



**Republik Österreich  
Handelsgericht Wien**

**43 Cg 53/18v-11**

## **Im Namen der Republik**

Das Handelsgericht Wien erkennt durch seinen Richter Mag. Christian Mosser, LL.M. in der Rechtssache der klagenden Partei **Verein für Konsumenteninformation**, 1060 Wien, Linke Wienzeile 18, vertreten durch Kosesnik-Wehrle & Langer Rechtsanwälte KG in 1030 Wien, wider die beklagte Partei **Santander Consumer Bank GmbH**, 1220 Wien, Wagramer Straße 19, vertreten durch Schönherr Rechtsanwälte GmbH in 1010 Wien, wegen Unterlassung EUR (30.500,-) und Urteilsveröffentlichung (EUR 5.500,-) nach öffentlicher mündlicher Verhandlung zu Recht:

**1.)** Die beklagte Partei ist schuldig, es im geschäftlichen Verkehr mit Verbrauchern zu unterlassen, den Abschluss von Verbraucherkrediten im Sinne des VKrG unter Hinweis auf eine bestimmte monatliche Rate oder sonstige auf die Kosten des Verbraucherkreditvertrages bezogene Zahlen zu bewerben,

**a.** ohne dass die Werbung klar, prägnant und auffallend anhand eines repräsentativen Beispiels sämtliche nach § 5 VKrG vorgeschriebenen Standardinformationen enthält, insbesondere, wenn die in § 5 VKrG angeführten Standardinformationen gegenüber dem sonstigen Text und speziell gegenüber der angegebenen Rate oder gegenüber den sonstigen auf die Kosten des Verbraucherkreditvertrages

bezogenen Zahlen optisch in den Hintergrund treten, etwa weil sie in einer kleineren Schriftgröße oder schlechter lesbaren Schriftart oder -farbe dargestellt werden, oder sinngleiche Praktiken anzuwenden;

**b.** ohne ein repräsentatives Beispiel iSd § 5 VKrG anzuführen, insbesondere weil das in der Werbung der Beklagten angeführte Berechnungsbeispiel anhand des niedrigst möglichen Zinssatzes berechnet wird, ohne dass dabei die Häufigkeit der Vertragsabschlüsse berücksichtigt wird, oder sinngleiche Praktiken anzuwenden.

**2.)** Der klagenden Partei wird die Ermächtigung erteilt, den klagsstattgebenden Teil des Urteilsspruches im Umfang des Unterlassungsbegehrens und der Ermächtigung zur Urteilsveröffentlichung binnen sechs Monaten ab Rechtskraft einmal in einer Samstagsausgabe des redaktionellen Teiles der „Kronen-Zeitung“, bundesweit erscheinende Ausgabe, auf Kosten der beklagten Partei mit gesperrt geschriebenen Prozessparteien und in Fettdruckumrandung in Normallettern, somit in gleich großer Schrift wie der Fließtext redaktioneller Artikel, zu veröffentlichen.

**3.)** Die beklagte Partei ist schuldig, der klagenden Partei die mit EUR 7.090,60 bestimmten Prozesskosten (darin enthalten 1.459,- Barauslagen und EUR 938,60 USt) binnen 14 Tagen zu ersetzen.

## **E n t s c h e i d u n g s g r ü n d e :**

Die Klägerin ist eine gemeinnützige, nicht auf Gewinn ausgerichtete Verbraucherorganisation mit Sitz in Wien. Ihre Aktivlegitimation ergibt sich aus § 29 KSchG. Die Beklagte ist eine österreichische Spezialbank mit Schwerpunkt Konsumfinanzierung. Sie bietet ihre Leistungen im gesamten Bundesgebiet an.

**Unstrittig ist,** dass die Beklagte auf ihrer Website [www.santanderconsumer.at](http://www.santanderconsumer.at) einen Kreditrechner anbietet, mit dem sie ihre Verbraucherkreditverträge bewirbt und in den Besucher der Website, insbesondere Verbraucher, Daten für die Konditionen eines bei der Beklagten aufzunehmenden Kredits eingeben können. Der Text dieses Kreditrechners lautet auf der Startseite der Website wie folgt (./B):

### ***Kreditrechner***

*Wählen Sie hier die von Ihnen gewünschte Kredithöhe und Laufzeit aus und ermitteln Sie so Ihre Monatsrate.*

*Wunschbetrag*

*Laufzeit*

*Monatsrate <sup>1)</sup> € 143,84*

Die Fußnote <sup>1)</sup> hinter dem Wort Monatsrate wird darunter in deutlich kleinerer Schrift erläutert wie folgt:

*1) Sollzinssatz bonitätsabhängig ab 2,99 % p.a. (Sonderkondition gültig für Neukunden bei Onlineantrag); Repräsentatives Berechnungs-beispiel: 2,99 % p.a. Sollzinssatz, 3,07 % Effektivzinssatz, € 0,00,- Erhebungsgebühr, € 0,00,- Lohnvormerkgebühr, 0,00 % Bearbeitungsgebühr, € 0,00 monatliche Kontoführungsgebühr (bei Einziehungsauftrag), Laufzeit: 60 Monate, monatliche Rate: € 143,84, Gesamtkreditbetrag: € 8.000,00, zu zahlender Gesamtbetrag: € 8.630,40. Angebot gültig bis 30.09.2018. Erfüllung banküblicher Bonitätskriterien vorausgesetzt. Produktangaben: Laufzeit 24 – 120 Monate.*

Die Klägerin beehrte wie im Spruch ersichtlich und brachte dazu im Wesentlichen vor:

[Verstoß gegen Auffälligkeit der Standardinformationen]

Nenne man in einer Werbung für Verbraucherkreditverträge Zinssätze oder sonstige, auf die Kosten eines Kredits für den Verbraucher bezogene Zahlen, so müsse die Werbung „klar, prägnant und auffallend“ anhand eines repräsentativen Beispiels die in § 5 Abs 1 VkrG genannten Standardinformationen enthalten. Zweck dieser Bestimmung sei es, dem Verbraucher vor Augen zu führen, mit welchen Belastungen er zu rechnen habe, um ihn in die Lage zu versetzen, verschiedene Angebote vergleichen zu können. Ziel sei es, den spezifischen Schutz des Verbrauchers frühzeitig und weit vor Einsetzen der vorvertraglichen Phase beginnen zu lassen. Mit dieser Transparenzpflicht sollte der im Finanzdienstleistungsbereich besonders ausgeprägten Informationsasymmetrie begegnet werden.

Das Erfordernis der „Auffälligkeit“ der Standardinformationen bedeute, dass die Informationen an optisch hervorgehobener Stelle stehen müssen und zu den sonstigen Aussagen des Werbetexts nicht in den Hintergrund treten dürfen. Jedenfalls müsse der verständige, durchschnittlich informierte und aufmerksame Durchschnittsverbraucher in die Lage versetzt werden, die erteilten Informationen zu identifizieren und deren Bedeutung richtig einzuordnen. Die Schriftgröße, das Schriftbild und der Kontrast zwischen Buchstaben und Hintergrund seien zu beachten. Sämtliche Zahlenangaben sollten in derselben Art und Weise dargestellt werden. Daraus sei zu schließen, dass die Standardinformationen in jener Schriftart und -größe zu halten seien, in welcher die Kreditkosten

angeführt werden, um jegliche Irreführung des Verbrauchers zu vermeiden. Dies sei auf der Website der Beklagten nicht der Fall, weil lediglich „Wunschbetrag, Laufzeit und Monatsrate“ in normalem Textformat und somit vergleichsweise hervorgehoben gehalten werden, während die weiteren Angaben in der Fußzeile eine weitaus kleinere Schriftgröße aufweisen und somit Teil des Kleingedruckten sind.

Auch die Angabe eines „ab-Zinssatzes“ entspreche nicht den Vorgaben des § 5 VKrG hinsichtlich Klarheit und Prägnanz. Ein Interessent könne nicht realistisch einschätzen, mit welchem Zinssatz nun zu rechnen sei.

Die Werbung der Beklagten erfülle daher die drei kumulativ notwendigen Voraussetzungen des § 5 VKrG nicht.

[Verstoß - „repräsentatives Beispiel“]

Zudem betrage laut Berechnungsbeispiel im Kreditrechner der Beklagten der Sollzinssatz bei dem von der Beklagten angebotenen Kredit bonitätsabhängig ab 2,99 % p. a., der Effektivzinssatz 3,07 %. Tatsächlich seien der Sollzinssatz und der effektive Jahreszinssatz bei den von der Beklagten gewährten Krediten deutlich höher. Dies ergebe sich aus sechs vom Kläger exemplarisch vorgelegten Verbraucherkreditverträgen (./E), in welchen der Sollzinssatz jeweils mindestens über 8,3% und der Effektivzinssatz jeweils mindestens über 9% betrage.

Bei Werbung mit Zinssätzen müssten die in § 5 Abs 1 VkrG aufgezählten Standardinformationen anhand eines repräsentativen Beispiels aufgezeigt werden. Dabei sei vom überwiegend gewährten Zinssatz auszugehen. Insofern solle bei der Auswahl des repräsentativen Beispiels die Häufigkeit des Abschlusses der Kreditverträge berücksichtigt werden. Normzweck der Informationspflicht in der Werbung sei ausdrücklich,

dass der Verbraucher schon in der Geschäftsanbahnung über bevorstehende Belastungen informiert würde und damit Lockvogelangebote verhindert würden. In der deutschen Umsetzung der VKrRL 2008/48/EG sei das repräsentative Beispiel insoweit konkretisiert worden, als der Werbende bei seiner Auswahl von einem effektiven Jahreszins ausgehen müsse, von dem er erwarten dürfe, dass er zumindest zwei Drittel der aufgrund der Werbung zustande gekommenen Verträge zu dem angegebenen oder einem niedrigeren effektiven Jahreszins abschließen werde.

Repräsentativ sei ein Beispiel jedenfalls erst dann, wenn zumindest die Mehrheit der Verträge zu einem solchen effektiven Zinssatz abgeschlossen werde. Dies gebiete sowohl eine Wortinterpretation, als auch eine teleologische und eine richtlinienkonforme Interpretation. Die Werbung mit einem vollkommen unrealistischen Zinssatz (dh einem Zinssatz, bei dem der Werbende ausgehen müsse, dass er ihn nicht gewähren wird) würde die nach der Verbraucherkredit-Richtlinie und dem VKrG angestrebte Vergleichbarkeit vollkommen ad absurdum führen.

So fordere auch die § 5 VKrG zugrundeliegende VerbraucherkrediteRL 2008/48/EG in ErwGr 19:

*„Damit der Verbraucher in voller Sachkenntnis entscheiden kann, sollten ihm vor dem Abschluss des Kreditvertrags ausreichende Informationen über die Bedingungen und Kosten des Kredits sowie über die Verpflichtungen, die er mit dem Vertrag eingeht, gegeben werden, die er mitnehmen und prüfen kann. Im Interesse einer größtmöglichen Transparenz und Vergleichbarkeit der Angebote sollten diese Informationen sich insbesondere auf den effektiven Jahreszins beziehen, der innerhalb der gesamten Gemeinschaft auf die gleiche Art zu*

*berechnen ist. Da der effektive Jahreszins in diesem Stadium nur anhand eines Beispiels angegeben werden kann, sollte dieses Beispiel repräsentativ sein. Deshalb sollte es beispielsweise der durchschnittlichen Laufzeit und dem Gesamtbetrag des gewährten Kredits bei der betreffenden Art von Kreditvertrag entsprechen und sich gegebenenfalls auf die gekauften Waren beziehen. Bei der Auswahl des repräsentativen Beispiels sollte auch die Häufigkeit des Abschlusses bestimmter Kreditverträge auf einem speziellen Markt berücksichtigt werden."*

In dem von der Beklagten in ihrem Kreditrechner angeführten Beispiel gehe die Beklagte von dem niedrigst möglichen Sollzinssatz aus. Tatsächlich gewähre sie aber überwiegend Kredite zu deutlich höheren Sollzinssätzen und effektiven Jahreszinssätzen. Das von der Beklagten in ihrem Kreditrechner angeführte Beispiel, in dem als Sollzinssatz 2,99 % p.a. und als Effektivzinssatz ein 3,07 % genannt werde, sei daher nicht repräsentativ im Sinne des § 5 VKrG, sodass der Beklagten auch bezüglich dieses Umstandes ein Verstoß gegen § 28a KSchG iVm § 5 VKrG vorzuwerfen sei.

Die systematischen Verstöße der Beklagten ließen Wiederholungsgefahr vermuten. Die Beklagte habe kein Verhalten gesetzt, aus welchem abzuleiten wäre, dass von Gesetzesverstößen Abstand genommen werde. Insbesondere habe sie der Aufforderung, eine Unterlassungsverpflichtung abzugeben, nicht Folge geleistet.

Indem die Beklagte als Bankinstitut auf ihrer Webseite die jeweiligen Kreditverträge bewerbe, richte sie sich an eine (unüberschaubare) Vielzahl von österreichischen Verbrauchern. Bereits dadurch sei von einer entsprechenden Publizität des geltend gemachten

Verstoßes auszugehen, sodass der Kläger ein berechtigtes Interesse an der Erteilung der Ermächtigung zur Urteilsveröffentlichung im Sinn des § 30 Abs 1 KSchG habe. Da die Beklagte überdies eine österreichische Spezialbank mit Schwerpunkt Konsumfinanzierung mit über 468.000 Kundenverträgen und rund 2.500 Partnern aus dem Waren- und Kfz-Handel und sohin nach eigenen Angaben führend bei Warenfinanzierungen sei, sei die begehrte Ermächtigung zur Urteilsveröffentlichung angemessen und berechtigt.

Die Beklagte beantragte die kostenpflichtige Klagsabweisung und bestritt dem Grunde und der Höhe nach.

Sie brachte zur kleineren Schriftgröße der Zahlen in der Fußnote des Kreditrechners vor, dass § 5 VKrG zur Darstellung der Standardinformationen lediglich eine klare, prägnante und auffallende Wiedergabe anhand eines repräsentativen Beispiels verlange. "Auffallend" bedeute dabei, dass die Informationen relativ zu den sonstigen Aussagen des Werbetexts nicht in den Hintergrund treten dürften. Der verständige, durchschnittlich informierte und aufmerksame Durchschnittsverbraucher müsse in der Lage sein, die erteilten Informationen zu identifizieren und deren Bedeutung richtig einzuordnen. Diese Voraussetzungen seien hier gegeben. Die optische Ausgestaltung des Berechnungsbeispiels sei "auffallend" genug iSd § 5 Abs 1 VKrG, weil die Schriftgröße ausreichend groß abgedruckt sei; die Fußnote mit hellgrauer Farbe auf schwarzem Hintergrund auch gut leserlich sei; alle Informationen in der Fußnote in derselben Schriftgröße abgedruckt seien; es nicht erforderlich sei, über einen Link an die notwendigen Informationen zu gelangen; sich der erklärende Text im selben Feld wie der

Kreditrechner und somit unmittelbar bei der Kreditrate befinde und somit jedermann ins Auge falle und von einem vernünftigen und kritischen Verbraucher auch zweifellos gelesen würde.

Die vom Kläger aufgestellte Forderung, dass alle Zahlenangaben in derselben Schriftgröße abgedruckt werden müssten, ergäbe sich weder aus der Richtlinie 2008/48/EG, noch aus § 5 VKrG, noch aus der Rechtsprechung. In der Lehre werde überwiegend die Ansicht vertreten, dass den Anforderungen des § 5 VKrG auch durch Informationsangaben im Kleindruck entsprochen werden könne, sofern der durchschnittliche Verbraucher die realistische Möglichkeit habe, diese zur Kenntnis zu nehmen. Der Kleindruck sei auch gängige Praxis bei den Mitbewerbern der Beklagten und darüber hinaus in den meisten (wenn nicht allen) anderen Branchen, sodass bereits ein flüchtiger Verbraucher, jedenfalls aber der an einer Kreditaufnahme interessierte Verbraucher derartige Hinweise wahr- und zur Kenntnis nehme.

Die unterschiedliche Druckgröße sei zudem für die Wahrnehmung und damit das Verständnis des durchschnittlichen Lesers förderlich. Eine Darstellung aller Informationen in derselben Schriftgröße würde die Wahrnehmung aller Standardinformationen erschweren, weil ein Textblock, der in derselben Schriftgröße gefasst sei, langweilig und daher abschreckend wirke. Sei er unterschiedlich gegliedert und in verschiedenen Schriftgrößen gehalten, wirke er interessanter, was den Zugang zum Inhalt erleichtere. Die Hervorhebung der Schlüsselteile Kreditbetrag, Laufzeit und monatliche Rate unterstütze die "klare, prägnante und auffallende Wiedergabe" der gesamten Standardinformationen.

Zur Auswahl eines repräsentativen Beispiels brachte die Beklagte im Wesentlichen vor, dass ein

Rechenbeispiel bereits dann repräsentativ sei, wenn Verträge grundsätzlich mit dem angebotenen Zinssatz abgeschlossen werden könnten. Dies allein, weil Österreich keine nähere gesetzliche Regelung getroffen habe und eine solche von der Richtlinie 2008/48/EG nicht verlangt wurde.

Nach Ansicht des Klägers wäre außerdem jede Werbung mit einem "ab Zinssatz" unzulässig; dafür gäbe es aber keinesfalls eine Rechtsgrundlage. Weder § 5 VKrG noch die Richtlinie 2008/48/EG definiere, was unter einem "repräsentativen Beispiel" zu verstehen sei. Insbesondere stelle § 5 VKrG an keiner Stelle die Forderung auf, dass das repräsentative Rechenbeispiel für in etwa 2/3 der Kunden angeboten werden müsse.

Dem angesprochenen Verbraucher sei mit der Angabe eines "ab Zinssatzes" außerdem klar, dass er einen Kreditvertrag bestenfalls zu diesen Konditionen erhalte, aber damit rechnen müsse, mehr zu bezahlen. Er erwarte nicht, dass dies der durchschnittlich angebotene und zum Tragen kommende Zinssatz sei. Aus dem Berechnungsbeispiel gehe auch klar hervor, dass der tatsächliche Zinssatz bonitätsabhängig sei. Die Verwendung von "Ab-Preisen" sei auch nicht irreführend im Sinne des § 2 UWG. Sofern die Bekanntgabe des Preises vernünftigerweise nicht im Voraus möglich sei, habe der Werbende über die Art seiner Preisberechnung zu informieren. Die Angabe von Eckpreisen (Ab-Preise) genüge dabei auch nach Auffassung des EuGH. Für die Frage, ob in einem "Ab-Preis" überhaupt eine "Aufforderung zum Kauf" liege, komme es darauf an, ob der Verbraucher hinreichend über das beworbene Produkt und dessen Preis informiert sei, um eine geschäftliche Entscheidung treffen zu können. Gegenständlich treffe der Verbraucher seine geschäftliche Entscheidung gerade nicht bereits zu dem Zeitpunkt, in dem er die Website

aufrufe, sondern erst wesentlich später, nämlich bei Zusendung eines konkreten Angebots durch die Beklagte, nachdem der Verbraucher die dafür relevanten Angaben eingegeben habe.

Die an das "repräsentative Beispiel" iSd § 5 VKrG gestellten Bedingungen dürften nicht überspannt werden. Eine genauer auf die jeweilige Situation des Verbrauchers zugeschnittene Information sei in der Werbung (noch) nicht nötig. Die Verpflichtung des Unternehmers, die Informationen nach § 5 VKrG "anhand eines repräsentativen Beispiels" zu erläutern, sei dahingehend zu verstehen, dass der Durchschnittsverbraucher kaum in der Lage sei, die verwendeten Fachbegriffe (zB Gesamtkreditbetrag, Gesamtbetrag, Gesamtkosten, effektiver Jahreszins) usw zu verstehen, sofern ihm nicht die Bedeutung der einzelnen Begriffe veranschaulicht werde. Diesem Zweck würden die Angaben im gegenständlichen Kreditrechner entsprechen. Erst später müssten konkretere, auf die jeweilige Situation des gewünschten Kredits zugeschnittene Angaben gemacht werden, wobei auch hinsichtlich des Detailgrads der Informationen nach § 6 VKrG danach zu unterscheiden sei, in welchem Vertragsverhandlungsstadium sich Kreditgeber und Verbraucher gerade befinden.

Diese Auslegung werde auch durch die Systematik der Richtlinie und des VKrG bestätigt, die eine "Verdichtung" der bereitgestellten Informationen von der Werbung bis zum Vertragsabschluss vorsehe: So enthalte § 5 VKrG keine Vorgaben für das "repräsentative Beispiel", während nach § 6 Abs 1 Z 7 VKrG, wenn der Verbraucher bereits bestimmte Wünsche geäußert habe, dies vom Kreditgeber bereits zu berücksichtigen sei. Dieser ansteigende Grad an Konkretisierung spiegle sich schon in den

Erwägungsgründen der Richtlinie 2008/48/EG wider. Im 18. Erwägungsgrund, bei dem es um die Werbung iSd Art 4/§ 5 VKrG gehe, werde keine Konkretisierung des "repräsentativen Beispiels" vorgenommen. Erst im 19. Erwägungsgrund, bei dem es dann aber bereits um die vorvertraglichen Informationen iSd Art 5/§ 6 VKrG gehe, werde näher beschrieben, welche Maßstäbe für die Wahl eines repräsentativen Beispiels zu berücksichtigen seien.

Die von der Klägerin vorgebrachten anonymisierten Kreditverträge seien zudem nicht relevant, weil sie nicht im Fernabsatz abgeschlossen worden seien, das auf der Website angeführte Beispiel sich aber ausschließlich auf Onlineanträge von Neukunden beziehe. Auch seien die vorgelegten Verträge nicht mit Neukunden, sondern mit bereits bestehenden Kunden abgeschlossen worden.

**Beweis wurde erhoben** durch Vernehmung des Zeugen [REDACTED] (ON 8, Seiten 5-6), Begutachtung der Homepage der Beklagten sowie Einsichtnahme in die Beilagen ./A bis ./G sowie ./1 bis ./5.

**Demnach wird folgender Sachverhalt festgestellt:**

Die in Österreich ansässige Beklagte hat über 490.000 Kundenverträge und rund 2.600 Partner im Waren- und KFZ-Handel (./G). Sie hat im Jahr 2018 Barkredite (exemplarisch) mit Sollzinssätzen von 8,3 bis 12,49 % und einem effektiven Jahreszinssatz von 9,06 bis 13,69 % abgeschlossen (./E).

Die Beklagte bietet Kredite auch im Fernabsatz an (./4). Die Homepage der Beklagten weist folgendes Startbild auf:

**Wann, wenn nicht JetztSofort Kredit?**  
Weil es manchmal schnell gehen muss  
[Jetzt anfragen](#)

JetztSofort Kredit Budgetrechner

**Kreditrechner**  
Wählen Sie hier die von Ihnen gewünschte Kredithöhe und Laufzeit aus und ermitteln Sie so Ihre Monatsrate.

Wunschbetrag **€ 8.000** Laufzeit **60 Monate**  
Monatsrate<sup>1)</sup> **€ 143,84** [Jetzt anfragen](#)

1) Sollzinssatz bonitätsabhängig ab 2,99 % p.a. (Sonderkondition gültig für Neukunden bei Onlineantrag); Repräsentatives Berechnungsbeispiel: 2,99 % p.a. Sollzinssatz, 3,07 % Effektivzinssatz, € 0,00,- Erhebungsgebühr, € 0,00,- Lohnvormerkgebühr, 0,00 % Bearbeitungsgebühr, € 0,00 monatliche Kontoführungsgebühr (bei Einziehungsauftrag), Laufzeit: 60 Monate, monatliche Rate: € 143,84, Gesamtkreditbetrag: € 8.000,00, zu zahlender Gesamtbetrag: € 8.630,40. Angebot gültig bis 31.05.2019. Erfüllung banküblicher Bonitätskriterien vorausgesetzt. Produktangaben: Laufzeit 24 - 120 Monate

(Screenshot des Kreditrechners, [www.santanderconsumer.at](http://www.santanderconsumer.at), ./D).

Kunden haben die Möglichkeit, einen Antrag auf Konsumkredit in Höhe von bis zu EUR 65.000,-- zu stellen. Die Konditionen sind dabei jeweils bonitätsabhängig.

Die in der Fußnote angegebenen Informationen bezüglich der Kosten des Kredits sind dabei relativ kleiner als die Begriffe „Wunschbetrag“, „Laufzeit“ und „Monatsrate“ sowie der berechnete Betrag der jeweiligen Monatsrate. Die Größe und Lesbarkeit der Website ist dabei jeweils auf die Darstellung typischer Monitore zugeschnitten.

Das von der Beklagten als „repräsentatives Beispiel“ angegebene Rechenbeispiel enthält einen Sollzinssatz von 2,99% und einen Effektivzinssatz von 3,07%. Die Beklagte hat im Jahr 2018 auch Kreditverträge zu diesen Konditionen abgeschlossen (./2). Es konnte nicht festgestellt werden, wie viele Kredite die Beklagte aufgrund ihres Online-Angebotes

tatsächlich mit einem Sollzinssatz von 2,99% und einem Effektivzinssatz von 3,07%, also zu den Niedrigstzinssätzen aus der Beispielrechnung in ihrer Werbung, abgeschlossen hat.

Nach Eingabe der gewünschten Kreditsumme und der gewünschten Laufzeit auf der Website und Klick auf den roten Button „Jetzt anfragen“ kann in einem mehrstufigen Verfahren unter Angabe von generellen Daten sowie Budgetangaben und persönlichen Angaben ein Kreditantrag abgegeben werden (./5).

Folgende Schritte sind dabei konkret zu durchlaufen: Auf der Startseite der Homepage ist zunächst circa bis zur Mitte herunter zu scrollen; dort befindet sich ein Feld unterlegt mit dem Titel „einfach online beantragen“. Im dortigen Feld ist der Button „mehr erfahren“ anzuklicken (./B). Dadurch gelangt man auf eine Seite mit dem Videoclip „Santander Go“ (Dauer: 2:01 Min.). In diesem Clip wird damit geworben, in 4 Schritten zum Wunschkredit zu gelangen. Schritt 1 ist der sogenannte Finanzcheck, wo ersichtlich ist, welches Einkommen und welche Verbindlichkeiten der Kunde hat. Dort wird auch exemplarisch zu Girokonto und einzelnen Banken ausgeführt. Daran folgt als Schritt 2 der Kreditvorschlag. Darin werden dem Kunden mehrere Varianten ausgelegt, unter anderem nach verschiedenen Wunschbeträgen und Laufzeiten sowie Zinssätzen und Raten. Im Videoclip wird ein Zinssatz von je 3,65 % angeführt. Der Kunde befindet sich während dieses Schrittes im Screen-Sharing-Modus, er führt also ein Gespräch mit einer Beraterin der Beklagten, welche dieselben Angaben auf ihrem Bildschirm sieht. Als dritter Schritt erfolgt dann die Dokumentenübermittlung, dies mittels Upload-Funktion. Diese umfasst zB den Einkommensnachweis sowie eine Ausweiskopie; die Dokumente werden jeweils geprüft. Als

Schritt 4 wird der Kreditantrag dann im Fernabsatz an den Kunden übermittelt. Auch die Unterschrift des Kreditvertrags kann samt Unterlagen mit Upload-Funktion wieder ins System der Beklagten übermittelt werden. Zuvor müssen die Kreditunterlagen bzw der Antrag ausgedruckt und original unterschrieben werden.

Die Beklagte war bis dato nicht bereit, eine Unterlassungserklärung abzugeben (./A).

**Beweiswürdigung:**

Die Feststellungen gründen auf den in Klammern angeführten unbedenklichen Beweismitteln. Divergierende Ansichten liegen im Wesentlichen nur zur rechtlichen Beurteilung des ansonsten weitaus unstrittigen Sachverhaltes vor. Die Vernehmung eines weiteren Zeugen ( [REDACTED] [REDACTED] ) konnte daher unterbleiben. Im Übrigen war dieser Beweisantrag nicht ausreichend konkret (vgl. ON 8, S. 6). Die Augenscheinnahme der Websites anderer Banken war hier nicht maßgeblich, weil es sich allein um den Auftritt der Beklagten handelte.

Der Aufbau der Homepage der Beklagten sowie die einzelnen Schritte im Videoclip wurden zusätzlich zu den ohnehin vorgelegten Screenshots auch im Rahmen der Verhandlung in Augenschein genommen (ON 8, S. 67). Der Videoclip ergab sich auch aus dem gemäß § 193 Abs 3 ZPO vorgelegten USB-Stick (ON 9).

**Rechtlich folgt:**

1. Werden in einer Werbung für Kreditverträge Zinssätze oder sonstige, auf die Kosten eines Kredits für den Verbraucher bezogene Zahlen genannt, so muss die Werbung gemäß § 5 Abs 1 VKrG klar, prägnant und auffallend anhand eines repräsentativen Beispiels gewisse gesetzlich bestimmte Standardinformationen enthalten. Konkret sind der feste und/oder variable

Sollzinssatz zusammen mit Einzelheiten aller für den Verbraucher anfallenden Kosten, der Gesamtkreditbetrag, der effektive Jahreszins, gegebenenfalls die Laufzeit und gegebenenfalls der vom Verbraucher zu zahlende Gesamtbetrag sowie der Betrag der Teilzahlungen anzugeben.

**1.1.** "Auffallend" bedeutet dabei als formale Anforderung eine Platzierung an hervorgehobener, leicht bemerkbarer Stelle, wogegen „klar und prägnant“ inhaltliche Vorgaben macht, wonach die Informationen exakt, möglichst knapp und für einen durchschnittlichen Verbraucher verständlich sein müssen (RIS-Justiz RS0132626, zuletzt 4 Ob 24/19m).

**1.2.** Was die Auffälligkeit dieser Angaben betrifft, so muss es nach dem Zweck der Vorschrift zumindest bei optisch wahrnehmbaren Werbemaßnahmen darauf ankommen, dass die Information dem Verbraucher ins Auge fällt (Heinrich in Schwimann/Kodek<sup>4</sup>, ABGB Praxiskommentar § 5 VKrG Rz 9). Gleich ob es sich um ein Printmedium oder eine Internetseite handelt, müssen alle Zahlenangaben in derselben Art und Weise dargestellt werden (Schurr in Fenyves/Kerschner/Vonkilch<sup>3</sup>, Verbraucherkreditgesetz § 5 VKrG Rz 10).

**1.3.** Die Beklagte gibt die Standardinformationen des § 5 VKrG auf ihrer Website in unterschiedlicher Weise wieder. Während die Begriffe „Wunschbetrag“, „Laufzeit“ und „Monatsrate“ auffallend im Rahmen eines für den Verbraucher zu betätigenden „Rechners“ ins Auge fallen und der aus den ersten beiden Parametern berechnete monatliche Betrag sodann wiederum auffälliger und größer dargestellt werden, rücken die restlichen Informationen relativ dazu in einer Fußnote stark in den Hintergrund. Insgesamt ist unter anderem auf die Schriftgröße, das Schriftbild und den Kontrast

zwischen Buchstaben und Hintergrund abzustellen. Die sich auf der Website der Beklagten in der Fußnote befindenden Angaben weichen dabei jeweils sowohl in ihrer Schriftgröße, in ihrem Schriftbild, als auch im Kontrast zwischen Buchstaben und Hintergrund im Vergleich zu den vorangestellten, offensichtlich betonten Informationen hinsichtlich Wunschbetrag, Laufzeit und monatliche Rate ab.

In einer Gesamtbetrachtung kann daher nicht von einer ausreichend auffälligen Darstellung im Sinne des § 5 Abs 1 VKrG gesprochen werden und liegt mit diesem Werbeauftritt ein Verstoß vor. Das erste Unterlassungsbegehren besteht somit zu Recht.

**2.** Hinsichtlich der Anforderung des § 5 Abs 1 VKrG, die genannten Standardinformationen anhand eines „repräsentativen Beispiels“ aufzuzeigen, gibt das Gesetz selbst keine näheren Angaben vor, wann ein Beispiel als repräsentativ anzusehen ist. Rein wörtlich ist wohl von einem Beispiel auszugehen, dass einen erheblichen Teil der abgeschlossenen Kreditverträge widerspiegelt. Die (richtlinienkonforme) Auslegung dieser Bestimmung ist daher notwendig, um ihre genaue Bedeutung erfassen zu können.

**2.1.** Normzweck des § 5 VKrG ist es, dem Verbraucher schon in der Phase der Geschäftsanbahnung vor Augen zu führen, mit welchen Belastungen er bei Eingehung des beworbenen Produkts zu rechnen hat und ihn derart in die Lage zu versetzen, verschiedene Angebote miteinander zu vergleichen. Dem Verbraucher soll ermöglicht werden, die Konditionen des Anbieters und damit die von ihm zu tragende Gesamtbelastung vollständig zu überschauen. Dieser Normzweck verlangt Transparenz in der Darstellung der Kostenbelastung auch für solche Nebenleistungen, die nicht ausnahmslos jeden Vertragspartner treffen, sondern deren Erfordernis nur

im Einzelfall gegeben ist (RIS-Justiz RS0129480 = 4 Ob 70/14v; zuletzt 4 Ob 24/19m).

In § 5 VKrG kommt das gestufte Informationsmodell des neuen Verbraucherkreditrechts zum Ausdruck. Danach ist der Kreditgeber verpflichtet, dem Verbraucher bereits im Rahmen der Werbung bestimmte Informationen zu übermitteln, sofern in ihr auf die Kreditkosten bezogene Zahlen genannt werden (*Heinrich* aaO Rz 1). Die Vorschrift verfolgt das Ziel, den spezifischen Schutz des Verbrauchers sehr frühzeitig beginnen zu lassen, nämlich weit vor dem Einsetzen der vorvertraglichen Phase, dh zu einem Zeitpunkt, zu welcher der Kreditgeber noch nicht auf einen konkreten Verbraucher trifft, dem er Informationen erteilen muss (*Schurr* aaO Rz 1).

Nach ErwGr 19 der RL (siehe oben S 6) sollte das Beispiel etwa der durchschnittlichen Laufzeit und dem Gesamtbetrag des gewährten Kredits bei der betreffenden Art von Kreditvertrag entsprechen und sich gegebenenfalls auf die gekauften Waren beziehen. Zudem sollte bei der Auswahl des Beispiels die Häufigkeit des Abschlusses bestimmter Kreditverträge auf einem speziellen Markt berücksichtigt werden.

**2.2.** Ob ein Beispiel als repräsentativ angesehen werden kann, muss im Einzelfall beurteilt werden. Um diese Beurteilung allerdings vornehmen zu können, ist eine nachvollziehbare Prognose des Kreditgebers zum Zeitpunkt der Durchführung der Werbemaßnahme erforderlich (*Heinrich* aaO Rz 14). Die Prüfung, ob ein Beispiel repräsentativ ist, kann mitunter recht komplex sein und erfordert Einblick in Hintergrundinformationen des kreditgebenden Unternehmens (*Schurr* aaO Rz 13).

**2.3.** Grundsätzlich hat jede Partei die für ihren Rechtsstandpunkt günstigen Tatsachen zu beweisen (RIS-Justiz RS0037797). Die allgemeinen Beweislastregeln

finden jedoch eine Einschränkung dort, wo eine Beweisführung von der an sich dazu verpflichteten Partei billigerweise nicht erwartet werden kann, weil es sich um Umstände handelt, die allein in der Sphäre der Gegenseite liegen und daher nur ihr bekannt und damit auch nur durch sie beweisbar sind (RIS-Justiz RS0040182).

**2.4.** Wie viel Prozent der abgeschlossenen Kreditverträge zum beworbenen und wie viele zu einem darüber liegenden Zinssatz nun tatsächlich erfolgten, ist für den Kläger nicht beweisbar. Dahingehende Informationen zur Verfügung zu stellen und somit eine inhaltliche Auseinandersetzung zu ermöglichen, kann lediglich die Beklagte. Das Gericht folgt hier der Ansicht *Schurrs* (aaO Rz 13), der ganz offensichtlich eine solche Beweislastumkehr vertritt: Für den werbenden Unternehmer sei es jedenfalls ratsam, intern Dokumente zu erstellen, auf denen konkrete Rechenbeispiele so durchexerziert werden, dass im Zweifel in der Zukunft nachgewiesen werden könne, dass eine akkurate plausible Vorabberechnung erfolgt sei, aufgrund derer sich der konkrete Außenauftritt in der Werbung stütze, da das repräsentative Beispiel letztlich aus einer ex-ante Prognose erstellt werde.

**2.5.** Wie viele Kredite die Beklagte aufgrund ihres Online-Angebotes anhand der gegenständlich strittigen Werbung tatsächlich abgeschlossen hat, konnte nicht festgestellt werden. Auch interne Vorabrechnungen, Prognosen o.ä. wurden weder vorgebracht noch vorgelegt, obwohl der Kläger diese Art von Beweislastumkehr ausdrücklich geltend gemacht hat. Die exemplarisch vorgelegten Abschlüsse zu den beim Kreditrechner angeführten Niedrigstzinssätzen (siehe ./2) gaben keinerlei Aufschluss über ihre tatsächliche Anzahl im Gesamtverhältnis zu den übrigen Kreditabschlüssen mit

jeweils (viel) höheren Zinssätzen. Dabei bleibt auch das Argument der Beklagten unbeachtlich, dass sie diese niedrigen „ab Zinssätze“ nur Online-Neukunden anbiete. Der Werbeauftritt mit dem hier beanstandeten „repräsentativen Beispiel“ richtet sich an einen unbestimmten Kundenkreis und fällt dadurch in den Sinn und Zweck des gestuften Informationsmodells iSd § 5 VKrG und ErwGr 19 der Richtlinie.

**2.6.** Die Beklagte schaffte es in diesem Zusammenhang daher nicht zu beweisen, dass tatsächlich ein erheblicher Teil der aufgrund ihres Online-Auftritts abgeschlossenen Verträge zu den dort angebotenen Konditionen erfolgte. Daher ist davon auszugehen, dass kein überwiegender Teil der Vertragsabschlüsse zu dem online beworbenen Niedrigzinssatz erfolgt. Auch das zweite Unterlassungsbegehren besteht daher zu Recht.

**3.** Eine Unterlassungsklage setzt ganz allgemein ein „(materielles) Rechtsschutzbedürfnis“ im Sinn eines materiell-rechtlichen schutzwürdigen Interesses (RIS-Justiz RS0012064) und im Besonderen Wiederholungsgefahr voraus (RIS-Justiz RS0080143; RS0037664), die nach einer erfolgten Verletzungshandlung grundsätzlich vermutet wird. Die Wiederholungsgefahr ist im Allgemeinen dann ausgeschlossen, wenn ausreichende Anhaltspunkte für eine ernstliche Willensänderung der Beklagten bestehen (RIS-Justiz RS0079894). Dies wird vor allem im Fall des Anbots eines umfassenden vollstreckbaren Unterlassungsvergleichs ausgeschlossen (RIS-Justiz RS0079962; RS0079898). Für den Wegfall der Wiederholungsgefahr muss die Beklagte dem Kläger auch die (berechtigte) Ermächtigung zur Veröffentlichung des Vergleichs auf ihre Kosten in angemessenem Umfang anbieten (RIS-Justiz RS0079921; RS0079180).

**3.1.** Die Wiederholungsgefahr ist konkret zu

bejahen, weil die Beklagte die Rechtmäßigkeit der ihr vorgeworfenen Verhaltensweisen weiterhin verteidigt und ihren Online-Auftritt bisher nicht geändert hat (vgl. ./A). Insbesondere wurde auch kein umfassend vollstreckbarer Unterlassungsvergleich von der Beklagten angeboten. Eine ernstliche Willensänderung der Beklagten ist daher nicht ersichtlich und würde die Beklagte ihr Verhalten im Falle einer Klagsabweisung weiterhin fortsetzen.

**4.** Die Berechtigung des Begehrens auf Urteilsveröffentlichung hängt demgegenüber zunächst davon ab, ob ein berechtigtes Interesse des Klägers an der Aufklärung des Publikums im begehrten Ausmaß besteht (RIS-Justiz RS0079737). Bei dieser Beurteilung ist zu berücksichtigen, dass der Urteilsveröffentlichungsanspruch ein vom Unterlassungsbegehren abhängiger Nebenanspruch ist (RIS-Justiz RS0079531; vgl. auch RS0079596).

**4.1.** Der Veröffentlichungsanspruch ist hier zu bejahen, weil ein berechtigtes Interesse des Klägers an der Aufklärung des Publikums vorliegt. Die Beklagte ist eine österreichweit tätige Konsumentenbank, welche mit ihrem Online-Auftritt eine unüberschaubare Anzahl an Verbrauchern erreicht. Die Veröffentlichung in einer auflagenstarken österreichweiten Zeitung entspricht demnach jedenfalls dem berechtigten Interesse, alle potentiellen Kunden aufklärend zu erreichen.

**5.** Die Kostenentscheidung gründet auf § 41 Abs 1 ZPO und das unbestritten gebliebene Kostenverzeichnis des Klagevertreters (§ 54 Abs 1a ZPO).

Handelsgericht Wien  
1030 Wien, Marxergasse 1A  
Abt. 43, am 30. Juli 2019

Mag. Christian Mosser, LL.M.  
Richter

Elektronische Ausfertigung  
gemäß § 79 GOG