



Amtsgericht Starnberg

82319 Starnberg, Otto-Gaßner-Str. 2

Tel.: 08151/367-0 Durchwahl: -205

Fax: 08151/367 - 191

Geschäftsnummer: 1 C 1446/09

Verkündet am 16.12.2009

Kopie an Mdt. Kennzeichen	Kopie an Mdt. Stellungn.	WV:	Kopie an Mdt. Rückst.
EINGEGANGEN			
21. Dez. 2009			
Anwältin: ZIA Czap			
#Hud			

Jehle

Richter am Amtsgericht

Zur Geschäftsstelle gelangt am

Urteil

IM NAMEN DES VOLKES

In dem Rechtsstreit

vertr. durch d. GE:

- Klägerin -

Prozessbevollmächtigte:

gegen

1) _____

- Beklagter -

2) _____

- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte: zu 1,2 :
Rechtsanwalt Wolf-Dieter Czap,
Industriestr. 13, 96114 Hirschaid,
Gz.: 633/09

wegen Forderung

erlässt das Amtsgericht Starnberg durch Richter am Amtsgericht
Jehle am 16.12.2009 aufgrund der mündlichen Verhandlung vom
11.11.2009 folgendes



Endurteil:

- I. Die Klage wird abgewiesen.
- II. Die Klägerin trägt die Kosten des Rechtsstreits.
- III. Das Urteil ist im Kostenpunkt vorläufig vollstreckbar. Die Klägerin kann die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des insoweit beizutreibenden Betrages abwenden, wenn nicht die Beklagten ihrerseits vor einer etwaigen Kostenvollstreckung Sicherheit in gleicher Höhe leisten.



Tatbestand:

Die Klägerin verlangt von den Beklagten die Bezahlung der zweiten Werbepériode aus einem Anzeigenvertrag.

Die Klägerin ist auf dem Gebiet der Werbung tätig. Sie produziert Werbeträger wie unter anderem Schaukästen und stellt diese Sportvereinen, Apotheken, Städten und Gemeinden sowie gemeinnützigen Einrichtungen zur Verfügung. In diesen Werbeträgern können Geschäftsanzeigen angebracht werden, mit denen jene Werbeträger jedenfalls auch finanziert werden. Die Klägerin setzt zum Abschluss solcher Anzeigenaufträge Außendienstmitarbeiter ein.

Am 25.10.2005 beauftragten die Beklagten, die zum damaligen Zeitpunkt in eine ärztliche Gemeinschaftspraxis betrieben, die Klägerin mit der Veröffentlichung einer Geschäftsanzeige in einem Infokasten. In dem von der Klägerin als Anlage K 1 zum Klageschriftsatz vom 23.9.2009 vorgelegten Formular vom 28.10.2005 heißt es hierzu:

"Anzeigengröße: 125 X 53

Werbeart: Vitrine

für:

Text: Gemäß fixierter Anzeigengestaltung, bzw. vom Auftraggeber überlassenen Druckunterlagen

die Mindestlaufzeit hat eine Dauer von 3 Jahren

der Preis für die Belegung eines Werbefeldes beträgt für 3 Jahre 780,-- Euro zuzüglich MwsT plus Materialkosten für die Erstellung der Druckvorlage 68,-- Euro zuzüglich MwsT."

Weiter heißt es in dem Formular:

"Die Mindestlaufzeit beläuft sich auf 1 Periode von 3 Jahren. Der Auftrag verlängert sich ohne Neuabschluss um jeweils um 1 weitere Periode von 3 Jahren. Eine Kündigung dieser Vereinbarung ist 6 Monate vor Ablauf möglich (...)"

Auf das besagte Formular (Anlage K 1) wird zur Tatbestandsergänzung Bezug genommen.

Die Rechnung für den ersten 3-Jahreszeitraum wurde von den Beklagten bezahlt.



Mit Anwaltsschreiben vom 30.1.2009 ließen die Beklagten den Vertrag unter anderem vorsorglich und hilfsweise ordentlich kündigen (Anlage B 1 zum Klageerwiderungsschriftsatz vom 22.10.2009). Hierauf antwortete die Klägerin mit Schreiben vom 6.2.2009 (Anlage K 3) und berechnete den Beklagten unter Verweis auf ihre allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie auf § 649 Satz 2 BGB einen Schadensersatzbetrag in Höhe von 801,93 Euro. Diesen Betrag stellte die Klägerin den Beklagten mit Rechnung vom 24.2.2009 (Anlage K 4) in Rechnung.

Die Beklagten erhoben hieraufhin nochmals mit Anwaltsschreiben vom 10.2.2009 (Anlage B 3) rechtliche Einwände gegen die Forderung.

Eine Bezahlung des berechneten Betrags von 801,93 Euro erfolgte bis zuletzt nicht.

Die Klägerin ist der Meinung, mit den Beklagten sei am 28.10.2005 unter Zugrundelegung der klägerischen AGB ein wirksamer Anzeigenauftrag geschlossen worden, welcher sich infolge unterbliebener rechtzeitiger Kündigung um eine weitere 3-Jahres-Periode verlängert habe.

Die Vertragsgrundlagen seien hinreichend bestimmt. Insbesondere sei den Beklagten der Ort der Aufstellung von der klägerischen Mitarbeitern Wilde mündlich mitgeteilt worden. Auch sei die Anordnung der Anzeige im betreffenden Infokasten konkret besprochen worden. Zum Inhalt der Anzeige sei vereinbart worden, dass die Beklagten der Klägerin binnen 14 Tagen eine Druckvorlage schicken, was auch geschehen sei. Auch die im Vertrag enthaltene Verlängerungsklausel sei klar und eindeutig. Sie stelle keinen Verstoß gegen §§ 305 c Abs. 1, 307 BGB dar. Eine solche Klausel sei bei Verträgen über Werbeflächen üblich, jedenfalls aber nicht so ungewöhnlich, dass die Beklagten hiermit nicht zu rechnen brauchten. Auch die Tatsache, dass der letztmögliche Kündigungstermin im Vertrag nicht präzise festgelegt sei, führe unter Unternehmern nicht zur Unwirksamkeit der Verlängerungsklausel. Das entscheidende Datum der Auslieferung werde dem Kunden in der Rechnung mitgeteilt. Die Kündigung des Werbevertrages sei bis zur Vollendung des Werkes jederzeit mit der Rechtsfolge des § 649 Satz 2 BGB möglich. Die Beklagten hätten hier die vertraglich vereinbarte Kündigungsfrist, die eine Beendigung des Vertrages zur Folge gehabt hätte, versäumt und anschließend nach § 649 BGB gekündigt, nachdem sie den Korrekturabzug für die zweite Werbeperiode erhalten hätten. Rechtsfolge sei deshalb, dass die Klägerin die vereinbarte Vergütung abzüglich der ersparten Aufwendungen verlangen könne.



Die Klägerin beantragt daher zu erkennen wie folgt:

Die Beklagten werden als Gesamtschuldner verurteilt, an die Klägerin Euro 801,93 nebst 8 % Zinsen über dem Basiszinssatz seit dem 6.3.2009 sowie Euro 6,14 vorgerichtliche Kosten sowie vorgerichtliche entstandene Euro 84,50 Geschäftsgebühr und Euro 16,91 Post/Telekommunikationspauschale zu zahlen.

Die Beklagten beantragen,

die kostenpflichtige Abweisung der Klage.

Sie sind der Rechtsauffassung, mit Unterzeichnung des Auftragsformulars durch die Beklagten sei kein wirksamer Vertrag zustandegekommen. Das klägerische Vertragsangebot sei zu unbestimmt und daher nicht annahmefähig. Hierzu seien mindestens konkrete Bestimmungen zur Anzeigengröße, zur Auflagenhöhe, zur Verbreitungsart, zum Verbreitungsgebiet sowie zur Aufmachung und zum Inhalt des Anzeigenmediums notwendig. All dies fehle. Folglich sei der Vertrag als Ganzes unwirksam. Die Vertragslücken könnten nicht durch Rückgriff auf gesetzliche Bestimmungen oder eine Auslegung geschlossen werden. Es bleibe nichts übrig, um den Vertragsinhalt auch nur ansatzweise zu konkretisieren. Auch sei die im Vertrag enthaltene Laufzeitklausel/Verlängerungsklausel unwirksam. Diese sei auch im unternehmerischen Verkehr nicht gerechtfertigt. Insbesondere sei die dort geregelte Kündigungsmöglichkeit "(...) 6 Monate vor Ablauf (...)" unzulässig und unüblich im Sinne von § 305 c Abs. 2 BGB. Nach den im Rahmen von AGB geltenden Auslegungsgrundsätzen sei es nicht möglich, das dort etwaig vergessene Wort "bis" in die Klausel hinein zu interpretieren. Die Klausel sei daher so zu verstehen, dass die Kündigung nur genau 6 Monate vor Ablauf möglich sei. Auch sei unklar, auf welche Laufzeit (Vertragslaufzeit oder Werbelaufzeit) sich die Klausel beziehe. Auch der Beginn der Werbelaufzeit sei nicht zweifelsfrei festzustellen. Auch sei die Klägerin selbst nicht in der Lage zuverlässig Auskunft über den Beginn der Werbelaufzeit zu erteilen.

Das Gericht hat keinen Beweis erhoben.

Zur Ergänzung des Tatbestandes wird Bezug genommen auf das schriftsätzliche Vorbringen der Klagepartei vom 23.9.2009 und vom 30.10.2009. Gleiches gilt für das schriftsätzliche Vorbringen der Beklagten vom 22.10.2009 wie auch für die Sitzungsniederschrift vom 11.11.2009.



Entscheidungsgründe:

Der zulässigen Klage musste in der Sache der Erfolg versagt bleiben.

Die Beklagten schulden der Klägerin keine Bezahlung nach § 649 Satz 2 BGB, da zum einen die im Vertrag enthaltene Laufzeitklausel unwirksam ist und zum anderen keine bindende Einigung zu wesentlichen Vertragsbestandteilen stattgefunden hat, was zur Unwirksamkeit des gesamten Anzeigenvertrags führt.

Entsprechend befanden und befinden sich die Beklagten auch nicht in Zahlungsverzug und schulden daher auch keine Zinsen und vorgerichtlichen Kosten.

1. Zutreffend vertreten die Beklagten im Hinblick auf die im Vertragsformular enthaltene Verlängerungsklausel die Auffassung, diese sei bei der im AGB-Recht anzuwendenden sogenannten "kundenfeindlichsten" Auslegung so zu verstehen, dass eine Vertragskündigung zur Vermeidung der Verlängerungswirkung lediglich genau 6 Monate vor Ablauf der ersten Vertragsperiode möglich ist. Das Gericht schließt sich auch der Erwägung an, dass es nicht möglich ist, ein hier etwaig vergessenes Wort "bis" in die Klausel hinein zu interpretieren.

Eine Kündigungsmöglichkeit die taggenau lediglich 6 Monate vor Ablauf der ersten Vertragsperiode möglich ist, stellt jedoch auch zwischen Unternehmern eine unangemessene Benachteiligung des Vertragspartners im Sinne von § 307 BGB dar. Bereits aus der hieraus resultierenden Gesamtnichtigkeit der Verlängerungsklausel, die sich nicht in einen wirksamen und einen unwirksamen Teil trennen lässt, schulden die Beklagten die eingeklagten Beträge nicht. Denn es geht streitgegenständlich lediglich um diesen Verlängerungszeitraum. Die Rechnung für die erste Werbeperiode wurde von den Beklagten hingegen unstrittig bezahlt.

2. Das Gericht schließt sich auch hinsichtlich der Frage der hinreichenden Bestimmtheit der Vertragsgrundlagen der Rechtsauffassung der Beklagten an.

Mit den Beklagten ist daher davon auszugehen, dass das als Anlage K 1 von der Klägerin vorgelegte Formular kein annahmefähiges Angebot im Sinne von § 145 Abs. 1 BGB darstellt. Zum einen fehlt es in dem Formular an einer hinreichend konkreten Bestimmung des Aufstellungsortes der Vitrine. Die Angaben "für
]" sind nicht ausreichend, da sich



hieraus der konkrete Standort bzw. Anbringungsort nicht ausreichend entnehmen lässt. Dieser ist jedoch für die Werbewirksamkeit von entscheidender Bedeutung und stellt daher einen wesentlichen Bestandteil eines Anzeigenvertrages dar. Der Einwand der Klägerin, ihre Außendienstmitarbeiterin habe den Beklagten den Standort mündlich erläutert, reift bereits deshalb nicht, weil mündliche Absprachen nach den eigenen klägerischen AGB der schriftlichen Bestätigung bedürfen und ansonsten unwirksam sind. Hieran muss sich die Klägerin festhalten lassen.

Darüber hinaus ist in dem besagten Formular auch nicht hinreichend konkret bestimmt, wann der Werbevertrag zu laufen beginnt. Die insoweit enthaltene Textpassage, die vertraglich vereinbarte Werbelaufzeit beginne mit Auslieferung der Vitrine vom Auftragnehmer an den Vertragspartner ist in keinem Falle ausreichend, weil dieser Zeitpunkt völlig unbestimmt und weder von der Klägerin noch vom Vertragspartner in irgend einer Art und Weise zu prognostizieren ist. Gerade der Zeitpunkt der "Auslieferung der Vitrine" und damit der Zeitpunkt der beabsichtigten Werbemaßnahme ist jedoch für den angestrebten Werbeerfolg und damit für den Vertragspartner unter Umständen von besonderer Bedeutung.

Schließlich scheitert die Annahmefähigkeit des klägerischen Formulars im Sinne von § 145 Abs. 1 BGB auch daran, dass die Angaben zur Anzeigengröße zu unbestimmt sind. Die dort enthaltene Passage "Anzeigengröße: 125 x 53" reicht bereits deshalb nicht aus, weil völlig unklar bleibt, ob hiermit m, cm oder mm oder etwa eine völlig andere Maßeinheit gemeint ist. Eine auch insoweit etwaig stattgefundene mündliche Erörterung hat aus den bereits dargelegten Gründen wiederum keine rechtliche Bedeutung.

Fazit:

Dem Klagebegehren konnte nach alledem nicht entsprochen werden.

Nebenentscheidungen:

Kosten: § 91 Abs. 1 ZPO.

Vorläufige Vollstreckbarkeit: §§ 708 Ziffer 11, 711 ZPO.



gez. Jehle
Richter am Amtsgericht



Für den Gleichlaut der Ausfertigung
mit der Urschrift

Sarnberg, 17. Dez. 2009

Lutze

Lutze
Justizangestellte

Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle