

Unwirksamkeit der automatischen Verlängerung eines Werbevertrags

Bundesgerichtshof

Pressemitteilung Nr. 168/2017 zum Urteil vom 25.10.2017

Az.: XII ZR 1/17

Der u.a. für das gewerbliche Mietrecht zuständige XII. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat über die Wirksamkeit einer Klausel zur automatischen Verlängerung eines Werbevertrags entschieden.

Sachverhalt

Die Klägerin vermietet Werbeflächen auf Kraftfahrzeugen. Die Fahrzeuge erwirbt sie, um sie an soziale Institutionen zu verleihen. Mit der Beklagten schloss sie am 22. März 2010 einen Vertrag über eine Werbefläche auf einem Sozialmobil, das einem Pflegestift als Institution überlassen wurde. Vereinbart war eine Basislaufzeit von fünf Jahren zu einem Bruttogesamtpreis von 2.299 €. Der von der Klägerin gestellte Formularvertrag enthält u.a. folgende Bestimmung: „Die Werbelaufzeit beginnt mit der Auslieferung des Fahrzeuges an den Vertragspartner. Der Vertrag verlängert sich automatisch ohne Neubeantragung um weitere 5 Jahre, wenn nicht 6 Monate vor Ablauf des Vertrages schriftlich gekündigt wird.“ Mit Schreiben vom 3. März 2015 wies die Klägerin darauf hin, dass mangels Kündigung eine Vertragsverlängerung um weitere fünf Jahre eingetreten sei und stellte für die zweite Werbepériode eine erste Rate in Rechnung. Daraufhin focht die Beklagte den Vertrag unter dem 9. März 2015 wegen arglistiger Täuschung an,

erklärte den Rücktritt vom Vertrag und kündigte diesen.

Bisheriger Prozessverlauf

Mit der Klage verlangt die Klägerin die Vergütung für die verlängerte Vertragslaufzeit. Das Amtsgericht hat die Klage abgewiesen, das Landgericht die Berufung der Klägerin zurückgewiesen. Die hiergegen gerichtete Revision der Klägerin hatte keinen Erfolg.

Bestimmungen in Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind unwirksam, wenn sie den Vertragspartner des Verwenders entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligen (§ 307 Abs. 1 Satz 1 BGB).^{*} Nach ständiger Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs verpflichten Treu und Glauben den Verwender von Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die Rechte und Pflichten seines Vertragspartners möglichst klar und durchschaubar darzustellen. Verstöße gegen dieses sog. Transparenzgebot entsprechen nicht den Gebräuchen und Gepflogenheiten des Handelsverkehrs und führen daher auch gegenüber einem Unternehmer zur Unwirksamkeit formularmäßiger Geschäftsbedingungen.

Die Entscheidung des Bundesgerichtshofs

Der Bundesgerichtshof hat klargestellt, dass eine Klausel zur automatischen Verlängerung eines Werbevertrags wegen fehlender Transparenz unwirksam ist, wenn bei Vertragsbeginn nicht eindeutig feststeht, bis wann die Kündigung zur Abwendung der Verlängerung spätestens ausgesprochen werden muss. Dies ist auch dann der Fall, wenn das Vertragsende und die daran anknüpfende letztmögliche Kündigungsmöglichkeit unklar sind, weil schon der Vertragsbeginn nicht eindeutig feststeht. Das war hier deswegen der Fall, weil nach dem Vertragsinhalt letztlich unklar bleibt, ob für den Vertragsbeginn die bei Vertragsschluss ungewisse Auslieferung des Fahrzeugs an die Klägerin oder dessen Übergabe an die Institution maßgeblich ist.

Die maßgeblichen Vorschriften lauten

*** § 307 Inhaltskontrolle**

(1) Bestimmungen in Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind unwirksam, wenn sie den Vertragspartner des Verwenders entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligen. Eine unangemessene Benachteiligung kann sich auch daraus ergeben, dass die Bestimmung nicht klar und verständlich ist.

(2) Eine unangemessene Benachteiligung ist im Zweifel anzunehmen, wenn eine Bestimmung

1. mit wesentlichen Grundgedanken der gesetzlichen Regelung, von der abgewichen wird, nicht zu vereinbaren ist oder

2. wesentliche Rechte oder Pflichten, die sich aus der Natur des Vertrags ergeben, so einschränkt, dass die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet ist.

(3) ...

Vorinstanzen

AG Schwäbisch Hall – 6 C 928/15 – Urteil vom 07.07.2016

LG Heilbronn – 2 S 85/16 – Urteil vom 13.12.2016