

Abschrift

Aktenzeichen:

2 S 343/11

6 C 372/11

AG Neustadt an der Weinstr.



Verkündet am:

18. April 2012

Rohrbacher, Justizbeschäftigte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle

Landgericht Frankenthal (Pfalz)

IM NAMEN DES VOLKES

Urteil

In dem Rechtsstreit

- Beklagter und Berufungskläger -

Prozessbevollmächtigter: Rechtsanwalt Czap
Industriestraße 13
96114 Hirschaid

gegen

- Klägerin und Berufungsbeklagte -

Prozessbevollmächtigte:

wegen Werklohnforderung

hat die 2. Zivilkammer des Landgericht Frankenthal (Pfalz) durch den Vorsitzenden Richter am Landgericht , den Richter am Landgericht sowie die Richterin am Landgericht auf die mündliche Verhandlung vom 18. April 2012

für Recht erkannt:

- I. Die Berufung des Beklagten gegen das Urteil des Amtsgerichts NeustadtWstr. vom 13. Oktober 2011 wird zurückgewiesen.
- II. Die Kosten des Berufungsverfahrens trägt der Beklagte.
- III. Der Streitwert des Berufungsverfahrens beträgt 1.616,02 €.

Gründe:

Die auf dem Gebiet der Werbung tätige Klägerin nimmt den Beklagten auf Werklohn aus einem Anzeigeauftrag vom 04.07.2007 in Anspruch.

Wegen der tatsächlichen Feststellungen kann auf die angefochtene Entscheidung Bezug genommen werden.

Hiervon ausgehend muss die zulässige Berufung des Beklagten in der Sache ohne den mit ihrer Einlegung erstrebten Erfolg bleiben. Die angefochtene Entscheidung ist im Ergebnis richtig. Auch die Ausführungen in der Berufungsinstanz geben zu einer abweichenden Entscheidung keinen Anlass.

Der Beklagte ist aufgrund des abgeschlossenen Werbevertrages verpflichtet, auch den Werklohn für die zweite Werbepériode zu zahlen.

Die Kammer teilt allerdings die Ansicht der Berufung, dass vorliegend im Vertrag keine ausdrückliche wirksame Bestimmung hinsichtlich des Aufstellortes des Infokastens getroffen wurde. Der Vertragstext selbst trifft dazu keine Feststellung. In den Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist unter Punkt 4 bestimmt, dass der Auftragnehmer darauf hinweist, dass die Standortwahl sowie die Verteilungsstellen des Objekts alleine in den Händen der jeweiligen Sportvereine, Gemeinden, Institutionen usw. liegen und dass deshalb jegliche Haftung für Standortwahl, Umfang und Zeitpunkt sowie sonstige Bestimmungen des Plakataushanges ausgeschlossen wird.

Dies stellt keine wirksame Regelung hinsichtlich des für die Herbeiführung des gewünschten Werbeerfolges maßgeblichen Aufstellortes des Infokastens dar. Denn diese Bestimmung verstößt gegen die auch unter Kaufleuten geltende Vorschrift des § 307 BGB, weil sie den Vertragspartner des Verwenders entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligt. Zwar sieht das Bürgerliche Recht vor, dass einer Vertragspartei nach § 315 BGB oder einem Dritten nach § 317 BGB vertragliche das Recht eingeräumt werden kann, die Leistung oder Gegenleistung zu bestimmen oder auch nachträgliche Preisanpassungen oder Ähnliches vorzunehmen. Jedoch tangiert bereits die Existenz eines einseitigen Leistungsbestimmungsrechts die Interessen des Vertragspartners, weil er bis zur Ausübung des Bestimmungsrechts im Ungewissen bleibt oder auch nachträgliche Anpassungen und ggf. Abweichungen von dem ursprünglich vereinbarten Leistungsinhalt hinnehmen muss. Das beeinträchtigt nicht nur die Transparenz des Vertragsinhalts, sondern bedeutet im Ergebnis auch eine Lockerung der vertraglichen Bindung des Verwenders (Fuchs in Ulmer/Brandner/Hensen, AGB-Recht, 10. Auflage, § 307, Rnr. 173, 174). Eine Klausel, die dem Verwender ein freies, an keine Voraussetzungen gebundenes Recht einräumt, die Leistungen oder die einzelnen Komponenten zu bestimmen, ist stets - auch im unternehmerischen Verkehr - unwirksam. Bloße Praktikabilitäts Gesichtspunkte rechtfertigen eine erhebliche Benachteiligung des Vertragspartners ebenso wenig (BGH NJW 1993, 2442) wie die bloße Üblichkeit einer vertraglichen Gestaltung. Vorliegend liegt die unangemessene Benachteiligung im Sinne von § 307 BGB darin, dass die Risikoverteilung von dem wesentlichen Grundgedanken des Werkvertragsrechts, nach dem der Unternehmer für die Herbeiführung eines bestimmten Erfolges einzustehen hat, abweicht. Hier wird gerade der erstrebte Erfolg einer werbewirksamen Anzeige in

die Hände eines Dritten gelegt, ohne der Ermessensausübung Grenzen zu setzen, so dass der Vertragspartner keinerlei Einfluss nehmen kann. Hinzu kommt, dass auch jegliche Haftung für die Standortwahl ausgeschlossen wird, so dass der Vertragspartner im Ergebnis hinsichtlich der Standortwahl rechtlos gestellt wird.

Demgemäß wurde vorliegend im Vertrag selbst keine wirksame Regelung hinsichtlich der Standortwahl getroffen.

Gleichwohl führt dies vorliegend nicht dazu, dass ein wirksamer Vertragsschluss verneint werden könnte. Denn hier liegt die Besonderheit des Falles darin, dass die Vertragsparteien bzw. der Rechtsvorgänger des Beklagten nach den Feststellungen des unstreitigen Tatbestandes des angefochtenen Urteils, denen insoweit Tatbestandswirkung nach § 314 ZPO zukommt, die erste dreijährige Werbepériode vereinbarungsgemäß und reibungslos abgewickelt haben, ohne dass der Beklagte bzw. dessen Rechtsvorgänger die konkrete Standortwahl beanstandet hätte. Dadurch haben die Parteien die bestehende Regelungslücke hinsichtlich der Standortwahl durch die Duldung und Billigung des konkreten Aufstellortes nachträglich akzeptiert, so dass die bestehende Regelungslücke im Wege der ergänzenden Vertragsauslegung zu schließen ist. Dies muss vorliegend umso mehr deshalb gelten, als der Beklagte nach zunächst erfolgter nicht fristgerechter Kündigung der zweiten Werbepériode von dieser Kündigung Abstand nahm und auf Hinweis der Klägerin eine Kündigung zum nächstmöglichen Zeitpunkt vornahm mit der Folge, dass die Klägerin von einer Beendigung der Werbemaßnahme Abstand nahm und die Anzeige auch für die zweite Werbepériode schaltete. An dieser letztlich aus wirtschaftlichen Erwägungen getroffenen Disposition muss sich der Beklagte als Kaufmann festhalten lassen.

Im Hinblick auf diese Umstände hat der Vertrag im Wege der ergänzenden Vertragsauslegung hinsichtlich der Standortwahl eine Konkretisierung erfahren, so dass der Beklagte den der Höhe nach unstreitigen Werklohn schuldet.

Dagegen lässt sich auch nicht einwenden, die in Auftrag gegebene Werbeanzeige sei wegen fehlender Größenangabe inhaltlich nicht ausreichend bestimmt. Dass es sich

insoweit nur um Millimeterangaben handeln kann, liegt auf der Hand und ist im Übrigen auch dem unwidersprochen bei den Vertragsverhandlungen vorgelegten Originalplakat zu entnehmen.

Nicht gefolgt werden kann auch der Argumentation des Beklagten, die Kündigungsfrist sei unbestimmt, da nicht klar sei, ob hierfür die Werbelaufzeit oder die Vertragslaufzeit ausschlaggebend sei. Aus dem Umstand, dass der Preis für 3 Jahre Werbelaufzeit geschuldet ist, und darüber hinaus drucktechnisch hervorgehoben der Hinweis erteilt wird, dass der Preis für 3 bzw. 6 Jahre Werbelaufzeit gilt und gemäß der bestellten Werbelaufzeit abgerechnet wird, ergibt sich zwanglos, dass auf die Werbelaufzeit abzustellen ist.

Dass für den Beginn der Werbelaufzeit das Auslieferungsdatum auf der Rechnung maßgeblich ist, ergibt sich ungeachtet der Tatsache, dass 2 Rechnungen (eine solche vom 14.08.2007 und eine solche vom 20.09.2007) versandt wurden, aus der eindeutigen Mitteilung der Rechnungen. Denn die erste Rechnung bezeichnet als Datum der Leistungserbringung den 31.08.2010, worunter die Drucklegung zu verstehen ist, während das Datum der Auslieferung eindeutig in der zweiten Rechnung als Auslieferungsdatum bezeichnet ist. Diese Mitteilung entspricht der getroffenen Regelung in Punkt 7 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen, wonach die vertraglich vereinbarte Werbelaufzeit mit der Auslieferung beginnt und das Auslieferungsdatum aus der Rechnung ersichtlich ist.

Nach alledem ist der Berufung mit der Kostenfolge aus § 97 Abs. 1 ZPO der Erfolg zu versagen.

Beglaubigt:

als Ortsleiter
der Geschäftsstelle