



Amtsgericht Vechta

Geschäfts-Nr.:

11 C 1098/08

Es wird gebeten, bei allen Eingaben die vorstehende Geschäftsnummer anzugeben

Abschrift

Verkündet am:

05.03.2009

Münz, Justizobersekretärin
als Urkundsbeamtin/beamter der
Geschäftsstelle

Im Namen des Volkes

Urteil

In dem Rechtsstreit

Klägerin

Geschäftszeichen:

gegen

Beklagter

Prozessbevollmächtigter: Rechtsanwalt Jens Frye, An der Gräfte 22, 49377 Vechta,

Geschäftszeichen: BR 555/08

hat das Amtsgericht Vechta im schriftlichen Verfahren nach § 128 Abs. 2 ZPO am 05. März 2009 durch den Richter am Amtsgericht

für Recht erkannt:

- 1.) Die Klage wird abgewiesen.
- 2.) Der Kläger trägt die Kosten des Rechtsstreits.
- 3.) Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Dem Kläger bleibt nachgelassen, die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des zu vollstreckenden Betrages abzuwenden, wenn nicht der Beklagte vor der Vollstreckung Sicherheit in gleicher Höhe leistet.

Tatbestand

Die Parteien streiten um die Bezahlung einer Werbeanzeige in einer Bau-Informationsbroschüre.

Der Kläger betreibt einen Werbeverlag und gibt vierteljährlich eine Bau-Informationsbroschüre heraus.

Der Beklagte ist Maurer- und Betonbaumeister und unterzeichnete unter dem 14.04.2008 einen Werbeauftrag (Bl. 4 d. A.). Danach läuft der Auftrag über einen Zeitraum von 2 Jahren. Die Auflage beträgt acht mal 1.250 = 10.000 Stück. Der Nettopreis pro Erscheinungstermin ist mit 495,- €, als Sonderpreis minus 35 %, angegeben. Ferner ist bestimmt, dass die Informationsbroschüre quartalsweise ausgelegt wird in den Städten bzw. Gemeinden Vechta, Lohne, Goldenstedt, Visbek, Holdorf, Neuenkirchen, Damme und Dinklage. Die Verteilung erfolge als Auslage in öffentlich zugänglichen Einrichtungen und Geschäften. Wegen der Einzelheiten wird auf den Inhalt des Vertrages Bezug genommen.

Der Kläger verlangt Bezahlung des Werbepreises für alle acht Erscheinungstermine. Nach dem Vertrag sei der gesamte Werbepreis zur Zahlung fällig, da der Beklagte bereits die erste Quartalsabrechnung nicht gezahlt habe. Der Kläger habe die Anzeige ordnungsgemäß in der Broschüre veröffentlicht und diese Broschüre verteilt. Aus dem Vertragstext gehe klar hervor, dass die Broschüre vierteljährlich erscheine mit einer Auflage von jeweils 1.250 Stück. Der Kläger habe zu keinem Zeitpunkt behauptet, mit dem Landkreis Vechta zusammen zu arbeiten. Hierauf werde in der Broschüre auch ausdrücklich hingewiesen. Sowohl die Laufzeit- als auch die Preisklauseln seien im Vertragstext deutlich sichtbar angeführt. Von einem Kaufmann könne erwartet werden, dass er den Vertragstext aufmerksam durchlese. Dem Beklagten seien drei Belegexemplare zugesandt worden. Die Broschüre sei vertragsgemäß gedruckt und in der vereinbarten Auflage zur Verteilung gebracht worden.

Der Kläger beantragt,

den Beklagten zu verurteilen, an den Kläger 3.063,06 € nebst 8 % Zinsen über dem Basiszinssatz seit dem 16.10.2008 sowie vorgerichtliche Rechtsanwaltsvergütung in Höhe von 302,10 € und pauschale Mahnkosten in Höhe von 10,- € zu zahlen.

Der Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Der Beklagte macht geltend, der Werbevertrag sei nicht zustande gekommen, da es an einer Einigung über die vertragswesentlichen Bestandteile fehle. Insbesondere sei keine konkrete Auflagenstärke vereinbart worden und es fehle an der Angabe konkreter Auslieferungsstellen. Bereits die Angabe der Auflagenstärke mit acht mal 1.250 lasse nicht erkennen, wie hoch die exakte Auflagenstärke pro Erscheinungstermin sein solle. Mit der Zahl acht könne sowohl die Anzahl der Erscheinungstermine als auch die acht aufgeführten Städte und Gemeinden gemeint sein. Des weiteren seien keine konkreten Auslieferungsstellen im Vertrag bezeichnet. Diese seien nur allgemein umschrieben und offenbar in das Belieben des Klägers gestellt. Zudem habe der Kläger wahrheitswidrig behauptet, der Landkreis Vechta sei an der Informationsbroschüre beteiligt. Wegen dieser arglistigen Täuschung sei der Beklagte zur Anfechtung des Vertrages berechtigt. Auch habe der Beklagte kein Belegexemplar erhalten. Die Drucklegung und Verteilung der Broschüre durch den Kläger werde in Abrede gestellt. Ohnehin sei es unzulässig, den gesamten Werbepreis fällig zu stellen, wenn Verzug mit der Bezahlung der ersten Abrechnung eintrete. Im übrigen habe der Beklagte die Anzeige nicht freigegeben.

Wegen des weiteren Vorbringens der Parteien wird auf den Inhalt ihrer Schriftsätze Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

Die Klage ist nicht begründet.

Die Klägerin kann die Zahlung einer Vergütung für die Werbeanzeige in der Informationsbroschüre von dem Beklagten nicht verlangen.

Ein wirksamer Werbevertrag ist zwischen den Parteien nicht zustande gekommen. Es fehlt an der Einigung zumindest über einen vertragswesentlichen Bestandteil. Bei einem Vertrag über den Druck einer Werbeanzeige in einer Broschüre kommt es dem Kunden entscheidend auf die zu erzielende Werbewirkung an. Diese aber ist abhängig von dem potentiellen Adressatenkreis der Broschüre. Zwingend erforderlich für eine hinreichende Bestimmtheit eines Werbevertrages ist daher nicht nur die hier vorhandene Angabe zur Auflage und der regionalen Verbreitung in den acht Städten und Gemeinden des Landkreises Vechta, sondern auch – und daran fehlt es hier – Informationen über die Orte, an denen der Werbeträger ausgelegt werden soll und eingesehen werden kann. Allein die Angabe, die Auslage erfolge in öffentlich zugänglichen Einrichtungen und Geschäften, ist zu allgemein und keinesfalls ausreichend. Die weitere Angabe, dass auf Anfrage eine

Verteilerliste als Nachweis der Auslage zur Verfügung gestellt werde, reicht ebenfalls nicht. Entscheidend ist vielmehr, dass der Beklagte als Werbekunde bei Vertragsschluss keinerlei konkrete Kenntnis über die Örtlichkeiten hatte, an denen die Werbebroschüre ausgelegt wird. Ein nachträglicher Verteilernachweis hat nichts zu tun mit der mangelnden Konkretisierung bei Vertragsschluss. Öffentlich zugängliche Einrichtungen und Geschäfte gibt es zahlreich. Eine Verteilerliste oder zumindest eine nähere Konkretisierung der Auslieferungsstellen lag bei Vertragsschluss nicht vor. Auch war für den Beklagten nicht zu erkennen, wie viele Exemplare pro Auslieferungsstelle hinterlegt werden. Ohne diese notwendige Konkretisierung aber ist ein wesentlicher Teil der Werkleistung in das Belieben des Auftragnehmers gestellt. Angesichts dieser Beliebigkeit und Unbestimmtheit kann jedoch der Auftraggeber nicht hinreichend erkennen, ob die von ihm beabsichtigte Werbewirksamkeit erzielt wird.

Der Werbeerfolg als Gegenstand des Werbevertrages ist daher weder ausreichend bestimmt noch bestimmbar. Ein Werbevertrag ist damit nicht zustande gekommen.

Die Klage war abzuweisen.

Die Nebenentscheidungen folgen aus §§ 91, 708 Nr. 11, 711 ZPO.

Richter am Amtsgericht