

Irreführende Kundenakquise:

Telefonbuchverlag trat auf, als bestünde eine Vertragsbeziehung

Der Verleger eines anderen Telefonbuchs wollte dem bekannten Telefonverzeichnis "Das Örtliche" Kunden abspenstig machen. Diese Absicht erklärte er nicht offen. Seine Mitarbeiter taten vielmehr am Telefon so, als verträten sie den Verlag D., der "Das Örtliche" herausgibt. Sie fragten dessen Kunden, ob sie den Vertrag verlängern wollten, ob sich an den Daten etwas geändert habe oder die Daten ergänzt werden sollten. Bekamen die Kunden ein Vertragsformular zugeschickt, war es bereits mit ihren persönlichen Daten ausgefüllt. Das Formular ähnelte dem der Konkurrenz.

Ein Gewerbetreibender G, der auf diese Praxis hereingefallen war und einen neuen Vertrag unterschrieben hatte, merkte seinen Irrtum erst, als sich der Verlag D. an ihn wandte, um den Vertrag zu verlängern: Dort inserierte Herr G schon seit Jahren und das wollte er auch weiterhin tun. Nun focht er den Vertrag mit dem unseriösen Konkurrenzverlag an. Das Amtsgericht wies die Klage ab, weil G beim Prüfen des Auftrags nicht unter Zeitdruck stand: Er hätte erkennen müssen, dass er kein Formular des Verlags D. unterschrieb.

Doch das Oberlandesgericht (OLG) Celle urteilte anders: G sei nicht an den Vertrag gebunden, weil die Kundenakquise des Verlags irreführend sei (13 U 9/09). G habe vielleicht das Formular nicht sehr aufmerksam gelesen, räumte das OLG ein. Aber dadurch verliere er nicht das Recht, den Vertrag anzufechten. Denn man habe ihn planmäßig hinters Licht geführt: Es sei ja nicht nur das Layout des Formulars, das eine Verwechslung zumindest nahe lege.

Das ganze Auftreten sollte den Kunden von D. weismachen, dass kein neuer Vertrag angebahnt, sondern ein bestehendes Vertragsverhältnis fortgesetzt werde. Man habe G im gleichen Monat kontaktiert, in dem der Verlag D. anzurufen pflegte. Name und Adresse seien der Dame am Telefon bekannt gewesen. Sie habe den falschen Eindruck, er habe es mit Verlag D. zu tun, verstärkt durch Formulierungen wie "die Unterlagen von G lägen ja vor" und "das Verfahren sei wie immer". Anschließend habe der Konkurrenzverlag Formulare an die "Kunden" verschickt, in denen ihre Daten handschriftlich eingetragen waren. Das sei arglistige Täuschung, daher sei der Vertrag nichtig.

© Der Juristische Pressedienst Gritschneder UG ist Inhaber sämtlicher Inhalte und Nutzungsrechte. Diese sind urheberrechtlich geschützt. Auf die Nutzungsbedingungen wird verwiesen.

Quelle: <http://www.onlineurteile.de/urteil/irrefuehrende-kundenakquise>