

4 S 95/08

(Geschäftsnummer)

11 C 301/07

(Geschäftsnummer der Vorinstanz)

Abschluss



EINGEGANGEN

18. SEP. 2008

Rechtsanwalt
Jochen Seeholzer

Landgericht Neuruppin

Beschluss

In dem Berufungsrechtsstreit

TTT-Tele-Service Verlags- und Vertriebsgesellschaft mbH ./.

Die Parteien werden auf folgendes hingewiesen:

Die Kammer beabsichtigt, die Berufung durch einstimmigen Beschluss gemäß § 522 Abs. 2 ZPO zurückzuweisen.

Die Berufung ist zulässig, insbesondere form- und fristgerecht erhoben worden; sie bietet in der Sache jedoch keine Aussicht auf Erfolg.

Es kann dahinstehen, ob die Klägerin den Inhaber der Beklagten arglistig getäuscht hat. Die Preisvereinbarung ist hier nämlich gemäß §§ 305 c Abs. 1 und 307 Abs. 3 S. 2 i.V.m. Abs. 1 BGB unwirksam, da es sich hierbei um eine überraschende und intransparente Klausel handelt.

Schon angesichts der Aufmachung und des Inhalts des unter dem 19.01.2007 übersandten Formulars kann davon ausgegangen werden, dass es sich hierbei um von der Klägerin für eine Vielzahl von Verträgen verwendete vorformulierte Vertragsbedingungen, mithin um AGB handelt. Der AGB-rechtlichen Kontrolle steht auch nicht entgegen, dass es sich bei der zu beanstandenden Klausel um eine

Preisabsprache handelt. Zwar ist die, nicht durch Gesetz oder Rechtsvorschriften geregelte, sondern der rechtsgeschäftlichen Vereinbarung unter den Parteien überlassene Bestimmung des Leistungsgegenstandes der gerichtlichen Inhaltskontrolle nach dem AGB-Recht auch dann nicht zugänglich, wenn sie in AGB getroffen wurde (BGH NJW-RR 93, 430; NJW 92, 688). Dies ändert aber nichts daran, dass auch derartige Klauseln einer Kontrolle dahin unterzogen werden können, ob sie überraschend und intransparent sind (Münchener Kommentar zum Bürgerlichen Gesetzbuch, 5. Aufl., § 307 Rn. 16, 19). Eine derartige Klauselkontrolle hat gemäß § 310 BGB auch dann stattzufinden, wenn die AGB wie hier gegenüber Kaufleuten verwendet werden.

Es handelt sich hier bei der Regelung des Preises um eine überraschende Klausel im Sinne des § 305 c Abs. 1 BGB. Insoweit kommt es nicht darauf an, ob ein kaufmännischer Kunde die Entgeltspflichtigkeit erkannt hätte, wenn er das Formular sorgfältig gelesen hätte. Denn der Zweck des § 305 c Abs. 1 BGB besteht nicht etwa darin, lediglich den Kunden zu schützen, dem trotz einer hinreichend sorgfältigen Kenntnisnahme die Regelung verschlossen geblieben ist. Vielmehr trägt das Gesetz dem Umstand Rechnung, dass die (bewusst) unterlassene Kenntnisnahme vom Regelungsinhalt des „Kleingedruckten“ nicht die Ausnahmeerscheinung des unsorgfältig-einfältigen Marktteilnehmers darstellt, sondern die durchaus vernünftige Reaktion des Verwendungsgegners angesichts des schon durch die Präsentation von AGB dokumentierten grundsätzlichen Unwillens des Verwenders, über seine AGB mit sich handeln zu lassen (Bamberger/Roth, Beck'scher Onlinekommentar zum Bürgerlichen Gesetzbuch, § 305 c Rn. 2; Münchener Kommentar zum Bürgerlichen Gesetzbuch, 5. Aufl., § 305 c Rn. 1).

Die Entgeltlichkeit des Brancheneintrages stellt sich hier als ungewöhnliche Klausel dar. Hierbei ist auf den Erwartungshorizont abzustellen, den der Durchschnittskunde des angesprochenen Kundenkreises redlicherweise entwickelt (Bamberger/Roth, Beck'scher Onlinekommentar zum Bürgerlichen Gesetzbuch, § 305 c Rn. 2). Die Erwartungen werden dabei maßgeblich auch durch die Gestaltung des Vertrages (Angebotes) bestimmt (Bamberger/Roth, Beck'scher Onlinekommentar zum Bürgerlichen Gesetzbuch, § 305 c Rn. 14). Die Bestimmung kann daher bereits deshalb ungewöhnlich sein, weil sie an einer unvermuteten, systemwidrigen Stelle erscheint (BGH NJW-RR 2006, 490, 491; NJW 1989, 2255; OLG Köln NJW-RR 2003, 706, 707). Dies ist hier der Fall. Angesichts der Gestaltung des von der Klägerin verwendeten Formulars durfte der durchschnittliche kaufmännische Kunde davon ausgehen, dass die Eintragung in das Branchenverzeichnis kostenlos erfolgt.

Denn selbst bei Formularverträgen, die sich an Selbständige und Freiberufler richten, ist es üblich, dass die Hauptleistungspflichten deutlich aus dem Vertragstext hervorgehen. Werden dagegen - wie hier - die Entgeltlichkeit und die konkrete Höhe der Kosten an unauffälliger Stelle eingefügt, so ist diese Gestaltung geeignet, auch Gewerbetreibende und Freiberufler zu überrumpeln, indem die dort üblichen Geschäftsroutinen ausgenutzt werden und eine deutliche Diskrepanz zwischen deren Erwartungen und dem Inhalt der Klausel hervorgerufen werden kann (LG Rostock v. 28.05.08, Az. 1 S 174/07).

Das Amtsgericht hat bereits zutreffend ausgeführt, dass die Preisklausel auf dem Formular versteckt ist. Sie befindet sich erst im 2. Absatz und dort auch erst im 3. Satz eines Fließtextes. Sie wird sowohl vorstehend als auch nachfolgend von anderweitigen Informationen umrahmt. Darüber hinaus wird der Preis auch dadurch verborgen, dass sich die Währungsangabe Euro und der dazu gehörende Betrag nicht auf derselbe Textzeile befinden, was umso ungewöhnlicher ist als die Textzeile, auf der die Währungsangabe erfolgt ist, noch genügend Platz geboten hätte, den Betrag ebenfalls aufzunehmen. Auch der unter dem umrandeten Textfeld befindliche Hinweis, dass in den jährlichen Eintragungskosten bereits die Überprüfung der Daten enthalten ist, vermag hier der Preisklausel nicht den Überrumpelungscharakter zu nehmen. Unabhängig davon, dass ohnehin nicht ersichtlich ist, welche Daten denn die Klägerin überprüfen will, da doch der Kunde die Angaben auf ihre Richtigkeit geprüft hat, wird diese Passage von der vorher gehenden Umrandung, an die sie relativ eng anschließt, obwohl nachfolgend noch genug Platz zur Verfügung gestanden hätte, überlagert, so dass die Aufmerksamkeit des Kunden sich nicht hierauf richtet. Zudem sind der im oberen Bereich befindliche Hinweis, dass handschriftliche Ergänzungen möglich sind und die unterhalb der Unterschriftenleiste befindliche Information, dass die Eintragsfrist in einem Monat endet, ebenfalls geeignet, den Kunden von der Wahrnehmung der Preisregelung abzuhalten. Sie bilden gemeinsam mit den Angaben zur Firma in der Mitte des Formulars den Blickfang für den Kunden und lenken so von den übrigen Regelungen ab. Dies wird auch daran deutlich, dass die vorgenannten Bestandteile des Formulars mit einer größeren Schriftgröße gedruckt worden sind als die Regelung über den Preis, obwohl gerade hierfür wegen der Bedeutung einer Klausel, die dem Kunden noch dazu bei einer zweijährigen Vertragslaufzeit eine jährliche Zahlung von 910 € abverlangt, aus Sicht auch des kaufmännischen Durchschnittskunden eine drucktechnisch deutlichere Gestaltung zu erwarten gewesen wäre. Aus den vorgenannten Erwägungen heraus wird auch aus dem Wort „Angebot“, welches im zweiten Satz des äußerst klein gedruckten Textteils, der sich unter der Überschrift Eintragungsantrag befindet, verwendet worden ist, nicht der Zusammenhang mit

einer Entgeltspflichtigkeit der klägerischen Leistung deutlich. Zudem besagt das Wort Angebot ohnehin nichts über die Entgeltlichkeit eines Vertrages, da auch Verträge, bei denen die Leistung nicht von einer Gegenleistung abhängt, auf Angebot und Annahme basieren. Der Überraschungseffekt wird auch nicht dadurch verhindert, dass die Preisklausel sich in einem umrandeten und fett gedruckten Textteil befindet, welcher im unteren Bereich des mittleren Blattdrittels angesiedelt ist. Eine besondere Aufmerksamkeit beim Adressaten wird durch den Fettdruck schon deshalb nicht erzeugt, weil auch der Bereich in welchem die Firmendaten anzugeben sind, im Fettdruck gestaltet ist. Zudem wird das Auge des Lesers im Kontext mit der Überschrift des Formulars „Brancheneintrag – Ort:: Groß Pankow b Pritzwalk“ sofort auf den in der Mitte des Formulars befindlichen Teil gelenkt, welcher lediglich die Angabe der Firmendaten zum Gegenstand hat. Auch die Umrandung des die Preisklausel beinhaltenden Textteils steht schließlich dem Überraschungscharakter nicht entgegen. Denn über den Angaben zur Firma befindet sich bereits eine Tabelle, welcher ihrerseits Umrandungen aufweist. Diese Tabelle enthält aber keinerlei Angaben, die auf eine Entgeltlichkeit des Brancheneintrages hindeuten. Mithin wird der mittige die Firmendaten enthaltende Teil oben und unten von zwei umrandeten Textpassagen eingegrenzt. Da aber bereits der oben umrandete Textteil keinen Hinweis auf einen entgeltlichen Vertrag enthält, erwartet der durchschnittliche Kunde, selbst wenn es sich dabei um einen Kaufmann handelt, auch im unteren Textteil keine Preisregelungen. Hinzu kommt, dass der erste Absatz des unteren umrandeten Textteils sich auch nur damit befasst, dass der Kunde die Richtigkeit der Angaben im Formular überprüfen möge. Beim Kunden wird somit der Eindruck erweckt, dass auch dieser Bereich nur Regelungen enthält, die die ordnungsgemäße Wiedergabe der Daten im Branchenverzeichnis sicherstellen sollen.

Da die das Vertragsformular visuell prägenden Informationen keinen Hinweis auf eine Entgeltspflichtigkeit enthielten, musste der kaufmännische Durchschnittskunde hier mit einer solchen Regelung im weiteren Textteil auch nicht rechnen. Von einer Entgeltregelung musste der Kunde auch nicht etwa deshalb ausgehen, weil für gewöhnlich gewerbliche Leistungen nicht kostenlos erbracht werden. Denn der Markt für Internet-Firmenverzeichnisse ist dadurch gekennzeichnet, dass zahlreiche Anbieter den Verbänden und Gewerbetreibenden den Eintrag kostenlos andienen (vgl. hierzu BGH NJW 2005, 67, 68; LG Köln NJOZ 08, 853, 856).

Die vorstehenden Erwägungen führen auch zur Intransparenz der Klausel gemäß § 307 Abs. 3 i.V.m. Abs. 1 BGB (vgl. auch LG Köln NJW-RR 08, 297, 298; LG Regensburg NJOZ 07, 5943, 5944; LG Saarbrücken NJW-RR 02, 915). Die Intransparenz folgt dabei bereits aus

dem Standort der Preisregelung unter Berücksichtigung der sonstigen Aufmachung des Vertragsformulars. Soweit für die Annahme der Unwirksamkeit der Klausel neben der Intransparenz noch die Unangemessenheit der Klausel gefordert wird, bedarf es hierfür keiner Preis-Leistungs-Verhältnis-Kontrolle auf Angemessenheit und Ausgewogenheit. Maßgeblich ist vielmehr, ob durch die Klauselgestaltung sicher gestellt ist, ob der Vertragspartner erkennen kann, was er leisten muss, da nur die klare Darstellung von Leistung und Gegenleistung es dem Kunden ermöglicht, seine Entscheidung für einen Vertragsschluss auf richtiger Basis zu treffen (Bamberger/Roth, Beck'scher Onlinekommentar zum Bürgerlichen Gesetzbuch, § 307 Rn. 74). Gerade der Umstand, dass es sich hier um eine entgeltliche Leistung der Klägerin handelt, wird hier aber auch für den kaufmännischen Durchschnittskunden nicht deutlich.

Die Unwirksamkeit der Klausel führt dazu, dass diese gemäß § 306 Abs. 1 BGB nicht Bestandteil des Vertrages geworden ist. Statt dessen sind gemäß § 306 Abs. 2 BGB die gesetzlichen Vorschriften anzuwenden. Die Eintragung in ein Gewerberegister ist als Werkvertrag einzustufen. Ohne Regelung einer Vergütung gilt eine solche gemäß § 632 Abs. 1 BGB jedoch nur dann als stillschweigend vereinbart, wenn die Herstellung des Werkes den Umständen nach nur gegen eine Vergütung zu erwarten ist. Derartige Umstände liegen hier aber nicht vor. Wie bereits ausgeführt wird der Markt für Internet-Firmenverzeichnisse gerade dadurch bestimmt, dass zahlreiche Anbieter den Gewerbetreibenden den Eintrag kostenlos anbieten, weil sie sich etwa durch Werbemaßnahmen finanzieren (BGH NJW 05, 67, 68).

Raum für eine ergänzende Vertragsauslegung ist hier nicht, da dispositive Gesetzesvorschriften vorhanden sind, die lediglich im konkreten Fall dazu führen, dass auch danach der Klägerin kein Anspruch zusteht.

Da ein Anspruch der Klägerin bereits wegen der Unwirksamkeit der Klausel ausscheidet, kann dahinstehen, ob nicht auch gemäß § 280 Abs. 1 i.V.m. § 311 Abs. 2 BGB ein Anspruch des Beklagten auf Vertragsaufhebung wegen einer (zumindest) fahrlässigen Irreführung seitens der Klägerin in Betracht käme (vgl. hierzu Kötter/Zirkel MDR 05, 185, 188).

Nach alledem hat die Berufung keine Aussicht auf Erfolg, so dass die Kammer gehalten ist, sie gemäß § 522 Abs. 2 ZPO zurückzuweisen.

Die Kammer weist zudem darauf hin, dass der Sache auch keine grundsätzliche Bedeutung zukommt oder diese zur Fortbildung des Rechts oder der Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung des Berufungsgerichts erfordert; § 522 Abs. 2 Ziffer 2, 3 ZPO. Die Parteien erhalten Gelegenheit zur Stellungnahme binnen 2 Wochen nach Zugang des Beschlusses.

Neuruppin, den 01. September 2008

Landgericht, 4. Zivilkammer

Simons

I. le Claire

Kraatz