

Neuigkeiten zur Werbegemeinschaft in Einkaufszentren

Malik Djouah, LL.M.

Köln, 29.09.2016

Einführung

Aus mehreren Mietern eines Einkaufszentrums bestehende Werbegemeinschaften eröffnen dem Vermieter durch die gemeinsamen, einheitlichen Vermarktungsaktivitäten regelmäßig die Möglichkeit, sein Shopping Center effektiv zu bewerben und dessen Attraktivität für Kunden und damit Mieter langfristig zu gewährleisten. Viele Formularmietverträge für Einkaufszentren sehen daher eine Verpflichtung der Mieter vor, einer (eventuell erst noch zu gründenden) Werbegemeinschaft beizutreten und entsprechende Beiträge an eine solche Werbegemeinschaft zu leisten. Obwohl dies dem Grunde nach möglich sein soll, waren einzelne Fragen weiterhin offen. Der Bundesgerichtshof hat nun jüngst zwei dieser rechtlichen Unsicherheiten erfreulicherweise ausräumen können.

Formularmäßig vereinbarte Beitrittspflicht zu einem Verein ist möglich

In der Vergangenheit wurden formularvertraglich vorformulierte Beitritte zu Werbegemeinschaften, die in der Rechtsform einer Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) gegründet waren, als unwirksam erachtet. Dies wurde damit begründet, dass der Mieter als Gesellschafter einer GbR weitgehenden Haftungsrisiken unterliegt und insbesondere auch persönlich für Wettbewerbsverstöße der GbR haften würde. Deshalb benachteiligt die formularmäßige Beitrittspflicht zu einer solchermaßen organisierten Werbegemeinschaft den Mieter nach der Auffassung des Bundesgerichtshofs unangemessen und ist somit unwirksam. Unklar war aber weiterhin, in welcher Gesellschaftsform eine Werbegemeinschaft organisiert sein darf, damit eine formularvertragliche Verpflichtung zum Beitritt wirksam ist.

Hinsichtlich einer als eingetragener Verein organisierten Werbegemeinschaft hat der Bundesgerichtshof nun

entschieden, dass die formularvertragliche Beitrittspflicht grundsätzlich wirksam ist (BGH Urt. v. 13.04.2016 – XII ZR 146/14). Maßgebliche Begründung hierfür ist, dass Mitglieder eines Vereins in der Regel nicht für die Verbindlichkeiten des Vereins persönlich haften. Unangemessen weitgehende Haftungsrisiken sind so ausgeschlossen.

Transparenzfordernisse hinsichtlich der Höhe der Werbegemeinschaftsbeiträge

Bislang verlangte der Bundesgerichtshof, dass die Höhe der Beiträge zu einer Werbegemeinschaft in einem Formularmietvertrag aus Gründen der Transparenz bestimmbar sein muss, mindestens durch die Festsetzung einer Höchstgrenze. In seiner Entscheidung vom 13.04.2016 hat der Bundesgerichtshof es nun für ausreichend erachtet, dass eine konkrete Bezifferung der monatlichen Beiträge in der Vereinssatzung erfolgt. Dies gilt jedenfalls, wenn die Vereinssatzung und die darin enthaltene Regelung zur Höhe der Werbegemeinschaftsbeiträge zum Bestandteil des Mietvertrags gemacht und ihm als Anlage beigelegt werden. In dem Mietvertrag selbst muss dann keine konkrete Bezifferung festgelegt werden. Auch bedarf es keiner Angabe einer Höchstgrenze mehr, da der Mieter die ihn betreffenden Belastungen ausreichend anhand der Angaben in der Satzung kalkulieren könne.

Mieter muss grundsätzlich dennoch zahlen

Auch wenn der Beitritt des Mieters zu einer als GbR organisierten Werbegemeinschaft rechtlich fehlerhaft ist, muss er zunächst dennoch die entsprechenden Beiträge zahlen. Dies hat der Bundesgerichtshof in einem weiteren aktuellen Urteil entschieden (BGH Urt. v. 11.05.2016 – XII ZR 147/14). Nach den Grundsätzen einer sogenannten „fehlerhaften Gesellschaft“ ist ein fehlerhaft vollzogener Beitritt nämlich nicht von Anfang an unwirk-

sam, sondern kann nur mit Wirkung für die Zukunft durch eine vom Gesellschafter erklärte Kündigung geltend gemacht werden. Folglich ist der vollzogene Beitritt eines Mieters zu einer Werbegemeinschaft in Form der GbR bis zum Zugang seiner Kündigung der Gesellschafterposition grundsätzlich voll wirksam. Bis zum Zugang der Kündigung muss der Mieter daher die nach dem Gesellschaftsvertrag zu erbringenden Beiträge zahlen.

Bewertung und Auswirkungen für die Praxis

Die aktuellen Entscheidungen des Bundesgerichtshofs stärken insbesondere die Position von Vermietern in

Einkaufszentren, insbesondere können sie sich noch positiv auf ältere Sachverhalte auswirken, bei denen der Mieter gegebenenfalls erst jetzt auf die Idee kommt, die Unwirksamkeit seines Beitritts einzuwenden. Gleichzeitig zeigen beide Urteile aber auch, dass die vertragliche Gestaltung einer Werbegemeinschaft immer noch einige rechtliche Fallstricke bereithält, sowohl was die Mietverträge selbst als auch die zu wählende Gesellschaftsform der Werbegemeinschaft anbelangt.

Hinweis

Dieser Überblick dient ausschließlich der allgemeinen Information und kann konkreten Rechtsrat im einzelnen Fall nicht ersetzen. Sprechen Sie bei Fragen bitte Ihren gewohnten Ansprechpartner bei GÖRG bzw. den Autor Malik Djouah unter +49 221 33660-744 oder mdjouah@goerg.de an. Informationen zum Autor finden Sie auf unserer Homepage www.goerg.de.

Unsere Standorte

GÖRG Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB

BERLIN

Klingelhöferstraße 5, 10785 Berlin
Tel. +49 30 884503-0, Fax +49 30 882715-0

ESSEN

Alfredstraße 220, 45131 Essen
Tel. +49 201 38444-0, Fax +49 201 38444-20

FRANKFURT AM MAIN

Neue Mainzer Straße 69 – 75, 60311 Frankfurt am Main
Tel. +49 69 170000-17, Fax +49 69 170000-27

HAMBURG

Dammtorstraße 12, 20354 Hamburg
Tel. +49 40 500360-0, Fax +49 40 500360-99

KÖLN

Kennedyplatz 2, 50679 Köln
Tel. +49 221 33660-0, Fax +49 221 33660-80

MÜNCHEN

Prinzregentenstraße 22, 80538 München
Tel. +49 89 3090667-0, Fax +49 89 3090667-90

