



IM NAMEN DER REPUBLIK

Das Oberlandesgericht Linz als Berufungsgericht hat durch die Richter Mag. Hans Peter Frixeder als Vorsitzenden sowie Mag. Edeltraud Kraupa und Dr. Robert Singer in der Rechtssache der klagenden Partei **Verein für Konsumenteninformation**, Linke Wienzeile 18, 1060 Wien, vertreten durch die Kosesnik-Wehrle & Langer Rechtsanwälte KG in Wien, gegen die beklagten Parteien **1. Porsche Austria GmbH & Co OG**, Louise-Piech-Straße 2, 5020 Salzburg, **2. Porsche Bank AG**, Vogelweiderstraße 75, 5020 Salzburg, beide vertreten durch die Pressl Endl Heinrich Bamberger Rechtsanwälte GmbH in Salzburg, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert EUR 36.000,00), über die Berufung der Beklagten gegen das Urteil des Landesgerichtes Salzburg vom 9. Juli 2019, 57 Cg 54/19y-10, in nichtöffentlicher Sitzung zu Recht erkannt:

Der Berufung wird nicht Folge gegeben.

Die Beklagten sind schuldig, dem Kläger die mit EUR 3.355,98 (darin EUR 559,33 USt) bestimmten Kosten des Berufungsverfahrens binnen 14 Tagen zu ersetzen.

Der Wert des Entscheidungsgegenstandes übersteigt insgesamt EUR 30.000,--.

Die ordentliche Revision nach § 502 Abs 1 ZPO ist nicht zulässig.

ENTSCHEIDUNGSGRÜNDE:

Der Kläger ist ein gemäß den §§ 28, 28a, 29 KSchG zur Klage legitimierter Verein und als solcher auch berechtigt, auf einen Verstoß gegen § 5 VKrG gestützte Unterlassungsansprüche geltend zu machen. Die Erstbeklagte ist Großhändlerin für Markenfahrzeuge des Volkswagen-Konzerns. Die Zweitbeklagte ist Teil der Porsche Holding und bietet als international tätiges Finanzdienstleistungs-Unternehmen für Kfz ein umfassendes Spektrum; sie fungiert beim Ankauf von Kraftfahrzeugen, unter anderem der Marke Volkswagen, als Leasinggeberin. Die Beklagten haben ein Leasingangebot der

Zweitbeklagten für verschiedene Modelle der Marken Volkswagen als Bannerwerbung im Internet beworben, dies zum Beispiel auf der Seite www.orf.at, daneben aber auch auf der Homepage der Erstbeklagten sowie auf Straßenplakaten.

Der Kläger begehrt von den Beklagten, es im geschäftlichen Verkehr mit Verbrauchern zu unterlassen, den Abschluss von Verbraucherleasingverträgen iSd § 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 die in § 5 VKrG sowie in § 26 Abs 2 iVm § 25 Abs 2 VKrG angeführten Standardinformationen enthält, insbesondere, wenn diese auf Straßenplakaten nur im Kleindruck am unteren Plakatrand oder in der Internetbannerwerbung nicht ohne weitere Cursorbewegung ersichtlich oder in der Internetwerbung nicht in räumlichem Zusammenhang mit der blickfangartig herausgestellten Leasingrate, sowie in gleicher Schriftgröße und Auffälligkeit und/oder ohne weitere Untergliederung oder Hervorhebung unter anderen nicht zu den Standardinformationen zählenden Erläuterungen wiedergegeben werden, oder sinngleiche Praktiken zu unterlassen. Die Erstbeklagte sei zur Urteilsveröffentlichung auf ihrer Website zu verpflichten und der Kläger zur einmaligen Veröffentlichung in einer Samstagausgabe der Tageszeitung „Kronen Zeitung“ zu ermächtigen.

Der Kläger begründet sein Begehren damit, dass im Internet und auf der Plakatwerbung ein Verbraucherleasingvertrag beworben werde. Dabei seien die Zinssätze sowie weitere auf die Finanzierungskosten bezogene Zahlen (sogenannte Standardinformationen) klar, prägnant und auffallend anhand eines repräsentativen Beispiels zu nennen. Die Angabe der Standardinformationen in unleserlichem Kleindruck (auf den Plakaten) und deren Wiedergabe in kleiner Schrift auf einer erst durch einen Link aufrufbaren (Unter-)Seite im Internet genüge diesen Anforderungen nicht. Die Beklagten seien daher zur Unterlassung verpflichtet. Das Veröffentlichungsbegehren entspreche dem berechtigten Aufklärungsinteresse der angesprochenen Verkehrskreise sowie dem Talionsprinzip.

Die Beklagten bestritten das Klagebegehren, beantragten dessen Abweisung und brachten im Wesentlichen vor, dass ein repräsentatives Beispiel in Form einer Fußnote genüge. Besondere Hervorhebungen seien nicht notwendig. Abgesehen davon löse die bloße Angabe der monatlichen Leasingrate schon von vornherein die Informationspflicht des § 5 Abs 1 VKrG nicht aus. Diese würde nur schlagend, wenn tatsächlich unter der konkreten Angabe von Kreditkosten geworben werde. Da die Werbung im konkreten Fall nur den Hinweis auf den Kaufpreis und auf die monatliche Mindestrate enthalte, werde dem Verbraucher kein Hinweis auf die konkreten Kosten eines speziellen Leasingangebotes unterbreitet. Es handle sich lediglich um allgemeine Hinweise auf die Tatsache, dass für das konkrete Automodell ein

Leasing angeboten werde, mit dem eine Finanzierung des Fahrzeuges grundsätzlich möglich sei. Die Werbung sei als bloße Einladung zu begreifen, nähere Informationen einzuholen. Bei der isolierten Angabe einer monatlichen Leasingrate handle es sich gerade um keine besonders günstige Zahl, weil sie überhaupt keine Informationen, schon gar keine besonders günstigen Teilinformationen über Kreditkosten enthalte. Ohne Angabe anderer relevanter Bezugsgrößen sei der Informationswert der isolierten Leasingrate schlichtweg nicht vorhanden. Eine mögliche Relevanz für die Irreführungsgefahr bestehe mithin von vornherein nicht, sodass dazu auch die Anwendung der Informationspflicht des § 5 Abs 1 VKrG im Gesetzeszweck keine Deckung finde. Das Veröffentlichungsbegehren gehe zu weit, da das Urteil in der Regel in jener Form und Aufmachung zu publizieren sei, in der auch die beanstandete Ankündigung veröffentlicht worden sei. In vergleichbaren Fällen sei die österreichweite Veröffentlichung in einer Samstagsausgabe der „Kronen-Zeitung“ für ausreichend befunden worden, einer gleichzeitigen Veröffentlichung auf der Homepage der Erstbeklagten bedürfe es nicht.

Mit dem angefochtenen Urteil wurde der Klage stattgegeben.

Das Erstgericht legte dieser Entscheidung folgenden Sachverhalt zugrunde:

Die Marke Volkswagen ist eine der meistverkauften Automarken in Österreich, beliebtestes Modell ist dabei der VW Golf. Auf der Website www.orf.at war folgende Werbung ersichtlich:

The screenshot shows the ORF website interface. On the left, there is a news section with various headlines under categories like 'INLAND', 'AUSLAND', 'EU', 'SPORT', 'WIRTSCHAFT', and 'UNDESLAND'. The main headline is 'ANTRAG AUF MINDESTSICHERUNG' with sub-headlines: 'Mindestsicherung: Inhalt und Grundbesitz zur Debatte', 'Wien setzt Regierungsentwurf nicht um', 'Alte teilen Fehler „Fake News“', 'Schneemassen: Etliche Orte weiter nicht erreichbar', 'Wiener Bezirkschef will „Teitzelparkplickerl“', and 'Überassonussieger im DRKongo'. On the right, there is a large advertisement for the Volkswagen Golf. The ad features a silver Volkswagen Golf driving on a road. Text in the ad includes 'Der Golf. Der Volkswagen.', 'Der neue Golf Austria.', 'Jetzt ab € 14.990,-¹⁾', 'Oder mtl. ab € 289,-²⁾', and 'Mehr erfahren'. A small 'Rechtshinweis' is visible at the bottom of the ad.

Wenn man den Cursor nach links unten auf „Rechtshinweis“ bewegt, ist folgender schwer leserlicher Text ersichtlich, welcher in wesentlich kleineren Buchstaben und weniger auffällig als der Preis und die monatliche Leasingrate gedruckt ist:

„Preise u. Boni sind Richtwertpreise inkl. NoVA u MwSt. u. Werden vom Listenpreis abgezogen. 1) Ausgelobter Preis bereits abzgl. EUR 1.000,- Porsche Bank Bonus bei Finanzierung über die Porsche Bank u. EUR 500,- Versicherungsbonus bei Abschluss einer vollKASKO Versicherung über die Porsche Versicherung. EUR 500,- Servicebonus erhältlich bei Abschluss eines Porsche All inclusive-Pakets. Gültig bis 30.6.2019 (Kaufvertrags-/Antragsdatum) für Privatkunden. 2) Restwertleasing inkl. USt, NoVA, EUR 1.000,- Porsche Bank Bonus, EUR 500,- Versicherungsbonus u. EUR 500,- Servicebonus. Aktion gültig bis 30.6.2019 ausg. Polo Austria bis 30.3.2019 (Kaufvertrags-/Antragsdatum) bei Finanzierung eines max. 18 Monate alten Jungwagens ab EZ, Abschluss einer vollKASKO Versicherung und Abschluss eines Porsche Bank All inclusive-Pakets. Mindestlaufzeit 36 Monate, 10.000 km/Jahr, keine Eigenleistung, Versicherungsstufe 0, vollKASKO Selbstbehalt EUR 350,- bei Reparatur in einer Markenwerkstatt, Haftpflicht Anmeldebezirk S, ab 24 Jahre, Golf Austria: Zzgl. gesetzl. Vertragsgebühr EUR 78,40 und Bearbeitungsgebühren EUR 106,69, Gesamtleasingbetrag EUR 15.639,29, Restwert EUR 9.300,-, Sollzinssatz 3,5% var., Effektivzinssatz 4,18%, Effektivzinssatz inkl. KASKO 9,97%. Polo Austria: Zzgl. gesetzl. Vertragsgebühr EUR 55,79 und Bearbeitungsgebühren EUR 100,-, Gesamtleasingbeatrag EUR 11.489,43, Restwert EUR 6.960,- Sollzinssatz 3,5% var., Effektivzinssatz 4,26%, Effektivzinssatz inkl. KASKO 9,75%. Ausgen. Sonderkalk. Für Flottenkunden u. Behörden. Die Aktion ist limitiert u. kann pro Käufer nur 1 x in Anspruch genommen werden. Nur mit ausgewählten Aktionen kombinierbar. Angebote u. Aktionen gelten nur bei teilnehmenden VW Betrieben. Solange der Vorrat reicht. Verbrauch: 4,2 -4,8 l/100 km. CO2-Emission: 109 – 111 g/km. Symbolfotos Stand 01/2019“.

Über die Bannerwerbung gelangt man auf die Homepage der Erstbeklagten www.volkswagen.at, auf welcher „die neuen Austria Modelle – Polo und Golf jetzt im Allesdabei-Leasing“ beworben werden.

Auf dieser Seite werden „Der neue Golf Austria jetzt ab EUR 14.900,-- oder mtl. ab EUR 289,- im Alles-dabei-Leasing“ sowie „Der neue Polo Austria jetzt ab EUR 10.990,- oder mtl. ab EUR 219,- im Alles-dabei-Leasing“ vorgestellt. Es folgt „Der neue Tiguan Austria ab EUR 23.990,-“ sowie die Ankündigung „up! Austria & Passat Variant Austria ab EUR 8.999,- bzw. EUR 29.190,-“.

Alle Ankündigungen sind mit Lichtbildern der entsprechenden Autos versehen. Nach diesen Werbeanmeldungen folgen Links für die Möglichkeiten „Neuwagen konfigurieren“, „sofort verfügbare Neuwagen“ und „Onlineangebote“, sodann Links zu „Gebrauchtwagen“, „Schnäppchen von Volkswagen“ und „Probefahrt“, gefolgt von Links zu „Infomaterial“, „Händlersuche“ und „Volkswagen für Unternehmer“. Am Seitenende ist in kleinem und hellgrau auf weißem Hintergrund gehaltenen Druck ein Text, der unter anderem die Auflösung von Fußnoten enthält, ersichtlich, welcher wie folgt lautet:

„Alle Preise und Boni sind unverbindl. empf., nicht kartell. Richtpreise inkl. NoVA u. MwSt. Preisnachlässe werden vom unverbindl. empf., nicht kartell. Listenpreis abgezogen.

1) Ausgelobter Preis bereits abzüglich Porsche Bank Bonus, Versicherungsbonus u. Servicebonus: EUR 1.000,- Porsche Bank Bonus bei Finanzierung über die Porsche Bank u. Zusätzlich EUR 500,- Versicherungsbonus bei Abschluss einer vollKASKO Versicherung über

die Porsche Versicherung. Gültig bis 30.6.2019 (Kaufvertrags-/Antragsdatum) für Privatkunden. EUR 500,- Servicebonus erhältlich bei Abschluss eines Porsche Bank All Inclusive-Pakets. Gültig bis 30.6.2019 (Kaufvertrags-/Antragsdatum). Ausgen. Sonderkalk. Für Flottenkunden u. Behörden.

2) Restwertleasing inkl. USt, NoVA, EUR 1.000,- Porsche Bank Bonus, EUR 500,- Versicherungsbonus und EUR 500,- Servicebonus. Aktionen gültig bis 30.06.2019 (Kaufvertrags-/Antragsdatum) bei Finanzierung eines max. 18 Monate alten Jungwagens ab EZ, Abschluss eines Porsche Bank All Inclusive-Pakets. Mindestlaufzeit 36 Monate. Ausg. Sonderkalk. f. Flottenkunden und Behörden. Zzgl gesetzl. Vertragsgebühr EUR 78,40 und Bearbeitungsgebühren EUR 106,69, Gesamtleasingbetrag EUR 15.639,29, Laufzeit 36 Monate, 10.000 km/Jahr, keine Eigenleistung, Restwert EUR 9.300,-, Sollzinssatz 3,5 % var., Effektivzinssatz 4,18 %. Versicherungsstufe 0, vollKASKO Selbstbehalt EUR 350,- bei Reparatur in einer Markenwerkstatt, Haftpflicht Anmeldebezirk S, ab 24 Jahre, Effektivzinssatz inkl. KASKO 9,97 %. Die Aktion ist limitiert u. Kann pro Käufer nur 1 x in Anspruch genommen werden. Nur mit ausgewählten Aktionen kombinierbar. Angebote u. Aktionen gelten nur bei teilnehmenden VW Betrieben. Solange der Vorrat reicht.

3) Restwertleasing inkl. USt, NoVA, EUR 1.000,- Porsche Bank Bonus, EUR 500,- Versicherungsbonus und EUR 500,- Servicebonus. Aktionen gültig bis 31.3.2019 (Kaufvertrags-/Antragsdatum) bei Finanzierung eines max. 18 Monate alten Jungwagens ab EZ, Abschluss einer vollKASKO-Versicherung und Abschluss eines Porsche Bank All Inclusive-Pakets. Mindestlaufzeit 36 Monate. Ausg. Sonderkalk. f. Flottenkunden und Behörden. Zzgl. gesetzl. Vertragsgebühr EUR 55,79 und Bearbeitungsgebühren EUR 100,-, Gesamtleasingbetrag EUR 11.489,43, Laufzeit 36 Monate, 10.000 km/Jahr, keine Eigenleistung, Restwert EUR 6.960,-, Sollzinssatz 3,5% var., Effektivzinssatz 4,26%. Versicherungsstufe 0, vollKASKO Selbstbehalt EUR 350,- bei Reparatur in einer Markenwerkstatt, Haftpflicht Anmeldebezirk S, ab 24 Jahre, Effektivzinssatz inkl. KASKO 9,75%. Die Aktion ist limitiert u. Kann pro Käufer nur 1 x in Anspruch genommen werden. Nur mit ausgewählten Aktionen kombinierbar. Angebote u. Aktionen gelten nur bei teilnehmenden VW Betrieben. Solange der Vorrat reicht.

4) Unverbindl. Empf., nicht kartell. Listenpreis inkl. NoVA u MwSt. Preisnachlässe werden vom unverbindl. empf., nicht kartell. Listenpreis abgezogen. Ausgelobter Preis bereits abzüglich Porsche Bank Bonus u. Versicherungsbonus; EUR 1.000,- Porsche Bank Bonus (Ausnahme up!: EUR 500,-) bei Finanzierung über die Porsche Bank und EUR 500,- Versicherungsbonus bei Abschluss einer vollKASKO Versicherung über die Porsche Versicherung. Gültig bis 30.6.2019 (Kaufvertrags-/Antragsdatum) für Privatkunden. Abbildungen zeigen teilweise Mehrausstattungen gegen Aufpreis. Symbolfotos. Angebote nur bei teilnehmenden VW Betrieben. Solange der Vorrat reicht. Die Angaben entsprechen den zum Zeitpunkt der Drucklegung vorhandenen Kenntnisse. Satzfehler sowie Änderungen vorbehalten. Bitte erkundigen Sie sich vor Abschluss des Kaufvertrages über den genauen Ausstattungs- bzw. Serienumfang sowie den Preis Ihres Fahrzeuges. Verbrauch: 4,2 -4,8 l/km. CO2-Emission: 95 – 123 g/km. Symbolfotos Stand 12/2018.“

Auf die gleiche Art und Weise ist das Straßenplakat verfasst. Auf diesem ist der neue Golf Austria zum groß herausgestellten Preis von ab EUR 14.990,- oder monatlich ab EUR 289,- abgebildet. Sowohl der Kaufpreis als auch die Leasingrate ist mit einer Fußnote versehen, die am Plakatende aufgelöst wird. Die Schriftgröße der aufgelösten Fußnoten reicht aus, wenn man vor dem Plakat steht und liest; jedoch nicht für den vorbeifahrenden Verkehr; sie sind in wesentlich kleineren Lettern und weniger auffallend gedruckt als die monatliche Leasingrate.

Das Plakat hat folgendes Aussehen (Beilage ./D):



Die allgemeinen Geschäftsbedingungen, Fassung 03/2017, welche den mit den Verbrauchern abgeschlossenen Leasingverträgen der zweitbeklagten Partei zugrunde liegen, enthalten unter anderem Folgendes (Beilage ./E):

„Besondere Bedingungen für Restwert Leasing (RLB)

.....

2. Ermittlung des kalkulatorischen Restwertes zum Abrechnungstichtag

a) vor Erreichung der Kalkulationsbasisdauer: Der kalkulatorische Restwert vor Erreichung der Kalkulationsbasisdauer ergibt sich aus der Formel „(Ausstehende Entgelte bis zur Erreichung der Kalkulationsbasisdauer + vertraglicher Restwert zum Ende der Kalkulationsbasisdauer minus Depot) abgezinst mit dem 3-Monats-EURIBOR lt. 6. zzgl. Depot“ (...)

b) bei Erreichung der Kalkulationsbasisdauer: vereinbarter Restwert laut Vertrag (...)

c) nach Erreichung der Kalkulationsbasisdauer: Endet der Vertrag nach der Kalkulationsbasisdauer, wird der Restwert lt. Vertrag monatlich um einen Betrag gesenkt, der sich aus der Formel: „(Basispreis minus vertraglicher Restwert zum Ende der Kalkulationsbasisdauer) dividiert durch die Kalkulationsbasisdauer“ ergibt.

3. Vertragsabrechnung

a) bei ordentlicher Kündigung durch den Leasingnehmer: Die Differenz zwischen dem kalkulatorischen Restwert zum Abrechnungstichtag und dem nach 1. ermittelten Betrag wird mit dem Kunden verrechnet, wobei ein eventueller Mehrerlös zu 75% gutgeschrieben wird.

Für Konsumenten: Die Differenz zwischen dem kalkulatorischen Restwert zum Abrechnungstichtag und dem nach 1. ermittelten Betrag wird vor Ende der Kalkulationsbasisdauer mit dem Kunden zu 100% verrechnet. Ab Erreichung der Kalkulationsbasisdauer wird dieser Betrag dem Kunden zu 75% verrechnet, ein eventueller Mehrerlös wird in jedem Fall zu 75% gutgeschrieben.

(...)

b) bei Auflösung wegen Diebstahl/Totalschaden: PORSCHE erhält eine Entschädigung in Höhe des kalkulatorischen Restwertes gem. 2., wobei Versicherungs- und Verwertungserlöse gem. 1. gutgeschrieben werden.

c) bei Auflösung durch den Leasinggeber aus wichtigem Grund gem. 4 ALB (Konventionalstrafe): Im Falle der Vertragsauflösung durch PORSCHE steht ihr eine Konventionalstrafe zu, die sich aus der Differenz zwischen dem kalkulatorischen Restwert gem. 2. und dem Ergebnis der Verwertung nach 1. ergibt, wobei die Konventionalstrafe nach § 1336 Abs 2 ABGB gemäßigt werden kann.

(...) (Beilage ./E).

In rechtlicher Hinsicht kam das Erstgericht zum Ergebnis, dass auf Verträge, mit denen ein Unternehmer einem Verbraucher einen entgeltlichen Zahlungsaufschub oder eine sonstige entgeltliche Finanzierungshilfe gewähre, die Bestimmungen des 2. Abschnitts des VKrG, damit auch die in § 5 Abs 1 VKrG geregelten Informationspflichten, anzuwenden seien. Ein Leasingvertrag beinhalte Elemente von Miete und Kauf; je nach der individuellen Ausgestaltung des Vertrages entspreche er eher dem einen oder dem anderen Typ (unter Hinweis auf RS0020007). Beim Finanzierungsleasing stehe nicht die vorübergehende Verschaffung der Gebrauchsmöglichkeit des Wirtschaftsgutes im Vordergrund; es gehe vielmehr darum, dass sich der Leasingnehmer für den dauernden Einsatz eines bestimmten Gutes entschieden habe, aber aus Gründen der Finanzierung den Leasingvertrag wähle, weshalb der Leasinggeber hier mehr oder weniger vor allem die Funktion eines Kreditgebers habe (unter Hinweis auf RS0020750). Für das Vorliegen des Finanzierungsleasings würden die Unkündbarkeit für den Leasingnehmer, die Möglichkeit des Ankaufs des Fahrzeugs zum kalkulierten Restwert und der Umstand sprechen, dass der Leasingnehmer das wirtschaftliche Risiko einer Wertminderung trage (unter Hinweis auf 3 Ob 12/09z). Gemäß § 26 Abs 1 VKrG würden Verträge, bei denen ein Unternehmer einem Verbraucher eine Sache entgeltlich zum Gebrauch überlasse, als Finanzierungshilfe iSd § 25 Abs 1 VKrG gelten, wenn im Vertrag selbst oder in einem gesonderten Vertrag vereinbart sei, dass der Verbraucher zum Erwerb der Sache verpflichtet sei (Z 1), der Unternehmer vom Verbraucher den Erwerb der Sache verlangen könne (Z 2), der Verbraucher bei Beendigung des Vertrages das Recht habe, die Sache zu einem bestimmten Preis zu erwerben, und er, falls er dieses Recht nicht ausübe, dem Unternehmer dafür einzustehen habe, dass die Sache diesen Wert habe (Z 3), oder der Verbraucher dem Unternehmer bei Beendigung des Vertrages für einen bestimmten Wert der Sache einzustehen habe, ohne dass ihm das Recht eingeräumt werde, die Sache zu

erwerben (Z 4).

Ein Kfz-Leasingvertrag mit Kilometerabrechnung, bei dem der Leasingnehmer die Erhaltungspflicht trage und verschuldensunabhängig für einen vereinbarten Zustand und eine Kilometerzahl einzustehen habe, berücksichtige sowohl das Finanzierungselement als auch das Amortisationsinteresse und sei schon unter dem Gesichtspunkt des Umgehungsschutzes den Schutzbestimmungen des VKrG zu unterstellen (unter Hinweis auf RS0130062, 4 Ob 24/15f). Selbst wenn daher keine Möglichkeit bestünde, das Fahrzeug am Ende der Laufzeit anzukaufen, der Leasingnehmer jedoch mit einem Restwertrisiko belastet sei (§ 26 Abs 1 Z 4 VKrG), seien die verbraucherkreditrechtlichen Regelungen des VKrG anwendbar, um Umgehungen zu vermeiden (unter Hinweis auf Zöchling/Jud, Verbraucherkreditgesetz § 26 Rz 11 f). Es schade dabei nicht, wenn zwingend Versicherungsverträge - zumal auf Kosten des Leasingnehmers - abgeschlossen werden müssen, um Schäden abzudecken, da die Haftung des Leasingnehmers gemäß AGB nicht auf den Umfang einer seitens der Versicherung geleisteten Summe beschränkt sei (unter Hinweis auf 4 Ob 24/15f). Die von der Zweitbeklagten angebotenen Leasingverträge seien daher vom Anwendungsbereich des VKrG umfasst.

Dem Wortlaut des § 5 VKrG lasse sich im Gegensatz zu jenem des § 6 VKrG nicht entnehmen, dass diese Bestimmung sich einzig an den Kreditgeber richte. Adressat sei auch ein die Werbemaßnahmen eines Kreditgebers Übernehmender oder zumindest Mittragender. Gemeinsam von der Erst- und Zweitbeklagten betriebene Websites oder Werbeauftritte müssten daher dem Regime der Informationspflichten und Transparenzkriterien jedenfalls unterliegen.

Normzweck des § 5 VKrG sei es, dem Verbraucher schon in der Phase der Geschäftsanbahnung vor Augen zu führen, mit welchen Belastungen er bei Eingehung des beworbenen Produkts zu rechnen habe und ihn derart in die Lage zu versetzen, verschiedene Angebote miteinander zu vergleichen. Dem Verbraucher solle ermöglicht werden, die Konditionen des Anbieters und damit die von ihm zu tragende Gesamtbelastung vollständig zu überschauen. Dieser Normzweck verlange Transparenz in der Darstellung der Kostenbelastung auch für solche Nebenleistungen, die nicht ausnahmslos jeden Vertragspartner treffen, sondern deren Erfordernis nur im Einzelfall gegeben sei (unter Hinweis auf RS0129480).

Werden in einer Werbung für Kreditverträge Zinssätze oder sonstige, auf die Kosten eines Kredites für den Verbraucher bezogene Zahlen genannt, so müsse die Werbung 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 Kredites 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 (§ 5 Abs 1 Z 1-5 VKrG). „Auffallend“ bedeute dabei, dass die Informationen relativ zu den sonstigen Aussagen des Werbetextes nicht in den Hintergrund treten dürfen. Dabei müsse der verständige, durchschnittlich informierte und aufmerksame Durchschnittsverbraucher in die Lage versetzt werden, die erteilten Informationen zu identifizieren und deren Bedeutung richtig einzuordnen. Dabei sei unter anderem die Schriftgröße, das Schriftbild und der Kontrast zwischen Buchstaben und Hintergrund zu beachten. Es werde auch gefordert, dass sämtliche Zahlenangaben in derselben Art und Weise dargestellt werden (unter Hinweis auf Schurr in Fenyves/Kerschner/Vonkilch [Klang]³ § 5 VKrG Rz 10). Bei optisch wahrnehmbaren Werbemaßnahmen müssten die nach § 5 VKrG zu erteilenden Informationen dem Verbraucher ins Auge fallen (unter Hinweis auf OLG Wien 129 R 32/18a mwN). In der Internetwerbung seien alle wesentlichen Informationen auf derselben Ebene einer Internetseite zu erteilen. Sämtliche Pflichtangaben seien bereits auf der Einzelseite anzuführen, auf der erstmals konkrete kostenbezogene Zahlen genannt werden; eine Ausgestaltung, die den Verbraucher zum Durchblättern von Unterseiten oder zum Anklicken von Zeichen oder Buttons zwingt, um alle Pflichtangaben in Erfahrung zu bringen, genüge den Vorgaben des § 5 VKrG nicht (unter Hinweis auf Pesek, Der Verbraucherkreditvertrag [2012] S 26 f). Seien im Internet mehrere Seiten durchzublätern bzw. anzuklicken, müsse bereits die erste Seite, die auf die Kreditkosten (hier: Leasingkosten) Bezug nehme, den Anforderungen des § 5 VKrG entsprechen. Werde auf der Startseite einer Homepage die Leasingrate als wesentliches Werbeargument für die beworbene Finanzierung hervorgehoben, reiche es nicht, wenn die Standardinformationen gemäß § 5 VKrG nur auf einer gesondert aufzurufenden Unterseite angegeben werden (unter Hinweis auf RW0000931). Aus der Rechtsprechung sei auch abzuleiten, dass Leasingkosten, also die Angabe der monatlichen Leasingrate zu den Kreditkosten zählen, sodass dadurch die Informationspflicht des § 5 VKrG ausgelöst werde (unter Hinweis auf 4 Ob 70/14v und 4 Ob 24/15f).

Die Internetwerbung der Beklagten werde den Anforderungen des § 5 Abs 1 VKrG nicht gerecht, da sich die dort geforderten Standardinformationen erst durch Bewegung des Cursors auf den Button „Rechtshinweise“ befinden, obwohl auf der Bannerwerbung auf der Website www.orf.at das Leasingangebot unter Hervorhebung einer monatlichen Rate beworben werde. Erst im Feld Rechtshinweise öffne sich ein schwer leserlicher Text. Ebenso gelange man über diese Bannerwerbung auf die Homepage www.volkswagen.at, auf welcher sich erst nach Ankündigung aller Modelle, Konfigurationsmöglichkeiten etc. am Seitenende ein

Text in kleinerer Schriftgröße befinde, der einerseits die Fußnoten auflöse und Informationen über Preis, Restwertleasing etc. enthalte. Dadurch werde die Aufmerksamkeit des durchschnittlichen Verbrauchers auf die niedrige Leasingrate gelenkt, ohne dass dieser gleichzeitig und auffallend die für ihn relevanten Standardinformationen zur beworbenen Finanzierung erhalte. Genau dies wolle § 5 VKrG verhindern. Da bereits auf der Startseite die Leasingrate als wesentliches Werbeargument für die beworbene Finanzierung hervorgehoben werde, sei auch die Angabe der Standardinformationen gut leserlich auf einem auf dieser Seite und nicht erst über Öffnen eines Buttons oder einen weiteren Link bzw. Anführen am Seitenende, nach Ankündigung aller Modelle, Konfigurationsmöglichkeiten etc. zu fordern. Nur eine Darstellung der Standardinformationen im unmittelbaren Zusammenhang mit der erstmaligen Hervorhebung einer bestimmten werbewirksamen Zahl, wie der monatlichen Leasingrate, entspreche dem Gesetzeszweck, den Verbraucher möglichst früh über den tatsächlichen Inhalt eines zahlenmäßig beworbenen Angebots zu informieren und eine Irreführung hintanzuhalten. Im vorliegenden Fall komme dazu, dass der auf der Startseite befindliche Link nicht ausreichend klar erkennen lasse, dass auf der damit aufrufbaren Unterseite eine Darstellung der vom Gesetz geforderten Standardinformationen erfolge. Außerdem seien diese auch im Vergleich zu der auf der Startseite hervorgehobenen Leasingrate nicht besonders auffällig dargestellt.

Nichts anderes gelte für die Werbung der Beklagten auf den Straßenplakaten, wo der Verbraucher erst, wenn er direkt vor dem Plakat steht, die Informationen nach § 5 VKrG wahrnehme, welche jedoch wiederum im Vergleich zur hervorgehobenen Leasingrate nicht besonders auffällig und in wesentlich kleineren Lettern abgedruckt seien, was jedenfalls den Anforderungen des § 5 Abs 1 VKrG widerspreche.

Zur Urteilsveröffentlichung führte das Erstgericht aus, dass diese der Information der durch die Werbeankündigungen angesprochenen Verkehrskreise diene und in einem angemessenen Verhältnis zum festgestellten Rechtsbruch und dessen Wirkungen stehen müsse. Dem werde eine Veröffentlichung im redaktionellen Teil einer Samstagsausgabe der Kronen-Zeitung sowie auf der Website der Erstbeklagten gerecht. Hinsichtlich des auf der unternehmenseigenen Website veröffentlichten Verstoßes habe die Veröffentlichung des stattgebenden Urteils jedenfalls auch über dasselbe Medium zu erfolgen. Hinsichtlich des Adressatenkreises der Website www.orf.at und der Straßenplakate sei eine Veröffentlichung in der Kronen-Zeitung jedenfalls als geeignet und nicht überschießend zu betrachten, um möglichst zahlreiche durch die Anzeige auf www.orf.at und den Straßenplakaten erreichte Verbraucher vom Verstoß in Kenntnis zu setzen.

Gegen dieses Urteil richtet sich die Berufung der Beklagten aus dem Berufungsgrund der unrichtigen rechtlichen Beurteilung mit dem Abänderungsantrag, die Klage abzuweisen.

Der Kläger beantragt mit seiner Berufungsbeantwortung die Bestätigung des angefochtenen Urteils.

Die Berufung ist nicht berechtigt.

Die Beklagten argumentieren zunächst damit, § 5 Abs 1 VKrG sei auf den festgestellten Sachverhalt nicht anzuwenden. Die Nennung von „reinen Monatsraten“ falle nicht unter den Begriff der Kreditkosten im Sinn der zitierten Bestimmung. Die Informationspflicht bestehe nur, wenn in der Werbung Zinssätze oder sonstige auf die Kreditkosten bezogene Zahlen genannt werden. Wenn die Werbung, wie im konkreten Fall, nur den Hinweis auf den Kaufpreis und die monatliche Mindestrate enthalte, werde dem Verbraucher kein Hinweis auf die konkreten Kosten eines speziellen Leasingangebotes unterbreitet; die monatliche Rate alleine ohne gleichzeitige Angabe der damit verbundenen Ratenanzahl bzw. der Vertragsdauer sei lediglich ein allgemeiner Hinweis auf die Tatsache, dass für das konkrete Automodell auch Leasingverträge angeboten werden, mit denen eine Finanzierung des Fahrzeuges grundsätzlich möglich sei. Ohne Angabe der Monatsanzahl bleibe für den Verbraucher aber offen, ob es sich überhaupt um ein interessantes Finanzierungsmodell handle. Die Werbung sei vielmehr als Einladung zu begreifen, nähere Informationen einzuholen. Das bloße Aufmerksam-Machen auf eine zunächst unspezifische Finanzierungsmöglichkeit, wie im konkreten Fall durch Hinweis auf die monatliche Mindestrate, ohne aber besonders günstige Kreditkosten anzupreisen, müsse auch zur Gänze ohne eine Angabe der Standardinformationen zulässig sein, zumal sich der Verbraucher ohnehin erst die Informationen über ein konkretes Leasingangebot beschaffen müsse, wo doch mit der Angabe des Kaufpreises und der monatlichen Mindestrate noch kein konkretes Leasingangebot präsentiert werde. Zudem werde die Sinnhaftigkeit weitreichender Informationspflichten zu Recht oft bezweifelt. Durch eine Flut an Informationen drohe die Überforderung des Verbrauchers, der dann nicht mehr in der Lage sei, sämtliche erforderlichen Informationen aufzunehmen und rational zu verarbeiten. Würde man im vorliegenden Fall die Bestimmung des § 5 Abs 1 VKrG anwenden, würde man dem Verbraucher damit keinen Gefallen tun. In diesem frühen Stadium seien die allfälligen Informationspflichten noch äußerst schwach ausgeprägt, weil ein konkreter Vertragsabschluss mit einem bestimmten Kunden zu diesem Zeitpunkt noch lange nicht in Aussicht genommen sei. Die bloße Angabe der monatlichen Rate löse daher die Informationspflicht iSd § 5 Abs 1 VKrG nicht aus.

Dieser Argumentation steht die ständige Rechtsprechung entgegen. Werden in einer Werbung für Kreditverträge (oder Finanzierungsleasingverträge) Zinssätze oder sonstige auf die Kosten eines Kredits für den Verbraucher bezogene Zahlen genannt, muss die Werbung gemäß § 5 Abs 1 VKrG klar, prägnant und auffallend anhand eines repräsentativen Beispiels die in den Z 1-5 des § 5 Abs 1 VKrG genannten Standardinformationen enthalten. Zweck dieser

Bestimmung ist es, dem Verbraucher vor Augen zu führen, mit welchen Belastungen er beim beworbenen Produkt zu rechnen hat, um ihn derart in die Lage zu versetzen, verschiedene Angebote zu vergleichen. Dem Verbraucher soll ermöglicht werden, die Konditionen des Anbieters und die von ihm zu tragende Gesamtbelastung vollständig zu überschauen. § 5 VKrG verfolgt das Ziel, den spezifischen Schutz des Verbrauchers frühzeitig und weit vor Einsetzen der vorvertraglichen Phase beginnen zu lassen (4 Ob 70/14v; OLG Wien 129 R 32/18a jeweils mwN).

Es bedarf keiner weiteren Erörterung, dass gerade jene Zahl, mit der für Leasingverträge regelmäßig geworben wird, nämlich die monatliche Leasingrate, als „Zahl mit Bezug auf die Kosten des Leasingvertrages“ verstanden werden muss, was die Beklagten zumindest implizit auch selbst zugestehen, wenn sie damit argumentieren, dass ohne Angabe der monatlichen Leasingrate für den Verbraucher offenbleibe, ob es sich überhaupt um ein interessantes Finanzierungsmodell handle. § 5 Abs 1 VKrG ist damit auf die vorliegende Werbung anzuwenden.

In Punkt 3. ihrer Berufung argumentieren die Beklagten damit, dass eine allfällige Aufklärung in Form einer Fußnote ausreiche. Dazu verweisen die Beklagten selbst auf die höchstgerichtliche Judikatur, wonach die in der Werbung vorgeschriebenen Standardinformationen in klarer, prägnanter und auffälliger Art und Weise anhand eines repräsentativen Beispiels zu nennen sind (4 Ob 24/19m).

Diesem Erfordernis entspricht weder die im Internet geschaltete Bannerwerbung noch die Plakatwerbung der Beklagten. In der Bannerwerbung sind die Standardinformationen vorerst überhaupt nicht ersichtlich, sondern „verstecken“ sich hinter dem Button „Rechtshinweis“. Dort werden zunächst vier verschiedene Fahrzeuge samt Beschreibung und Abbildungen dargestellt; in neun grafisch gestalteten Links zu unterschiedlichen Themen finden sich am Seitenende in kleinem und hellgrau auf weißem Untergrund gehaltenen Text inmitten verschiedener Fußnoten letztlich die Standardinformationen.

Ähnliches gilt für die Straßenplakate. Während der Kaufpreis und die monatliche Leasingrate auch für vorbeifahrende Verkehrsteilnehmer leicht zu entziffern sind, finden sich die Standardinformationen in mehrzeiligen Fußnoten am unteren Plakatende; der Text umfasst auf mehreren Metern Länge insgesamt sechs Zeilen, keine Umbrüche, Hervorhebungen oder sonstige Untergliederungen. Die Standardinformationen sind in diesem Fließtext willkürlich zwischen andere Informationen eingestreut.

Auf die Frage, ob sämtliche Zahlenangaben in derselben Art und Weise dargestellt werden müssen, kommt es hier gar nicht an, weil dem Erfordernis einer klaren, prägnanten, in auffälliger Art und Weise anhand eines repräsentativen Beispiels anzuführenden

Informationen nicht einmal ansatzweise Rechnung getragen wird.

Auch der Hinweis auf die Rechtslage und die Judikatur zu Fragen der unlauteren Blickfang-Werbung kann nicht überzeugen, weil die Vorgaben des § 2 Abs 4 und 5 UWG bei der Beurteilung von Verstößen gegen § 5 VKrG nicht zur Anwendung kommen bzw. nicht ausreichen. Zutreffend wird vom Kläger in seiner Berufungsbeantwortung darauf hingewiesen, dass der Richtliniengeber sicherstellen wollte, dass die Verbraucher verschiedene Angebote miteinander vergleichen können, weshalb er in ErwGr 18 der Verbraucherkredit-RL darauf hinweist, dass der Schutz der Verbraucher vor unlauteren oder irreführenden Geschäftspraktiken durch die UGP-RL alleine nicht ausreicht, um diese Vergleichbarkeit sicherzustellen (in diesem Sinne auch OLG Wien 5 R 45/16y = VbR 2017/70).

In Punkt 3.5. der Berufung wird ein sekundärer Feststellungsmangel gerügt, weil das Erstgericht zum Ergebnis gelangt sei, der Text der Rechtshinweise sei „schwer leserlich“, was bei näherer Betrachtung als Akt der rechtlichen Würdigung anzusehen sei. Das Erstgericht habe es in diesem Zusammenhang allerdings verabsäumt, näher zu beschreiben, was es konkret darunter verstehe. Die Qualifikation eines Textes als „schwer lesbar“ setze dennotwendigerweise das Vorliegen entsprechender konkreter Feststellungen voraus, die vom Erstgericht allerdings nicht getroffen worden seien.

Zum einen hat das Erstgericht die unter „Rechtshinweis“ im Internet auffindbaren Texte wörtlich festgestellt, zum anderen wurde ein Foto der Plakatwerbung zum Teil der Feststellungen gemacht (Urteil S 8). Schon daraus kann rechtlich ohne Schwierigkeiten darauf geschlossen werden, dass die Werbungen der Beklagten den oben bereits mehrfach angeführten Anforderungen des § 5 VKrG nicht genügen.

Dass die Beklagten die Effektivität der Informationserteilungsart und -weise, wie sie im Anwendungsbereich des § 5 VKrG vom Erstgericht und teilweise von der bisherigen Judikatur gefordert wird, als Ganzes in Frage stellen wollen, sei ihnen unbenommen. Das Berufungsgericht sieht keinen Grund, von dieser Judikatur abzugehen, weshalb dem Klagebegehren aus zutreffenden Gründen (§ 500a ZPO) vom Erstgericht stattgegeben wurde.

Auch die vom Erstgericht erteilte Ermächtigung zur Urteilsveröffentlichung hält sich im Rahmen der ständigen Judikatur. Zweck der Urteilsveröffentlichung ist es, über die Rechtsverletzung aufzuklären und den beteiligten Verkehrskreisen Gelegenheit zu geben, sich entsprechend zu informieren, um vor Nachteilen geschützt zu sein (RS0121963). Es kann als gerichtsbekannt angesehen werden, dass eine Bannerwerbung auf der Website www.orf.at und die österreichweit affichierte Plakatwerbung große Teile der beteiligten Verkehrskreise erreicht haben. Die Veröffentlichung nur auf der Website der Erstbeklagten reicht für eine Information der unmittelbar betroffenen (potentiellen) Kunden nicht aus,

weshalb das Erstgericht zutreffend auch zu einer Veröffentlichung in einer österreichweit erscheinenden Tageszeitung ermächtigt hat, was auch der ständigen Spruchpraxis des Obersten Gerichtshofs in Verbandsprozessen entspricht (4 Ob 27/13v; 7 Ob 84/12x; 4 Ob 164/12i; 10 Ob 92/11v; 4 Ob 117/14f).

Die Kostenentscheidung gründet sich auf §§ 41, 50 ZPO.

Bei der Bewertung des Entscheidungsgegenstandes orientierte sich das Berufungsgericht an der vom Kläger vorgenommenen (unbeanstandet gebliebenen) Bewertung.

Die ordentliche Revision war nicht zuzulassen, weil keine Rechtsfrage von erheblicher Bedeutung iSd § 502 Abs 1 ZPO zu lösen war.

Oberlandesgericht Linz, Abteilung 4
Linz, 13. Jänner 2020
Mag. Hans Peter Frixeder, Richter

Elektronische Ausfertigung
gemäß § 79 GOG