

+49 9433 6982

Ausfertigung

Amtsgericht Landshut

Az.: 10 C 1809/08

Absc.



IM NAMEN DES VOLKES

In dem Rechtsstreit

FÖRMLICH ZUGESTELLT
WALTER RATZKE
RECHTSANWALT

Prozessbevollmächtigte:

Rechtsanwälte H

gegen

Prozessbevollmächtigter:

Rechtsanwalt Ratzke Walter, Postfach 12 65, 92502 Nabburg, Gz.: 28035-1

wegen **Forderung**

erlässt das Amtsgericht Landshut durch die Richterin am Amtsgericht
auf Grund der mündlichen Verhandlung vom 10.02.2009 folgendes

am 13.03.2009

+49 9433 6982

- Seite 2 von 8 -

Endurteil

1. Die Klage wird abgewiesen.
2. Die Klägerin hat die Kosten des Verfahrens zu tragen.
3. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar, wobei die Klägerin die Vollstreckung durch Leistung einer Sicherheit in Höhe von 110 % des zu vollstreckenden Betrages abwenden kann, wenn nicht der Beklagte zuvor Sicherheit in gleicher Höhe leistet.

BESCHLUSS:

Der Streitwert wird auf 1.529,15 Euro festgesetzt.

+49 9433 6982

- Seite 3 von 8 -

Tatbestand

Die Parteien streiten über Zahlungsansprüche aus einem Werbevertrag.

Die Klägerin betreibt in der tschechischen Republik einen Werbeverlag, der unter anderem in Deutschland eine Broschüre mit dem Titel " " herausgibt.

Am 10.10.2007 unterzeichnete der Beklagte in seinen Geschäftsräumen einen Anzeigenvertrag über eine zu Werbezwecken in dem von der Klägerin aufgelegten und zu verteilendem Branchenjournal zu schaltende Anzeige.

Insgesamt wurde die Broschüre in zwei verschiedenen Ausgaben gedruckt und verteilt, wobei jeweils die vereinbarte Annonce für den Baggerbetrieb des Beklagten abgedruckt war.

Die Klägerin stellte dem Beklagten zwei Rechnungen über eine Gesamtsumme von 1.529,15 Euro, die beide trotz Mahnungen nicht beglichen wurden.

Die Klägerin ist der Auffassung, dass es keine Gründe für den Beklagten gebe, die Zahlung zu verweigern. Lediglich in Höhe der in den Rechnungen jeweils ausgewiesenen Mehrwertsteuer in Höhe von insgesamt 244,15 Euro wurde die Klage zurückgenommen, da die Klägerin in der tschechischen Republik ansässig ist und insoweit in Deutschland keine Mehrwertsteuer abzuführen hat.

Sie beantragte daher zuletzt:

1. Der Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin 1.285 Euro nebst 8% Zinsen über dem Basiszinssatz aus 715 Euro vom 04.12.2007 bis 08.02.2008, 8% Zinsen über dem Basiszinssatz aus 1.285 Euro seit dem 09.02.2008, sowie weitere Auslagen in Höhe von 3 Euro zu bezahlen.
2. Der Beklagte wird weiterhin verurteilt, an die Klägerin vorgerichtliche Kosten in Höhe von 202,80 Euro nebst 8% Zinsen über dem Basiszinssatz aus 101,40 Euro vom 08.01.2008 bis 05.03.2008, 8% Zinsen über dem Basiszinssatz aus 202,80 Euro seit 06.03.2008 zu bezahlen.

Der Beklagte beantragt:

Klageabweisung.

Zum Einen sei der Vertrag bereits wegen eines Verstoßes gegen das Transparenzgebot unwirksam. Das Vertragsformular sei an den Maßstäben der §§ 305 ff. BGB zu messen, denen es nicht stand halte. Insbesondere sei die Gestaltung des Vertrages hinsichtlich des Anzeigenpreises zu beanstanden. Aufgrund der Vertragsgestaltung müsse der Kunde davon ausgehen, lediglich

+49 9433 6982

- Seite 4 von 8 -

einen Anzeigengrundpreis in Höhe von 570 Euro zuzüglich Lithokosten von 139 Euro sowie Versandkosten und Porto in Höhe von 6 Euro zu schulden. Erst aus dem kleingedruckten Text ergebe sich, dass das Branchenjournal jährlich in vier Auflagen erscheine, jeweils mit einer Auflagenstärke von je 2.000 Exemplaren pro Auflage. Es sei daher für den Beklagten nicht erkennbar gewesen, dass der Anzeigengrundpreis viermal im Jahr fällig werde. Eine solche Vertragsgestaltung verstoße gegen § 307 I 2 BGB.

Ferner sei zu beanstanden, dass die Verpflichtung der Klägerin in dem Vertrag zu unbestimmt sei. Die Schaltung der Annoncen sei rechtlich als werkvertragliche Leistung einzuordnen, die Klägerin schulde daher als Werkerfolg eine gewisse Werbewirksamkeit der Maßnahme. Wesentlicher Vertragsbestandteil eines solchen Vertrages müsste sein, wo und unter welchen Umständen die Broschüre nach ihrem Druck zu Werbezwecken aufgelegt werde. Diesbezüglich sei die im Vertrag vorgesehene Formulierung, dass jede Auflage an mindestens 100 Auslegestellen in Deutschland, welche sich teilweise im Landkreis des Auftraggebers befinden und zum überwiegenden Teil in überregionalen Gebieten, wobei pro Auslegestelle mindestens 20 Broschüren pro Auflage auszulegen sind, zu unbestimmt. Aus den seitens der Klägerin vorgelegten Verteilerlisten ergebe sich, dass die Broschüren nicht gleichmäßig verteilt, sondern Schwerpunkte gebildet werden, die sich keinesfalls daran orientierten, wo die jeweiligen Werbeträger ihren Sitz haben. Insoweit sei bereits zwischen den Parteien keine Einigung über die wesentlichen Vertragsinhalte zustande gekommen, weswegen der Vertrag unwirksam sei. Im Übrigen sei aufgrund der völlig fehlenden Werbewirksamkeit des Branchenjournal auch von einer Nichtigkeit des Vertrages gemäß § 138 BGB auszugehen, da der verlangte Werklohn völlig außerhalb jeder Relation und zum erzielten Werbeergebnis stehe.

Darüber hinaus sei ein etwaig zustande gekommener Vertrag auch wegen arglistiger Täuschung wirksam angefochten worden, da die mündlichen Bekundungen des Außendienstmitarbeiters der Klägerin in krassem Widerspruch zum schriftlich fixierten Vertragsinhalt stünden. Der Außendienstmitarbeiter habe es durch eloquentes Auftreten geschafft, dem Beklagten zu suggerieren, die Broschüre werde ausschließlich in Landshut beziehungsweise im Großraum Landshut erscheinen. Aufgrund der mündlichen Versicherungen des Außendienstmitarbeiters der Klägerin habe der Beklagte davon abgesehen, das Kleingedruckte im Vertrag gründlich zu studieren und den Vertrag unter falschen Voraussetzungen unterschrieben.

Die Klägerin weist darauf hin, dass der Vertrag in allen Einzelheiten schriftlich ausgestaltet worden sei und die dort dargelegten Verpflichtungen der Klägerin durch diese auch ordnungsgemäß erfüllt worden seien. Insbesondere ergebe sich bereits aus dem schriftlichen Vertragstext, dass eine Verteilung des Branchenjournal nicht nur im Landkreis des annoncierenden Kunden erfolgt. Gegen den Einwand, der Außendienstmitarbeiter habe andere Dinge zugesichert, habe man sich durch die zweite Unterschrift des Kunden auf dem Auftragsformular abgesichert. Dem Beklagten habe es freigestanden, den Vertrag zu unterzeichnen oder eben auch nicht. Jedenfalls habe sich auch der pro Auflage fällig werdende Anzeigenpreis aus dem schriftlichen Vertragstext ergeben. Ob die Annonce im Branchenjournal dem Beklagten den von ihm gewünschten Werbeerfolg tatsächlich gebracht habe, könne nicht im Verantwortungsbereich der Klägerin liegen. Offenbar bereue der Beklagte den Vertragsabschluss und versuche nun nachträglich, sich von dem Vertrag zu lösen. Auch seien die Angaben zur Verbreitung der Broschüre hinreichend konkret, da zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses noch nicht absehbar sei, wo genau später tatsächlich eine Auslegung erfolgen könne. Jedenfalls sei der Klägerin vertraglich bei der Verteilung der Broschüren in rechtmäßiger Weise ein gewisses Ermessen eingeräumt worden, wodurch der Vertel-

+49 9433 6982

- Seite 5 von 8 -

lungsmodus nicht völlig in deren Belieben gestellt, sondern noch hinreichend bestimmt sei.

Beweis wurde nicht erhoben.

Hinsichtlich des übrigen Parteivorbringens wird auf die gewechselten Schriftsätze sowie auf das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 10.02.2009 Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

Die Klage ist zulässig, jedoch unbegründet.

I.

Das Amtsgericht Landshut ist international, sachlich und örtlich zuständig. Soweit man mit dem Amtsgericht Welden in seinem Verweisungsbeschluss die Gerichtsstandsvereinbarung für unwirksam hält, folgt die Zuständigkeit des hiesigen Amtsgerichts aus Art. 2 EuGVO.

II.

Die Klägerin hat gegen den Beklagten jedoch keinen Anspruch auf Zahlung des Werklohns aus dem am 10.10.2007 geschlossenen Anzeigenvertrag, da der Vertrag im wesentlichen Teil der Klägerin ein Ermessen bei der Erfüllung ihrer eigenen Leistungsverpflichtungen einräumt, das nicht mehr dem billigen Ermessen entsprechend ausgeübt wurde, § 315 BGB. Dem Beklagten steht ein Leistungsverweigerungsrecht zu.

1.

Das Gericht ist der Auffassung, dass der Vertrag zwischen den Parteien grundsätzlich wirksam geschlossen wurde. Auf das Vertragsverhältnis findet deutsches Sachrecht Anwendung. Dies ergibt sich zum einen bereits aus der im Vertrag getroffenen Rechtswahl. An deren Wirksamkeit bestehen zwar im Hinblick darauf, dass die vertragliche Bestimmung den Beklagten einseitig benachteiligt, Zweifel. Die Anwendbarkeit deutschen Rechts ergibt sich aber unabhängig davon aus Art. 28 EGBGB. Der Vertrag wurde in Deutschland abgeschlossen, und die von der Klägerin zu erstellende Broschüre war im Gebiet der Bundesrepublik zu verteilen, so dass der Vertrag zu Deutschland die engste Verbindung aufweist.

a)

Die Auffassung des Beklagten, dass man sich über wesentliche Vertragsbestandteile nicht geeinigt habe, weswegen ein Dissens vorlege, vermag das Gericht nicht zu teilen. Die Pflichten der Klägerin aus dem abgeschlossenen Werbevertrag sind hinreichend bestimmt. Es ist zutreffend, dass der Klägerin bei der Entscheidung, wo sie das Branchenjournal verteilt, ein weites Ermessen eingeräumt wird. Dieses wird jedoch durch bestimmte Eckpunkte gebunden, insbesondere ist im Vertrag festgelegt, wie viele Broschüren pro Auflage pro Auslegestelle auszulegen sind,

+49 9433 6982

- Seite 6 von 8 -

und das Einverständnis des Beklagten damit, der Klägerin im Übrigen bei der Auswahl der Verteilungsstellen ein Ermessen einzuräumen, wird durch seine Unterschrift auf dem Vertragsformular belegt. Es ist auch nicht etwa so, dass ein Vertrag per se dadurch unwirksam wird, dass einem Teil ein Leistungsbestimmungsrecht eingeräumt wird, § 315 I BGB.

b)

Das Gericht ist auch nicht der Auffassung, dass die Klausel über den Annoncenpreis gegen die §§ 305 ff., insbesondere gegen § 307 I 2 BGB verstößt. Bei der Vertragsgestaltung springt in der Mitte des Formulars der Absatz über den Anzeigengrundpreis ins Auge. Eindeutig erkennbar ist aus der vertraglichen Gestaltung auch, dass die Lithokosten und Versandkosten nur einmal jährlich anfallen. Zudem ist oberhalb des Absatzes in Fettdruck der Hinweis aufgedruckt "Anzeigenpreis pro Auflage der Broschüre". Insofern fällt direkt auf, dass unterschieden wird zwischen einem Anzeigengrundpreis, der pro Auflage anfällt, und Nebenkosten, die nur einmal im Jahr anfallen. Insofern hätte sich einem aufmerksamen Leser erschließen müssen, dass der Vertrag das Erscheinen einer Annonce in verschiedenen Auflagen eines Branchenjournals zum Gegenstand hat. Tatsächlich wird auch im ersten Absatz des Vertragsformulars nach den persönlichen Daten des Auftraggebers mit Fettdruck darauf hingewiesen, dass das Branchenjournal jährlich in vier Auflagen erscheint. Insgesamt ist dem Beklagten zuzugeben, dass der Vertrag hinsichtlich der eingegangenen Zahlungsverpflichtung übersichtlicher hätte gestaltet werden können. Einen Verstoß gegen das Transparenzgebot vermag das Gericht hierin jedoch nicht zu erkennen.

c)

Dass der Beklagte bei Vertragsabschluss seitens des Außendienstmitarbeiters der Klägerin durch mündliche Bekundungen, die vom schriftlichen Vertragsinhalt abweichen, getäuscht wurde, konnte nicht zur Überzeugung des Gerichts festgestellt werden. Insofern scheidet eine Anfechtung seitens des Beklagten aus.

Einen Nachweis über eine Täuschung konnte der Beklagte nicht erbringen. Es wurde zwar die Zeugin zum Beweis für die Täuschungen benannt, diese konnte jedoch durch das Gericht nicht geladen werden, da der erforderliche Auslagenvorschuss durch den Beklagten nicht einbezahlt wurde.

2.

Tatsächlich muss der Beklagte jedoch der grundsätzlich bestehenden Zahlungsverpflichtung für die ersten beiden Auflagen des Branchenjournals nicht nachkommen, da diese in einer Art und Weise verteilt wurden, die nicht mehr dem billigen Ermessen entspricht.

Aus den im Termin vorgelegten Verteilerlisten, die sich bei den Akten befinden, ist zu entnehmen, dass die Klägerin sich zwar bei der Verteilung des Branchenjournals in den ersten beiden Auflagen, die hier streitgegenständlich sind, daran hielt, dass diese in der Bundesrepublik, nicht nur, aber auch, im Landkreis des Beklagten, in verschiedenen Geschäften, Behörden oder Gewerbebetrieben in der vertraglich fixierten Stückzahl von mindestens 20 ausgelegt wurde. Hierbei fällt jedoch auf, dass im Landkreis Lahnshut, in dem der Beklagte auf eine Werbewirkung der Annonce hoffen konnte, die Klägerin keinen nennenswerten Aufwand bei der Verteilung der verschiedenen Exemplare des Branchenjournals entfaltet hat. Ganz offenkundig hat der Außendienstmitarbeiter der Klägerin, der die Verteilung übernommen hat, jeweils einzelne Städte und Gemeinden des Landkreises angefahren und dabei in verschiedenen Geschäften, die jeweils unmittelbar benach-

+49 9433 6982

- Seite 7 von 8 -

bart sind, die Broschüren ausgelegt.

Die Auflage 2007/0999 wurde in acht Landkreisen an jeweils 9-14 verschiedenen Stellen ausgelegt. Der Beklagte, der einen Baggerbetrieb führt, kann nur von einer Auslegung im eigenen Landkreis, allenfalls noch in dem angrenzenden Landkreis Dingolfing-Landau, profitieren. Es fällt auf, dass die Broschüre im Gebiet der Stadt Landshut nur an einer Stelle hinterlegt wurde. Drei der übrigen 13 Auslegestellen befinden sich in Gündelkofen, wobei es sich jeweils um Geschäftslokale handelt, die an der Hauptstraße unmittelbar nebeneinander liegen. Der Hauptschwerpunkt der Verteilung liegt in Essenbach, wo die Broschüre an fünf Stellen ausgelegt wurde. Sämtliche Geschäftslokale befinden sich auch hier in unmittelbarer Nachbarschaft, zwei sogar im selben Gebäude.

Die Auflage 2007/1000 wurde in acht Landkreisen an jeweils 12 oder 13 Orten ausgelegt. Das Landshuter Stadtgebiet wurde auch hier wieder nur mit drei Auslegestellen berücksichtigt, die noch dazu alle eng beieinander in der Niedermayerstraße liegen. Ferner ist Ergolding ebenfalls mit drei Auslegestellen vertreten, die sich sämtlich in der Rottenburger Straße befinden. In Niederlchbach erfolgte die Auslage in zwei Geschäften des Luitpoldparkes.

Nachdem also in den jeweils zur Verteilung ausgewählten Städten und Gemeinden nur ein ganz geringer Kundenkreis überhaupt in den Besitz der Branchenjournale gelangen kann, entspricht die konkrete Verteilung der Broschüren, die vorgenommen wurde, nicht mehr dem billigen Ermessen. Insbesondere in den kleineren Gemeinden ist davon auszugehen, dass sämtliche Geschäfte des täglichen Bedarfes, die an einer Haupteinkaufsstraße liegen, von ein und demselben Kundenkreis genutzt werden. Wenn sich nun die Verteilung der Broschüren in den jeweiligen Städten und Gemeinden auf diese Geschäfte beschränkt, werden nicht in ausreichendem Maße potentielle Kunden des Beklagten erreicht.

Bei der Verteilung der Broschüren hat sich der Außendienstmitarbeiter der Klägerin erkennbar davon leiten lassen, wie er innerhalb möglichst kurzer Zeit möglichst viele Broschüren verteilen kann. Hiermit hat er einseitig die Interessen der Klägerin berücksichtigt.

Vor diesem Hintergrund steht dem Beklagten die Einrede des § 315 BGB zu und er kann die Bezahlung für den Druck und die Verteilung der beiden genannten Anzeigen verweigern. Zwar hätte nach dem Vertrag grundsätzlich eine Vorleistungspflichtung des Beklagten bestanden. Nachdem bislang aber nicht gezahlt wurde und eine adäquate Erfüllung der seitens der Klägerin geschuldeten vertraglichen Verpflichtung hinsichtlich der streitgegenständlichen Auflagen ausscheidet, braucht der Beklagte nicht mehr zu leisten.

II.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 ZPO.

III.

Der Ausspruch zur vorläufigen Vollstreckbarkeit erging gemäß §§ 708 Nr. 11, 711 ZPO.

+49 9433 6982

- Seite 8 von 8 -

IV.

Der Streitwert war ausgehend von der Bezifferung der Hauptforderung durch die Klägerin gemäß §§ 40 GKG, 3 ZPO auf 1.529,15 Euro festzusetzen.

gez.

Richterin am Amtsgericht



Für den Gleichlaut der Ausfertigung mit
der Urschrift

Landshut, 23.03.2009

Härtl, JAng

Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle