

## **Vorsicht vor dubiosen Anzeigenaufträgen!**

In letzter Zeithäufen sich die Mandate, die Anzeigenaufträge der sogenannten Polizei-Basis-Gewerkschaft angreifen.

Diese Polizei-Basis-Gewerkschaft wurde ursprünglich von einem ehemaligen Polizisten, Toni Zeller gegründet.

Die Gewerkschaft bringt monatlich eine Broschüre heraus, die sich gegen Kindesmissbrauch, Drogen oder ähnliches wendet.

Bei deutschen Kaufleuten wird dann durch einen Anzeigenwerber am Telefon gebeten, doch auch eine Anzeige zu schalten, es sei ja für einen guten Zweck. Es sei jedoch sehr eilig, da die nächste Auflage schon bald in den Druck gehen würde.

Daraufhin wird den Kaufleuten dann ein Anzeigenaboauftrag zugesandt. Dieser erscheint grün auf weißem Hintergrund und es befindet sich darauf ein Stern, der dem der Gewerkschaft der Polizei im deutschen Gewerkschaftsbund, GdP stark ähnelt. Da es so eilig ist und die Menschen darauf vertrauen, dass es sich um die Polizei handelt und daher kein Missbrauch betrieben werden kann, wird der Vertrag leider meist nur überflogen, bzw. der erste Absatz gelesen. Dann wird unterschrieben. Was den meisten erst später auffällt ist, dass sie ein Abonnement über 18 Einzelausgaben unterschrieben haben.

Im ersten Absatz des Vertrages steht davon auch wohlweislich nichts. Erst im zweiten Absatz ist zu lesen, dass ein Vertrag über achtzehn, hier ist nicht die Zahl geschrieben, sondern das Wort im Fließtext (so dass es weniger auffällt) Anzeigen zustande gekommen ist.

Auf der Rückseite des Vertrages ist dann kleingedruckt zu lesen, dass es keine Möglichkeit zur vorzeitigen Kündigung gibt, sowie dass sich der Verein vorbehält nach zweier zuvor abgedruckten Anzeigen den Vertrag bei Nichtzahlung aufzukündigen und statt dessen Schadensersatz in Höhe von 80 % der ursprünglich vereinbarten Leistung fällig wird.

Von den Kaufleuten angerufen, beruft sich der Verein auf deren Vollkaufmannseigenschaft und dass sie schließlich genug Zeit gehabt hätten den Vertrag komplett zu lesen. Es werden jedoch meist Vergleichsangebote angesprochen, in denen der Kunde dann „nur“ 2/3 oder 1/2 der ursprünglichen Summe zahlen muß. Es ist leider unbenommen, dass viele Kaufleute sich auf dieses Vergleichangebot einlassen, statt sich zu wehren. So verdient der Verein immer noch hinreichend und wird seine Praktiken weiter fortsetzen.

Einzigste Reaktion der letzten Jahre: Man erhöhte die Anzahl der Anzeigen von 12 auf 18, damit auch bei einem Vergleich noch genug Profit bleibt.

Die Gerichte sind zwar zunächst machtlos gewesen, jedoch reagieren immer mehr Richter zunehmend findig auf diese Machenschaften der PBG.

So gibt es immer mehr Urteile, die zugunsten der Geschädigten ausfallen. Voraussetzung ist, dass die Geschädigten den Vertrag spätestens 14 Tage nach Kenntnis ihres Irrtums schriftlich, per Einschreiben anfechten. Häufig begründen die Richter ihre Entscheidung damit, dass es sich bei der rückseitigen Vereinbarung, dass es sich um 18 Einzelausgaben handele und dass man, wenn man nur eine Einzelausgabe bestellen möchte dies auf der Vorderseite extra schreiben müsse, in Verbindung mit dem vorherigen Telefonat um eine überraschende Klausel im Sinne des § 3 AGB-Gesetzes handele. Diese geht dann zu Lasten des Verwenders, sprich es ist dann nur ein Vertrag über eine Annonce wirksam zustande gekommen.

Leider ist der Begriff Polizei in Deutschland nicht geschützt. So kann man nur sagen: Vorsicht, nicht überall wo Polizei draufsteht.....

Aber je mehr Fälle vor Gericht verhandelt werden, desto größer die Chance dass der PBG irgendwann das Handwerk gelegt wird. Denn die Richter verschließen durchaus ihre Augen vor dieserart Machenschaften nicht.

Seit neuem distanziert sich der PBG von der Firma, die die Telefonakquise betreibt und versucht sich so aus der Affaire zu ziehen.

Im folgenden ein richtungsweisendes Urteil, gegen die PBG und in Kürze die Leitsätze einiger anderer Urteile.

## **So urteilen die Gerichte**

### **Landgerichtliche klageabweisende Entscheidungen**

#### **Landgericht Bielefeld vom 08.11.00 21 S 209/00**

„Es ist mit der Regelung des § 9 schlechthin unvereinbar, dass der Text der allgemeinen Geschäftsbedingungen durch weitere, auf der Rückseite angebrachte AGB-Klauseln zunächst noch erläutert werden muß, damit der Kunde den Sinn der vorderseitigabgedruckten AGB halbwegs verstehen kann.“

#### **Landgericht Bochum vom 03.03.200-5 S 419/99**

„Diese gewählte Gestaltung verstärkt den Eindruck bei dem Kunden, er gehe lediglich eine einmalige Verpflichtung zur Veröffentlichung einer Anzeige ein.“

Landgericht Düsseldorf: 12 Entscheidungen, z.B. vom 10.08.2001-20 S 234/00

„Das von der Klägerin verwendete Vertragsformular genügt diesen Anforderungen entgegen der von der Kammer bisher vertretenen Auffassung nicht. Denn der Vertragstext weist Unklarheiten auf, welche geeignet sind, den Anzeigenkunden über den Umfang des Auftrages in die Irre zu führen.“

#### **Landgericht Frankfurt am Main vom 29.11.2000-2/1 S 225/00**

„Die Klägerin konnte sich auch nicht mit Erfolg auf die Grundsätze über das kaufmännische Bestätigungsschreiben berufen. Nach dem Vertrag beider Parteien weicht der Inhalt des Schreibens derart vom Inhalt des vorangegangenen Gespräches ab, dass der Absender nicht mit einer Zustimmung des Empfängers rechnen durfte.“

## **Wettbewerbsrechtliche Entscheidungen**

### **Entscheidung des OLG Düsseldorf 27 U 2/00 vom 12.04.2000**

Die Verlagsagentur "Der Sicherheits-Ratgeber" GmbH, Salzburg, wurde verurteilt:

"... es zu unterlassen, für Anzeigenaufträge durch beauftragte Personen ausschließlich telefonisch zu werben, auch wenn mit den betroffenen Unternehmen vorher keine Geschäftsbeziehungen bestanden haben."

### **Entscheidung des OLG Düsseldorf 2 U 37/98 vom 21.01.1999**

Der Polizei-Basis-Gewerkschaft wurde untersagt:

1. Unter der Bezeichnung "Polizei-Basis-Gewerkschaft - Der Bundesvorstand" bundesweit für Anzeigenaufträge zu werben, insbesondere wenn dies durch das nachfolgende Werbeschreiben geschieht, das von dem Vorsitzenden des Bundesvorstandes unterzeichnet ist und in dem eine Bundesgeschäftsstelle angegeben ist: (es folgte eine Ablichtung des oben wiedergegebenen Schreibens).

**Aus der Begründung:** " Die Anzeigenwerbung durch die Beklagte unter der Bezeichnung "Polizei-Basis-Gewerkschaft - Der Bundesvorstand" ist irreführend und verstößt daher gegen § 3 UWG ... ."

"Der Verkehr wird also durch eine Anzeigenwerbung unter der genannten Bezeichnung irreführt, wenn der so werbende Verband nur in einem oder zwei Bundesländern eigene Organisationen hat"

2. In Werbeschreiben vor dubiosen Geschäftemachern und zweifelhaften Publikationen zu warnen, wenn diese Warnung im Zusammenhang mit der eigenen Werbung ausgesprochen wird und es zudem in der Werbung heißt: "Die Polizei-Basis-Gewerkschaft" (PBG) dagegen ist eine offiziell anerkannte Berufsvertretung für Polizeibeschäftigte."

3. In der Werbung für Anzeigenaufträge zu behaupten, daß die Publikation "Der Sicherheits-Ratgeber - Die Polizei-Garant ihrer Sicherheit" eine verbreitete Auflage von bis zu 400.000 Exemplaren bundesweit hat, wenn der Vertrieb darin besteht, daß je Regionalgebiet und Einzelausgabe jeder der Mehrfachinserenten 50 persönliche Exemplare erhält.

### **Entscheidung des OLG Celle 13U 183/98 vom 13.04.1999**

Der "Polizei-Basis-Gewerkschaft" wurde durch Abgabe einer Unterlassungserklärung untersagt:

..."im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs als Herausgeber der Schriftenreihe der "Sicherheits-Ratgeber" mit einem Schreiben nebst Anlage - wie Seiten 3 und 4 des Senatsurteils vom 3. Dezember 1997 (13 U 191/97 OLG Celle) - für Anzeigen in der Schriftenreihe zu werben."

## **Entscheidung des Hanseatischen OLG 3 U 6/00 vom 21.12.2000**

Der WAP Werbeagentur für Print-Medien GmbH\*), Hamburg, wurde untersagt

a) telefonisch für den "Sicherheits-Ratgeber" und die "Polizei-Basis-Zeitung" zu werben, wenn der Gewerbetreibende vorher hierzu nicht sein Einverständnis erklärt hat oder eine bestehende Geschäftsverbindung das Einverständnis vermuten lassen,

b) in der Werbung für Anzeigenaufträge an die Gefühle der Kunden zu appellieren, wenn es in der Werbung für "Der Sicherheits-Ratgeber" heißt, es gehe um das Thema Sicherheit "und was wir, Bürger und Polizei, gemeinsam dafür tun können, z. B. in den Bereichen Straßenverkehr, Kinder, Umwelt, Eigentum usw." sowie in der Werbung für die "Polizei-Basis-Zeitung" "und was wir, Bürger und Polizei, gemeinsam tun können, um die dramatische Entwicklung der Kriminalität, z. B. in den Bereichen Straßenverkehr, Kindermißbrauch, Drogen, Umwelt, Eigentum usw. zu stoppen",

c) ein "kleines Dankeschön" dergestalt anzubieten, daß der Anzeigenkunde 50 persönliche Exemplare des "Sicherheits-Ratgeber" erhält, wenn der Vertrieb für die Schriftenreihe ausschließlich in der Weitergabe dieser Exemplare besteht, die tatsächliche Auflage, in der die Werbung des Kunden verbreitet wird, nicht genannt wird und zusätzlich bei dieser Gelegenheit behauptet wird, die Gesamtauflage betrage maximal 400.000 Exemplare

sowie für die "Polizei-Basis-Zeitung" zu behaupten, daß diese maximal eine Auflage von 100.000 Exemplare habe, ohne daß die tatsächliche Auflage genannt wird, sowie zu behaupten, daß die Auflage an die Polizeien des Bundes, der Länder und der Kommunen sowie an öffentliche Verwaltungen, Vereine und Verbände kostenlos verteilt werde, wenn nach eigenen Angaben die bundesweite Verbreitung lediglich "mindestens 7.500 Exemplare" beträgt und die Zeitung nur "in Polizeidienststellen" verteilt wird.

Im Berufungsverfahren wurde am 7. Dezember 2000 zusätzlich von der WAP GmbH zu Punkten des erstinstanzlichen Urteils folgende Unterlassungsverpflichtungserklärung abgegeben:

Es bei Meidung einer Vertragsstrafe zu unterlassen

1. daß sich die Mitarbeiter der WAP in der telefonischen Werbung für die Schriftenreihe "Der Sicherheits-Ratgeber" und der "Polizei-Basis-Zeitung" gegenüber den angesprochenen Gewerbetreibenden als Mitarbeiter der Polizei-Basis-Gewerkschaft bezeichnen,

2. daß den umworbenen Gewerbetreibenden in der telefonischen Werbung für die Schriftenreihe "Der Sicherheits-Ratgeber" und für die "Polizei-Basis-Zeitung" ausschließlich Sonderpreise genannt werden.

\*) Die WAP GmbH wird sowohl von der "Polizei-Basis-Gewerkschaft" als auch von der Verlagsagentur "Der Sicherheits-Ratgeber" als zuständig und verantwortlich für die Anzeigenakquisition bezeichnet.

#### **Weitere klageabweisende Urteile zu „Der Sicherheitsratgeber“**

03.09.98	AG	Solingen	14 C 515/97
30.03.00	AG	Starnberg	4 C 2071/99
05.04.00	LG	Stuttgart	13 S 213/99
14.11.00	AG	St. Wedel	13 C 751/2000
08.11.00	LG	Traunstein	3 S 1892/00
14.06.00	LG	Verden	2 S 357/99
17.02.98	AG	Wennigsen/Deister	3 C 406/97
10.09.98	LG	Wuppertal	9 S 38/98
26.11.98	LG	Wuppertal	9 S 156/98
16.12.98	LG	Wuppertal	8 S 106/98
09.11.99	LG	Wuppertal	16 S 152/99

21.03.01	LG	Wuppertal	8 S 170/00
30.04.98	AG	Hamm	15 C 323/97
06.05.98	AG	Hamm	17 C 500/97
07.11.00	AG	Hamm	15 C 56/00
11.12.97	AG	Hannover	511 C 13413/97
08.01.98	AG	Hannover	505 C 14086/97
08.01.98	AG	Hannover	564 C 13062/97
21.01.98	AG	Hannover	554 C 13008/97
26.01.98	AG	Hannover	517 C 14626/97
27.01.98	AG	Hannover	554 C 13926/97
17.02.98	AG	Hannover	566 C 14609/97
23.02.98	AG	Hannover	503 C 14085/97
10.07.98	AG	Hannover	538 C 5341/98
03.11.98	AG	Hannover	566 C 12081/98
06.11.98	AG	Hannover	567 C 10597/98
03.06.99	LG	Hannover	16 S 177/98
03.06.99	LG	Hannover	16 S 235/98

09.03.00	AG	Iserlohn	41 C 608/99
06.04.00	AG	Iserlohn	40 C 594/99
01.12.98	AG	Köln	141 C 35/98
23.03.99	LG	Köln	12 S 348/98
01.06.99	AG	Köln	129 C 7/99
27.10.99	LG	Köln	10 S 216/99
25.11.99	LG	Köln	6 S 148/99
23.06.00	AG	Königswinter	3 C 28/00
17.04.00	AG	Krefeld	78 C 24/00
29.08.01	AG	Laufen	3 C 0258/01
29.08.01	AG	Laufen	3 C 0304/01

Stand 01. November 2002