

Kapitel 1 Einführung	1
A. Begrifflichkeit Kundenbindungsprogramm	2
B. Sinn und Zweck von Kundenbindungsprogrammen.....	2
C. Wirtschaftliche Bedeutung von Kundenbindungsprogrammen	3
D. Entwicklung von Kundenbindungsprogrammen	4
I. Frühe Kundenbindungsprogramme	4
II. Entwicklung nach ZugabeVO und RabattG	5
E. Gang der Untersuchung	6
Kapitel 2 Anwendbarkeit von AGB-Recht	7
A. Einbeziehungskontrolle §§ 305 - 305b BGB	8
B. Inhaltskontrolle §§ 307 ff. BGB	8
I. Deutsche Rechtspraxis.....	9
II. Vorgaben der Klauselrichtlinie.....	10
III. Weiteres Vorgehen	11
Kapitel 3 Rechtsnatur von Meilen / Punkten.....	13
A. Meilen als Buchgeld.....	14
B. E-Geld	14
C. Rabatt	15
D. Zugabe.....	16
E. Wertpapier.....	17
F. Zwischenfazit	17
Kapitel 4 Erwerb von Meilen und Punkten	19
A. Ausgestaltung des Meilenerwerbs	20
I. Art der Meilen und Punkte	20
1. Prämienmeilen	20
2. Statusmeilen.....	20
II. Art des Erwerbs	21
1. Eigene Leistungen des Programmbetreibers.....	21
a) Zulässigkeit der Differenzierung Entfernungsmeile und Bonusmeile	21
aa) Skizzierung des Problems.....	21
bb) Rechtliche Bewertung.....	21
cc) Mehr Prämienmeilen, als Entfernungsmeilen	22
(1) AGB-rechtliche Beurteilung.....	22

(2) Vereinbarkeit mit UWG	22
dd) Weniger Prämienmeilen, als Entfernungsmeilen.....	22
(1) AGB-rechtliche Beurteilung.....	22
(a) § 305 Abs. 2 BGB.....	22
(b) § 305c Abs. 1 BGB.....	23
(c) § 307 Abs. 2 Nr. 2 BGB.....	24
(aa) Anwendungsbereich der Inhaltskontrolle	24
(bb) Inhaltskontrolle § 307 Abs. 2 Nr. 2 BGB	26
(cc) Inhaltskontrolle § 307 Abs. 1 S. 1 BGB.....	27
(d) Handlungsempfehlung.....	29
(2) Vereinbarkeit mit UWG	30
(a) Anforderungen aus § 4 Nr. 4 UWG	30
(b) Anforderungen aus § 5a Abs. 2 UWG.....	33
b) Zulässigkeit der Anknüpfung der Meilengewährung an zusätzliche Voraussetzungen	34
aa) Tatsächliche Inanspruchnahme	34
(1) Verstoß gegen § 305c Abs. 1 BGB.....	35
(2) Verstoß gegen § 307 Abs. 2 Nr. 1 BGB	36
(3) Verstoß gegen § 307 Abs. 1 S. 1 BGB	36
(4) Zwischenergebnis zu Inanspruchnahmeklauseln.....	38
bb) Persönliche Inanspruchnahme.....	38
cc) Natürliche Betrachtung einheitlicher Leistungserbringungen	39
(1) Zusammenfassung mehrerer Anreisen in einem Hotel zu einem Aufenthalt.....	39
(a) Verstoß gegen § 305c Abs. 1 BGB.....	39
(b) Verstoß gegen § 307 Abs. 1 S. 1 BGB	40
(c) Zwischenergebnis zur Aufenthaltsklausel	41
(2) Zusammenfassung mehrerer KFZ-Mietverträge zu einer Anmietung.....	41
(a) Verstoß gegen § 305c Abs. 1 BGB.....	42
(b) Verstoß gegen § 307 Abs. 1 S. 1 BGB	42
(c) Maßstab des § 4 Nr. 4 UWG.....	42
(d) Zwischenergebnis zur Anmietungsklausel	43
c) Nicht kostendeckende Meilengutschriften.....	43

aa) AGB-rechtliche Beurteilung.....	43
bb) Vereinbarkeit mit UWG	44
(1) §§ 3, 4 Nr. 10 UWG – Behinderung von Wettbewerbern.....	44
(2) §§ 3 Abs. 1 UWG – Allgemeine Marktbehinderung	44
d) Anpassung von Meilentabellen (Erwerb) für noch abzuschließende Verträge	45
aa) Anpassungsmöglichkeiten	46
(1) Änderungsvertrag.....	46
(2) Einseitige Anpassung	47
(a) Vorgaben aus § 308 Nr. 4 BGB	47
(aa) Zu (i) Vorhersehbarkeit von Änderungen.....	48
(bb) Zu (ii) schwerwiegende Änderungsgründe	50
(cc) Ergebnis zu § 308 Nr. 4	56
(b) Vorgaben aus § 307 BGB	57
bb) Zusammenfassung zur Anpassung von Meilentabellen	57
e) Anpassung von Meilentabellen (Erwerb) für bereits geschlossene Verträge.....	57
aa) Anpassungsinteresse des Verwenders	57
bb) Bestandsinteresse des Vertragspartners.....	58
f) Ausschluss besonderer Erwerbswege („Sonderraten“)	59
aa) Vereinbarkeit mit § 305c Abs. 1 BGB	60
bb) Vereinbarkeit mit § 307 Abs. 1 S. 1 BGB.....	61
(1) Anwendbarkeit der Inhaltskontrolle.....	61
(2) Inhaltliche Prüfung.....	62
cc) Vereinbarkeit mit § 4 Nr. 4 UWG	63
dd) Zwischenergebnis zum Ausschluss besonderer Erwerbswege bei der Meilengewährung	64
2. Leistungen Dritter	64
a) Bonusprogramm und Buchpreisbindung	64
aa) Barprämie	65
b) Sonstige Prämie	65
aa) Grenze des § 7 Abs. 4 Nr. 1 BuchPrG.....	65
bb) Keine zahlungsmittelähnliche Verwendung.....	65
cc) Zwischenergebnis Buchpreisbindung und Bonusmeilen.....	66
c) Bonusprogramm und Verlagserzeugnisse	66

aa) §§ 3, 4 Nr. 11 UWG	66
bb) §§ 3, 4 Nr. 10 UWG	67
cc) §§ 3, 4 Nr. 1 UWG	67
dd) § 3 Abs. 1 UWG	67
ee) Zwischenergebnis Verlagserzeugnisse	69
d) Bonusprogramm und Arzneimittel	69
aa) §§ 3 Abs. 1, 4 Nr. 11 UWG i.V.m. § 7 HWG	70
bb) §§ 3 Abs. 1, 4 Nr. 11 UWG i.V.m. § 78 Abs. 2 S. 2 und 3 AMG i.V.m. §§ 1 Abs. 1, 3 AMPPreisV	71
cc) Gesamtergebnis Bonusprogramm und Arzneimittel	73
e) Bonusprogramm und Taxibeförderung	73
3. Preisverschleierung i.S.d. §§ 3 Abs. 2, 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 2 UWG	75
4. Punktekauf	76
a) Rechtliche Rahmenbedingungen	76
b) Lösungsrechte	77
aa) Widerrufsrecht im Fernabsatz	77
bb) Nichtigkeit des Rechtskaufvertrages	79
5. Besonders schutzbedürftige Personen	80
a) § 4 Nr. 2 UWG	80
b) § 4 Nr. 1 UWG	82
c) Zwischenergebnis für besonders schutzbedürftige Personen	83
B. Scheitern des zum Meilenerwerb berechtigenden Vertrages	83
1. Anfechtung / Nichtigkeit	83
a) Generelle Betrachtung	84
aa) Bilanzwert	84
bb) Marktwert aus Teilnehmersicht – Wert von Prämienmeilen Gesamtdurchschnitt	84
cc) Marktwert aus Teilnehmersicht – Wert von Prämienmeilen – Nur Kernprämien	85
dd) Marktwert aus Teilnehmersicht – Gezahlter (Auf-)preis zum Meilenerwerb ..	85
ee) Marktwert aus Betreibersicht – Wert von Prämienmeilen	85
ff) Marktwert aus Sicht von Kooperationspartnern – Preis von Prämienmeilen ..	86
gg) Zwischenergebnis generelle Betrachtung	86

b) Individuelle Betrachtung	86
c) Zwischenergebnis: Wert einer Meile in der bereicherungsrechtlichen Rückabwicklung.....	88
2. Minderung	88
a) Meilengewährung knüpft an Kaufpreis an	88
b) Meilengewährung knüpft nicht an Kaufpreis an	88
c) Zwischenergebnis: Meilengewährung bei der Entgeltminderung	89
3. Rücktritt.....	89
C. Leistungsstörungen bei der Meilengutschrift.....	91
I. Keine / zu geringe Meilengutschrift	91
1. Direkter Erwerb der Prämie	91
2. Meilenkauf	92
II. Verspätete Meilengutschrift	93
1. Prämien-gewährung.....	93
2. Schadensersatz in Geld	94
III. Leistungsstörungen beim Punktekauf.....	94
D. Exkurs: Rückvergütungsportale im Internet	94
I. Begrifflichkeit / Funktionsweise	95
II. Rechtbeziehungen zwischen den Beteiligten	95
1. Teilnehmer-Anbieter	95
2. Anbieter-Rückvergütungsportal.....	95
3. Teilnehmer-Rückvergütungsportal	96
III. Pflichten des Rückvergütungsportals	96
1. Voraussetzungen zur Gewährung	97
a) Erfolgreicher Vertragsschluss	97
b) Annahme von Waren	97
c) Erfolgreiche Ausschüttung an Rückvergütungsportal	98
aa) Überraschende Klausel, § 305c Abs. 1 BGB.....	98
bb) Verstoß gegen § 307 Abs. 1 S. 1 BGB	98
cc) Lauterkeitsrechtliche Beurteilung gem. § 4 Nr. 4 UWG	99
d) Einstellungen des verwendeten Computers.....	100
aa) Überraschende Klausel, § 305c Abs. 1 BGB.....	100
bb) Verstoß gegen § 307 Abs. 1 S. 1, 2 BGB.....	101

cc) Verstoß gegen § 307 Abs. 1 S. 1 BGB.....	101
dd) Lauterkeitsrechtliche Beurteilung gem. § 4 Nr. 4 UWG	102
e) Ablauf von Widerrufsfristen	102
f) Keine nachträgliche Änderung des Bestands des Hauptvertrages	103
g) Mindestumsatz	104
aa) Überraschende Klausel, § 305c Abs. 1 BGB	104
bb) Verstoß gegen § 307 Abs. 1 S. 1 BGB.....	104
cc) Lauterkeitsrechtliche Beurteilung gem. § 4 Nr. 4 UWG	104
2. Höhe des Cashbacks	104
a) Abstellen auf Netto-Warenwert	105
b) Unverbindlichkeit von Cashbackwerten	106
aa) Überraschende Klausel, § 305c Abs. 1 BGB	106
bb) Inhaltliche Wirksamkeit, § 308 Nr. 4 BGB	107
IV. Zusammenfassung Rückvergütungsportale	108
Kapitel 5 Erworbene Meilen und Punkte	109
A. Verfall von Punkten.....	110
1. §§ 187 ff. als Grundsatz	110
2. Abdingbarkeit.....	111
B. Sonderfall zum Punkteverfall: Aufhebung von Vergünstigungen	113
C. Kündigung	115
I. Kündigung durch den Kunden	115
II. Kündigung durch den Programmbetreiber.....	116
1. Ordentliche Kündigung in Bezug auf Meilen / Punkte.....	116
2. Ordentliche Kündigung in Bezug auf erworbene Statusvorteile	119
3. Ordentliche Kündigung in Bezug auf zu erwerbende Statusvorteile.....	120
4. Außerordentliche Kündigung.....	121
D. Erbfall	122
1. Prämienmeilen.....	122
a) Ausgangslage	122
b) Grenzen in AGB.....	123
c) Zwischenergebnis Erbfall und Prämienmeilen	123
2. Statusmeilen	123

Kapitel 6 Verwendung von Meilen und Punkten	125
A. Einlösen für Produkte und Dienstleistungen.....	126
I. Anpassung von Prämientabellen	126
1. Miles & Mores Entscheidung des LG Köln.....	127
a) Wirksamkeit der zugrundeliegenden AGB-Regelung	127
b) Anwendbarkeit der Regelung im konkreten Fall.....	128
2. Miles & Mores Entscheidung des OLG Köln.....	128
3. Eigene Ansicht	130
a) Klauselwirksamkeit	130
aa) Maßstab des § 308 Nr. 4 BGB.....	130
(1) Hinreichende Konkretisierung	131
(2) Grenzen einer regelbaren Anpassung.....	132
(a) Anpassung betreffend bestehender Meilen	132
(aa) Voraussetzungen einer Anpassung	132
(bb) Umfang der Anpassung.....	135
(cc) Übergangsfrist.....	135
(b) Anpassung betreffend noch zu erwerbender Meilen	136
bb) Maßstab des § 307 BGB.....	137
(1) § 307 Abs. 1 S. 2 BGB Transparenzgebot	137
cc) Zwischenergebnis zu Änderungsvorbehalten bzgl. Meilentabellen	138
b) Anwendung im konkreten Fall	138
aa) Prüfungsmaßstab	139
bb) Notwendigkeit	140
cc) Benachteiligung wider Treu und Glauben.....	140
c) Zwischenergebnis zur Anwendung im konkreten Fall	141
4. Zwischenergebnis Anpassung von Meilentabellen	141
II. Angebotsbeschränkungen.....	141
1. AGB-rechtliche Beurteilung.....	142
a) Einbeziehung, § 305c Abs. 1 BGB.....	142
b) Transparenzgebot, § 307 Abs. 1 S. 2 BGB.....	144
c) Vertragszweckgefährdende Einschränkung wesentlicher Rechte und Pflichten, § 307 Abs. 2 Nr. 2 BGB	144
d) Unangemessene Benachteiligung, § 307 Abs. 1 S. 1 BGB.....	147

2.	Lauterkeitsrechtliche Beurteilung.....	147
a)	§ 4 Nr. 4 UWG.....	147
b)	§ 3 Abs. 3 UWG i.V.m. Nr. 5 Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG.....	148
3.	Zwischenergebnis zu Verfügbarkeitsbeschränkungen.....	149
III.	Anwendbarkeit von vertriebsbezogenen Regelungen.....	150
a)	Widerrufsrecht	150
2.	Preisgestaltung	151
a)	Verstoß gegen § 3 Abs. 1, 3 i.V.m. Ziff. 21 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG.....	152
b)	Verstoß gegen § 1 Abs. 1 S. 1, Abs. 6 PAngV	152
c)	Verstoß gegen Art. 23 Abs. 1 VO 1008/2008 EG	153
d)	Verstoß gegen § 4 Nr. 4 UWG.....	153
3.	BuchPrG.....	154
IV.	Rechtsbeziehung bei der Einlösung von Bonusmeilen	155
1.	Primäranspruch.....	156
a)	Vertrag zu Gunsten Dritter.....	156
b)	Mehrseitiger Vertrag	156
c)	Eigene Stellungnahme.....	157
2.	Sekundäransprüche	157
a)	Lösungsrechte	157
aa)	Erklärungsgegner.....	157
bb)	Rechtsfolgen.....	158
b)	Nacherfüllung.....	158
c)	Schadensersatz	159
B.	Übertragung von Meilen / Punkten	161
I.	Rechtsnatur der Meilenübertragung.....	161
II.	Einschränkungen der Übertragbarkeit	161
1.	Einbeziehung in den Vertrag, § 305c Abs. 1 BGB.....	162
2.	Anwendbarkeit Inhaltskontrolle.....	162
3.	Inhaltliche Wirksamkeit, § 307 Abs. 1 S. 2 BGB.....	164
4.	Inhaltliche Wirksamkeit, § 307 Abs. 1 S. 1 BGB.....	165
Kapitel 7	Fazit.....	169