, mit einem Diplom-Psychologen über eine kostenpflichtige Hotline zu sprechen, stelle ein eigenständiges und von der Nutzung der Parship-Plattform unabhängiges Angebot dar, das auch von jedermann in Anspruch genommen werden könne und keine Registrierung auf der Plattform erfordere.

Auch die Nähe einer Leistung zum persönlichen Lebensbereich begründe kein Kündigungsrecht nach § 627 BGB, insbesondere habe sie, die Musterbeklagte, keine für Dienste höherer Art i.S.d. § 627 BGB erforderliche besondere Vertrauensstellung inne. Ihre Dienstleistung sei vollkommen unabhängig von einem Vertrauen der Nutzer in die Musterbeklagte, denn ihr Dienst sei vollautomatisiert und beruhe auf der regelbasierten Auswertung von Standardantworten. Insofern stelle die Dienstleistung eine „one size fits all“-Lösung dar. Weder finde eine Berücksichtigung der Umstände des konkreten Einzelfalls statt – und eine solche erwarteten die Nutzer auch nicht – noch beeinflusse ein wie auch immer geartetes Vertrauen der Nutzer die Dienstleistung der Musterbeklagten – sie bleibe vielmehr immer gleich. Da der Nutzer bei dem Parship-Fragebogen nur zwischen vorgegebenen Standardantworten wählen könne, müsse er sich gerade auch nicht

dazu überwinden, ganz individuelle persönliche Informationen über sich preiszugeben. Die Musterbeklagte überprüfe jedenfalls die zuvor von den Nutzern im Parship-Fragebogen gemachten Angaben nicht. Anders als ein klassischer Partnervermittler nehme der Algorithmus alle Angaben des Nutzers widerspruchslös als zutreffend an. Auf die Anzahl der möglichen Antwortkombinationen komme es auch nicht an; der Algorithmus weise vielmehr jeder Antwort einen Punktwert zu.

Eine gesteigerte Vertrauensstellung der Musterbeklagten ergebe sich ebenfalls nicht aus der Speicherung und automatischen Auswertung als sensibel bewerteter Daten der Nutzer, die insofern ausreichend über das geltende Datenschutzrecht geschützt seien. Datenschutzrechtliche Risiken vermögen keinen Eingriff in die Berufsfreiheit zahlreicher Anbieter digitaler Produkte zu rechtfertigen.

Ein besonderes persönliches Vertrauen sei auch keineswegs mit allgemeinem Vertrauen in vertragsgemäßes Verhalten gleichzusetzen. Ein Algorithmus funktioniere nicht im Interesse eines individuellen Nutzers, verstehe keine Bedürfnisse und habe kein Fingerspitzengefühl. Dass der Algorithmus selbst auf einer wissenschaftlichen Grundlage basiere, mache die Online-Plattform zu keinem Dienst höherer Art. Die Nutzer wählten Parship auch nicht aufgrund besonderen Vertrauens in die Musterbeklagte, sondern wegen bestimmter Produkt- und Qualitätsmerkmale der Parship-Plattform.

Zum Feststellungsziel 3 meint die Musterbeklagte, dass die Verlängerungs- und Kündigungsklauseln klar und verständlich seien und den Nutzern „die wirtschaftlichen Nachteile und Belastungen [...], die sich für sie im Zusammenwirken der Verlängerungs- und Kündigungsklauseln ergeben können“, deutlich machten. Die produktbezogenen Vertragsinhalte führten unstreitig unter der hervorgehobenen Überschrift „Kündigungsfrist“ die Frist zur Kündigung der Premium-Mitgliedschaft von zwölf Wochen auf. Unter der direkt nachfolgenden, ebenfalls hervorgehobenen Überschrift „Verlängerung Ihrer Premium-Mitgliedschaft und Konditionen“ zeigten sie auch eindeutig und verständlich auf, dass es zu einer automatischen Verlängerung der Premium-Mitgliedschaft „jeweils um weitere zwölf Monate“ zu einem bestimmten Preis komme, „es sei denn, Sie kündigen ordentlich entsprechend der vorbenannten Kündigungsfrist zum Laufzeitende“. Des Weiteren zeigten sie dem Nutzer die monatlichen sowie jährlichen Kosten seiner gewählten Premium-Mitgliedschaft sowie die Kosten einer Verlängerung konkret auf (vgl. Beispiel vom 01.01.2021, Anlage MB 13, S. 4).

Die Notwendigkeit, zunächst eine Basis-Mitgliedschaft abzuschließen, um anschließend die Premium-Mitgliedschaft erwerben zu können, führe auch zu keiner „Verwirrung“ des Nutzers. Der Bestellprozess für die Premium-Mitgliedschaft sei transparent und für die Nutzer verständlich

ausgestaltet (vgl. zum Stand Juni 2022, Anlagenkonvolut MB 14, Abb. 1 und 3, und die Screenshots zum Ablauf in der Klagerwiderung, dort S. 38 ff). Zudem erhalte der Nutzer in der Bestätigungsmail noch einmal alle Vertragsdaten mit explizitem Hinweis auf die Kündigungsfrist von zwölf Wochen und die Verlängerung des Vertragsverhältnisses sowie deren Dauer von zwölf Monaten.

Die AGB der Musterbeklagten und die produktbezogenen Vertragsinhalte seien von der EU-Kommission im Rahmen des CPC-Verfahrens, anders als vom Musterkläger behauptet, gerade nicht beanstandet worden. Sie, die Musterbeklagte, habe infolge des CPC-Verfahrens daher keine Änderung ihrer AGB oder der produktbezogenen Vertragsinhalte bezüglich der automatischen Vertragsverlängerung und der Kündigungsfrist vorgenommen.

Die automatische Verlängerung des Vertrags um zwölf Monate sei mit § 309 Nr. 9 lit. b) BGB a.F. konform. Die Kündigungsfrist von zwölf Wochen liege auch nicht über der Grenze des § 309 Nr. 9 lit. c) BGB a.F. von drei Monaten. Somit sei auch die streitgegenständliche Kündigungsfrist mit § 309 Nr. 9 lit. c) BGB a.F. vereinbar. Aus der neuen Gesetzeslage ab dem 1. März 2022 ergebe sich keine negative Indizwirkung für die Vergangenheit.

Mangels Ausnahmecharakters des vorliegenden Vertragsverhältnisses im Vergleich zum Regelfall des § 309 Nr. 9 BGB a.F. sei vorliegend zur Vermeidung eines „Umgehens“ der gesetzgeberischen Wertungen von vorneherein keine Interessenabwägung nach der Generalklausel des § 307 Abs. 1 S. 2 BGB vorzunehmen. Der Vertrag zwischen der Musterbeklagten und einem Nutzer sei nach seinem objektiv erkennbaren Zweck auf eine dauerhafte Erbringung und Zur-Verfügung-Stellung einer Dienstleistung gerichtet. Die Musterbeklagte schulde nach den zitierten Ziffern 1.1 und 1.4 der AGB a.F. den „Zugriff“ auf eine Online-Datenbank und damit Zugang zu einem sozialen Netzwerk, wovon Nutzer – nach freiem Belieben – Gebrauch machen könnten. Es sei nicht darauf abzustellen, ob die Nutzer die Leistung dauerhaft benötigten. Insofern sei der Service der Online-Plattform der Musterbeklagten gleichzusetzen mit sonstigen (gebührenpflichtigen) sozialen Netzwerken und Dauerschuldverhältnissen mit automatischen Verlängerungsklauseln, wie Fitnessstudioverträgen, BahnCard-Verträgen, Zeitschriftenabonnements oder Mobilfunkverträgen.

Es sei nach den vertraglichen Vereinbarungen und dem Vertragszweck gerade kein Erfolg geschuldet. „Der“ Erfolg sei zudem nicht objektiv bestimmbar und auch die Werbung der Musterbeklagten enthalte – sofern es auf sie überhaupt ankommt – kein Erfolgsversprechen. Es lasse sich ohnehin nicht einheitlich objektiv bestimmen, wann durch einen Nutzer ein „passender Partner“ gefunden worden sei. Die Vorstellung, jeder Nutzer suche „den“ Lebenspartner / „die“ Lebenspartnerin und eine Mitgliedschaft bei Parship erübrige sich nach dem entsprechenden

Kontakt, gehe an der Lebenswirklichkeit vorbei. Im Übrigen sei nicht zwingend, dass Kunden die Plattform nicht weiter nutzen möchten, nachdem sie bereits einen Partner gefunden hätten.

Auch aus den Werbebotschaften der Musterbeklagten ergebe sich nichts anderes, insbesondere keine Erfolgsversprechen. Dies gelte insbesondere für den klägerseits zitierten Slogan „Alle 11 Minuten verliebt sich ein Single mit Parship“. „Verlieben“ sei nicht mit dem klägerseits behaupteten „Erfolg“ einer langfristigen Beziehung und einer Lebenspartnerschaft gleichzusetzen. Gleiches gelte für die klägerseits zitierte Werbeaussage „9 von 10 Parship-Paaren bleiben zusammen.“ Dies zeige, dass nicht alle der Parship-Paare „zusammen bleiben“ würden, wobei wiederum offen sei, worin genau ein „Zusammenbleiben“ bestehe und für wie lange es anhalte. Bei einem etwaigen Wegfall des Interesses an der vereinbarten Dienstleistung handele es sich um ein dem Vertrag immanent zugrunde liegendes Risiko, das der Kunde bei Vertragsschluss kenne und das immanent aus der Natur der Sache folge. Zumal sich der Risikoeintritt nicht zwingend aus dem Zustandekommen einer langfristigen Beziehung über die Online-Plattform der Musterbeklagten ergeben müsse, sondern auch auf andere Arten und Weisen eintreten könne.

Unterstellt, eine Prüfung und Inhaltskontrolle wäre nach § 307 Abs. 1 S. 1 BGB eröffnet, verstießen die streitgegenständlichen Klauseln auch nicht gegen § 307 Abs. 2 Nr. 1 BGB i.V.m. § 307 Abs. 1 S. 1 BGB. Es gebe keineswegs einen allgemeingültigen „Grundsatz“, nach dem nur eine Verlängerung um die Hälfte der Erstlaufzeit nach § 309 Nr. 9 BGB a.F. zulässig sei. Ihr, der Musterbeklagten, stünden als legitime und berechtigte Interessen die wirtschaftliche Planbarkeit und Organisation zur Seite. Feste Laufzeiten, Kündigungsfristen und automatische Verlängerungen dienten ihrer finanziellen Planungssicherheit. Sie habe weiter ein legitimes Interesse an der Bindung von Kunden, um eine gewisse Nutzerdichte und das Vorhandensein eines Kundenstamms zu gewährleisten. Eine soziale Plattform wie Parship lebe von „Angebot und Nachfrage“, sodass ein Portfolio „Suchwilliger“ bereit und aktiv gehalten und angeboten werden müsse.

Demgegenüber werde das Interesse der Verbraucher an einer möglichst günstigen und flexiblen Nutzung der gewünschten Dienstleistung gewahrt. Eine Vielzahl an Leistungen erhalte der Nutzer bereits kostenlos und bei Abschluss einer Premium-Mitgliedschaft würden ihm weitere Leistungen zur Verfügung gestellt. Zudem könne ein Nutzer problemlos umgehend nach Abschluss der kostenpflichtigen Mitgliedschaft wieder eine Kündigung aussprechen. Die streitgegenständliche Verlängerungsklausel sei auch nicht deswegen unwirksam, weil die Kosten der Erstlaufzeit in einem angeblichen Missverhältnis zu denen der Verlängerung stünden. Die finanzielle Belastung sei im Streitfall vor dem Hintergrund der Rechtsprechung zu Fitnessstudio-

oder Mobilfunkverträgen keinesfalls als derart erheblich anzusehen, dass hieraus eine unangemessene Benachteiligung des Kunden resultieren könnte.

Zur Rechtsfolge des § 628 BGB (Feststellungsziel 2) führt die Musterbeklagte aus, dass es zwar zutreffend sei, dass nach einer Kündigung gemäß § 627 BGB die Vergütung des Dienstverpflichteten nach dem Grundsatz pro rata temporis zu verstehen sei. Von diesem Grundsatz sei allerdings in Einzelfällen abzuweichen, insbesondere wenn eine anteilige Vergütung den Besonderheiten des Vertrages nicht gerecht werde. Dies sei im Hinblick auf die Premium-Mitgliedschaft der Fall, da die Musterbeklagte erhebliche „Anlaufarbeiten“ leiste. Dies betreffe insbesondere die ausführliche Analyse der Partnerschafts-Persönlichkeit und den Profil-Check. Der klägerische Feststellungsantrag 2 sei diesbezüglich zu unbestimmt, da er nicht auf die vom Nutzer geleistete Vergütung eingehe, sondern hier lediglich die Rechtsfolge einer anteiligen Vergütung, für die nicht näher definierte Leistung des Nutzers festgestellt haben wolle.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf die von den Parteien zur Akte gereichten Schriftsätze nebst Anlagen sowie das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 21.09.2023 Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

Die Musterfeststellungsklage ist statthaft und auch sonst zulässig, in der Sache aber nur teilweise begründet.

A.

Die Musterfeststellungsklage ist statthaft und zulässig.

1.

Die Klagebefugnis des Klägers nach § 606 Abs. 3 Nr. 1, Abs. 1 S. 2 ZPO steht zwischen den Parteien nicht im Streit.

2.

Der Senat hat mit Verfügung vom 13.01.2021, korrigiert mit Verfügung vom 19.01.2021, die Veröffentlichung der Feststellungsziele angeordnet, die anschließend durch das Bundesamt für Justiz am 24.01.2022 erfolgt ist. Es haben sich binnen zwei Monaten nach der öffentlichen Bekanntmachung der Musterfeststellungsklage mehr als 400 Verbraucher und damit weit mehr als die für die Zulässigkeit der Musterfeststellungsklage erforderlichen mindestens 50 ihre Ansprüche zur Eintragung im Klageregister wirksam eingetragen (§ 606 Abs. 3 Nr. 3 ZPO).

3.

Die Fassung der Klageanträge unterliegt, wie mit Hinweisbeschluss des Senats vom 23.08.2023 ausgeführt, keinen Bedenken. Eine Musterfeststellungsklage gemäß § 606 Abs. 1 S. 1 ZPO zielt auf die Feststellung des Vorliegens oder Nichtvorliegens von tatsächlichen und rechtlichen Voraussetzungen für das Bestehen oder Nichtbestehen von Ansprüchen oder Rechtsverhältnissen. Die Unwirksamkeit einzelner AGB-Klauseln kann typischerweise rechtliche Voraussetzung und damit vorgeflich für das Bestehen von Ansprüchen der Verbraucher sein (vgl. BGH, Urteil vom 06.10.2021 – XI ZR 234/20, NJW 2022, 311 Rn. 21). Vor diesem Hintergrund haben die Feststellungsziele 1. bis 3. in Haupt- und Hilfsantrag in zulässiger Weise die Feststellung des Vorliegens oder Nichtvorliegens von tatsächlichen und rechtlichen Voraussetzungen für das Bestehen (Feststellungsziel zu 1.) oder Nichtbestehen (Feststellungsziele zu 2. und 3.) von Ansprüchen zum Gegenstand. Dabei geht es mit Blick auf die inhaltliche Einheitlichkeit der Kündigungsmöglichkeiten und Regelungen zur Vertragsverlängerung auch nicht um Fragen, die lediglich individuell entschieden werden könnten.

Die von der Musterbeklagten gerügte Verwendung auslegungsbedürftiger Begriffe im Klagantrag, wie die Formulierung „zeitanteilige Vergütung“, ist vorliegend unschädlich, weil sich der Kläger insoweit auf die Regelung des § 628 Abs. 1 S. 1 BGB und die darauf bezogene Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs bezieht (vgl. Klageschrift, dort S. 84 f.); die Auslegung des Wortlauts unterliegt daher keinen vernünftigen Zweifeln.

4.

Die Klage genügt auch in Bezug auf das Feststellungsziel zu 3. den gesetzlichen Anforderungen.

a)

Nach § 606 Abs. 2 S. 1 Nr. 2 und Abs. 3 Nr. 2 ZPO ist eine Musterfeststellungsklage nur zulässig, wenn glaubhaft gemacht wird, dass von den Feststellungszielen die Ansprüche oder Rechtsverhältnisse von mindestens zehn Verbrauchern abhängen. Bei mehreren Feststellungszielen ist das Erfordernis des § 606 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2, Abs. 3 Nr. 2 ZPO für jedes Feststellungsziel zu erfüllen. Jedes Feststellungsziel bildet damit im Sinne von § 606 Abs. 1 Satz 1 ZPO ein gesondertes Rechtsschutzbegehren und mithin einen eigenständigen Streitgegenstand (BGH, Beschluss vom 30.07.2019 – VI ZB 59/18, BeckRS 2019, 22437 Rn. 10).

b)

Diese Anforderungen sind mit Blick auf das Feststellungsziel zu 3 erfüllt. Der Kläger hat insoweit die Betroffenheit von insgesamt 19 Verbrauchern glaubhaft gemacht (vgl. Tabelle auf S. 46 der Klageschrift = Zuordnung der einzelnen Verbraucher zu den Feststellungszielen; zu den

Verbrauchern im Einzelnen vgl. S. 48 ff. der Klageschrift). Entgegen der Ansicht der Musterbeklagten bilden Vertragsschlüsse innerhalb eines Geltungszeitraums einer bestimmten AGB-Fassung in Bezug auf die begehrte Feststellung keine eigene Fallgruppe. Zwar richten sich die konkreten Vertragsverhältnisse der Musterbeklagten mit den einzelnen Nutzern nach den jeweils einbezogenen AGB. Indes hat die Musterbeklagte selbst eingeräumt, dass die für diesen Rechtsstreit maßgeblichen Ziffern der AGB zur Vertragsverlängerung und zur Kündigungsfrist sich inhaltlich in allen Fassungen seit dem 18.04.2017 bis zum 28.02.2022 entsprechen (vgl. Klagerwiderung vom 01.08.2022, dort S. 30, sowie Anlagenkonvolute MB 1 und MB 13). Eine Differenzierung mit Blick auf das Feststellungsziel zu 3. zeitabschnittsweise seit dem 04.02.2018 (erster Vertragsschluss eines vom Kläger als betroffen vorgetragenen Verbrauchers) ist daher weder geboten noch erforderlich.

c)

Soweit die Musterbeklagte ferner rügt, der Kläger habe für einzelne Verbraucher keine vollständigen Vertragsunterlagen überreicht, steht dies der Zulässigkeit der Klage ebenfalls nicht entgegen. Bei den vollständig mit jedem Verbraucher vereinbarten AGB handelt es sich vielmehr um Gegenstände der eigenen Wahrnehmung der Musterbeklagten, zu denen ihr eine Erklärung nach § 138 Abs. 4 ZPO mit Nichtwissen verwehrt ist, so dass dies der Glaubhaftmachung der Betroffenheit eines Verbrauchers nicht entgegensteht. Dass für die Nutzer Horsch, Tuscherer und Meusel die angegriffenen Regelungen zur Vertragsverlängerung und Kündigungsfrist nicht gelten würden, macht auch die Musterbeklagte nicht geltend. Der Feststellungsgegenstand – Betroffenheit von zehn Verbrauchern – wäre im Übrigen, wie ausgeführt, auch ohne diese Nutzer glaubhaft gemacht.

d)

Die in Bezug auf die Vertragsverlängerung und die Kündigungsfrist auch inhaltlich geänderte(n) Fassung(en) der AGBs der Musterbeklagten seit dem 28.02.2022 sind schon von der zeitlichen Abfolge nicht Gegenstand der am 30.11.2021 anhängig gemachten Musterfeststellungsklage; Gegenteiliges nimmt auch der Kläger nicht für sich in Anspruch. Im Übrigen steht eine zwischenzeitliche inhaltliche Änderung der angegriffenen AGB der Annahme eines Feststellungsinteresses in Bezug auf Altfälle ohnehin nicht im Wege.

B.

Die Musterfeststellungsklage ist indes nur teilweise begründet, nämlich hinsichtlich des Hilfsbegehrens des Feststellungsziels 3 (Vertragsverlängerung bei Verträgen bis 1 Jahr). Das

Feststellungsziel 1, das auf die Einordnung als Dienste höherer Art gerichtet ist, ist abzuweisen und darauf aufbauend auch das Feststellungsziel 2.

I.

Das Begehren des Musterklägers festzustellen, dass Dienst der Musterbeklagten einen Dienst höherer Art darstellt (Feststellungsziel 1) ist unbegründet. Der Dienst der Musterbeklagten stellt keinen Dienst höherer Art dar, der die Nutzer zu einer jederzeitigen Kündigung nach § 627 BGB berechtigen würde.

1.

Nach § 627 Abs. 1 BGB ist bei einem Dienstverhältnis, das kein Arbeitsverhältnis im Sinne des § 622 BGB ist, die Kündigung auch ohne die in § 626 bezeichnete Voraussetzung zulässig, wenn der zur Dienstleistung Verpflichtete, ohne in einem dauernden Dienstverhältnis mit festen Bezügen zu stehen, Dienste höherer Art zu leisten hat, die auf Grund besonderen Vertrauens übertragen zu werden pflegen. Die Voraussetzungen dieser Norm liegen in Bezug auf den Dienst der Musterbeklagten nicht vor.

a)

Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs können solche Dienste vorliegen bei Tätigkeiten, die besondere Fachkenntnis, Kunstfertigkeit oder wissenschaftliche Bildung voraussetzen. Darüber hinaus erfasst § 627 BGB solche qualifizierten Tätigkeiten, die den persönlichen Lebensbereich betreffen (BGH, Urteil vom 8.10.2020 – III ZR 80/20, NJW 2021, 1392 Rn. 20, mwN; BGH, Urteil vom 2. Mai 2019, Az. IX ZR 11/18, NJW-RR 2019, 1459 Rn. 13). Merkmal der höheren Dienste ist, dass die zu leistenden qualifizierten Dienste auf Grund besonderen Vertrauens übertragen zu werden pflegen. Das besondere Vertrauensverhältnis muss auf einem persönlichen Vertrauen basieren, das sich nicht lediglich auf die Sachkompetenz des Vertragspartners, sondern auch auf dessen Person erstreckt. Der Ausführung der Tätigkeit muss eine persönliche Beziehung (Bindung) zwischen den Vertragspartnern zugrunde liegen. Hierbei kommt es allerdings nicht darauf an, ob im konkreten Fall diese Voraussetzung vorliegt, sondern ob die Dienste im Allgemeinen, ihrer Art nach, nur in Folge besonderen Vertrauens übertragen zu werden pflegen (BGH, NJW 2021, 1392 Rn. 23). Es ist unerheblich, ob der Verpflichtete die Leistungen selbst vornimmt oder durch (Hilfs-)Personen unter seiner Verantwortung vornehmen lässt, so dass auch juristische Personen erfasst werden können (BGH, NJW 2021, 1392 Rn. 24).

b)

Der gesetzgeberische Grund für die gegenüber § 626 BGB erleichterte, jederzeitige Möglichkeit

zur Lösung eines Dienstverhältnisses i.S. des § 627 BGB liegt in dem Vertrauen, von dem derartige Dienstverhältnisse getragen werden. Dieses kann schon durch unwägbara Umstände und rational nicht begründete Empfindungen gestört werden, die objektiv keinen wichtigen Grund zur Kündigung darstellen. Deshalb soll bei derartigen, ganz auf persönliches Vertrauen ausgerichteten Dienstverhältnissen die Freiheit der persönlichen EntschlieÙung eines jeden Teils im weitesten AusmaÙ gewährleistet werden (BGH, Urteil vom 11. Februar 2010, Az. IX ZR 114/09, NJW 2010, 1520, 1521, Rn. 17; BGH, NJW-RR 2019, 1459 Rn. 13; BGH, NJW 2021, 1392 Rn. 26). Dies bedeutet, dass die Dienstberechtigte (Patientin) das (Behandlungs-)Dienstverhältnis jederzeit fristlos kündigen konnte, ohne einen Kündigungsgrund darlegen und gegebenenfalls beweisen zu müssen. Anders als beim Dienstverpflichteten unterliegt das Kündigungsrecht des Dienstberechtigten keinen zeitlichen Einschränkungen, da § 627 Abs. 2 BGB (Kündigung zur Unzeit) für ihn nicht gilt. Irgendwelche Verpflichtungen zur Rücksichtnahme bestehen für ihn grundsätzlich nicht (BGH, NJW 2021, 1392 Rn. 26)

c)

Der Gesetzgeber wollte vorwiegend solche Tätigkeiten erfassen, die einer akademischen Ausbildung bedürfen und sich durch ein besonders qualifiziertes Berufsbild auszeichnen (BGH, NJW-RR 2019, 1459 Rn. 13). Erfasst werden folglich typischer Weise die Tätigkeiten der freien Berufe, Ärzte, Architekten, Rechtsanwälte, Steuerberater (vgl. Grüneberg, BGB, § 626 Rn. 2). Bei gesundheitsbezogenen Diensten ist diese Voraussetzung regelmäßig erfüllt. Die Durchführung komplexer medizinischer und therapeutischer Behandlungsmaßnahmen auf der Grundlage eines zuvor erarbeiteten individuellen Therapieplans ist ohne eine besondere Vertrauensbeziehung zwischen dem Behandelnden und dem Patienten nicht vorstellbar (BGH, NJW 2021, 1392 Rn. 23 – betreffend Mutter-Kind-Kuren). Auch nicht dem Steuerberater oder Rechtsanwalt vorbehaltene Tätigkeiten sind Dienste höherer Art, wenn sie Bestandteil eines einheitlichen Dienstvertrags sind, der auch die steuerliche Geschäftsbesorgung zum Gegenstand hat (BGH, NJW-RR 2019, 1459 Rn. 15). Dagegen hat die Durchführung der Finanz- und Lohnbuchhaltung für sich genommen keine Dienste höherer Art zum Gegenstand, weil diese Tätigkeit keine besondere wissenschaftliche, künstlerische oder technische Vorbildung erfordert (BGH, NJW-RR 2019, 1459 Rn. 17).

d)

Erfasst werden aber eben auch Ehe- und Partnerschaftsvermittlungen. Der Bundesgerichtshof hat jedoch bereits jüngst die Einordnung des Dienstes der Musterbeklagten als Heiratsvermittlung nach § 656 BGB verneint und sie auch nicht als mit Partnervermittlungen gleichstehend angesehen (BGH, Urteil vom 17.6.2021 – III ZR 125/19, NJW-RR 2021, 1141 Rn. 16-18). Der

Bundesgerichtshof hat insoweit ausgeführt:

a) § 656 I BGB bestimmt, dass durch das Versprechen eines Lohnes für den Nachweis der Gelegenheit zur Eingehung einer Ehe oder für die Vermittlung des Zustandekommens einer Ehe eine Verbindlichkeit nicht begründet wird, das auf Grund des Versprechens Geleistete jedoch nicht deshalb zurückgefordert werden kann, weil eine Verbindlichkeit nicht bestanden hat. Der BGH hat eine entsprechende Anwendung der Vorschrift zunächst auf den Eheanbahnungs- und schließlich auf den Partnerschaftsanbahnungsvertrag angenommen, weil die Gründe, die den Gesetzgeber veranlasst haben, das erfolgsabhängige Vergütungsversprechen für unklagbar zu erklären, in gleicher Weise auch auf Dienstverträge zutreffen, die eine Eheanbahnung zum Gegenstand haben (BGHZ 87, 309 [313] = NJW 1983, 2817). Dies hat der BGH später dahin näher erläutert, dass nach dem Zustandekommen der Ehe die Honorarklage aus einem Eheanbahnungs-Dienstvertrag den Bestand der Ehe und die Intimsphäre der Ehegatten ebenso beeinträchtigen würde wie eine Klage auf Ehemäklerlohn. Peinlichkeiten wären sogar in noch stärkerem Maße zu befürchten; gerichtliche Auseinandersetzungen seien vor allem dann zu erwarten, wenn die Bemühungen des Eheanbahners erfolglos geblieben seien, so dass häufig mit dem Einwand zu rechnen sei, der Eheanbahner habe seine vertraglichen Pflichten nicht gehörig erfüllt, indem er auf die infrage kommenden Partner nicht intensiv genug eingewirkt oder Personen benannt habe, die überhaupt nicht an einer Eheschließung interessiert oder als Partner nicht geeignet seien (BGH NJW 1986, 927 [928]).

Diese Erwägungen hat der BGH auf die Partnerschaftsvermittlung übertragen, weil auch hier ein schützenswertes Diskretionsbedürfnis des Kunden bestehe. Diesem habe das BVerfG bei der Beurteilung der Verfassungsgemäßheit des § 656 BGB Gewicht beigemessen (BGHZ 112, 122 [126] = NJW 1990, 2550 u. Verw. auf BVerfGE 20, 31 [33 f.] = NJW 1966, 1211). Die Erwägungen zu Peinlichkeiten und Unzumutbarkeiten einer häufig unumgänglichen Beweisaufnahme würden mindestens ebenso bei der Vermittlung einer Partnerschaft gelten (BGHZ 112, 122 [126] = NJW 1990, 2550). Der Senat hat diese Rechtsprechung fortgeführt (Senat NJW-RR 2004, 778 [779] und NJW 2008, 982 Rn. 21).

b) Die Gründe, die zur entsprechenden Anwendung des § 656 BGB auf einen Partnervermittlungsvertrag geführt haben, gelten für den verfahrensgegenständlichen Vertrag über eine „Online-Partnervermittlung“ nicht. Hier besteht die Leistungspflicht der Bekl. vor allem darin, ihren Kunden einen unbeschränkten Zugang zu der von ihr betriebenen Plattform zu gewähren, auf der diese aus eigener Initiative einen Kontakt zu möglichen Partnern herstellen können. Diese Möglichkeit besteht bei einer herkömmlichen Partnerschaftsvermittlung nicht. Zwar stellt auch die Bekl. ihren Kunden Partnervorschläge zur Verfügung. Diese beruhen aber allein auf einem elektronischen Abgleich der nicht näher überprüften eigenen Angaben der Kunden. Eine individuelle, persönliche Auswertung findet nicht statt. Auch eine Gewähr für die Richtigkeit dieser Angaben und damit für die Qualität der Vorschläge übernimmt die Bekl. nicht. Es bestehen daher keine Anhaltspunkte dafür, dass durch einen Rechtsstreit über den Vergütungsanspruch der Bekl. in die Intimsphäre ihrer Kunden in einer Weise eingegriffen würde, die vergleichbar mit der Situation bei einem herkömmlichen Partnerschaftsvermittlungsvertrag wäre. Insbesondere ist eine Beweisaufnahme darüber, ob die Bekl. auf die infrage kommenden Partner intensiv genug eingewirkt oder Personen benannt habe, die überhaupt nicht an

einer Partnerschaft interessiert oder hierfür nicht geeignet seien, nicht zu erwarten, da insoweit keine Leistungspflichten der Bekl. bestehen.

e)

An diese Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs zum Dienst der Musterbeklagten ist der Senat gebunden. Damit ist der Argumentation des Musterklägers, der auf einer Gleichstellung des Dienstes der Musterbeklagten mit einer Partnervermittlung basiert, der Boden entzogen. Der Musterkläger kann folglich nicht damit gehört werden, dass der Bundesgerichtshof für Video-Partnervermittlungsportale bejaht habe, dass § 627 Abs. 1 BGB auf diese Anwendung finde.

2.

Zwar ist mit dem Vorstehenden nicht gesagt, dass sich eine Bewertung als Dienst höherer Art nicht gleichwohl aus den Umständen ergeben könnte, zumal der Bundesgerichtshof in der vorgenannten Entscheidung die Anwendung des § 627 BGB ausdrücklich offengelassen hatte. Der Musterkläger beruft sich insoweit auf die Erfassung und Verarbeitung höchstpersönlicher Angaben zu einem Persönlichkeitsprofil und dessen Preisgabe an andere Nutzer, den Datenschutz und die Telekommunikationsgrundrechte. Diese Argumente rechtfertigen jedoch mit Blick auf die konkrete Ausgestaltung des Geschäftsmodells der Musterbeklagte keine Einordnung als Dienst höherer Art, der schon bei subjektiv empfundenen Vertrauensverlust ohne Angaben von Gründen jederzeit gekündigt werden könnte.

a)

Merkmal der höheren Dienste sind nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (BGH, NJW 2021, 1392 Rn. 23), wie erwähnt, dass es sich um qualifizierte Dienste handelt, die auf Grund besonderen Vertrauens übertragen zu werden pflegen. Das besondere Vertrauensverhältnis muss auf einem persönlichen Vertrauen basieren, das sich nicht lediglich auf die Sachkompetenz des Vertragspartners, sondern auch auf dessen Person erstreckt. Der Ausführung der Tätigkeit muss eine persönliche Beziehung (Bindung) zwischen den Vertragspartnern zugrunde liegen, wobei eine typisierte Betrachtung ausreichend ist. Diese Merkmale sind vorliegend auch mit Blick auf die vom Musterkläger angeführten Argumente nicht erfüllt.

aa)

Zwar ist das Leistungsangebot der Musterbeklagten durchaus als qualifizierten Dienst einzustufen. Bei diesem Dienst ist die persönliche Lebensstellung der Nutzer betroffen. Die Musterbeklagte berührt sich selbst einer wissenschaftlichen und psychologischen Grundlage

ihrer Fragebogen und deren Auswertung zu einem Persönlichkeitsprofil. Dabei ist es für die Einstufung einer Leistung als Dienst höherer Art ohne Bedeutung, ob der Berufsträger sie selbst vornimmt oder ob er sie – im Rahmen seiner Berufspflichten – durch einen Helfer unter seiner Verantwortung vornehmen lässt (BGH, NJW-RR 2019, 1459 Rn. 13).

bb)

Auch der Umstand, dass die Nutzer bei der Partnersuche jedenfalls typisiert auf die Seriosität des Dienstes der Musterbeklagten und die Beachtung gesetzlicher Standards zu Datenschutz und Telekommunikationssicherheit vertrauen, kann vom Senat als zutreffend unterstellt werden. Die Nutzer vertrauen dem Dienst der Musterbeklagten – wenn auch nur im Rahmen einer standardisierten Befragung ohne individuelle Antwortmöglichkeiten – persönliche Informationen an, um einen Partner zu finden. Allerdings handelt es sich, soweit Merkmale, wie Seriosität und Einhaltung gesetzlicher Schutzbestimmungen in Rede stehen, lediglich um Fragen der Sachkompetenz des Vertragspartners, die nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs gerade für die Frage eines besonderen Vertrauens nicht ausreichend sind. Dass sich die Musterbeklagte die Freigabe der Profilangaben der Nutzer vorbehält, gibt dem Vertrag kein von persönlichem Vertrauen getragenes Gepräge.

cc)

Im Streitfall kann der Senat offenlassen, ob der Dienst der Musterbeklagten tatsächlich lediglich einer Social-Media-Plattform, wie Facebook (inklusive „Facebook-Dating“), LinkedIn, WhatsApp, YouTube, Snapchat oder Instagram, vergleichbar ist. Diese Einordnung hilft schon vor dem Hintergrund nicht weiter, weil bestimmte „Tools“ solcher Plattformen durchaus eine besondere Vertrauensstellung begründen, während es andere ersichtlich nicht tun. Entscheidend ist, dass für die Einstufung als Dienst höherer Art das besondere Vertrauensverhältnis auf einem persönlichen Vertrauen basiert, das sich nicht lediglich auf die Sachkompetenz des Vertragspartners, sondern auch auf dessen Person erstreckt und dass der Ausführung der Tätigkeit typisiert eine persönliche Beziehung (Bindung) zwischen den Vertragspartnern zugrunde liegt. Dies ist bei dem unstreitig automatisierten und auf Algorithmen basierenden Modell der Musterbeklagten nicht gegeben. Denn auch der Musterkläger bezieht sich für die Beschreibung des Dienstes auf die Leistungsbeschreibung in den AGBs und den technischen Ablauf. Unstreitig findet weder ein analytisches Vorgespräch statt noch werden die Angaben des Nutzers überprüft und in Frage gestellt. Die Angaben tätigen die Nutzer vielmehr selbst und nehmen auch selbst Kontakt zu anderen Nutzern auf. Dies wird anhand der AGB für den Nutzer auch ersichtlich.

dd)

Soweit der Musterkläger sich auf die Möglichkeit der persönlichen Kontaktaufnahme mit dem Callcenter stützt, ist dies erkennbar nicht Teil der typisierten Leistung der Musterbeklagten (vgl. so ausdrücklich auch im Screenshot in Anlage K 74), die allein computerprogrammgesteuert abläuft. Allgemeine Leistungen eines Kundenservices sind für die Annahme eines Dienstes höherer Art ersichtlich nicht ausreichend. Die Möglichkeit, mit einem Psychologen über eine kostenpflichtige Hotline zu sprechen, stellt vielmehr ein eigenständiges, von der Nutzung der Parship-Plattform unabhängiges Angebot dar, das den in Rede stehenden Dienst nicht charakterisiert.

b)

Zwar wird es der technisierten Gegenwart mit vielfältigen, das Leben erleichternden und oft auch verbessernden Algorithmen sowie dem Aufkommen künstlicher Intelligenz nicht gerecht, die Annahme eines vertrauensbasierten höheren Dienstes schon dann abzulehnen, wenn der Anbieter computer- oder algorithmengesteuerte Programme einsetzt. Denn es lässt sich natürlich auch ein besonderes Vertrauen in den Ersteller des Algorithmus und dessen Anwender vorstellen. In diese Richtung geht die Argumentation des Musterklägers, wonach es der Annahme eines besonderen Vertrauens nicht entgegenstünde, dass die Musterbeklagte ihre Vorgänge teils automatisiert habe, weil die Nutzer nicht nachvollziehen könnten, wie die Musterbeklagte ihre spezifischen Antworten und Antwortkombinationen einordne. Indes ist auch unter diesem Blickwinkel die Annahme eines höheren, vertrauensbasierten Dienstes zu verneinen.

aa)

Zum einen gibt es auch nach dem Vortrag des Musterklägers keinen Kontakt mit Ersteller oder Anwender des Algorithmus, wie es einen Kontakt mit dem Chef-, Ober- oder Stationsarzt einer Klinik-GmbH gibt. Es ist ein Algorithmus, der den Kunden – ohne menschliche Interaktion – mögliche Kandidaten für die Kontaktaufnahme aufzeigt. Dies beruht auf einem rein elektronischen Abgleich der – nicht überprüften – Angaben und Selbsteinschätzungen der Kunden selbst. Der Kunde hat selbst Zugriff auf die Profile anderer Nutzer. Das Zusammenbringen potenzieller interessanter Nutzer ist keine menschliche Handlung und daher auch kein geeigneter Anknüpfungspunkt für die Annahme einer Dienstleistung höherer Art. Die automatische Generierung der sogenannten „Matches“ machen die Dienstleistung der Musterbeklagten daher nicht zu einer Vermittlungstätigkeit.

bb)

Zum anderen fehlt es für eine, mit einem persönlichen Kontakt und einer persönlichen Bindung

vergleichbare Vertrauenssituation der Nutzer zum Dienst der Musterbeklagten. Denn auch der Fragebogen fragt nur allgemein Merkmale ab, ohne eine Möglichkeit der Individualisierung. Die Antworten der Nutzer, wie auch deren Auswertung, erfolgt daher rein typisiert und durch einen mathematischen Punktwert. Daher führt auch die Bandbreite an Kombinationsmöglichkeiten der Antworten nicht dazu, dass das „Persönlichkeits-Gutachten“ tatsächlich ein individuelles wäre. Auch der Umstand, dass der Algorithmus selbst auf einer wissenschaftlichen Grundlage basiert, macht die Online-Plattform zu keinem Dienst höherer Art. Unstreitig findet weder ein analytisches Vorgespräch statt noch werden die Angaben des Nutzers überprüft und in Frage gestellt. Der Algorithmus fragt nicht nach und stellt auch nicht in Frage, sondern nimmt alle Antworten als unumstößlich hin. Dadurch entsteht weder der notwendige Einzelfallbezug, wie bei einem Behandlungs- oder Beratungsvertrag, noch eine persönliche Bindung, die bei einer Partnervermittlung nicht zuletzt auch auf einem Nachfragen und Infragestellen basiert, um ggf. den Nutzer zu einer weiteren Selbstreflektion zu veranlassen. Die Angaben tätigt der Nutzer vielmehr selbst und nimmt auch selbst Kontakt zu anderen Nutzern auf, was, wie ausgeführt, dem Nutzer anhand der AGB auch ersichtlich wird.

II.

Das Begehren des Musterklägers festzustellen, dass die Nutzer nach fristloser Kündigung ihrer kostenpflichtigen Mitgliedschaft nach § 628 Abs. 1 BGB lediglich eine zeitanteilige Vergütung schuldeten, die sich allein nach der Dauer des Vertrages bis zum Zugang der Kündigungserklärung bemesse (Feststellungsziel 2), ist ebenfalls unbegründet. Da der Dienst der Musterbeklagten keinen Dienst höherer Art darstellt, sind die Nutzer schon nicht zu einer jederzeitigen Kündigung nach § 627 BGB berechtigt. Ohne positive Bescheidung des Feststellungsziels 1 kann auch der darauf aufbauende zweite Feststellungsantrag nach seinem Hauptbegehren keinen Erfolg haben. Auch das Hilfsbegehren zu Feststellungsziel 2 basiert ebenfalls auf der Annahme einer fristlosen Kündbarkeit, jedoch erst nach Ablauf der Mindestvertragslaufzeit, und ist demnach ebenfalls zurückzuweisen.

III.

Das Feststellungsziel 3 ist nach dem Hilfsbegehren erfolgreich. Der Musterkläger macht mit Erfolg geltend, dass die Vertragsverlängerungsregelungen jedenfalls hinsichtlich der 6- und 12-monatigen Laufzeitmodelle unwirksam sind mit der Folge, dass er hinsichtlich des Hilfsbegehrens zum Feststellungsziel 3 obsiegt. Die Bestimmungen für die drei Laufzeitmodelle

verstoßen zwar nicht gegen § 309 Nr. 9 b) und c) BGB a.F., bei den beiden kürzeren Laufzeiten liegt jedoch ein Verstoß gegen § 307 Abs. 1 S. 1 BGB vor. Hinsichtlich des Vertragsmodells mit einer Laufzeit von 24 Monaten (Hauptantrag) ist hingegen kein Verstoß gegen § 307 Abs. 1 S. 1 BGB gegeben.

1.

Eine allgemeine Geschäftsbedingung ist unwirksam, wenn sie gegen die Vorschriften der §§ 307 bis 309 BGB verstößt. Dass es sich bei den streitgegenständlichen Bestimmungen um AGB iSv § 305 Abs. 1 BGB handelt, steht zwischen den Parteien zu Recht nicht in Streit. Insbesondere ändert auch die formale Bezeichnung eines Teils der Bedingungen als „Produktbezogene Vertragsinhalte“ nichts an der Qualifizierung als AGB, da sie über die Verweisung der explizit als solche bezeichneten AGB in Ziff. 5.3 (vgl. Anlage K 7) diesen grundsätzlich zugehörig erscheinen und im Übrigen ebenfalls für eine Vielzahl von Verträgen vorformuliert wurden. Dass diese von der Musterbeklagten verwendet wurden, ist ebenfalls unstrittig.

Die in Rede stehenden Bestimmungen lauten:

*„**Kündigungsfrist** Die Premium-Mitgliedschaft ist ordentlich kündbar, und zwar spätestens zwölf Wochen vor Laufzeitende.*

***Verlängerung Ihrer Premium-Mitgliedschaft und Konditionen** Ihre Premium-Mitgliedschaft verlängert sich künftig automatisch jeweils um weitere zwölf Monate zum Preis von [...], es sei denn, Sie kündigen ordentlich entsprechend der vorbenannten Kündigungsfrist zum Laufzeitende.“*

2.

Die Bestimmungen der 6- und 12-monatigen Laufzeitmodelle verstoßen nicht gegen § 309 Nr. 9 b) und c) BGB a.F. § 309 Nr. 9 BGB a.F. ist auf die streitgegenständlichen Online-Partnervermittlungsverträge anwendbar, da es sich dabei um Vertragsverhältnisse handelt, die die regelmäßige Erbringung von Dienst- oder Werkleistungen durch den Verwender zum Gegenstand haben. Die nicht bloß einmalige Bereitstellung einer Online-Plattform zur dauernden Partnersuche stellt einen auf die regelmäßige Erbringung von Dienstleistungen ausgerichteten Vertrag dar (vgl. für Ehevermittlungsverträge BeckOK/Becker, BGB, 62. Edition Stand: 01.02.2022, § 309 Rn. 9). Ein Verstoß gegen § 309 Nr. 9 b) BGB a.F. besteht jedoch nicht, da dieser eine stillschweigende Vertragsverlängerung um ein Jahr zuließ und die Bestimmung diesen Zeitraum nicht überschritten hat. Ein Verstoß gegen § 309 Nr. 9 c) BGB a.F. besteht ebenfalls nicht, da dieser eine Kündigungsfrist von drei Monaten oder weniger vor Ablauf der

Vertragslaufzeit zuließ und der Partnervertrag mit dem Zeitraum von 12 Wochen diese Dauer nicht überschritten hat.

3.

Die Bestimmungen der 6- und 12-monatigen Laufzeitmodelle verstoßen aber gegen § 307 Abs. 1 S. 1 BGB.

a)

Im Ausgangspunkt ist § 307 BGB trotz des fehlenden Verstoßes gegen § 309 Nr. 9b und c) BGB a.F. als Prüfungsmaßstab anwendbar. Klauseln, die in den Anwendungsbereich von § 309 BGB fallen, mit diesem Einzelverbot jedoch nicht kollidieren, können nur aus besonderen, von der Norm nicht erfassten Gründen unwirksam sein, um die Regelungsabsicht des Gesetzgebers nicht zu umgehen (vgl. zur Vorgängervorschrift des § 9 AGBG BGH, Urteil vom 04.12.1996 – XII ZR 193/95, NJW 1997, 739). Erst wenn diese besonderen Gründe bestehen, kann im Rahmen von § 307 Abs. 1 S. 1 BGB in eine Abwägung eingetreten werden (MüKo/Wurmnest, BGB, 6. Aufl. 2012, § 309 Nr. 9 Rn. 18).

b)

Eine Bestimmung in AGB ist gemäß § 307 Abs. 1 S. 1 BGB unwirksam, wenn sie den Vertragspartner des Verwenders entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligt. Dies ist der Fall, wenn der Verwender durch eine einseitige Vertragsgestaltung missbräuchlich eigene Interessen auf Kosten seines Vertragspartners durchzusetzen versucht, ohne von vornherein auch dessen Belange hinreichend zu berücksichtigen und ihm einen angemessenen Ausgleich zuzugestehen (stRspr, vgl. BGH NJW 2001, 2331; NJW 2000, 1110, 1112; NJW 1997, 3022, jeweils mwN). Im Rahmen der nach diesen Vorgaben vorzunehmenden Abwägung ist ein typisierter Maßstab anzulegen, der die Art und den Gegenstand des Vertrags im Allgemeinen, den angesprochenen Verkehrskreis, die typischen Folgen der in Rede stehenden Klauseln sowie die Interessenlage beider Vertragspartner berücksichtigt (vgl. BGH, Urteil vom 04.07.1997 – V ZR 405/96, NJW 1997, 3022 mwN). In der vorzunehmenden Abwägung ist die dem § 309 Nr. 9 BGB a.F. zugrundeliegende gesetzgeberische Regelungsabsicht zu berücksichtigen, was dazu führt, dass besondere Gründe vorliegen müssen, die über die zulässigen Fristen des § 309 Nr. 9 b) und c) BGB a.F. hinaus zu einer Unwirksamkeit der Bestimmung führen (vgl. BGH, Urteil vom 29.04.1987 – VIII ZR 251/86, NJW 1987, 2012). Auf der anderen Seite schließt ein fehlender Verstoß gegen ein spezielles Klauselverbot einen Verstoß gegen die allgemeine Regelung des § 307 Abs. 1 S. 1 BGB nicht aus (vgl. BGH, Urteil vom 08.06.2021 – XI ZR 356/20, BeckRS 2021, 16290). Gesetzgeberische Regelungsabsicht ist in

den Fällen des § 309 Nr. 9 b) und c) BGB a.F., eine übermäßige Einschränkung der Dispositionsfreiheit des Kunden zu verhindern (vgl. BGH, Urteil vom 04.12.1996 – XII ZR 193/95, NJW 1997, 739).

c)

Zum Grundsatz von Treu und Glauben gehört, die Rechte und Pflichten seines Vertragspartners möglichst klar und durchschaubar darzustellen. Dazu gehört auch, dass AGB wirtschaftliche Nachteile und Belastungen so deutlich erkennen lassen, wie dies nach den Umständen möglich und zumutbar ist. Verstöße gegen das Transparenzgebot führen ebenfalls zur Unwirksamkeit formularmäßiger Geschäftsbedingungen (BGH, Urteil vom 25.10.2017 – XII ZR 1/17, NJW-RR 2018, 198 Rn. 13). Solche besonderen Gründe können sich insbesondere daraus ergeben, dass durch die angegriffene Bestimmung eine erhebliche finanzielle Belastung des Kunden besteht (vgl. BGH, Urteil vom 29.04.1987 – VIII ZR 251/86, NJW 1987, 2012 betr. Wochenzeitungsabonnement; BGH, Urteil 04.12.1996 – XII ZR 193/95, NJW 1997, 739 betr. Fitnessstudiovertrag; OLG Düsseldorf, Urteil vom 25.08.1994 – 6 U 266/93, NJW-RR 1995, 369 betr. Partnerschaftsvermittlungsvertrag).

d)

Nach diesem Maßstab liegt in der Vertragsverlängerung um ein Jahr bei nicht rechtzeitiger Kündigung, mithin einer Kombination der beiden Bestimmungen, in den Fällen der ursprünglich sechs- und der zwölfmonatigen Verträge eine erhebliche finanzielle Belastung, mit der Folge, dass die Interessenabwägung eröffnet ist.

aa)

Die Verlängerung des 6- und des 12-monatigen Vertrags stellt mit Blick auf das Vertragsvolumen ohne Weiteres normativ eine erhebliche finanzielle Belastung des Kunden dar, so dass in die Abwägung gem. § 307 Abs. 1 S. 1 BGB einzutreten ist (vgl. hierzu MüKo/Wurmnest, BGB, 6. Aufl. 2012, § 309 Nr. 9 Rn. 18). Eine finanzielle Belastung ist nämlich dann als erheblich anzusehen, wenn sie dem Volumen des ursprünglichen Vertrages entspricht oder dem nahe kommt (MüKo/Wurmnest, BGB, 6. Aufl. 2012, § 309 Nr. 9 Rn. 18, vgl. OLG Düsseldorf, Urteil vom 25.08.1994 – 6 U 266/93, NJW-RR 1995, 369). Bei beiden Laufzeitvarianten erreicht die Verlängerung das finanzielle Volumen des ursprünglichen Vertrages, im Falle des 6-Monats-Vertrags verdoppelt sich die finanzielle Belastung im Vergleich zum ursprünglichen Vertrag sogar. Bei dieser Vertragsvariante ist darüber hinaus zu berücksichtigen, dass sich auch die einjährige Vertragsverlängerung an dem Beitragssatz für den 6-Monats-Vertrag orientiert und nicht an dem des 12-Monats-Vertrags, weshalb ein Kunde bei der Vertragsverlängerung

schlechter steht, als wenn er stattdessen einen ursprünglich neuen 12-Monats-Vertrag abgeschlossen hätte.

bb)

Entgegen der Ansicht der Musterbeklagten ist in diesem Zusammenhang nicht auf einen absoluten Betrag abzustellen. Dies ergibt sich daraus, dass sich finanzielle Belastungen für jeden potenziellen Kunden unterschiedlich auswirken können, je nachdem wie dessen ökonomischen Verhältnisse sind. Abgestellt werden muss damit auf ein Kriterium, dass sich im Rahmen der AGB-Kontrolle, die sich am Maßstab eines verständigen Durchschnittsverbraucher, der dem entsprechenden Verkehrskreis angehört, orientiert (MüKo/Wurmnest, BGB, 9. Aufl. 2022, § 307 Rn. 42 f.), für alle Kunden gleichermaßen auswirkt, unabhängig von ihrem ökonomischen Hintergrund. Dafür, sich als Kriterium an der bisherigen Vertragslaufzeit bzw. den -konditionen zu orientieren, spricht, dass dies eine erhebliche Beeinträchtigung der Dispositionsfreiheit der Kunden dokumentiert und damit der gesetzgeberischen Regelungsabsicht entspricht, die im Rahmen der nach § 307 BGB vorzunehmenden allgemeinen Kontrolle zu berücksichtigen ist. Hat ein Kunde sich für eine bestimmte Vertragslaufzeit mit entsprechender Vergütung entschieden und verdoppelt sich diese durch die versäumte Kündigung und damit verknüpfte automatische Verlängerung, ist er so erheblich in seiner Dispositionsfreiheit beeinträchtigt, dass in die allgemeine Klauselüberprüfung gemäß § 307 BGB einzutreten ist. Würde man auf einen absoluten Betrag bei der Frage der Erheblichkeit der finanziellen Belastung abstellen, hieße das, dass nur Verträge in den Schutzbereich einbezogen wären, die schon ursprünglich sehr kostspielig waren. Für eine solche Verengung des Schutzbereiches gibt es indes keine Grundlage.

cc)

Die durch die Verlängerung drohende erhebliche Belastung liegt ersichtlich nicht im Interesse der Nutzer. Die Kunden haben ein besonderes Interesse daran, dass sich die Verträge nicht frühzeitig nach der Hälfte der Laufzeit oder nach Dreivierteln der Laufzeit um ein Jahr verlängern. Denn das Geschäftsmodell der Musterbeklagten weist auch eine gewisse Erfolgskomponente auf. Zwar handelt es sich bei den Verträgen nicht um Werkverträge, das heißt, die Musterbeklagte ist beispielsweise nicht dafür einstandspflichtig, dass die Nutzer tatsächlich einen Partner finden. Die Musterbeklagte vermarktet ihren Dienst aber gleichwohl mit guten Erfolgchancen bei der Partnersuche, indem sie ihren Dienst mit den bekannten Slogans „Alle 11 Minuten verliebt sich ein Single mit Parship“ und „9 von 10 Parship-Paaren bleiben zusammen“ bewirbt. Sie wirbt mit den langfristigen Erfolgen ihrer Vermittlung und zwar mit dem Zusammenzug vieler Paare im ersten Beziehungsjahr, ca. 150.000 aus den Beziehungen hervorgegangenen Babys und über

200.000 „glücklichen Ehen“ (vgl. Screenshot der Webseite in Anlage K 8). Nach dem objektiv erkennbaren Vertragszweck des typischen Kunden der Musterbeklagten muss sie sich daran festhalten lassen, inwieweit sie selbst mit der von ihr angebotenen Dienstleistung an die Öffentlichkeit tritt und den typischen Kunden portraitiert. Es ist daher zugrunde zu legen, dass der von ihr zur Verfügung gestellte Dienst im Regelfall gerade auf die erfolgreiche Partnerfindung gerichtet ist. Soweit die Musterbeklagte dem entgegentritt und auf Ziff. 6.2 ihrer AGB (Anlage K1) verweist, in der es heißt „Parship schuldet lediglich die Bereitstellung der IT-Dienstleistungen zur automatischen Vermittlung von Kontakten, nicht den Erfolg“, kann daraus nichts Abweichendes folgen. Insbesondere kann sich die Musterbeklagte nicht darauf berufen, die „Endlichkeit“ des Nutzungsinteresses ihrer Nutzer nicht zu erkennen. Der Umstand, dass kein Erfolgsversprechen ausgelobt wird, ändert nichts an der beiden Seiten erkennbaren gewissen Endlichkeit des Interesses der Nutzer an dem Dienstleistungsangebot der Musterbeklagten.

dd)

Diese Kombination aus der gewissen „Erfolgsbezogenheit“ des Vertrags mit der Musterbeklagten und die Notwendigkeit, sehr frühzeitig die Entscheidung über die Verlängerung zu treffen, missachtet die Interessen der Nutzer und stellt die eigenen wirtschaftlichen Interessen der Musterbeklagten über diese. Ein Kunde, der vor der Überlegung steht, ob er den Vertrag kündigen möchte oder dessen Verlängerung in Kauf nimmt, muss diese Entscheidung bereits knapp drei Monate vor Ablauf des jeweiligen Vertrages treffen. Er muss mithin abwägen, ob er innerhalb dieser knapp drei Monate noch einen Partner finden wird. Verneint er dies und findet doch noch vor Ablauf des Vertrags einen Partner, ist er mindestens zwölf weitere Monate an den Vertrag gebunden. Anders als bei Fitnessstudioverträgen, die auf eine dauerhafte Nutzung und die dauerhafte Beibehaltung eines Erfolgs – die verbesserte Fitness – ausgelegt sind, geht es bei den streitgegenständlichen Verträgen zwar ebenfalls um eine längerfristige Nutzung, jedenfalls im Regelfall nur um einen einmaligen Erfolg, nämlich die Partnerfindung. Für die Aufrechterhaltung einer eingegangenen Paarbeziehung ist der Dienst der Musterbeklagten bestenfalls wirkungslos, wenn nicht sogar kontraproduktiv, und ist daher erheblich abweichend von Fitnessstudioverträgen oder BahnCard-Abonnements. Geht es bei ersteren um die Aufrechterhaltung und ggf. weitere Verbesserung eines körperlichen Gesundheitszustands, geht es bei letzteren um die Aufrechterhaltung der (schienegebundenen) Mobilität. Auch daran kann das Interesse eines Kunden erlöschen, etwa im Falle eines Umzugs, Arbeitsortwechsels oder der Anschaffung eines PKW; typischerweise angelegt ist ein solcher Interessefortfall an der angebotenen Dienstleistung jedoch nicht. Selbst im Rahmen von Fitnessstudioverträgen ist es für den Kunden deutlich leichter, die Erfolgsaussichten der zukünftigen Vertragsinanspruchnahme frühzeitig

einzuschätzen. Dagegen ist bei den streitgegenständlichen Verträgen dies schon aufgrund der Unberechenbarkeit der Partnersuche nicht der Fall. Im ungünstigsten Fall muss der Kunde bei einem 12-Monats-Vertrags nach 9 Monaten der Leistungsanspruchnahme eine Entscheidung treffen und bleibt weitere 15 Monate gebunden. Bei einem 6-Monats-Vertrag muss er sogar schon nach 3 Monaten eine Entscheidung treffen und bleibt weitere 15 Monate gebunden.

ee)

Die schutzwürdigen Interessen, die aufseiten der Musterbeklagten einzustellen sind, vermögen die gewichtigen Interessen der Kunden nicht zu überwiegen. Sie erschöpfen sich vielmehr primär in dem monetären Interesse an einer langfristigen Kundenbindung und der damit einhergehenden Beitragszahlung. Soweit die Musterbeklagte geltend macht, sie habe auch ein gewichtiges Interesse an einer langfristigen Kundenbindung, da sie ihre Kartei „aktiv Suchwilliger“ bestückt halten müsse, vermag dieser Einwand nicht durchzugreifen. Es mag zwar nicht ausgeschlossen sein, dass es auch Kunden gibt, die das Portal im Zeitraum der Vertragsverlängerung weiterhin aktiv zur Partnersuche nutzen, obwohl sie bereits einen Partner gefunden haben, weil sie die getroffene Partnerwahl noch für vorläufig halten oder weil sie ohnehin nie den *einen* Erfolg anstreben. Dies betrifft jedoch nicht den typischen Kunden, dessen Ziel es werbegemäß ist, einmal einen Partner zu finden, sodass nach diesem Zeitpunkt seine Mitgliedschaft überflüssig wird. Diese Kunden werden das Portal entweder gar nicht mehr nutzen oder jedenfalls nicht mehr als potenzielle Partner für andere Nutzer bereitstehen. Daher ist das Interesse, stellvertretend für die Gemeinschaft der Nutzer möglichst viele Nutzer auf der Plattform zu halten, bereits fragwürdig, wenn diese Nutzer überhaupt nicht mehr zur Partnerschaftssuche zur Verfügung stehen. Aber auch unabhängig davon, ist hierfür ein Festhalten an der kostenpflichtigen Mitgliedschaft selbst nach dem Konzept des Dienstes der Musterbeklagten keine Voraussetzung, da hierfür die kostenlose Basis-Mitgliedschaft ohnehin ausreichend wäre, die nach den Regelungen der Musterbeklagten im Zweifel auch bestehen bliebe. Schließlich macht die Musterbeklagte selbst in anderem Zusammenhang geltend, dass die Hauptlast bereits anfänglich erbracht sei, nämlich durch die (computer- und algorithmengesteuerte) Auswertung des Fragebogens und Erstellung des Partnerschafts-Profiles. Die Musterbeklagte hat dies im Verfahren als erhebliche „Anlaufarbeiten“ bezeichnet, insbesondere betreffend die ausführliche Analyse der Partnerschafts-Persönlichkeit und den Profil-Check.

ff)

Die hier festgestellte besondere Interessenlage ist auch nicht bereits abschließend von der Regelung des § 309 Nr. 9 BGB a.F. erfasst. Die Norm differenziert insbesondere nicht nach der Beeinträchtigung der Dispositionsfreiheit im Rahmen verschiedener Vertragsinhalte, sofern diese

nicht vom Ausschlussgrund des Hs. 2 erfasst sind. Der Umstand, ob sich der Nutzer bewusst oder nicht bewusst ist bzw. sich bewusst sein sollte, einen Vertrag rechtzeitig kündigen zu müssen, mindert sein schutzwürdiges Interesse nicht, da es primär darum geht, dass der Kunde so frühzeitig vor einer langen Vertragsverlängerung nicht einschätzen kann, ob eine Kündigung sinnvoll ist oder nicht, und nicht um die Frage, ob er eine Kündigungsmöglichkeit schuldhaft verstreichen lässt.

3.

Hingegen lässt sich im Fall der ursprünglich 24-monatigen Laufzeitvariante eine erhebliche finanzielle Belastung nicht feststellen. Die Verlängerung beträgt nur die Hälfte der ursprünglichen Vertragslaufzeit, so dass bereits keine eine erhebliche finanzielle Belastung vorliegt und ein Einstieg in die Interessensabwägung damit verwehrt ist. Die Bestimmung verstößt auch nicht gegen das Transparenzgebot gemäß § 307 Abs. 1 S. 2 BGB, so dass für den 24-monatigen Vertrag auch aus diesem Grund die Interessenabwägung nicht eröffnet ist.

a)

Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs lässt sich aus § 309 Nr. 9 a) und b) BGB a.F. der Grundsatz entnehmen, dass Verlängerungsklauseln den Vertragspartner nicht unangemessen benachteiligen, wenn sie eine automatische Verlängerung um die Hälfte der vorher – wirksam – vereinbarten Vertragszeit vorsehen. Da wirksam eine 24-monatige Laufzeit vereinbart ist, begegnet eine Regelung, nach der sich mangels Kündigung die vereinbarte Vertragszeit von 24 Monaten um 12 Monate – also um die Hälfte der Erstlaufzeit – verlängert, unter diesem Blickwinkel keinen Bedenken (vgl. BGH, NJW 2020, 3306 Rn. 45).

b)

Maßstab für die Prüfung der Angemessenheit der Kündigungsfrist ist das Verhältnis von deren Länge zur ersten Laufzeit und zur Dauer der Verlängerung des Vertrags. Der Bundesgerichtshof hat es im Falle eines Maklervertrags für unproblematisch angesehen, wenn eine Kündigungsfrist weniger als ein Sechstel der ursprünglichen Laufzeit und weniger als ein Drittel der Laufzeitverlängerung beträgt (vgl. BGH, NJW 2020, 3306 Rn. 48). Vorliegend beträgt die vorgesehene Kündigungsfrist 12 Wochen und damit weniger als ein Achtel der ursprünglichen Laufzeit und weniger als ein Viertel der Laufzeitverlängerung. Damit lässt sich nicht feststellen, dass ein Nutzer des Dienstes der Musterbeklagten dadurch unangemessen erschwert wird, das Vertragsverhältnis mit der Musterbeklagten zu beenden.

c)

Auch aus der Natur des Dienstes der Musterbeklagten ergibt sich in Bezug auf diese Laufzeitvariante nichts anderes. Denn zwar sind auch in Bezug auf die 24-monatige Laufzeit die Interessen der Musterbeklagten an der Kündigungs- und Verlängerungsklausel lediglich kaufmännischer Natur. Die sich gegenüberstehenden Interessen der Nutzer sind indes nicht in gleichem Maße berührt, wie bei den Verträgen mit kürzerer Laufzeit. Denn zum einen lassen sich die Nutzer bereits im Ausgangspunkt wissentlich auf eine ausgesprochen lange Laufzeit ein und haben entsprechend über 21 Monate Zeit, den Dienst der Musterbeklagten zu testen und sich von ihm ein Bild zu machen. Zudem profitieren sie von einem spürbar ermäßigten Monatspreis, in dessen Genuss sie auch bei der Verlängerung weiterhin kommen. Gegenteiliges, nämlich dass die Nutzer im Falle der Vertragsverlängerung einen höheren Monatsbeitrag zu zahlen hätten, hat der Musterkläger nicht dargetan. Vielmehr hat sich der Musterkläger darauf berufen, dass, weil die Beklagte ihre Preise monatlich ausweise, auch die Verlängerung einer 24-monatigen Premium-Mitgliedschaft *monatlich* [Hervorhebung durch den Senat] die ursprünglich vereinbarte Vergütung erreiche (vgl. Klageschrift, S. 93). Daher schränkt es bei einer derart langfristigen und seinerseits vom Nutzer ersichtlich primär aus ökonomischen Motiven getroffenen Laufzeitwahl, die Dispositionsfreiheit der Nutzer nicht über Gebühr ein, sich 12 Wochen vor Ablauf über eine Fortsetzung des Vertrages Gedanken zu machen und die Vertragslaufzeit um die Hälfte fortzusetzen. Zwar mag die Neuregelung des AGB-Rechts ein gewisses Indiz für die Handhabung der alten Rechtslage bieten. Ein schlichter Rückgriff auf die neue Rechtslage ist aber schon aus Gründen des Vertrauensschutzes nicht zulässig.

d)

Die Bestimmungen verstoßen – unabhängig von der Vertragslaufzeit – auch nicht gegen das Transparenzgebot gem. § 307 Abs. 1 S. 2 BGB. Für den 24-Monatsvertrag ist daher auch nicht aus diesem Grund die Interessenabwägung eröffnet.

aa)

Der Klauselverwender ist verpflichtet, die Regelungen für den durchschnittlichen Vertragspartner verständlich zu gestalten und darüber hinaus die wirtschaftlichen Nachteile und Belastungen des Vertragspartners, die sich aus der Klausel auch im Zusammenwirken mit anderen Regelungen ergeben, sowie alle Konsequenzen, die die Klausel absehbarerweise haben wird, so deutlich werden zu lassen, wie es nach den Umständen gefordert werden kann (vgl. EuGH BKR 2018, 201 Rn. 44 f.; BGH NJW-RR 2020, 112 Rn. 23; NZG 2019, 703 Rn. 12). Ein Verstoß kann sich auch daraus ergeben, dass der Regelungsgehalt eines einheitlichen Gesamtzusammenhangs

auf eine Mehrzahl von Klauseln aufgespaltet wird und dadurch nicht mehr nachvollzogen werden kann, welche Regelung wofür gelten soll (BGH, Urteil vom 25.02.2016 – VII ZR 156/13, NJW 2016, 1575). Der Zusammenhang kann jedoch durch den Verwender auch durch Verweisungen auf andere Klauseln hergestellt werden (BGH, Urteil vom 25.02.2016 – VII ZR 156/13, NJW 2016, 1575). Konkret kann sich im Rahmen von Partnervermittlungsverträgen ein Verstoß daraus ergeben, dass nicht deutlich wird, dass diese, sowohl nach als auch vor einer Vertragsverlängerung, (auch) außerordentlich gekündigt werden können (Grüneberg/*Grüneberg*, BGB, 80. Aufl. 2021, § 309 Rn. 94, § 307 Rn. 84; BGH, Urteil vom 05.11.1998 – III ZR 226/97, NJW 1999, 276).

bb)

Nach diesen Maßstäben verstößt die Gestaltung der Bestimmungen in den AGB in den Ziff. 5.2 bis 5.4 sowie den produktbezogenen Vertragsinhalten nicht gegen das Transparenzgebot. Zwar ist es so, dass nicht alle dem Themenkomplex der Vertragsverlängerung und dem der Kündigungsmodalitäten zugehörigen Aspekte unmittelbar in dem AGB-Dokument geregelt werden. Es gibt insoweit ein „Hin und Her“ zwischen Ziff. 5.2/5.3 zu den produktbezogenen Vertragsinhalten und wieder zurück zu Ziff. 5.4 wegen der außerordentlichen Kündigung. Es wird jedoch in den Klauseln gem. Ziff. 5.2 und 5.3 hinreichend deutlich auf die produktbezogenen Vertragsinhalte verwiesen und diese Klauseln verweisen explizit nur bezüglich der Modalitäten der ordentlichen Kündigung auf die produktbezogenen Vertragsinhalte. Dass eine außerordentliche Kündigung möglich ist und dies auch im Falle der Vertragsverlängerung, ergibt sich hingegen aus der Ziff. 5.4 der AGB. Die Musterbeklagte kann sich auch zu Recht darauf berufen, dass die Notwendigkeit, zunächst eine Basis-Mitgliedschaft abzuschließen, um anschließend die Premium-Mitgliedschaft erwerben zu können, zu keiner „Verwirrung“ des Nutzers führt.

C.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 92 Abs. 1 ZPO. Der Senat bewertet die beiden Themenkomplexe zu den Feststellungszielen 1 und 2 einerseits und dem Feststellungsziel 3 andererseits als gleichgewichtig. Innerhalb des Feststellungsziels 3 weist das Hilfsbegehren einen um 1/3 gegenüber dem Hauptbegehren reduzierten Wert aus.

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus § 709 S. 1 ZPO.

Ein Ausspruch über die Zulassung der Revision ist nicht erforderlich, weil die Sache ohnehin von Gesetzes wegen aufgrund grundsätzlicher Bedeutung revisibel ist, §§ 543 Abs. 2 S. 1 Nr. 1, 614

S. 2 ZPO.

