

Vorsicht bei Unterschriften - insbesondere bei Messebesuchen

Wer schon einmal eine Messe besucht hat, kennt die Situation: von allen Seiten wird man mit Werbung geradezu bombardiert. Hier muss gut aufgepasst werden, damit man nicht einen Vertrag schließt, dessen Abschluss man hinterher bereut.

Zur Warnung sei darauf hingewiesen, dass unsere Rechtsordnung grundsätzlich davon ausgeht, einmal abgeschlossene Verträge seien einzuhalten. Die „im Eifer des Gefechts“ relativ schnell und gedankenlos geleistete Unterschrift kann somit im schlimmsten Falle eine längerfristige und teure Verpflichtung mit sich bringen.

Allerdings kann es sich lohnen, den konkreten Vertrag und sein Zustandekommen genau unter die Lupe zu nehmen, denn es sind durchaus Auswege denkbar.

Unterschiedliche Auffassungen

Zum einen kann an eine Anfechtung gedacht werden. War der Vertragspartner, als er die Unterschrift leistete, beispielsweise der Auffassung, er fordere nur Informationen an, so könnte er wegen Irrtums seine auf den Vertragsschluss gerichtete Willenserklärung anfechten, wäre dann aber unter Umständen dem anderen Vertragspartner schadensersatzpflichtig.

Es kommt gelegentlich vor, dass der Angestellte, der seine Firma während einer Messe vertritt, nicht zum Abschluss von Verträgen berechtigt ist. Seine Unterschrift kann in aller Regel das Unternehmen nicht verpflichten.

In der Praxis wird auch des öfteren beobachtet, dass nach Vertragsschlüssen auf Messen der Vertragspartner um Bestätigung des Geschäftes bittet. Aus diesem Verhalten kann man grundsätzlich herauslesen, dass er noch nicht von einem fest zustande gekommenen Vertrag ausgeht. Es empfiehlt sich dann, klar zum Ausdruck zu bringen, dass man sich ebenfalls nicht gebunden fühlt und von dem angebotenen Geschäft lieber Abstand nehmen möchte.

Unklare Gestaltung

Weiter ist denkbar, dass überhaupt kein Vertrag zustande gekommen ist, da das Vertragsformular unklar gestaltet war. In einem erst kürzlich bearbeiteten Fall hätte die bloße Rücksendung des Formulars zu einem kostenlosen Kurzeintrag in einem Verzeichnis geführt, während die Unterzeichnung an einer hervorgehobenen Stelle den Auftrag zu einer erweiterten Werbeeinschaltung enthielt. Diese Werbeeinschaltung war natürlich mit erheblichen

Kosten verbunden. Bei flüchtiger Betrachtung des Formulars konnte der Eindruck gewonnen werden, man müsse nur noch unterschreiben und das Formular zurücksenden, um in den Genuss der kostenlosen Werbeeintragung zu gelangen. Genau durch jene Unterschrift wurde allerdings der (in unauffälligem Kleindruck in das Formular eingeschobene) Auftrag erteilt. Da aber die eine Partei der Auffassung war, einen kostenlosen Werbeeintrag zu erhalten, während die andere Partei von der Erteilung eines kostenpflichtigen Werbeauftrages ausging, waren sich beide nicht einig, so dass kein Vertrag zustande gekommen war.

Im Übrigen spricht diese Art der Vertragsgestaltung nicht für die Seriosität des Vertragspartners.

Autoren: Rass, Thorsten Vogl und RA Joachim Herbert, Freiburg.

