

I-20 U 46/15
38 O 83/14
LG Düsseldorf

Verkündet am 22. September 2015



OBERLANDESGERICHT DÜSSELDORF
IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

In dem Rechtsstreit

der TARGOBANK AG & CO. KGaA, \

Beklagte und Berufungsklägerin,

g e g e n

den Verbraucherzentrale Berlin e.V.,

Kläger und Berufungsbeklagter,

hat der 20. Zivilsenat des Oberlandesgerichts Düsseldorf auf die mündliche Verhandlung vom 08. September 2015 durch den Vorsitzenden Richter am Oberlandesgericht sowie die Richter am Oberlandesgericht

für **R e c h t** erkannt:

Die Berufung der Beklagten gegen das Urteil der 8. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Düsseldorf vom 27. Februar 2015 wird mit der Maßgabe zurückgewiesen, dass die im Tenor des angefochtenen Urteils in Bezug genommene Anlage K 1 dem Urteil beigefügt wird.

Die Kosten des Berufungsverfahrens trägt die Beklagte.

Dieses und das angefochtene Urteil sind vorläufig vollstreckbar.

Die Beklagte kann die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe von 20.000 € abwenden, wenn nicht der Kläger vor der Vollstreckung Sicherheit in gleicher Höhe leistet.

Die Revision wird zugelassen.

Gründe:

I.

Die Beklagte, eine Bank, versandte an Verbraucher ein (als Anlage K 1 eingereichtes und) diesem Urteil als Anlage beigefügtes Schreiben. Der Kläger, ein in die Liste qualifizierte Einrichtungen gemäß § 4 UKlaG eingetragener Verein, beanstandet dies als Verstoß gegen § 6a PAngV, weil Sollzinssatz und ein repräsentatives Beispiel fehlten. Er hat daher beantragt,

die Beklagte zu verurteilen,

1.

es bei Meidung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu unterlassen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbrauchern für den Abschluss eines

Kreditvertrages unter Angabe eines effektiven Jahreszinses zu werben bzw. werben zu lassen, ohne den Sollzinssatz und das repräsentative Beispiel zu nennen – wenn dies geschieht wie in Anlage K 1 abgebildet,

2.

an den Kläger € 214,20 nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz zu zahlen.

Die Beklagte hat Klageabweisung beantragt. Sie hat die Auffassung vertreten, die Vorschrift des § 6a PAngV sei nicht einschlägig. Es handele sich bei diesem Schreiben nicht um Werbung. Zudem, richte sich die Vorschrift nur gegen die herausgehobene Angabe von Zinssätzen, hier sei der effektive Zinssatz nur in einer Fußnote genannt. Zinssatz im Sinne des § 6a Abs. 1 PAngV könne nicht der effektive Zinssatz sein, wie sich aus einer Abgrenzung dieser Vorschrift zu §§ 1, 6 PAngV ergebe.

Das Landgericht hat durch das angefochtene Urteil, auf das wegen der weiteren Einzelheiten verwiesen wird, die Beklagte antragsgemäß – ohne Beifügung von Anlage K 1 und unter Hinzufügung eines Anfangsdatums für die Verzinsung – verurteilt. Dabei ist es der Rechtsauffassung des Klägers gefolgt.

Dagegen richtet sich die Berufung der Beklagten. Sie wiederholt ihre erstinstanzlichen Vortrag und macht vor allem geltend, Zinssatz im Sinne des § 6a Abs. 1 PAngV könne nicht der effektive Zinssatz sein, was sich aus einem Vergleich zu §§ 1, 6 PAngV und der geplanten Neufassung des § 6a PAngV durch das Gesetz zur Umsetzung der Wohnimmobilienkreditrichtlinie ergebe. Zudem rügt sie, dass das im Tenor in Bezug genommene Schreiben nicht als Anlage zum Urteil genommen worden ist. Sie beantragt daher,

unter Abänderung des angefochtenen Urteils die Klage abzuweisen.

Der Kläger beantragt,

die Berufung zurückzuweisen

und verteidigt das angefochtene Urteil.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf das angefochtene Urteil sowie die Schriftsätze der Parteien verwiesen.

II.

Die Berufung der Beklagten hat im Wesentlichen keinen Erfolg.

1.

Der Berufungsangriff der Beklagten, Anlagen, auf die im Tenor Bezug genommen wird, seien dem Urteil zu Unrecht nicht beigefügt gewesen, trifft allerdings zu (BGH GRUR 2015, 672 – Videospielekonsolen II Rn. 36). Dies ist vom Berufungsgericht nachzuholen.

2.

Die Klage war möglicherweise mangels Bestimmtheit (§ 253 Abs. 2 ZPO) anfangs insoweit unzulässig, als sie auf Zahlung von Zinsen gerichtet war, weil deren geltend gemachter Beginn nicht angegeben war und auch sonst nicht aus der Klagebegründung hervorging. Dieser etwaige Mangel ist jedoch dadurch geheilt worden, dass das Landgericht einen bestimmten Zeitpunkt angenommen und der Kläger dies durch seinen Antrag auf Zurückweisung der Berufung hingenommen hat.

Im Übrigen ist der Antrag hinreichend bestimmt. Das gilt auch für das im Tenor angesprochene Fehlen „eines repräsentativen Beispiels“, da es im vorliegenden Fall nur um das vollständige Fehlen, nicht um die näheren Einzelheiten des repräsentativen Beispiels (§ 6a Abs. 3 PAngV) geht und zudem auf den konkreten Verletzungsfall Bezug genommen wird.

3.

In der Sache selbst hat das Landgericht dem Kläger, dessen Klagebefugnis und Aktivlegitimation nicht in Frage steht, den geltend gemachten Unterlassungsanspruch zu Recht zuerkannt. Das fragliche Schreiben verstieß gegen die Anforderungen des § 6a PAngV.

a) Bei diesem Schreiben handelte sich um „Werbung“ im Sinne des § 6a Abs. 1 PAngV.

aa) Die von der Bank zu erteilenden Informationen sind nicht an § 491a BGB, Art. 247 §§ 2, 3 EGBGB, Art. 5 Richtlinie 2008/48/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. April 2008 über Verbraucherkredite und zur Aufhebung der Richt-

linie 87/102/EWG des Rates (zukünftig: RL) zu messen. Die in den vorgenannten Vorschriften aufgeführten Informationen sind nach Art. 247 § 1 EGBGB (s. auch Art. 5 Abs. 1 S. 1 RL) erst „rechtzeitig vor dem Abschluss des Verbraucherdarlehensvertrages“ zu erteilen. Auch wenn das Schreiben namentlich genannten Verbrauchern zugeht und diese aufgefordert wurden, sich wegen eines Termins mit der Beklagten in Verbindung zu setzen, ein konkretisiertes Angebot mithin erst in den Räumen der Beklagten erhielten, so schließt dieses nicht aus, dass die fraglichen Informationen noch bei der so zustande gekommenen Besprechung rechtzeitig vor Vertragsabschluss erteilt werden (vgl. Schürnbrand, in Münchener Kommentar, BGB, 6. Aufl., § 491a Rn. 10; s. aber Weidenkaff in Palandt, BGB 74. Aufl., Art. 247 § 1 EGBGB Rn. 2 unter Verweis auf Erwägungsgrund 19 S. 1 RL).

bb) Der Beklagten ist zuzugeben, dass der Begriff der „Werbung“ weder in § 6a PAngV noch in dem dieser Vorschrift zugrunde liegenden Art. 4 Abs. 1 UA 1 RL definiert werden. Aus Erwägungsgrund 18 geht allerdings hervor, dass es dabei um die „Veröffentlichung von Informationen“ geht; in Art. 7 Abs. 5 der Richtlinie 2005/29/EG, auf die in Erwägungsgrund 18 sowie Art. 4 Abs. 4 RL verwiesen wird, wird „Werbung“ als Teil der kommerziellen Kommunikation angesehen. In Art. 2 Buchst. a) der ebenfalls zum fraglichen Rechtsgebiet gehörigen Richtlinie 2006/114/EG wird Werbung als „jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels pp. mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen ... zu fördern“ definiert (vgl. dazu näher Köhler, in Köhler/Bornkamm, UWG, 33. Aufl., § 2 Rn. 15). Es sind keine Gründe dafür ersichtlich, diese Definition hier nicht zu übernehmen. Ausweislich des Erwägungsgrundes 18 RL wollte der Gesetzgeber das „Vorfeld“ vor der vorvertraglichen Informationspflicht (dazu Art. 5 RL) und der vertraglichen Informationspflicht (dazu Art. 10 ff. RL) regeln; das spricht gleichfalls für eine weite Auslegung. In der französischen Sprachfassung ist damit übereinstimmend von „publicité“ die Rede. Dass die englischsprachige Fassung von „advertisement“ spricht, was eher auf einen engen Begriff hindeuten könnte, spielt angesichts des Zwecks der Vorschrift eine untergeordnete Rolle.

Danach bestehen keine Zweifel daran, die angegriffenen, an Verbraucher gerichteten Standardschreiben, die auf individuelle Sachverhalte nicht eingehen, als „Werbung“ anzusehen. Ob – die von den Parteien schriftsätzlich diskutierten – Preisaushänge in Geschäftslokalen als „Werbung“ anzusehen sind, bedarf hier keiner Entscheidung.

cc) Soweit die Beklagte Beschränkungen des Anwendungsbereichs des § 6a PAngV durch einen Vergleich mit §§ 1, 6 PAngV herzuleiten versucht, kann dem aus grundsätzlichen Erwägungen nicht gefolgt werden.

§ 6a PAngV stellt die nationale Umsetzung von Art. 4 RL dar (vgl. BT-Drs. 16/11643 S. 142/143).

Demgegenüber beruhen §§ 1, 6 PAngV (soweit sie nicht lediglich den Begriff des „effektiven Zinses“ definieren, s. Art. 19 RL) bei Kreditverträgen nicht auf Unionsrecht. Die „Preisangabenrichtlinie“ 98/6/EG gilt nur für „Erzeugnisse“, mithin nicht für Dienstleistungen (Köhler, a.a.O., Vorb. PAngV Rn. 11). Die „Dienstleistungsrichtlinie“ 2006/123/EG und insbesondere die Regeln über die Preisauszeichnungspflicht in Art. 22 (dazu näher Köhler, a.a.O., Vorb. PAngV Rn. 12; § 4 DL-InfoV Rn. 1) gelten ausweislich ihres Art. 2 Abs. 1 Buchst. b) nicht für Kreditinstitute.

Von daher sind die §§ 1, 6 PAngV von vornherein nicht in der Lage, die Auslegung des § 6a PAngV zu beeinflussen. Auf die Frage, inwieweit ein Mitgliedsstaat trotz des Art. 22 Abs. 1 RL die Preisangaben weitergehend als nach der RL zu regulieren berechtigt sind (vgl. Art. 4 Abs. 1 UA 2 RL, Erwägungsgrund 18 letzter Satz RL), kommt es nicht an (zu dem Argument, dies sei bereits erfolgt, s. nachfolgend unter b) aE). Keiner Erörterung bedarf auch, ob § 1 PAngV im Hinblick auf Verbraucherkreditverträge in weitem Umfange gegenüber anderen Vorschriften zurücktreten, weil bei „Angeboten“ vielfach die Vorschriften der Art. 247 §§ 1 – 3 EGBGB (Art. 5 RL) und bei „Werbung“ § 6a PAngV (Art. 4 RL) eingreifen und jedenfalls als „leges speciales“ anzusehen sind (zum Verhältnis von § 6 PAngV zu Art. 247 EGBGB s. ansatzweise BT-Drs. 16/11643 S. 141).

In jedem Falle ist aus den vorgenannten Gründen § 6a PAngV „aus sich heraus“ – nur vor dem Hintergrund des Art. 4 RL – auszulegen.

b) Bei einem „effektiven Jahreszins“ handelt es sich um einen „Zinssatz“ im Sinne des § 6a Abs. 1 PAngV.

Nach dem Wortlaut von § 6a Abs. 1 PAngV reicht es aus, wenn mit „Zinssätzen“ geworben wird. Diese Vorschrift dient der Preiswahrheit und Preisklarheit (BT-Drs. 16/11643 S. 143; Erwägungsgrund 18 RL). Entgegen der Auffassung der Beklagten schließt dies den effektiven Jahreszins nicht aus. Im Gegenteil bildete gerade dies im

Gesetzgebungsverfahren ein Beispiel für das Eingreifen der Norm (BT-Drs. 16/11643 S. 143: „Eine solche konkrete Zahl kann z.B. der effektive Jahreszins sein [„Finanzierung ab 0,9 % effektivem Jahreszins“]). Im Anschluss daran geht auch Köhler (a.a.O., § 6a PAngV Rn. 3) ohne Weiteres davon aus. Hätte der Gesetzgeber nur Sollzinsen gemeint, hätte er dies ohne Weiteres ausdrücklich sagen können.

Damit in Übereinstimmung steht Art. 4 Abs. 1 UA 1 RL. Sein Wortlaut lässt „Zinssätze“ ausreichen, wobei die englischsprachige Sprachfassung von „an interest rate“ spricht. Damit ist jeder Zinssatz gemeint. Dem steht auch Art. 4 Abs. 1 UA 2 RL („Diese Verpflichtung gilt nicht, wenn innerstaatliche Vorschriften verlangen, dass bei der Werbung für Kreditverträge, die keine Angaben über den Zinssatz oder Zahlenangaben über dem Verbraucher entstehende Kosten des Kredits im Sinne von Unterabsatz 1 enthält, der effektive Jahreszins anzugeben ist“) nicht entgegen. Der Beklagten ist allerdings zuzugeben, dass der reine Wortlaut dieser Vorschrift keinen Sinn ergibt. Dieser „beißt sich nämlich insoweit in den Schwanz“, als eine Werbung mit gesetzlich angeordneten Angaben über Zinssätze und/oder Kosten gerade Angaben darüber enthält und damit die Voraussetzungen der Ausnahmegvorschrift entfallen lässt. Sinn dieser Vorschrift ist es aber ersichtlich, es im Anschluss an Erwägungsgrund 18 letzter Satz RL („Außerdem sollte es den Mitgliedsstaaten freigestellt bleiben, in Bezug auf Werbung, die keine Informationen über die Kosten des Kredits enthält, Informationsanforderungen in ihrem innerstaatlichen Recht vorzusehen“) dem nationalen Gesetzgeber zu gestatten, zwingend in einer Werbung die Angabe bestimmter Zinsen und/oder Kosten vorzuschreiben; in diesem Falle soll die Verpflichtung zur Angabe der Standardinformation nicht gelten.

Auch insoweit verhilft der Beklagten der Hinweis auf §§ 1, 6 PAngV nicht weiter (vgl. a)cc). Soweit die Beklagte auf den Referententwurf eines Gesetzes zur Umsetzung der Wohnimmobilienkreditrichtlinie verweist, handelt es sich zum einen nicht um schon geltendes Recht (s. anders jetzt der Gesetzesentwurf der Bundesregierung vom 15. Juli 2015). Zum anderen dürfte die von der Beklagten gesehene Unklarheit in § 6a Abs. 2 und Abs. 3 PAngV neuer Fassung – Verpflichtung zur Angabe des effektiven Zinses einerseits, Beibehaltung des § 6a Abs. 1 PAngV a.F. andererseits – durch einen Rückgriff auf Art. 4 Abs. 1 UA 2 RL zu lösen sein.

Soweit die Beklagte im Schriftsatz vom 01. September 2015 geltend macht, bereits jetzt habe der nationale Gesetzgeber von Art. 4 Abs. 1 UA 2 RL Gebrauch gemacht,

trifft dies nicht zu. § 1 PAngV verpflichtet das werbende Unternehmen – soweit es sich bei der Werbung (wie hier nicht) nicht um ein „Angebot“ handelt - nicht, einen Preis anzugeben; § 1 Abs. 1 S. 1 PAngV betrifft lediglich die „freiwillige“ Angabe von Preisen. Auch aus § 6 PAngV ergibt sich entgegen der Auffassung der Beklagten nichts anderes; die Vorschrift ergänzt lediglich § 1 PAngV um die anzugebenden Preisbestandteile, setzt aber voraus, dass der Preis nach § 1 PAngV dem Grunde nach anzugeben ist (Köhler, a.a.O., § 6 PAngV Rn. 1).

c) Unerheblich ist auch, dass die Beklagte den effektiven Jahreszins nicht hervorgehoben hat. Im Wortlaut weder des § 6a Abs. 1 PAngV noch des Art. 4 Abs. 1 UA RL ist ein tatbestandliches Erfordernis einer Hervorhebung vorgesehen (vgl. auch BGH GRUR 2014, 1007 – Geld-Zurück-Garantie III zu Nr. 10 Anh. § 3 UWG). Dabei handelt es sich auch nicht um ein redaktionelles Versehen, weil sich die Notwendigkeit einer Hervorhebung demgegenüber auf der Rechtsfolgenseite befindet.

4.

Demnach bestehen auch keine Bedenken gegen die Zuerkennung einer Abmahnkostenentschädigung nebst Zinsen ab Rechtshängigkeit.

III.

Die Nebenentscheidungen beruhen auf § 97 Abs. 1, § 708 Nr. 10, § 711 ZPO.

Die Revision wird zugelassen, § 543 Abs. 2 ZPO. Höchstrichterliche Rechtsprechung zur Auslegung des § 6a PAngV bzw. zu Art. 4 RL und zum Verhältnis des § 6a PAngV zu § 1 PAngV liegt noch nicht vor.

Der Streitwert wird entsprechend der unbeanstandet gebliebenen Festsetzung des Landgericht auf 15.000,00 € festgesetzt.

TARGO BANK

TARGOBANK AG & Co. KGaA
 Freundliche Auskunft erteilt Filiale
 Frankfurter Allee 108 • 10247 Berlin
 Telefon 0800 - 22 22 29 72 • www.targobank.de



23. Januar 2014

Der Kredit, der sich individuell Ihrem Leben anpasst.

Sehr geehrter Herr

was das Leben auch bringt, unser **Wie für mich gemacht** Kredit passt sich flexibel Ihrer persönlichen Situation an. Und weil Zahlen mehr sagen als Worte, haben wir beispielhaft drei Rechnungen für Sie zusammengestellt. So sehen Sie auf einen Blick, welche Beträge zu welchen Raten möglich sind.

| Wählen Sie Betrag und Rate nach Ihren Bedürfnissen – zum Beispiel: | | | |
|--|-------------|-------------|-------------|
| Wunschbetrag | 3.000,- EUR | 5.000,- EUR | 7.500,- EUR |
| Monatliche Rate | 69,- EUR | 89,- EUR | 149,- EUR |

Mit vielen individuellen Gestaltungsmöglichkeiten bestimmen Sie, was Ihr Individual-Kredit leisten soll. Darauf geben wir Ihnen unser **TARGOBANK Sicherheitsversprechen**:

- Verkürzung der Laufzeit durch kostenlose Sonderzahlung jederzeit möglich – für bis zu 80 % des aktuellen Kreditsaldos
- Ratenhöhe individuell festlegen und bei Bedarf Ratenpause einlegen – mehr dazu im Beratungsgespräch
- Je nach persönlicher Situation Wunschbeträge zwischen 1.500,- und 50.000,- EUR



Sie möchten mehr erfahren? Rufen Sie uns einfach an und vereinbaren Sie Ihren Wunschtermin unter der **kostenlosen Telefonnummer 0800 - 22 22 29 72**. Wir beraten Sie gerne – auch außerhalb der Filialöffnungszeiten. Fragen Sie bei Bedarf einfach nach unserem mobilen Kundenberater.

Mit freundlichen Grüßen

Jessica Lehnhardt
 Ihre Filialleiterin

(1) Effektiver Jahreszins 6,99%. 60 Monate Laufzeit. Bonität vorausgesetzt.

Leistungen des getesteten Kredits sind identisch mit denen des TARGOBANK Individualkredits.

Wenn Sie zukünftig unsere Angebote nicht mehr erhalten möchten, können Sie bei uns die Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke unterbrechen.

TARGOBANK AG & Co. KGaA | Persönlich haftendier und geschäftsführender Gesellschafter: TARGO Management AG | Vorstand: Franz Josef Hub | Vorsitzender:
 Peter Klein, Pascal Loughel, Jürgen Lieberknecht, Bernhard Röding, Maria Toppler | Vorsitzender des Aufsichtsrates: Eckart Thoma | Sitz der Gesellschaft: Düsseldorf
 Handelsregister Amtsgericht Düsseldorf HRB 48389