



REPUBLIK ÖSTERREICH
HANDELSGERICHT WIEN

11 Cg 62/17f - 12

(Bitte in allen Eingaben anführen)

Marxergasse 1a
1030 Wien

Tel.: +43 1 51528 769

IM NAMEN DER REPUBLIK!

Das Handelsgericht Wien erkennt durch den Richter Dr. Alexander Sackl in der

RECHTSSACHE:

Klagende Partei

Verein für Konsumenteninformation
Linke Wienzeile 18
1060 Wien

vertreten durch

Kosesnik-Wehrle & Langer Rechtsanwälte
KG
Ölzeltgasse 4
1030 Wien
Tel.: +43 1 713 61 92, Fax: +43 1 713 61 92
22
Firmenbuchnummer 214452x
(Zeichen: SG-17-0026)

1. Beklagte Partei

FCA Austria GmbH
Schönbrunner Straße 297-307
1120 Wien
Firmenbuchnummer 144506i

vertreten durch

Mag. Andrea ZINOBER Rechtsanwalt
Landstraßer Hauptstraße 1
1030 Wien
Tel.: 715 11 15

2. Beklagte Partei

FCA Leasing GmbH
Schönbrunner Straße 297-307
1120 Wien
Firmenbuchnummer 126605i

vertreten durch

Mag. Andrea ZINOBER Rechtsanwalt
Landstraßer Hauptstraße 1
1030 Wien
Tel.: 715 11 15

Wegen: Unterlassung und Urteilsveröffentlichung

nach mündlicher Streitverhandlung zu Recht:

1. Die beklagten Parteien sind schuldig, es im geschäftlichen Verkehr mit Verbrauchern zu unterlassen, den Abschluss von Verbraucherleasing Verträgen im Sinne des § 26 Abs 1 VKrG unter Hinweis auf eine bestimmte monatliche Leasingrate oder sonstige auf die Kosten des Verbraucherleasingvertrages bezogene Zahlen zu bewerben, ohne dass die Werbung klar, prägnant und auffallend anhand eines repräsentativen Beispiels sämtliche in § 5 VKrG sowie in § 26 Abs 2 iVm § 25 Abs 2 VKrG angeführten Standardinformationen enthält, insbesondere, wenn diese in der Fernsehwerbung nur im Kleinstdruck und/oder nur für eine derart kurze Dauer eingeblendet werden, die ein sinnerfassendes Lesen nicht zulässt, oder wenn in der Internetwerbung die

Standardinformationen nicht bei erster Nennung der monatlichen Leasingrate oder sonst auf die Kosten eines Verbraucherleasingvertrages bezogenen Zahlen in gleicher Schriftgröße und Auffälligkeit wiedergegeben werden, oder sinngleiche Praktiken zu unterlassen.

2. Die erstbeklagte Partei ist schuldig, binnen 6 Monaten ab Rechtskraft des über diese Klage ergehenden Urteils den klagsstattgebenden Teil des über diese Klage ergehenden Urteilsspruchs mit Ausnahme der Kostenentscheidung einmal für die Dauer von 30 Tagen auf der Website www.fiat.at zu veröffentlichen, und zwar in Fettdruckumrandung und mit gesperrt geschriebenen Prozessparteien, ansonsten in jener Schriftgröße und -farbe, Farbe des Hintergrunds und Zeilenabständen, wie im Textteil ihrer Homepage üblich, wobei die Urteilsveröffentlichung über einem zu Beginn der Startseite unübersehbar angebrachten Link direkt aufrufbar sein muss.
3. Der klagenden Partei wird die Ermächtigung erteilt, jeweils einmal binnen 6 Monaten ab Rechtskraft des über diese Klage ergehenden Urteils den klagsstattgebenden Teil des Urteilsspruches mit Ausnahme der Kostenentscheidung, durch Verlesung in den Fernsehprogrammen ORF 2 vor dem Werbeblock „Seitenblicke“, in Servus TV und österreichischen Werbefenster von Vox, jeweils vor Beginn des Hauptabendprogramms, auf Kosten der beklagten Parteien, die dafür zur ungeteilten Hand haften, zu veröffentlichen.
4. Die beklagten Parteien sind zur ungeteilten Hand schuldig, der klagenden Partei binnen 14 Tagen die mit EUR 8.914,45 bestimmten Verfahrenskosten (darin enthalten EUR 1.604,90 Pauschalgebühren und EUR 1.197,86 USt) zu ersetzen.

ENTSCHEIDUNGSGRÜNDE:

Außer Streit steht:

Der Kläger ist ein gemäß §§ 28, 28a, 29 KSchG zur Klage legitimierter Verein.

Die Erstbeklagte betreibt den Generalimport und Großhandel mit Kraftfahrzeugen, unter anderem der Marke „Fiat“. Die Zweitbeklagte fungiert beim Ankauf von Kraftfahrzeugen unter anderem der Marke „Fiat“ als Leasinggeberin. Die beiden Beklagten sind konzernverbundene Unternehmen. Bei Erwerb des beworbenen Modells (Fiat 500 Anniversario) und Leasingfinanzierung kommt der Leasingvertrag regelmäßig mit der Zweitbeklagten als

Leasinggeberin zu Stande.

Die Erstbeklagte bewirbt im Internet auf ihrer Website www.fiat.at und mittels Fernsehspots das Modell Fiat 500 Anniversario samt Leasingangebot der Zweitbeklagten, und zwar im Wesentlichen wie folgt:

Fernsehspot:

Die von der erstbeklagten Partei beauftragte Fernsehwerbung dauert 30 Sekunden. Ein im Stil der 1950iger Jahre gekleidetes Paar fährt mit einem „Fiat 500 alt“ in ein Mailänder Kino. Man sieht das junge Paar gemeinsam mit anderen lachend vor der Filmleinwand. Nach dem Film öffnet der Herr die Glastür zur Straße und sieht - in die aktuelle Zeit versetzt - einen modernen, „Fiat 500 Anniversario“. Überrascht und verträumt fährt er über die Karosserie, bis seine Begleiterin ihn zurückruft. Er reißt sich vom Wagen los und eilt zu ihr zurück, sieht sich im Weggehen aber nochmals um. Ins Bild gelangt wieder der Fiat 500 Anniversario, dazu wird der Text „Der neue 500 Anniversario - Forever Young Since 1957“ eingeblendet, wobei letztere Textpassage auch von einem Sprecher wiedergegeben wird. Sodann folgt eine weibliche Stimme mit der Ankündigung: „Der neue Fiat Cinquecento Anniversario - schon ab EUR 65,00 im Monat!“ Das Bild zeigt sodann einen Fiat 500 „alt“ und den Fiat 500 Anniversario. Rechts der beiden Autos wird eingeblendet: „AB €65,-/MONAT* INKL. 4 JAHREN GARANTIE**.“ Diese Einblendung dauert rund 4 Sekunden. Für lediglich maximal 2 Sekunden erscheint der Hinweis: „*Fiat 500 Anniversario 1.2 ECO 69: Listenpreis € 16.100,-; Barzahlungspreis (BZPreis) € 12.990,- inkl. Modellbonus, Händlerbeteiligung und € 1.000,- FCA Bank Bonus bei Finanzierung; Laufzeit 36 Monate, Fahrleistung pro Jahr 10.000 km; Rate mtl. € 65,-; Anzahlung € 3.897,-; Restwert € 8.319,-; Gesamtkreditbetrag € 13 130,-; Gebühren inkl. staatl. Vertragsgebühr € 452,-; Sollzinssatz fix 4,6 %; eff. Jahreszins 6,85 %; FCA Restschuldversicherung Basis € 140,-; Gesamtbetrag € 14.811,-; Frei-bleibendes Angebot der FCA Leasing GmbH. Voraussetzung: Bankübliche Bonitätskriterien, Wohnsitz/Beschäftigung in Österreich. BZPreis, Anzahlung, Rate und Restwert in EUR inkl. MWSt. u. NoVA. **Jeder neue Fiat PKW ist serienmäßig mit 4 Jahren Fiat Garantie (2 Jahre Neuwagengarantie ohne Kilometerbeschränkung und 2 Jahre Funktionsgarantie „Maximum Care“ bis 60.000 km Gesamtleistung) aus-gestattet. Details auf www.fiat.at. Stand 06/2017. Gesamtverbrauch 3,4 – 4,5 l/100 km, CO2-Emissionen 88 –105 g/km.“ die Schrift ist weniger als halb so groß wie die der Einblendung AB €65,-/MONAT* INKL. 4 JAHREN GARANTIE**.“

Der inkriminierte Spot wurde im Juli 2017 mehr als 1400 mal gesendet, und zwar im ORF, in österreichischen Privatsendern und in österreichischen Werbefenstern deutscher Privatsender zu allen Tageszeiten, vorwiegend nachmittags und abends.

Internetwerbung:

Der Internetauftritt stellt sich so dar, wie sich dies aus den Beilage .A und .B ergibt, wobei diese Seite laut Beilage .B sich erst nach anklicken des Menüpunktes „Anbote“ auf der Seite gemäß Beilage .A öffnet. Im Wesentlichen ist dabei auf der Startseite „fiat.at“ auch der ober dargestellte Fernsehwerbespot abzurufen. Unmittelbar darunter befinden sich Fotos vom „Fiat 500 Anniversario“ mit der Beschreibung „ DIE GEBURTSTAGSEDITION DES FIAT 500. Der „Fiat 500 Anniversario 1.2 69“ jetzt im Leasing ab € 65,-mtl. inklusive 4 Jahren Garantie* " Über einen darunter angebrachten Link „zum Angebot“ gelangt man auf eine Beschreibung des Fiat 500 Anniversario. Sie endet mit dem fettgedruckten Hinweis „Jetzt im Leasing ab € 65,-mtl.“ Auf dieser Unterseite ist das Sternchen von der Startseite aufgelöst, und es findet sich in kleinerem und dünnerem Druck als die Beschreibung des Wagens: „*2 Jahre Neuwagengarantie und 2 Jahre Funktionsgarantie „Maximum Care“ bis 60000km gemäß deren Bedingungen, gültig bei Kaufvertragsabschluss bis 30.09.2017. Aktion gültig für Neuwagen. Angebot freibleibend. „Fiat 500 Anniversario 1.2 69: Listenpreis € 16.100,-; Barzahlungspreis (BZPreis) €12.990,- inkl. Modellbonus, Händlerbeteiligung und € 1.000,- FCA Bank Bonus bei Finanzierung; Laufzeit 36 Monate, Fahrleistung pro Jahr 10.000km; Rate mtl. € 65,-; Anzahlung € 2.897,—; Restwert € 8.319,-; Gesamtkreditbetrag € 13.130,-; Gebühren inkl. staatl Vertragsgebühr € 452,-; Sollzinssatz fix 4,6%; eff Jahreszins 6,85%; FCA Restschuldersicherung Basis € 140,-; Gesamtbetrag € 14.811,—; freibleibendes Angebot der FCA Leasing GmbH. Voraussetzung: Bankübliche Bonitätskriterien, Wohnsitz/Beschäftigung in Österreich, BZPreis, Anzahlung, Rate und Restwert in EUR inkl. MWSt. u. NoVA. Angebot gültig bei Kaufvertragsabschluss bis 31.08.2017.“

Parteivorbringen:

Der Kläger erhebt die im Spruch ersichtlichen Begehren. Bei den inkriminierten Werbungen handle es sich bei dem beworbenen Leasingvertrag um einen Verbraucherleasingvertrag im Sinne des § 26 Abs 1 Z 3 oder 4 VKrG. § 5 Abs 1 VKrG bestimme, dass eine Werbung für Kreditverträge iSd VKrG, die Zinssätze oder sonstige, auf die Kosten des Kredites für den Verbraucher bezogene Zahlen nennt, klar, prägnant und auffallend anhand eines repräsentativen Beispiels Standardinformationen enthalten müsse, die in den Ziffern 1 bis 5 des § 5 Abs 1 VKrG näher definiert seien. Die Wiedergabe der Standardinformationen in einem unleserlichen Kleindruck für die Dauer von einer Sekunde in einer dreißigsekündigen Fernsehwerbung entspreche nicht der Anforderung, dass die Standardinformationen klar, prägnant und auffallend erteilt werden. Die inkriminierten Werbungen würden daher gegen § 5 Abs 1 iVm § 25 Abs 1 und 2 , 26 Abs 1 und 2 VKrG verstoßen. Die beiden beklagten Konzerngesellschaften würden im bewussten und gewollten Zusammenwirken tätig und seien

daher in Hinblick auf den im folgenden dargelegten Verstoß gegen die Informationspflichten in der Werbung für Kreditverträge gleicher Maßen zur Unterlassung verpflichtet. Es bestehe ein berechtigtes Interesse der umworbenen Verkehrskreise, das sind Kunden ebenso wie potentielle Kunden und Mitbewerber der beklagten Parteien, über den Gesetzesverstoß aufgeklärt zu werden. Im Juli 2017 sei die inkriminierte Werbung über 1400 Mal gesendet, und zwar im ORF ebenso wie in österreichischen Privatsendern und in österreichischen Werbefenstern deutscher Privatsender zu allen Tageszeiten, allerdings mit Schwerpunkt auf das Nachmittags- und Abendprogramm. Im Sinne des Talionsprinzips werde Urteilsveröffentlichung im Fernsehen auf den Kanälen ORF 2, Servus TV und Vox sowie auf der Website der Erstbeklagten www.fiat.at begehrt.

Die Beklagten beantragen Klagsabweisung. Die Werbung sei von der Erstbeklagten in Auftrag gegeben worden. Die zweitbeklagte Partei habe somit selbst keinen Verstoß gegen § 5 Verbraucherkreditgesetz zu verantworten, sodass die Klage gegen die zweitbeklagte Partei abzuweisen sei. Die Werbungen seien mit der nach dem VKrG notwendigen Standardinformationen versehen gewesen, wobei die Lesbarkeit des Textes aber vom jeweiligen Fernsehgerät, auf dem der Werbespot abgespielt wird, abhängig sei. Die inkriminierte Werbung sei zudem eine reine Imagewerbung, die das Interesse der angesprochenen Verkehrskreise für das Fahrzeug wecken solle, die gesetzlich vorgeschriebenen Informationen seien ohnehin vollständig und richtig auf der Website fiat.at abrufbar. § 5 VKrG sei darüber hinaus nicht anwendbar, weil der beanstandete Werbespot keine Werbung für einen Kreditvertrag und auch nicht für einen Leasingvertrag darstelle, sondern für ein Kfz. Zudem hätten die Beklagten mit den angegebenen Standardinformationen erfüllen alle inhaltlichen Anforderungen des § 5 (1) Zif 1 bis 5 VKrG „klar, prägnant und auffallend“ erfüllt.

Rechtlich folgt:

Gemäß § 1 UWG kann auf Unterlassung in Anspruch genommen werden, wer eine unlautere Geschäftspraktik oder sonst unlautere Handlung anwendet, die geeignet ist, den Wettbewerb zum Nachteil von Unternehmen nicht nur unerheblich zu beeinflussen. Als unlauter gilt dabei jedenfalls eine irreführende oder aggressive Geschäftspraktik, wie sie im Anhang unter den Ziffern 1 bis 31 angeführt ist. Zur Beurteilung, ob eine nicht im Anhang angeführte Handlung unlauter ist, sind die Wertungen zugrunde zu legen, die die Judikatur zur Sittenwidrigkeit im Sinne des § 1 UWG alt entwickelt hat, somit Handlungen der Fallgruppen Ausbeuten fremder Leistung, Behinderung, Eindringen in fremde Kundenkreise, etc. Zu diesen, nach der Judikatur als sittenwidrigen Geschäftshandlungen gehört dabei unter anderem auch der sittenwidrige Rechtsbruch. Diese Fallgruppe ist durch die UWG-Novelle 2007 im Wesentlichen

unberührt geblieben (Wiebe/Kodek, UWG, RZ 14 zu § 1 UWG). Danach handelt unlauter, wer einen subjektiv vorwerfbaren Gesetzesverstoß begeht, der geeignet ist, ihm einen sachlich nicht gerechtfertigten Vorsprung gegenüber den rechtstreuen Mitbewerbern zu verschaffen.

Gemäß § 5. (1) Verbrauchercreditgesetz hat Werbung für Kreditverträge, die Zinssätze oder sonstige, auf die Kosten eines Kredits für den Verbraucher bezogene Zahlen nennt, klar, prägnant und auffallend anhand eines repräsentativen Beispiels folgende Standardinformationen enthalten:

- den festen oder variablen Sollzinssatz oder den festen und den variablen Sollzinssatz, zusammen mit Einzelheiten aller für den Verbraucher anfallenden, in die Gesamtkosten des Kredits einbezogenen Kosten, im Fall einer Kombination von festem und variablem Sollzinssatz die Geltungsdauer des festen Sollzinssatzes,
- den Gesamtkreditbetrag,
- den effektiven Jahreszins,
- gegebenenfalls die Laufzeit des Kreditvertrags und
- gegebenenfalls den vom Verbraucher zu zahlenden Gesamtbetrag sowie den Betrag der Teilzahlungen.

Schon aus dem Gesetzestext ergibt sich, dass das so dargestellte Beispiel repräsentativ und **auffallend** dargeboten sein muss. Informationen und eine Beispielsrechnung im Kleindruck erfüllen dieses Auffälligkeitsgebot nicht.

Im vorliegenden Fall hat die Erstbeklagte eine Fernsehwerbung in Auftrag gegeben, in der eine Leasingfinanzierung eines PKW-Kaufs beworben wird, wobei Leasinggeber die Zweitbeklagte ist. Die Erstbeklagte haftet daher als Auftraggeber. Die Zweitbeklagte ist der Nutznießer der Werbung und hat trotz Einflussmöglichkeit als konzernverbundenes Unternehmen die Werbung nicht verhindert. Beide Beklagte sind daher passiv legitimiert. Dass die Werbung nach der obigen Darstellung (zumindest auch) eine Werbung für eine Leasingfinanzierung ist, bedarf keiner weiteren Erörterung.

Im Fernsehspot wird die Leasingfinanzierung blickfangartig mit „Der neue Fiat Cinquecento Anniversario - schon ab EUR 65,00 im Monat!“ die Zusatzinformationen erfolgten nur für ca 2 Sekunden und somit in einer Zeit, in der sie keinesfalls zur Gänze gelesen werden können. Die Fernsehwerbung ist daher nicht auffallend im Sinne des § 5 VKrG.

Die Internetwerbung wirbt ebenfalls blickfangartig mit „Der neue Fiat Cinquecento Anniversario - schon ab EUR 65,00 im Monat!“. Nähere Informationen bekommt man erst bei Anklicken einer Unterseite in deutlich kleinerem Druck. Auch hier ist keine ausreichende Auffälligkeit im Sinne des § 5 VKrG gegeben.

Die Beklagte kann sich auch nicht auf eine vertretbare Rechtsansicht berufen, weil der Gesetzeswortlaut eindeutig ist.

Das beanstandete Verhalten ist daher rechtswidrig, weshalb der Unterlassungsanspruch zu Recht erhoben wurde.

Dem Veröffentlichungsbegehren war statt zu geben. Die Internetwerbung ist ebenso unstrittig wie der Umfang der Ausstrahlung des Fernsehspots. Das Veröffentlichungsbegehren des Klägers entspricht dem Talionsprinzip und dem Informationsinteresse der angesprochenen Verkehrskreise.

Die Kostenentscheidung stützt sich auf § 41 ZPO. Der Kläger hat zur Gänze obsiegt. Gegen die Höhe der von ihm verzeichneten Kosten wurden keine Einwände erhoben.

Handelsgericht Wien, Abteilung 11

Wien, 06. Februar 2018

Dr. Alexander Sackl, Richter

Elektronische Ausfertigung
gemäß § 79 GOG