



REPUBLIK ÖSTERREICH  
Oberlandesgericht Wien

2 R 142/19w

## Im Namen der Republik

Das Oberlandesgericht Wien hat als Berufungsgericht durch den Senatspräsidenten des Oberlandesgerichts Dr. Dallinger als Vorsitzenden, den Richter des Oberlandesgerichts Dr. Těply und den KR Hye in der Rechtssache der klagenden Partei **Verein für Konsumenteninformation**, 1060 Wien, Linke Wienzeile 18, vertreten durch Kosesnik-Wehrle & Langer Rechtsanwälte KG in Wien, wider die beklagten Parteien **1.) Hyundai Import Gesellschaft m.b.H.**, 1230 Wien, Richard Strauß Straße 14, **2.) Bankhaus Denzel Aktiengesellschaft**, 1030 Wien, Erdbergstraße 189, **3.) Ing. Fraenkel, Kirchner & Co KG**, 1210 Wien, Prager Straße 12, alle vertreten durch Dr. Friedrich Schubert, Rechtsanwalt in Wien, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert: EUR 36.000,--), über die Berufung der beklagten Parteien gegen das Urteil des Handelsgerichts Wien vom 21.8.2019, GZ 58 Cg 41/18i-10, in nichtöffentlicher Sitzung zu Recht erkannt:

Der Berufung wird **nicht Folge** gegeben.

Die beklagten Parteien sind schuldig, der klagenden Partei binnen 14 Tagen die mit EUR 3.508,42 (darin enthalten EUR 584,32 USt) bestimmten Kosten der Berufungsbeantwortung zu ersetzen.

Der Wert des Entscheidungsgegenstands übersteigt EUR 30.000,--.

Die ordentliche Revision ist nicht zulässig.

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

Der Kläger begehrt, die Beklagten schuldig zu erkennen, im geschäftlichen Verkehr zu unterlassen, in der Werbung für einen von der Zweitbeklagten gewährten entgeltlichen Zahlungsaufschub beim Ankauf von Fahrzeugen, insbesondere der Marke „Hyundai“, den unrichtigen Eindruck zu erwecken, der Zahlungsaufschub werde unentgeltlich gewährt, insbesondere durch die blickfangartige Herausstellung von Begriffen wie „0%-Finanzierung“ oder „0%-Finanzierung - ohne Zinsen!“ oder sinngleicher Begriffe, wenn die Zweitbeklagte dafür tatsächlich eine Bearbeitungsgebühr in Rechnung stellt und darauf in der Werbung nicht ausreichend deutlich hingewiesen wird, sowie die Beklagten schuldig zu erkennen, im geschäftlichen Verkehr mit Verbrauchern zu unterlassen, den Abschluss von entgeltlichen Zahlungsaufschüben im Sinn des § 25 Abs 1 VKrG unter Hinweis auf einen bestimmten Sollzinssatz, insbesondere einen Sollzinssatz von 0 %, oder auf sonstige auf die Kosten des Zahlungsaufschubs bezogene Zahlen zu bewerben, ohne dass die Werbung auffallend anhand eines repräsentativen Beispiels sämtliche in § 5 VKrG sowie in § 25 Abs 2 VKrG geforderten Standardinformationen enthält, insbesondere wenn diese in der Printwerbung nur in Kleinstdruck oder in der Internetwerbung nicht bei erster Nennung des Sollzinssatzes oder sonstiger auf die Kosten eines entgeltlichen Zahlungsaufschubes bezogener Zahlen in gleicher Schriftgröße und Auffälligkeit und in unmittelbarer Nähe des Sollzinssatzes erteilt werden, oder der Barzahlungspreis nicht genannt wird, oder sinngleiche Praktiken zu unterlassen, sowie die (Ermächtigung zur) Urteilsveröffentlichung.

Dazu führte der Kläger aus, die Erstbeklagte betreibe den Generalimport und Großhandel mit Fahrzeugen der Marke Hyundai, die Zweitbeklagte finanziere Verbraucherkredite zum Ankauf derartiger Fahrzeuge und die Drittbeklagte handle mit Autos dieser Marke.

Die Beklagten haben im bewussten und gewollten Zusammenwirken für eine Printwerbung für die Inanspruchnahme eines Verbraucherkredits (eines entgeltlichen Zahlungsaufschubs) zum Ankauf von Fahrzeugen der Marke Hyundai verantwortlich gezeichnet und diesen im Internet beworben. Auch eine Werbung in Form eines Radiowerbespots sei erfolgt.

Damit haben die Beklagten ein Verhalten gesetzt, das gegen das UWG und das VKrG verstoße.

Mit dem blickfangartig hervorgehobenen Versprechen von „0%-Finanzierung ohne Zinsen“ werde eine unlautere irreführende Geschäftspraktik verwirklicht, weil die Zweitbeklagte eine Bearbeitungsgebühr verlange und daher regelmäßig ein über 0 % liegender effektiver Jahreszinsatz zu zahlen sei. Die blickfangartige Ankündigung sei daher schlicht falsch. Es werde ein kostenloser Kredit in Aussicht gestellt, während die Zweitbeklagte tatsächlich eine Bearbeitungsgebühr verrechne, die nicht unvermeidbar sei. Damit verstoßen die Beklagten gegen Z 20 UWG-Anh.

Der Umworbene verstehe die blickfangartigen Ankündigungen einer 0%-Finanzierung ohne Zinsen jedenfalls dahin, dass er nicht mehr als den kreditierten Kaufpreis zu zahlen hätte, was unrichtig sei. Hinweise im Kleingedruckten in der Printwerbung bzw auf Unterseiten der Internet-Werbung seien nicht geeignet, diesen unrichtigen Eindruck mit ausreichender Deutlichkeit richtigzustellen, weshalb eine irreführende Geschäftspraktik im Sinn des

§ 2 Abs 1 Z 4 UWG vorliege. Im Radiospot fehle ein Hinweis auf das tatsächlich verlangte Bearbeitungsentgelt ebenso wie auf der Website der Drittbeklagten zur Gänze.

Das Versprechen sei zweifellos geeignet, den Durchschnittsverbraucher dazu zu bewegen, sich mit dem Angebot näher zu befassen und eine geschäftliche Entscheidung zu fällen, die er bei Kenntnis der wahren Umstände nicht getroffen hätte. Da ein entgeltlicher Zahlungsaufschub im Sinn des § 25 Abs 1 VKrG vorliege, sei auf die Werbung § 5 VKrG anzuwenden, sodass eine Werbung für Kreditverträge, die Zinssätze oder sonstige auf die Kosten eines Kredits für den Verbraucher bezogene Zahlen nenne, klar, prägnant und auffallend anhand eines repräsentativen Beispiels die Standardinformationen über den Sollzinssatz, den Gesamtkreditbetrag, den effektiven Jahreszins, gegebenenfalls die Laufzeit des Kreditvertrages und gegebenenfalls den vom Verbraucher zu zahlenden Gesamtkreditbetrag enthalten müsse. Gemäß § 25 Abs 2 VKrG haben diese Standardinformationen darüber hinaus den Barzahlungspreis und die Höhe etwaiger Anzahlungen zu enthalten.

Die Printwerbung der Beklagten und die Werbung für den von der Zweitbeklagten gewährten Zahlungsaufschub auf der Webseite der Erstbeklagten enthalten zwar die Standardinformationen gemäß § 5 Abs 1 VKrG, allerdings nicht in der gebotenen Auffälligkeit. Während die vorgebliche Verzinsung von 0 % mehrfach blickfangartig hervorgehoben sei, seien Hinweise auf die Bearbeitungsgebühr und den effektiven Jahreszins in sehr kleiner Schrift gehalten und aufgrund der farblichen Gestaltung schlechter lesbar. Dies entspreche nicht der vom Gesetz geforderten Auffälligkeit, wonach die nach § 5 VKrG zu erteilenden Informationen dem Verbraucher ins Auge fallen müs-

sen.

Auch in der Internetwerbung der Erstbeklagten sei die gebotene Auffälligkeit nicht gegeben. Dazu sei erforderlich, dass alle wesentlichen Informationen auf derselben Ebene der Internetseite zu erteilen seien. Tatsächlich erfolgen die Standardinformationen erst auf der Unterseite und auch dort nur in kleinerer, weniger leicht lesbarer Schrift und unnotwendig weit vom blickfangartig herausgestellten vorgeblichen Zinssatz entfernt.

Bei der Internetwerbung der Drittbeklagten und im Radiospot fehlen die Standardinformationen überhaupt.

Der Barzahlungspreis fehle in der Print-, der Internet- und der Radiowerbung.

Die Beklagte bestritt die Ansprüche mit der Begründung, es werde in der Werbung lediglich festgehalten, dass es sich um eine Finanzierung ohne Finanzierungszinsen handle, hingegen werde nicht behauptet, dass mit der Finanzierung keine Kosten verbunden seien. Es werde das Finanzierungsangebot auch nicht als gratis, umsonst oder kostenfrei beworben. Die Werbeaussagen der Beklagten seien richtig, weil der Sollzinssatz tatsächlich 0 % betrage. Die veranschlagte Bearbeitungsgebühr von EUR 114,90 decke lediglich den tatsächlichen Aufwand der Zweitbeklagten ab, der mit dem Abschluss von Finanzierungsverträgen naturgemäß verbunden sei.

Ein durchschnittlich verständiger und informierter Interessent verstehe die Werbeaussagen so, dass mit dem Abschluss des Kreditvertrags - trotz des unstrittigen 0 %-Zinssatzes - noch weitere Kosten verbunden seien. Damit seien die Werbeaussagen nicht unrichtig oder täuschend.

Dass die Standardinformationen gemäß § 5 Abs 1 VKrG

im Kleingedruckten enthalten seien, sei rechtlich irrelevant. Die gesetzlichen Vorgaben seien erfüllt, wenn alle Zahlenangaben im Kleingedruckten enthalten seien und hinsichtlich Farbe, Schriftbild und Kontrast nicht wesentlich hinter den sonstigen Werbeaussagen im Werbetext zurücktreten. Zahlenangaben im Kleingedruckten reichen daher aus.

In der Printwerbung und auf der Homepage der Erstbeklagten seien sämtliche Standardinformationen gemäß § 5 Abs 1 VKrG enthalten und sie treten nicht wesentlich hinter die sonstigen Werbeaussagen hinsichtlich Farbe, Schriftbild und Kontrast zurück.

Es treffe auch nicht zu, dass auf der Homepage der Erstbeklagten die Standardinformationen mit erheblichem Abstand zu den Werbeaussagen angeführt seien. Der Abstand betrage lediglich rund ein Viertel der gesamten Seitenlänge.

Zusammengefasst liege kein Verstoß gegen die Formvorschrift des § 5 Abs 1 VKrG vor.

Den Radiospot habe im Übrigen nur die Erstbeklagte beauftragt. In diesem Spot seien auch keine konkreten Zinssätze oder Kosten genannt, weshalb die Erstbeklagte auch nicht verpflichtet gewesen sei, Standardinformationen gemäß § 5 Abs 1 VKrG anzuführen.

Dieser Rechtsansicht trat der Kläger mit der Begründung entgegen, dass die Ankündigung einer 0%-Finanzierung und einer Finanzierung ohne Zinsen nicht anders als eine kostenfreie Finanzierung verstanden werde könne, während das von der Zweitbeklagten in Rechnung gestellte Bearbeitungsentgelt ein Entgelt für den Kredit darstelle und zu einem effektiven Jahreszinssatz von 1,01 % führe. Das blickfangartig herausgestellte Versprechen einer 0%-

Finanzierung werde durch die übrigen Ankündigungen - soweit sie vorhanden seien - nicht ausreichend richtiggestellt. Bezüglich der Standardinformationen des § 5 Abs 1 VKrG sei davon auszugehen, dass nur die Darstellung in unmittelbarem Zusammenhang mit der erstmaligen Hervorhebung einer bestimmten werbewirksamen Zahl dem Gesetzeszweck entspreche, den Verbraucher möglichst früh über den tatsächlichen Inhalt eines zahlenmäßig beworbenen Angebots zu informieren und eine Irreführung hintanzuhalten. Bei optisch wahrnehmbaren Werbemaßnahmen müssen die nach § 5 VKrG zu erteilenden Informationen dem Verbraucher ins Auge fallen. Dies sei bei einer Printwerbung angesichts eines kaum leserlichen Kleindrucks und einer völlig unübersichtlichen Aufzählung der Standardinformationen nicht der Fall. Auch bei einer Internetwerbung, auf der sich die Standardinformationen erst auf einer verlinkten Unterseite befinden, wo sie erst auf Ende der Seite nach längerem Scrollen aufgefunden werden können, fehle der zu fordernde Zusammenhang mit der Ankündigung des 0%-Zinssatzes.

Auch die Radiowerbung habe eine 0%-Finanzierung angekündigt und damit auf die Kosten des Zahlungsaufschubs bezogene Zahlen genannt, weshalb auch sie die Standardinformationen enthalten hätte müssen.

Mit dem angefochtenen Urteil gab das **Erstgericht** dem Unterlassungsbegehren zur Gänze und dem Urteilsveröffentlichungsbegehren teilweise statt.

Dabei legte es den auf Seiten 3 bis 7 der Urteilsausfertigung ersichtlichen, unstrittigen Sachverhalt zugrunde, auf den verwiesen wird.

Davon ausgehend gelangte es zum rechtlichen Ergebnis, dass in der Printwerbung der Beklagten die „0%-

Finanzierung OHNE Zinsen“ blickfangartig hervorgehoben sei und der durchschnittlich verständige und informierte Leser die Aussage einer 0%-Finanzierung ohne Zinsen dahingehend verstehe, dass keine Kosten, die über dem Verkaufspreis des Fahrzeugs liegen, anfallen. Die in den Hintergrund tretenden aufklärenden Hinweise seien nicht geeignet, die Irreführungseignung der Darstellung zu beseitigen. Dies gelte auch für die Website der Erstbeklagten, während in der Website der Drittbeklagten überhaupt kein aufklärender Hinweis enthalten sei. Sowohl die Werbung in den Printmedien als auch Online verstoße gegen § 2 iVm § 1 UWG.

Die Werbung der Beklagten enthalte auch nicht die nach § 5 VKrG erforderlichen Angaben. Danach müsse eine Werbung, in der für Kreditverträge Zinssätze oder sonstige, auf die Kosten eines Kredits für den Verbraucher bezogene Zahlen genannt werden, klar, prägnant und auffallend anhand eines repräsentativen Beispiels die in Z 1 bis 5 genannten Standardinformationen enthalten. Normzweck der Bestimmung sei, dem Verbraucher schon in der Phase der Geschäftsanbahnung vor Augen zu führen, mit welchen Belastungen er beim Erwerb des beworbenen Produkts zu rechnen habe und ihn derart in die Lage zu versetzen, verschiedene Angebote miteinander zu vergleichen. Die Standardinformationen seien in der Werbung der Beklagten jedoch nicht an hervorgehobener, leicht bemerkbarer Stelle zu finden. Außerdem habe die Werbung bei einem Zahlungsaufschub für eine bestimmte Ware oder Dienstleistung auch den Barzahlungspreis und die Höhe etwaiger Anzahlungen zu enthalten.

Erkennbar nur gegen den stattgebenden Teil dieses Urteils richtet sich die **Berufung der Beklagten** aus dem



Grund einer unrichtigen rechtlichen Beurteilung mit den Anträgen, das Urteil im klagsabweisenden Sinn abzuändern, in eventu aufzuheben und die Rechtssache zur ergänzenden Verhandlung und neuerlichen Entscheidung an das Erstgericht zurückzuverweisen.

Der Kläger beantragt, der Berufung keine Folge zu geben.

Die Berufung ist nicht berechtigt.

Mit ihrer Rechtsrüge machen die Beklagten geltend, dass das Erstgericht von den getroffenen Tatsachenfeststellungen ausgehend rechtlich ausgeführt habe, dass der durchschnittlich verständige Leser die Aussage „0%-Finanzierung; OHNE ZINSEN“ nur dahingehend verstehen könne, dass keine Kosten im Zusammenhang mit der beworbenen Finanzierung anfallen würden, und es sich dabei um eine irreführende und damit unlautere Geschäftspraxis gemäß § 2 UWG handle, weil tatsächlich eine Bearbeitungsgebühr anfalle.

Das Urteil enthalte jedoch keine Begründung, aus welchem Grund ein durchschnittlich verständiger Leser von der Bewerbung einer unentgeltlichen Finanzierung ausgehen würde, weshalb auch nicht nachvollziehbar sei, aus welchen Gründen das Erstgericht zur genannten rechtlichen Folgerung gelangt sei. Unabhängig davon unterfalle die Bewerbung des Finanzierungsangebots nicht dem Tatbestand der Z 20 des Anhangs zum UWG und sie sei auch nicht irreführend iSd § 2 UWG.

Es entspricht der ständigen oberstgerichtlichen Rechtsprechung, dass der Richter die Wirkung einer Werbung dann selbst beurteilen darf, wenn er den angesprochenen Verkehrskreisen angehört, wenn es also nicht auf das fachliche Verständnis der Angesprochenen ankommt,

sondern auf die psychologische Wirkung einer Werbebotschaft. Genügen die Erfahrungen des täglichen Lebens für die Beurteilung der Wirkung einer Werbebotschaft, handelt es sich um eine Rechtsfrage (RIS-Justiz RS0075798, RS0043518, RS0043590, RS0039926).

Im Einklang mit dieser Judikatur und klar erkennbar beruht die Lösung der Rechtsfrage in diesem Punkt auf der Erfahrung des erkennenden Erstrichters.

Im Übrigen nehmen die Beklagten neuerlich den Standpunkt ein, dass keine kostenlose oder unentgeltliche Finanzierung zugesagt worden sei, sondern bloß die Bewerbung eines sollzinslosen Finanzierungsangebots vorliege. Es sei daher weder der Tatbestand der Z 20 Anh-UWG erfüllt, noch sei die Bewerbung des Finanzierungsangebots irreführend.

In diesem Zusammenhang vermissen die Beklagten eine Tatsachenfeststellung, dass es sich beim Finanzierungsangebot der Zweitbeklagten um eine zinsenlose Finanzierung gehandelt habe, doch kommt es auf eine derartige Feststellung nach dem zu beurteilenden Gesamteindruck, den die Werbung beim durchschnittlichen Leser hervorruft, nicht an.

Dazu nehmen die Beklagten den Standpunkt ein, dass die Werbebotschaft ausschließlich bekanntgebe, dass es sich um eine „0%-Finanzierung“ und damit um eine Finanzierung „ohne Zinsen“ handle, was aber nicht mit einer kostenlosen oder unentgeltlichen Finanzierung gleichgesetzt werden könne. Es sei auch nicht nachvollziehbar, warum das Erstgericht davon ausgehe, dass ein durchschnittlich verständiger Leser in einem solchen Fall von der Bewerbung einer Finanzierung ohne Kosten ausgehe. Üblicherweise werde bei einer Finanzierung gesondert über

den Zinssatz und die sonstigen Entgelte verhandelt. Den vom Kläger zitierten oberstgerichtlichen Entscheidungen liegen andere Sachverhalte zugrunde. So könne eine Bearbeitungsgebühr in Höhe eines bestimmten Prozentsatzes des finanzierten Betrags tatsächlich versteckten Kreditzinsen gleichgehalten werden, sodass in einem solchen Fall die Bewerbung einer zinslosen Finanzierung irreführend sei. Im Falle der Beklagten werde jedoch eine von der Höhe des finanzierten Betrags unabhängige Bearbeitungsgebühr von EUR 114,90 verrechnet. Dabei könne es sich nicht um versteckte Zinsen handeln.

Doch kommt es auf eine derartige Unterscheidung aus Sicht des Berufungsgerichts nicht an.

Maßgeblich ist hingegen nach der oberstgerichtlichen Judikatur, ob gegenüber der Ankündigung von „0 % Zinsen“ mit ausreichender Deutlichkeit auf anfallende Gebühren oder sonstige Kosten hingewiesen wird. Die blickfangartige Ankündigung einer Finanzierung zu „0 % Zinsen“ und vielmehr noch die im gegenständlichen Fall erfolgte Ankündigung einer „0 % Finanzierung“ vermittelt dem angesprochenen Publikum den Eindruck eines zinsfreien und unentgeltlichen Kredits, wenn nicht ein ausreichend deutlicher Hinweis auf die im konkreten Fall mit der Bearbeitungsgebühr verbundenen Kosten erfolgt. Diese Beurteilung entspricht dem Grundsatz jener des Obersten Gerichtshofs zu 4 Ob 29/10h und 4 Ob 47/10f.

Dass die in der Werbung erfolgten Hinweise auf die Bearbeitungsgebühr geeignet wären, die blickfangartige Ankündigung einer „0%-Finanzierung“ richtigzustellen, versucht die Berufung gar nicht darzustellen. Damit liegt eine irreführende Geschäftspraktik iSd § 2 Abs 1 Z 4 UWG vor.

Die Schlussfolgerung des Erstgerichts, die festgestellten Werbeaussagen verstoßen auch gegen § 5 VKrG, stellt die Berufung mit der Begründung in Frage, dass es nicht nachvollziehbar sei, weshalb das Erstgericht von einer generellen Unzulässigkeit der Standardinformationen im Kleindruck ausgehe.

Doch hat das Erstgericht in seiner rechtlichen Begründung umfangreich zu den Anforderungen der Judikatur an die nach § 5 Abs 1 VKrG geforderten Informationen Stellung genommen und die Grundsätze der Judikatur dabei zutreffend wiedergegeben, sodass grundsätzlich auf diese Ausführungen verwiesen werden kann.

Aus dem Gesetzeswortlaut, wonach eine Werbung für Kreditverträge, in der Zinssätze oder sonstige, auf die Kosten eines Kredits für den Verbraucher bezogene Zahlen genannt werden, klar, prägnant und auffallend anhand eines repräsentativen Beispiels in § 5 Abs 1 VKrG näher genannte Standardinformationen enthalten muss, hat die Judikatur abgeleitet, dass „auffallend“ als formale Anforderung zu verstehen ist und eine Platzierung an hervorgehobener, leicht bemerkbarer Stelle verlangt (4 Ob 24/19m). Eine derartige Hervorhebung der Bearbeitungsgebühr ist in den gegenständlichen Werbeaussagen nicht zu erkennen. Vielmehr treten die veröffentlichten Standardinformationen gegenüber den übrigen Werbeaussagen deutlich zurück.

Im Übrigen ist an der vom Oberlandesgericht Wien zu 129 R 32/18a dargelegten Rechtsauffassung festzuhalten. Danach ist zu fordern, dass die nach § 5 VKrG zu erteilenden Informationen dem Verbraucher ins Auge fallen, jedenfalls aber gegenüber den sonstigen Aussagen des Werbetextes nicht in den Hintergrund treten. Daraus folgt

auch, dass nur eine Angabe der Standardinformationen in einem unmittelbaren Zusammenhang mit der erstmaligen Hervorhebung einer bestimmten werbewirksamen Zahl dem Gesetzeszweck entspricht, den Verbraucher möglichst früh über den tatsächlichen Inhalt eines zahlenmäßig beworbenen Angebots zu informieren und eine Irreführung hintanzuhalten, ist der Kreditgeber doch im Rahmen der Informationserteilung zu inhaltlicher Klarheit und Prägnanz und zu einer exakten, möglichst knappen und für den Verbraucher verständlichen Information verpflichtet (Heinrich in Schwimann/Kodek, ABGB<sup>4</sup>, § 5 VKrG Rz 12).

Diese Anforderungen konkretisiert das Unterlassungsgebot des Spruchpunktes 2.

Dieses erachtet die Berufung als nicht vollstreckbar, weil es sprachlich und daher auch exekutionsrechtlich nicht nachvollziehbar sei, worauf sich der Teil des Urteilsspruchs „in gleicher Schriftgröße und Auffälligkeit und in unmittelbarer Nähe des Sollzinssatzes“ beziehe, doch ist dies sprachlich einwandfrei erklärt und damit auch exekutierbar.

Die Verpflichtung zur Urteilsveröffentlichung stellen die Beklagten nur in Hinblick darauf in Zweifel, dass sie nicht zur Unterlassung im Sinn der Spruchpunkte 1 und 2 verpflichtet wären. Dies ist jedoch der Fall.

Der Berufung ist daher insgesamt nicht Folge zu geben.

Die Kostenentscheidung beruht auf §§ 41, 50 ZPO.

Der Ausspruch über den Wert des Entscheidungsgegenstands folgt dem vom Kläger angegebenen Interesse.

Die ordentliche Revision ist im Hinblick auf die Einzelfallbezogenheit der Entscheidung nicht zulässig.

Oberlandesgericht Wien  
1011 Wien, Schmerlingplatz 11  
Abt. 2, am 29. Jänner 2020

**Dr. Klaus Dallinger**

Elektronische Ausfertigung  
gemäß § 79 GOG