



BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

XII ZR 31/17

Verkündet am:
14. März 2018
Küpferle,
Justizamtsinspektorin
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

BGHR: ja

BGB § 307 Abs. 1 Satz 2 Bb

Eine Klausel zur automatischen Verlängerung eines Vertrags über Werbeflächen auf Kraftfahrzeugen ist wegen fehlender Transparenz unwirksam, wenn bei Vertragsbeginn nicht eindeutig feststeht, bis wann die Kündigung zur Abwendung der Verlängerung spätestens ausgesprochen werden muss (im Anschluss an Senatsurteil vom 25. Oktober 2017 - XII ZR 1/17 - NZM 2018, 125).

BGH, Urteil vom 14. März 2018 - XII ZR 31/17 - LG Mainz
AG Mainz

Der XII. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 14. März 2018 durch den Vorsitzenden Richter Dose, die Richter Dr. Günter, Dr. Nedden-Boeger und Guhling und die Richterin Dr. Krüger

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil der 3. Zivilkammer des Landgerichts Mainz vom 22. März 2017 wird auf Kosten der Klägerin zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

- 1 Die Parteien streiten über die Wirksamkeit der klauselmäßigen Verlängerung eines Werbevertrags.
- 2 Die Klägerin erwirbt Fahrzeuge, um sie sozialen Organisationen wie Kindergärten, Schulen und Lebenshilfeeinrichtungen kostenlos zur Verfügung zu stellen. Finanziert werden die Fahrzeuge durch Werbeverträge, die die Klägerin mit Sponsoren schließt. Entsprechend schloss sie am 3. September 2010 mit dem Beklagten einen Vertrag über eine Werbefläche auf einem Anhänger, der einer Schule überlassen wurde. Vereinbart war eine Basislaufzeit von fünf Jahren zu einem Nettogesamtpreis von 1.000 € zuzüglich Mehrwertsteuer.

3 In dem Formularvertrag ist unter "Auftragsbedingungen" geregelt: "... Die
Werbelaufzeit beginnt mit der Auslieferung des Fahrzeuges an den Vertrags-
partner. Der Vertrag verlängert sich automatisch ohne Neubeantragung um wei-
tere 5 Jahre, wenn nicht 3 Monate vor Ablauf des Vertrages schriftlich gekün-
digt wird. ..."

4 Die Klägerin lud den Beklagten auf den 14. Januar 2011 zur Fahrzeug-
übergabe an die Schule ein.

5 Mit Schreiben vom 15. August 2015 bedankte sich die Klägerin beim Be-
klagten, dass er sich dafür entschieden habe, auch jetzt wieder die Schule zu
unterstützen. Zugleich stellte sie den Gesamtpreis für die nächsten fünf Jahre in
Rechnung und kündigte an, diesen Betrag bei Fälligkeit der Rechnung am
23. August 2015 vom Konto des Beklagten einzuziehen. Die Rechnung wurde
in der Folgezeit nicht gezahlt.

6 Mit der Klage verlangt die Klägerin die Vergütung von 1.190 € nebst Zin-
sen für die verlängerte Vertragslaufzeit. Das Amtsgericht hat der Klage stattge-
geben. Auf die Berufung des Beklagten hat das Landgericht die angefochtene
Entscheidung aufgehoben und die Klage abgewiesen. Mit der vom Landgericht
zugelassenen Revision verfolgt die Klägerin die begehrte Vergütung weiter.

Entscheidungsgründe:

7 Die Revision ist nicht begründet.

8 1. Das Landgericht hat zur Begründung seiner Entscheidung ausgeführt,
der Klägerin stehe keine Vergütung zu. Die Wirksamkeit der Verlängerungs-
klausel scheitere an § 307 Abs. 1 Satz 2 BGB, weil sie unklar und missver-

ständig sei und gegen das Transparenzgebot verstoße. Der Zeitpunkt des "Ablaufs des Vertrages" sei unklar, weil für den Vertragsbeginn drei unterschiedliche Möglichkeiten in Betracht kämen: das Datum des Vertragsschlusses, dasjenige der Auslieferung des Anhängers an die Schule oder der Beginn der vertraglichen Zahlungspflicht. Darüber hinaus handele es sich um eine Überraschungsklausel, da der Inhalt der Verlängerungsklausel durch die drucktechnische Anordnung so verschleiert werde, dass mit ihr nicht gerechnet werden müsse. Dagegen könne sich der Beklagte nicht auf § 309 b BGB berufen, weil er als Rechtsanwalt Unternehmer im Sinne dieser Vorschrift sei, die zudem auf typengemischte Verträge mit vorwiegend mietvertraglichen Elementen keine Anwendung finde.

9 2. Diese Ausführungen halten im Ergebnis rechtlicher Nachprüfung stand.

10 Zutreffend ist das Landgericht davon ausgegangen, dass die Klausel zur automatischen Verlängerung des Vertrags gemäß § 307 Abs. 1 Satz 1 und Satz 2 BGB wegen fehlender Transparenz unwirksam ist.

11 a) Nach § 307 Abs. 1 Satz 1 BGB sind Bestimmungen in Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam, wenn sie den Vertragspartner des Verwenders entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligen. Treu und Glauben verpflichten den Verwender von Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die Rechte und Pflichten seines Vertragspartners möglichst klar und durchschaubar darzustellen. Dazu gehört auch, dass Allgemeine Geschäftsbedingungen wirtschaftliche Nachteile und Belastungen so deutlich erkennen lassen, wie dies nach den Umständen möglich und zumutbar ist. Verstöße gegen das Transparenzgebot entsprechen nicht den Gebräuchen und Gepflogenheiten des Handelsverkehrs (vgl. § 310 Abs. 1 Satz 2 BGB) und

führen daher auch gegenüber einem Unternehmer zur Unwirksamkeit formularmäßiger Geschäftsbedingungen (Senatsurteil vom 25. Oktober 2017 - XII ZR 1/17 - NZM 2018, 125 Rn. 13 mwN).

12 Unwirksam ist daher, wie der Senat nach Erlass der angefochtenen Entscheidung bereits entschieden hat (Senatsurteil vom 25. Oktober 2017 - XII ZR 1/17 - NZM 2018, 125), eine Klausel zur automatischen Verlängerung eines Werbevertrags, wenn bei Vertragsbeginn nicht eindeutig feststeht, bis wann die Kündigung zur Abwendung der Verlängerung spätestens ausgesprochen werden muss.

13 b) Nach dem Wortlaut der hier streitigen Klausel verlängert sich der Vertrag um weitere fünf Jahre, wenn nicht drei Monate vor Ablauf des Vertrags schriftlich gekündigt wird. Da die anfängliche Vertragslaufzeit auf fünf Jahre festgelegt ist, liegt der Vertragsablauf fünf Jahre nach Vertragsbeginn, so dass die Kündigungsfrist drei Monate davor endet.

14 Nicht eindeutig ist hier allerdings der Vertragsbeginn. Nach dem Inhalt des Formularvertrags beginnt die Werbelaufzeit mit der Auslieferung des Fahrzeugs "an den Vertragspartner". Vertragspartner des hier maßgeblichen Vertrags sind die Parteien des Rechtsstreits. An die Klägerin wird das Fahrzeug vom Hersteller ausgeliefert, um es zunächst mit den Werbetexten zu versehen und für die Übergabe an die Institution / den Verein vorzubereiten. Die Schule ist nicht "Vertragspartner" des Vertrags und auch nicht als solcher bezeichnet, sondern als "Institution/Verein". Ob die Auslieferung an die Klägerin oder die Übergabe an die Schule für den Vertragsbeginn maßgeblich ist, bleibt nach dem Vertragsinhalt letztlich unklar. Für die Maßgeblichkeit der Auslieferung an die Klägerin als Vertragspartnerin spricht einerseits der Wortlaut der Klausel, andererseits die Tatsache, dass die Klägerin ab dem Zeitpunkt eigene Aufwen-

dungen für das Fahrzeug zu erbringen und deshalb ein wirtschaftliches Interesse an gleichzeitig beginnenden Einnahmen hat. Für die Maßgeblichkeit der Übergabe an die Schule spricht hingegen, dass erst ab diesem Zeitpunkt das Sponsoring seine Wirkung entfaltet und der Werbeeffect durch Gebrauch des Fahrzeugs im öffentlichen Verkehrsraum einsetzt (vgl. Senatsurteil vom 25. Oktober 2017 - XII ZR 1/17 - NZM 2018, 125 Rn. 15).

15 Die Unsicherheit über den Vertragsbeginn und den Ablauf der Kündigungsfrist lässt sich anhand des Vertragsinhalts und seiner Umstände nicht auflösen. So vertritt auch die Klägerin einerseits mit ihrer Revision den Standpunkt, dass für den Beginn der Werbelaufzeit auf den Termin der Übergabe des Fahrzeugs an die Schule abzustellen sei, der dem Beklagten durch die Einladung auch bekannt war. Andererseits muss sie in ihrem Schreiben vom 15. August 2015 offensichtlich davon ausgegangen sein, dass weder der Vertragsabschluss noch die spätere Übergabe des Fahrzeugs an die Schule für den Beginn der Vertragslaufzeit maßgeblich sein sollte. Denn sie hat die Bezahlung der verlängerten Laufzeit bereits mit Fälligkeit zum 23. August 2015 in Rechnung gestellt, während der Vertragsschluss erst am 3. September 2010 und die Übergabe an die Schule erst am 14. Januar 2011 stattgefunden hatten und damit eine Fälligkeit für die Verlängerung bereits im August 2015 nicht hätten auslösen können (vgl. Senatsurteil vom 25. Oktober 2017 - XII ZR 1/17 - NZM 2018, 125 Rn. 16).

16 3. Danach hält die Klausel einer Inhaltskontrolle am Maßstab von § 307 Abs. 1 BGB nicht stand. Die Intransparenz des letzten möglichen Kündigungszeitpunkts führt dazu, dass das Kündigungsrecht vom Werbekunden nicht effektiv ausgeübt werden kann. Da die automatische Vertragsverlängerung jedoch eine vorherige effektive Kündigungsmöglichkeit voraussetzt, hat beides gemeinsam keinen Bestand. Eine geltungserhaltende Reduktion der Vertragsver-

längerungsklausel auf ein inhaltlich noch zulässiges Maß kommt nicht in Betracht (Senatsurteil vom 25. Oktober 2017 - XII ZR 1/17 - NZM 2018, 125 Rn. 17 mwN).

Dose

Günter

Nedden-Boeger

Guhling

Krüger

Vorinstanzen:

AG Mainz, Entscheidung vom 28.07.2016 - 83 C 117/16 -

LG Mainz, Entscheidung vom 22.03.2017 - 3 S 124/16 -