

2 C 13/12
(Geschäftsnummer)



verkündet am 02.11.2012

Pravida, Justizhauptsekretärin
als Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle

Amtsgericht Zossen

Im Namen des Volkes

Urteil

In dem Rechtsstreit

Bad Kreuznach

– Kläger und Widerbeklagter –

- Prozessbevollmächtigter:

gegen

– Beklagter und Widerkläger –

- Prozessbevollmächtigter: Rechtsanwalt Alexander Thamm,
Atzelbuckelstraße 26, 68259 Mannheim

hat das Amtsgericht Zossen im schriftlichen Verfahren am 02.11.2012,
durch Richter am Amtsgericht
für R e c h t erkannt:

1. Die Klage wird abgewiesen.

2. Der Kläger und Widerbeklagte wird verurteilt, an den Beklagten und Widerkläger 732,45 € zuzüglich Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 2. August 2011 zu bezahlen.
3. Der Kläger und Widerbeklagte wird verurteilt, an den Beklagten 446,13 € zuzüglich Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 3. April 2012 zu bezahlen.
Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.
4. Der Kläger hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.
5. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Dem Kläger wird nachgelassen, die Vollstreckung gegen Sicherheitsleistung in Höhe des beizutreibenden Betrages abzuwenden, soweit nicht der Beklagte vor Vollstreckung Sicherheit in gleicher Höhe leistet.

Tatbestand

Der Kläger macht Ansprüche aus einem Werbevertrag vom 9.6.2010 geltend, wonach sich der Kläger verpflichtete für den Beklagten, der eine Zahnarztpraxis betreibt, Werbung in einer CD-Rom „Heimatportal 2011/ und 2011/2“ aufzunehmen.

Aus dem Vertragstext ergibt sich eine Vertragsdauer von 3 Jahren, wobei pro Jahr zwei Auflagen des Werbeträgers erscheinen sollten. Als Vergütung sollte ein Preis von 732,45 € pro Auflage entrichtet werden, wobei der Beklagte den Preis für die Auflage 2011/1 auch entrichtete.

In dem Vertragsformular, welches der Beklagte am 9.6.2012 unterzeichnete heißt es weiter, dass die Auslieferung der CD-Rom an die Inserenten erfolge und die Höchststückzahl 10.000,00 betrage.

Mit der Klage macht der Kläger den Preis für die Auflage 2011/2 geltend, welche der Beklagte nicht gezahlt hat.

Der Kläger beantragt,

den Beklagten zu verurteilen, an den Kläger 732,44 € zuzüglich Zinsen in Höhe von 12,5 Prozentpunkten pro Jahr ab dem 01.02.2011 zuzüglich 13,00 € Mahnkosten und 1,53 € für Vordruck/Porto zu zahlen.

Den Beklagten zu verurteilen, an den Kläger 52,00 € Inkassokosten zuzüglich 5 Prozentpunkte über dem Basiszinssatz ab Rechtshängigkeit zu zahlen.

Der Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Er trägt vor, dass der Kläger eine öffentlich zugängliche Anzeige des Beklagten kopiert und für seine Zwecke verwendet habe. Hiernach habe er den Beklagten angerufen und diesem suggeriert, dass die von dem Beklagten in Auftrag gegebene Anzeige zum Druck bereit sei und nunmehr der Druckauftrag erfolgen solle, weshalb der Beklagte dass ihm übersandte Te-

iefaxvertragsformular unterzeichnen sollte. Dies habe der Beklagte in Unkenntnis des Sachverhalts getan, weshalb er kein Erklärungsbewusstsein habe. Im Übrigen sei der Vertrag wegen arglistiger Täuschung angefochten worden.

Darüber hinaus sei es so, dass der Vertrag weder hinreichend bestimmt sei, noch irgendeine Werbewirksamkeit der CD-Rom erkennbar sei

Widerklagend beantragt er,

den Kläger zu verurteilen, an den Beklagten 732,45 € zuzüglich Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 2. August 2011 zu bezahlen.

den Kläger zu verurteilen, an den Beklagten 446,13 € zuzüglich Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 2. August 2011 zu bezahlen.

Die Forderung aus dem Widerklageantrag zu 1) resultiere daraus, dass der Beklagte die Rechnung über die erste Ausgabe des Heimatportals rechtsgrundlos bezahlt habe, so dass insoweit ein Rückzahlungsanspruch bestehe. Darüber hinaus habe dem Beklagten ein Rücktrittsrecht zugestanden.

Des Weiteren habe der Kläger die dem Beklagten entstandenen vorgerichtlichen Rechtsanwaltskosten aus einem Streitwert von 4.394,70 € zu tragen, wobei in Höhe von 3.662,25 € ein negatives Feststellungsinteresse wegen der aus der Laufzeit des Vertrages resultierenden weiteren Forderungen des Klägers anzunehmen sei.

Wegen des weiteren Sach- und Streitstandes wird auf die gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen verwiesen.

Entscheidungsgründe

Die Klage ist unbegründet. Die Widerklage ist überwiegend begründet.

I.

Der Kläger kann gegen den Beklagten keinen Anspruch auf Zahlung 732,44 € für die CD-ROM „Heimatportal“ aus dem am 9.6.2010 vom Beklagten unterzeichneten Vertragstext geltend machen.

Hierbei kommt es nicht darauf an, ob der Beklagte in betrügerischer Weise zur Abgabe seiner Unterschrift bewegt wurde, da dies nicht bewiesen ist. Ein Anspruch besteht nämlich schon deshalb nicht, weil der von dem Kläger als Anspruchsgrundlage dargestellte Werbevertrag nicht wirksam zustande gekommen ist.

Dass das von dem Kläger genutzte Vertragsformular nicht geeigneter ist, einen wirksam geschlossenen Werbevertrag zu begründen hat auch die dritte Zivilabteilung des Amtsgerichts Zossen mit Urteil vom 31.05.2012 (3 C 30/12) entschieden. Den dort gemachten Ausführungen schließt sich das Gericht an. Dort heißt es:

„Aufgrund der Unterzeichnung und Rückübersendung des der Beklagten per Telefax zugesandten Vertragsformulars gegenüber dem Kläger konnte ein wirksamer Vertrag zwischen den Parteien nicht geschlossen worden. In dem vorgenannten Vertragsformular ist kein hinreichend bestimmtes Angebot auf Abschluss eines Vertrages i.S. des § 145 BGB zu sehen. Ein Antrag auf Abschluss eines Vertrages ist nur dann wirksam, wenn er so hinreichend bestimmt ist, dass die Annahme durch ein einfaches „Ja“ erfolgen und der Vertragsinhalt im Streitfall richterlich festgestellt werden kann. Ob das der Fall ist, ist erforderlichenfalls im Wege der Auslegung zu ermitteln. Demnach muss das Angebot vor allem die essentialia negotii bezeichnen, also den Vertragsgegenstand und auch eine eventuell zu erbringende Gegenleistung. Die Gegenleistung kann nur dann offenbleiben, wenn sie nach den Regeln der §§ 316, 612 Abs. 2, 632 Abs. 2 BGB bestimmt werden kann (vgl. AG Oldenburg, 08.04.2010, 25 C 19/10, m.w.N., zit. nach juris).

Ein Werbevertrag, also ein Vertrag über die Veröffentlichung und Verbreitung von Anzeigen, der zwischen den Parteien geschlossen worden sein soll, ist nach allgemeiner Meinung als Werkvertrag i.S. des § 631 Abs. 1 BGB zu charakterisieren. Bei solchen Verträgen kommt es nach allgemeiner Meinung nicht nur auf die Veröffentlichung der Anzeige als solche, sondern auf die damit verbundene Werbewirksamkeit an. Der Vertragsinhalt ist bei solchen Verträgen deshalb nur dann hinreichend bestimmt, wenn die Vertragserklärungen Angaben zur Auflage

und Verbreitung des Werbeträgers enthalten. Ferner muss vertraglich vereinbart werden, an welchen Stellen die Werbung verteilt werden soll, weil andernfalls vom Gericht nicht festgestellt werden kann, ob der geschuldete Werbeeffect tatsächlich erzielt werden kann bzw. tatsächlich eingetreten ist (vgl. AG Oldenburg, 08.04.2010, 25 C 19/10, m.w.N., zit. nach juris).

Diesen Anforderungen werden die in dem Vertragsformular enthaltenden Erklärungen nicht gerecht, weshalb es an den für einen Vertragsschluss wesentlichen Bedingungen für einen Werbevertrag im Hinblick auf den geschuldeten Werkerfolg, wonach zumindest eine Werbewirksamkeit möglich sein muss, fehlt. Auch wenn der Kläger hier von einem anderen Konzept als bei bisher der Rechtsprechung unterliegenden Werbeverträgen im Hinblick auf zu veröffentlichende und zu verbreitende Anzeigen ausgeht, letztlich dadurch, dass er den Bestellern bzw. Inserenten im Wesentlichen die Anzeigenverbreitung überlassen will, enthält das Vertragsformular nicht die dafür erforderlichen Angaben.

Die Auflagenhöhe ist nicht hinreichend bestimmbar. Die angegebene Höchststückzahl pro Jahr lässt gänzlich offen, was hier an Leistung durch den Kläger tatsächlich erbracht werden muss. Es wird in dem Vertragsformular lediglich von der Auslieferung der CD-ROM an die Inserenten gesprochen, was es theoretisch möglich sein lässt, dass bei Vorliegen nur eines Inserenten nur eine CD-ROM an diesen ausgeliefert werden müsste, was zu keiner maßgeblichen Werbewirksamkeit führen würde. Dass die CD-ROM auch noch von Ämtern, Behörden, Gewerbetreibenden etc. bezogen werden könne, lässt eine tatsächliche Inanspruchnahme insoweit offen. Hier ist nicht ersichtlich, wie solche Personen bzw. Institutionen überhaupt von dem Werbeträger Kenntnis erlangen sollen und welcher Grund für einen Bezug bestehen sollte, zumal sich aus dem Vertragsformular auch nicht ergibt, was den dig. Informationsführer konkret ausmacht.

Es gibt keinen konkreten Zeitpunkt für das Erscheinen der Auflagen. Nach dem Vertragsformular wird der Vertrag für zwei Auflagen je Vertragsjahr geschlossen, wobei diese zeitlich sehr unbestimmt während der Vertragslaufzeit bzw. bis spätestens zum 31.12. des Folgejahres zur Auslieferung kommen würden. Dies lässt bei der nach dem Vertragsformular ersichtlichen dreijährigen Vertragslaufzeit vorliegend eine Auslieferung sämtlicher Auflagen etwa im Jahre 2014 zu.

Die Verbreitung des Werbeträgers bleibt nach dem Vertragsformular auch völlig offen. Soweit die Auslieferung an die Inserenten erfolgen soll, bleibt unklar, wen, an welchem Ort und in welcher Zahl dies umfasst. Bei der geregelten Abforderungsmöglichkeit von Dritten bleibt offen, wer hiervon aufgrund welcher Umstände Gebrauch machen wird.“

Darüber hinaus ist es so, dass selbst für den Fall, dass ein Vertrag zustande gekommen wäre, der Kläger keine Leistung im Sinne eines Werbevertrages erbracht hat.

Nach dem Ergebnis der Beweisaufnahme steht nämlich zur Überzeugung des Gerichts fest, dass der von dem Kläger vertriebene Werbeträger weder technisch in der Weise nutzbar ist, wie dies vorgesehen sein sollte, noch ist auf dem Werbeträger irgendein werbewirksamer Inhalt erkennbar. Die dort enthaltenen Werbeanzeigen sind von der Anzahl her vereinzelt über das gesamte Bundesgebiet verstreut, ohne dass hiervon eine Werbewirkung zu erwarten wäre. Die einzelnen Anzeigen sind teilweise von schlechter graphischer Qualität, was jedenfalls für den Vortrag des Beklagten spricht, dass der Kläger sich die Anzeigen nicht direkt von den Inserenten erhält, sondern sich anderweitigen Zugang verschafft hat. Da die von dem Kläger vertriebene CD – ROM zudem auf den Computern der Nutzer installiert werden muss, ist eher davon auszugehen, dass diese eher verärgert auf das Produkt reagieren, da wie bereits ausgeführt, ein Nutzen nicht erkennbar ist.

Da der Kläger keinerlei adäquate Leistung für das geforderte Honorar erbracht hat, steht ihm ein solches auch nicht zu.

II.

Da, wie ausgeführt, kein wirksamer Vertrag zwischen den Parteien zustande gekommen ist und dem Beklagten, da der Kläger keine Gegenleistung erbracht hat, ein Rücktrittsrecht zuzustand, hat der Beklagte die Rechnung für die Auflage „Heimatportal 2011/1“ rechtsgrundlos gezahlt, so dass ihm ein Rückforderungsanspruch in Höhe von 732,45 € gemäß § 812 BGB zusteht.

Der Beklagte hat auch Ersatz auf Erstattung seiner vorgerichtlichen Anwaltskosten, was sich daraus ergibt, dass er eigene Ansprüche gegen den Kläger geltend gemacht hat und sich seit dem 2.8.2011 in Verzug befand. Ein Zinsanspruch hierfür besteht allerdings nur ab Rechts-

hängigkeit, da nicht ersichtlich ist, wann der Beklagte den Betrag an seinen Prozessbcvollmächtigten gezahlt hat.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 92 Abs. 2 ZPO.

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit hat ihre Rechtsgrundlage in §§ 708 Nr. 11, 711 ZPO.

Der Streitwert wird auf insgesamt 1.464,89 € festgesetzt.

Ausgefertigt

Beigebigt

