

Vereinbarung hinsichtlich einer Werbeanzeige unter einer bestimmten Domain stellt grundsätzlich wirksamen Werkvertrag dar

Was ist passiert?

Die Klägerin ist ein im Bereich der Werbe- und Medientechnik tätiges Unternehmen. Sie wurde von der Beklagten zur Schaltung einer Werbeanzeige auf ihrer Domain beauftragt. Diese wies eine Größe von 440 x 130 Pixel auf und kostete monatlich 80,- €. Als die Klägerin dann hierfür die Zahlung der Vergütung verlangte, erfolgte diese durch die Beklagte nicht, wodurch die Klägerin die Leistung nun gerichtlich verfolgt.

In der ersten Instanz vor dem AG Bad Kreuznach (Az.: 22 C 3/16) hatte das Unternehmen mit seiner Klage ebenso wenig Erfolg wie im Berufungsverfahren. Dabei ordnete das Berufungsgericht die vertragliche Vereinbarung zwischen den Parteien als Werkvertrag ein. Argumentiert wurde damit, dass die Schaltung einer Werbeanzeige unter einer Domain eine Besonderheit dahingehend aufweise, dass die Erstellung und Einstellung einer solchen Werbeanzeige unter der Domain alleine nicht ausreicht, um den werkvertraglichen Erfolg herbeizuführen. Vielmehr trifft in einem solchen Fall den Unternehmer die Pflicht, für die Verbreitung der Anzeige auch zu sorgen, denn nur er hat dann überhaupt noch Einfluss darauf. Anderenfalls ist es – wie im vorliegenden Fall – gar nicht möglich, den Werbeeffect tatsächlich zu fassen.

In diesem Zusammenhang war jedoch für das Berufungsgericht (LG Bad Kreuznach, Az.: 1 S 86/16) schon gar kein wirksamer

Vertrag zustande gekommen. Ihrer Auffassung nach wurde keine Vereinbarung hinsichtlich des Umfangs der Verbreitung und der damit zu erreichenden Werbewirksamkeit getroffen, was das Gericht als vertragswesentliche Eigenschaft ansah. Damit sei auch kein Vergütungsanspruch der Klägerin entstanden.

Die Klägerin war jedoch anderer Meinung und verfolgte den Anspruch weiter.

Die Entscheidung des Bundesgerichtshofs

Die Richter am Bundesgerichtshof stimmten zwar mit der Entscheidung des LG Bad Kreuznach insofern überein, dass der Vertrag rechtlich korrekt als Werkvertrag eingeordnet wurde. Dies ist schon deshalb der Fall, weil bei der Schaltung einer Werbeanzeige unter einer Domain ein bestimmtes Arbeitsergebnis geschuldet wird. Im vorliegenden Fall sei als solches Ergebnis die Einstellung einer elektronischen Werbeanzeige auf der Domain der Klägerin für die Dauer der Vertragslaufzeit anzusehen. Dabei ist unbeachtlich, dass es sich um eine zu wiederholende beziehungsweise dauerhafte Leistung handelt.

Allerdings waren die Richter der Auffassung, dass die Ansicht des Berufungsgerichts hinsichtlich der Unbestimmtheit der Vereinbarung fehlerhaft ist. Denn für den Bundesgerichtshof stellt eine Vereinbarung über eine Werbewirksamkeit der geschalteten Werbeanzeige keinen wesentlichen Vertragsinhalt dar – es sei denn, es wird explizit von den Parteien so geregelt. Vielmehr ist zur Erfüllung des geschuldeten Arbeitsergebnisses ausschlaggebend, dass die Werbeanzeige so wie sie in Auftrag gegeben wurde, auf der Domain geschaltet wird und der potentielle Kundenkreis diese entsprechend wahrnehmen kann. Ob der vom Besteller angestrebte Werbeeffekt dann auch tatsächlich eintritt liege im Risikobereich des Auftraggebers. Er selbst wähle schließlich die gewünschte Werbeanzeige.

Fazit

Was die Entscheidung der Karlsruher Richter für den Ausgang des Verfahrens konkret heißt, muss nun das Landgericht Bad Kreuznach in einer neuen Verhandlung entscheiden. Ebenso wie herkömmliche Werbeanzeigen, unterliegen auch die elektronischen Werbeanzeigen, die im Rahmen einer Domain geschaltet werden, den allgemeinen Regeln des Zivilrechts. Zusicherungen hinsichtlich einer konkreten Werbewirksamkeit gehören demnach jedenfalls nicht zum wesentlichen Inhalt eines Vertrages und können somit grundsätzlich nicht gefordert werden.

Insofern stellt der Bundesgerichtshof auch noch einmal klar, dass sein Urteil vom 19.06.1984 (Az.: X ZR 93/83) und die darauf folgende Rechtsprechung nicht dahingehend zu verstehen sind, dass die Werbewirksamkeit bei elektronischen Werbeanzeigen unter einer Domain als Voraussetzung für einen wirksamen Vertrag gelte. Zwar seien bei Werbeanzeigen in Druckerzeugnissen auch Auskünfte im Hinblick auf Auflagen und Verteilerradius für die Bestimmtheit eines solchen Vertrages erforderlich. Allerdings war eine derartige Ausweitung auf elektronische Werbeanzeigen – wie es das Landgericht Bad Kreuznach vorgenommen hat – damit nicht gemeint. Vereinbarungen hinsichtlich eines Werbeeffekts können zwar bei elektronischen Werbeanzeigen getroffen werden, müssen jedoch keinesfalls zwingend getroffen werden.