



REPUBLIK ÖSTERREICH
Handelsgericht Wien

RECHTSANWÄLTE
DR. KOSESNIK-WEHRLE
DR. LANGER
- 2. Feb. 2006
EINGELANGT
FRIST: 6.3.06

41 Cg 71/05g

ab. Berufung

5

Im Namen der Republik

Das Handelsgericht Wien erkennt durch die Richterin MMag. Liselotte Eckl in der Rechtssache der klagenden Partei Verein für Konsumenteninformation, Linke Wienzeile 18, 1060 Wien, vertreten durch Kosesnik-Wehrle & Langer RAe KEG, Ölzeltgasse 4, 1030 Wien, wider die beklagte Partei BAWAG P.S.K. Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse Aktiengesellschaft, Seitzergasse 2-4, 1010 Wien, vertreten durch Schönherr Rechtsanwälte OEG, Tuchlauben 17, 1014 Wien, wegen Unterlassung (Streitwert € 21.500,--) und Urteilsveröffentlichung (Streitwert € 4.500,--), nach öffentlicher Streitverhandlung zu Recht:

1) Die beklagte Partei ist schuldig, es im geschäftlichen Verkehr mit Verbrauchern im Zusammenhang mit Verbraucherkreditverhältnissen zu unterlassen, für den Abschluss von Verbraucherkreditverträge mit Zahlenangaben über den Zinssatz

oder die Kreditkosten zu werben, ohne den effektiven Jahreszinssatz, allenfalls anhand repräsentativer Beispiele, anzugeben, insbesondere es zu unterlassen, für den sogenannten „Kreditkoffer“ mit Angaben über die Kreditkosten in Form der monatlich zu leistenden Rate zu werben, ohne den effektiven Kreditsatz, allenfalls in Form eines repräsentativen Beispiels, anzuführen.

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 Samstagausgabe 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 € 3.211,39 (darin € 443,40 Ust und € 551,-- Barauslagen) bestimmten Kosten des Rechtsstreits binnen 14 Tagen bei sonstiger Exekution zu bezahlen

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

Der Verein für Konsumenteninformation ist eine zur Erhebung von Unterlassungsklagen in Form von Verbandsklagen aktivlegitimierte Einrichtung.

Die BAWAG P.S.K. Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse Aktiengesellschaft (in der Folge: „BAWAG“) ist zu FN 205340x im Firmenbuch beim Handelsgericht Wien eingetragen. Sie wurde mit Hauptversammlungsbeschluss vom 08.09.2005 als übernehmende Gesellschaft mit der Österreichischen Postsparkasse Aktiengesellschaft (FN 158442d) verschmolzen und ist die Gesamtrechtsnachfolgerin dieser Gesellschaft. Die Beklagte betreibt das Bankgeschäft und bietet ihre Leistungen im gesamten Bundesgebiet an. Sie schließt im Rahmen ihrer geschäftlichen Tätigkeit laufend mit Personen, welche kein Unternehmen führen oder für die diese Verträge

nicht zum Betrieb ihres Unternehmens gehören und Kreditverträge ab und bewirbt ihre Tätigkeit in der Öffentlichkeit.

Der Kläger beehrte mit der am 07.10.2005 bei Gericht eingelangten Klage wie im Spruch ersichtlich und brachte vor, dass in einem Werbeprospekt der Post AG (Stand August 2005) von der Beklagten ein Kreditangebot („Kreditkoffer“) beworben wurde, in welchem neben der möglichen Höhe des Kredites die monatliche Belastung des Kreditunternehmers und mit EUR 149,-- beziffert worden sei.

Gemäß § 35 Abs 2 BWG (§ 6 Abs 1 VerbraucherkreditVO, BGBl II 260/1999, bzw Art 3 VerbraucherkreditRL 87/102/EWG) habe jede Werbung über die Bereitschaft zur Kreditgewährung - sofern sie Zahlenangaben über Kreditkosten enthalte - den effektiven bzw den fiktiven Jahreszinssatz, allenfalls anhand repräsentativer Beispiele, anzugeben. Da die von der Beklagten im Werbeprospekt angegebene Rate auch Kreditkosten impliziere, sei im Werbeprospekt auch der effektive bzw fiktive Jahreszinssatz, allenfalls anhand repräsentativer Beispiele, anzugeben gewesen. Die Beklagte habe gegen diese Verpflichtung verstoßen.

Diese Werbung („Kreditkoffer“) der Beklagten sei in einem in großer Auflage verteilten Werbeprospekt vorgenommen worden und habe sich an eine Vielzahl von Verbrauchern gerichtet, weshalb jedenfalls allgemeine Interessen der Verbraucher beeinträchtigt seien.

Wiederholungsgefahr sei aufgrund des gesetzten Gesetzesverstößes zu vermuten und bestehe schon deshalb, weil die Beklagte eine vor Klageeinbringung vom Kläger der Beklagten zugesandte strafbewehrte Unterlassungsverpflichtung nicht innerhalb der vom Kläger gesetzten Frist abgegeben habe.

Laut weiterem Vorbringen des Klägers bestehe ein

berechtigtes Interesse der angesprochenen und betroffenen Verbraucherkreise an der Aufklärung über das Verhalten der Beklagten, um über die wahre Sach- und Rechtslage aufzuklären und ein Umsichgreifen des vom Kläger gerügten Verhaltens zu verhindern, weshalb er die im Spruch ersichtliche Urteilsveröffentlichung begehrte.

Die Beklagte beantragte in der am 10.11.2005 überreichten Klagebeantwortung die kostenpflichtige Abweisung der Klage und brachte vor, dass die klagsgegenständliche Werbung keine Zahlenangaben zum Zinssatz und zu den Kreditkosten enthalte. Ausschließlicher Hintergrund sei es, die Zielgruppe der PSK über das Angebot besonders (zahlenmäßig) niedriger Monatsraten und damit über die geringe monatliche Belastung zu informieren. Die Bewerbung von Kreditkonditionen sei nicht Gegenstand der Werbelinie „Kreditkoffer“ gewesen.

Die Beklagte verwies weiters auf die Entstehungsgeschichte des § 35 Abs 2 BWG und brachte damit zusammenhängend vor, dass der Sinn und Zweck des Art 3 RL 87/102/EWG und der darin festgelegten Pflicht zum Ausweis des effektiven bzw fiktiven Jahreszinssatzes darin bestehe, dem Verbraucher die Vergleichbarkeit von Kreditangeboten zu erleichtern. Ein weitergehender Schutz sei vor dem Hintergrund der §§ 33 - 36 BWG nicht erforderlich. Außerdem sei die Angabe der Gesamtkosten bzw des effektiven Jahreszinssatzes erst erforderlich, wenn die Kreditnebenkosten bzw ein Zinssatz in der Werbung genannt würden. In der gegenständlichen Werbung seien aber keine Kreditkosten und kein Zinssatz, sondern lediglich eine Monatsrate genannt worden. Zudem seien Kreditwerbungen, die nur auf (zahlenmäßig) niedrige Kreditraten hinweisen wollten, überhaupt nicht zum Kreditkostenvergleich geeignet und daher auch nicht vom

Regelungsziel des Art 3 RL 87/102/EWG erfasst.

Darüber hinaus brachte die Beklagte vor, dass in der gegenständlichen Werbung keine Angaben zur Höhe des Kreditzinssatzes, zur Laufzeit und zur Art des Kredites (Abstattungskredit oder revolvingender Kredit) gemacht worden seien - wozu sie im übrigen gesetzlich auch nicht verpflichtet gewesen sei. Deshalb habe die Beklagte mangels Kenntnis der Gesamtbelastung iSd § 33 Abs 7 BWG (welche in § 33 Abs 4 BWG dem ausbezahlten Kreditbetrag gleichgesetzt werde) nicht vermocht, den effektiven Jahreszinssatz finanzmathematisch zu ermitteln/berechnen. Die Forderung des Klägers nach Ausweis des effektiven Jahreszinssatzes sei daher bei der Werbelinie „Kreditkoffer“ tatsächlich unmöglich. Auch § 35 Abs 2 BWG verlange den Ausweis des effektiven Jahreszinssatzes nur dort, wo dies tatsächlich möglich sei.

Es liege kein Gesetzesverstoß vor, der den Kläger zur Erhebung des klagsgegenständlichen Unterlassungsbegehrens berechtigen würde.

Darauf replizierte der Kläger in seinem vorbereitenden Schriftsatz vom 04.01.2006, dass es, abgesehen davon, dass die Beklagte eine plausible Erklärung schuldig geblieben sei, wofür die in der Werbung „Kreditkoffer“ genannten 149,-- Euro sonst verlangt würden, wenn nicht zur Abstattung eines Kredites, auf der Hand liege, dass diese „Rate“ nur eine Belastung aus der Kreditverbindlichkeit sein könne und damit (implizit) auch die Kreditkosten beinhalte. Darauf deute auch der weiter Hinweis „Alles inklusive“ hin.

Der Kläger brachte weiter vor, dass er sein Begehren auf einen Verstoß gegen § 35 Abs 2 BWG sowie § 6 Abs 1 VerbraucherkreditVO (welcher entgegen der Ansicht der Beklagten anwendbar sei) stütze, welche in

Umsetzung der VerbraucherkreditRL 87/102/EWG erlassen worden seien. Der Kläger verweise überdies auf die konsolidierte Fassung des Art 3 der VerbraucherkreditRL 87/102/EWG, welche unter anderem Änderungen durch die Richtlinien 90/88/EWG vom 22.02.1990 und 98/7/EG vom 16.02.1998 erfahren habe.

Der Zweck der gegenständlich relevanten Regelungen sei es - entgegen der Ansicht der Beklagten - zu verhindern, dass dem Verbraucher durch unlautere oder irreführende Werbung mit einem Zinssatz oder einer Kostenangabe falsche Vorstellungen über die tatsächlichen Kosten oder den tatsächlichen Zinssatz des Kreditvertrages vermittelt würden. Die Beklagte übersehe auch, dass für den Fall, dass sich kein anderes Mittel als handhabbar erweise, der effektive Jahreszins durch ein repräsentatives Beispiel anzugeben sei. Das Anführen repräsentativer Beispiele sei nicht nur fakultativ sondern zwingend vorgesehen (sowohl in der RL 87/102/EWG, als auch in § 35 Abs 2 BWG und § 6 Abs 1 VerbraucherkreditVO). Daher greife das Argument der Beklagten von der finanzmathematischen Unmöglichkeit der Ermittlung/Berechnung des effektiven Jahreszinses nicht, da gerade für solche Fälle repräsentative Beispiel zwingend anzuführen seien. Darüber hinaus sei der effektive Jahreszins „in Wirklichkeit“ immer berechnen, nämlich mit Hilfe der in Art 1a Abs 7 der RL 87/102/EWG aufgezählten Fälle.

Da ein Verstoß der Beklagten gegen § 35 Abs 2 BWG (bzw § 6 Abs 1 VerbraucherkreditVO) somit jedenfalls vorliege, sei der Unterlassungsanspruch des Klägers berechtigt.

In der Tagsatzung vom 13.01.2006 brachte die Beklagte ergänzend vor, dass es Werbungen in Zusammenhang mit Kreditverträgen gebe, in denen Standardinformationen (wie Informationen über die Kosten des Kredites) nicht enthalten sein müssen. Die

gegenständliche Werbung „Kreditkoffer“ sei eine solche Werbung. Darüber hinaus sei eine Heranziehung der RL 98/7/EG nicht zulässig, da diese Richtlinie nach Inkrafttreten des § 35 BWG erlassen worden sei und solche Richtlinien zu ihrer Umsetzung in innerstaatliches Recht einer eigenständigen Regelung bedürften. Daher sei nach wie vor die RL 87/102/EWG maßgeblich.

Die Beklagte brachte weiters vor, dass die VerbraucherkreditVO in Hinblick auf § 2 Z 14 GewO im konkreten Fall nicht anwendbar sei.

Beweis wurde erhoben durch die von den Parteien vorgelegten Beilagen ./A (Prospekt „Kreditkoffer“), ./B (Abmahnschreiben vom 13.09.2005), ./C (konsolidierte Fassung der RL 87/102/EWG), ./D (Auszug aus dem Vorschlag Kommission der Europäischen Gemeinschaften vom 11.09.2002 2002/0222 (COD))

Der Beklagtenvertreter verzichtete in der Tagsatzung vom 13.01.2006 auf die Einvernahme des von ihm beantragten Zeugen Mag. Thomas Heimhofer.

Aufgrund des durchgeführten Beweisverfahrens steht nachfolgender Sachverhalt fest:

Die Österreichische Postsparkasse Aktiengesellschaft (in der Folge: „PSK“), deren Rechtsnachfolgerin die Beklagte ist, bewarb mit einem Werbeprospekt (Stand August 2005) ein Kreditangebot, welches in diesem Prospekt als „Kreditkoffer“ (Beilage ./A) bezeichnet wurde. Dieses Werbeprospekt der Beklagten enthielt bezogen auf den „Kreditkoffer“ folgenden Text:

„ Mit dem Kreditkoffer gehen alle Wünsche in Erfüllung!

- *EUR 4.000,-, EUR 8.000,- oder EUR 12.000,- um EUR 149,- im Monat*
- *Für größere Wünsche gibt's noch mehr Geld:
Pro zusätzliche EUR 4.000,- zahlen Sie nur EUR 49,- monatlich mehr*
- *Alles inklusive*
- *Zinssatz und Rate 1 Jahr fix "*

Rechts neben diesem Text findet sich folgender, in - verglichen mit dem eben wiedergegebenen Text - größerer, weißer Schrift (auf schwarzem Hintergrund) gehaltener, Text:

*„ 149,-
PRO MONAT "*

Sonstige Angaben über den „Kreditkoffer“, insbesondere Angaben zu Jahreszinssätze, Laufzeiten oder Beispiele für mögliche „Kreditszenarien“, finden sich im gegenständlichen Werbeprospekt „Kreditkoffer“ der Beklagten nicht (Beilage ./A).

Das gegenständliche Werbeprospekt (Beilage ./A) wurde an eine Vielzahl von potentiellen Vertragspartnern der Beklagten versendet und verteilt.

Der Kläger forderte die Beklagte vor Klageeinbringung in einer schriftlichen Abmahnung dazu auf, eine strafbewehrte Unterlassungsverpflichtung abzugeben (Beilage ./B). Die Beklagte kam dieser Aufforderung nicht nach.

Beweiswürdigung:

Die Feststellungen gründen sich auf die in Klammerausdrücken in den Feststellungen enthaltenen Beilagen und die erfolgten Außerstreitstellungen. Der Inhalt des Werbeprospektes „Kreditkoffer“ ist unstrittig (Klagebeantwortung ON 2, AS 9).

Dass das gegenständliche Werbeprospektes an eine Vielzahl von potentiellen Vertragspartnern der Beklagten versendet wurde, ergibt sich schon aufgrund des, der Beilage ./A zu entnehmenden Textes „*Postentgelt bar bezahlt. An einen Haushalt.*“, woraus sich - im Zusammenhang mit der Tatsache, dass die Beklagte bundesweit auftritt - eindeutig die nicht bloß punktuelle Verbreitung des Werbeprospektes ergibt.

Daraus ergibt sich in rechtlicher Hinsicht:

Die Beklagte ist Unternehmerin im Sinne des § 1 KSchG. Sie schließt im Rahmen ihrer geschäftlichen Tätigkeit mit Verbrauchern im Sinne des § 1 KSchG Kreditverträge ab und bewirbt Kreditangebote in der Öffentlichkeit.

Die Aktivlegitimation des Klägers ergibt sich ex lege aus § 29 Abs 1 KSchG.

Gemäß § 28a Abs 1 KSchG kann auf Unterlassung geklagt werden, wer im geschäftlichen Verkehr mit Verbrauchern im Zusammenhang mit Verbraucherkreditverhältnissen gegen ein gesetzliches Verbot oder Gebot verstößt und dadurch die allgemeinen Interessen der Verbraucher beeinträchtigt.

Allgemeine Interessen der Verbraucher sind immer dann beeinträchtigt, wenn ein Massengeschäft vorliegt,

welches die Beklagte aufgrund ihrer Tätigkeit betreibt.

Gemäß § 35 Abs 2 BWG hat jede Werbung über die Bereitschaft zur Kreditgewährung - sofern sie Zahlenangaben über den Zinssatz oder die Kreditkosten enthält - den effektiven bzw den fiktiven Jahreszinssatz, allenfalls an Hand repräsentativer Beispiele, anzugeben.

Diese Bestimmung ist Ausfluss der Anpassung des nationalen Rechts an das europäische Verbraucherkreditrichtlinien-Regime (wobei diese Anpassung ursprünglich einerseits getrennt nach Kategorien gewerblicher Kreditgeber und andererseits getrennt nach einzelnen sachlichen Regelungskomplexen erfolgte, und zwar im BWG, im VAG und § 73 Abs 4 und 5 GewO iVm der Verbraucherkreditverordnung positiviert) (vgl. ÖBA 1995/667).

§ 35 Abs 2 BWG ist somit Teil der Umsetzung der Richtlinie 87/102/EWG, welche in Art 3. ihrer ursprünglichen Fassung bereits eine Angabepflicht hinsichtlich des effektiven Jahreszinses für jede Werbung, sofern mit Kreditkosten geworben wurde. Art 3 in der geänderten Fassung durch die Richtlinie 98/7/EG hat diese Pflicht in der Weise erweitert, dass in jeder Anzeige, mit der eine Person einen Kredit anbietet oder sich anbietet, einen Kredit zu vermitteln, und in der ein Zinssatz oder sonstige Zahl mit Bezug auf Kreditkosten angegeben sind, auch der effektive Jahreszins angegeben wird, und zwar, wenn sich kein anderes Mittel als handhabbar erweist, durch ein repräsentatives Beispiel.

Diese Angabepflicht besteht allerdings nur, wenn überhaupt mit Hinweis auf Kreditkosten geworben wird. Dabei ist nicht erforderlich, dass dieser Bezug konkret

ist; auch allgemeine Angebote, die auf günstige Finanzierungen, geringe Kosten usw. hinweisen müssen durch Angabe des effektiven Jahreszinses konkretisiert werden (vgl. Reich in Reich/Micklitz, Europäisches Verbraucherrecht⁴, 20.34.).

Wenn die Beklagte vermeint, dass die durch die Richtlinie 98/7/EG geänderte Fassung des Art 3 der RL 87/102/EWG nicht zu beachten sei, da diese Richtlinie im nationalen Recht noch keine Umsetzung erfahren habe, ist dazu auszuführen, dass nationale Anpassungen aufgrund der RL 98/7/EG durchaus erfolgten (etwa § 33 BWG - BGBI. I Nr 33/2000). Sofern eine „lückenlose“ Umsetzung der in diesem Fall relevanten Bestimmungen (insb Art 3 der RL 87/102/EWG geändert durch die RL 98/7/EG) noch nicht erreicht worden sein sollte und eine solche - weitergehende - Umsetzung aufgrund der bestehenden nationalen Rechtslage nicht ohnehin entbehrlich wäre, was nach Ansicht des Gerichtes der Fall ist (vgl. OGH 4 Ob 235/98g; *Gamerith*, Vergleichende Werbung. Auswirkungen der Richtlinie 97/55/EG auf das österreichische Wettbewerbsrecht, ÖBl 1998, 115ff), wären wohl jedenfalls die bestehenden, aufgrund der 87/102/EWG erlassenen, nationalen Bestimmungen im Lichte des Wortlautes und des Zweckes der RL 98/7/EG (= richtlinienkonform) auszulegen (OGH 4 Ob 235/98g; OGH 8 ObS 13/05b). Nach Ansicht des EuGH ist es gleichgültig, ob das auszulegende nationale Recht vor oder nach der RL erlassen worden ist. Die Pflicht zu richtlinienkonformer Auslegung beschränkt sich damit also nicht auf Vorschriften, welche zur Umsetzung der RL (selbst wenn dies mangelhaft erfolgt sein sollte) erlassen worden sind. Sie erstreckt sich vielmehr auf den gesamten Rechtsbestand des Mitgliedstaats (EuGH Slg 1990, I-4135 - *Marleasing* Rz 8; EuZW 1994, 182 - *Wagner Miret* Rz 20 (vgl auch dort Rz 21, wonach

der Grundsatz richtlinienkonformer Auslegung "besonders dann" gelte, wenn ein Mitgliedstaat der Ansicht war, dass die bereits geltenden Vorschriften seines nationalen Rechts den Anforderungen der betreffenden Richtlinie genügten); Slg 1994, I-1657 - Habermann-Beltermann Rz 10).

Selbst wenn man nun, der Ansicht der Beklagten folgend, unter Anwendung richtlinienkonformer Auslegung des § 35 Abs 2 BWG davon ausgehen würde, dass mit dieser Bestimmung die Vergleichbarkeit von Kreditangeboten für Verbraucher erreicht werden sollte, dann ist für die Beklagte nichts gewonnen, da dies nicht gegen den von der RL 87/120/EWG (bereits vor Änderung durch die nachfolgenden Richtlinien) beabsichtigten Schutz von Verbrauchern vor unlauterer Werbung im Zusammenhang mit Verbraucherkrediten spricht. Den Verbrauchern die Vergleichbarkeit von durch Werbung an sie herangetragenen Kreditangeboten verschiedener Anbieter zu ermöglichen ist vielmehr ein probates Mittel, den Verbrauchern die Unterschiede bei einzelnen Kreditangeboten erkennbar zu machen und sie gleichsam für - vom unbedarften Betrachter oftmals schwierig zu identifizierende und zu durchschauende - „versteckte Kosten“ in der Werbung zu sensibilisieren und sie so davor zu bewahren, durch unvollständige Angaben irreführt zu werden.

Die Beklagte bewirbt wie festgestellt in ihrem Werbeprospekt den „Kreditkoffer“ ua mit den Textstellen „... um EUR 149,- im Monat“ und „Alles inklusive“. Damit wird jedenfalls ein Bezug zu den Kreditkosten hergestellt, da ein Hinweis auf die Kreditkosten ja nicht einmal konkret sein muss (siehe bereits Urteilsseite 12). In diesem Fall wird nach Ansicht des Gerichtes durch die erwähnte Textierung der Bezug zu den Kreditkonten auch konkret hergestellt, da „Alles

inklusive" nur so verstanden werden kann, dass in den sohin „pauschalierten Raten“ von 149,-- Euro auch Kreditkosten enthalten sind. Andere Deutungsversuche der Textstelle „Alles inklusive“ erschienen dem Gericht nicht plausibel. Auch die Textzeile „Zinssatz und Rate 1 Jahr fix“ spricht dafür, dass „Alles inklusive“ nur so verstanden werden kann, dass in den beworbenen 149,-- Euro auch die Kreditkosten abgedeckt sein sollten. Da ein Zinssatz nicht extra ausgewiesen wurde, ist die Beifügung von „Zinssatz und Rate 1 Jahr fix“ nur so zu verstehen, dass der Zinssatz in den 149,-- Euro pauschaliert, eben inklusive, ist.

Da durch die Werbung für den „Kreditkoffer“ jedenfalls ein Bezug zu den Kreditkosten hergestellt wurde, hätte gemäß § 35 Abs 2 BWG ein Hinweis auf den effektiven bzw fiktiven Jahreszinssatz erfolgen müssen. Wie festgestellt wurde, erfolgte eine Angabe des effektive oder fiktive Jahreszinssatzes jedoch nicht.

Wenn die Beklagte vorbringt, dass es ihr, mangels aller erforderlichen Angaben, tatsächlich unmöglich gewesen sei, im Zusammenhang mit der Werbelinie „Kreditkoffer“ den effektiven Jahreszinssatz zu ermitteln, dann ist dazu auszuführen, dass selbst wenn man davon ausginge, dass der effektive Jahreszinssatz nicht ermittelt werden könnte, die Beklagte gemäß § 35 Abs 2 BWG jedenfalls zur Angabe des fiktiven Jahreszinssatzes verpflichtet gewesen wäre (arg: „hat ... anzugeben“). Dies Angabe hätte gemäß § 35 Abs 2 leg cit - sofern andere Berechnungsmethoden nicht möglich gewesen sein sollten - unter Heranziehung eines repräsentativen Beispiels erfolgen müssen (arg: „allenfalls“).

Da die Beklagte aber, trotz des durch die gegenständliche Werbung für den „Kreditkoffer“

(Beilage ./A) hergestellten Bezuges zu den Kreditkosten, in ihrem Werbeprospekt keine Angaben zum effektiven bzw fiktiven Jahreszinssatz (es wurde eben auch kein repräsentatives Beispiel angegeben) dieses Kreditangebotes machte, hat die Beklagte gegen das Gebot des § 35 Abs 2 verstoßen, weshalb der Unterlassungsanspruch zu Recht besteht.

Die Wiederholungsgefahr wird bereits durch den erfolgten Verstoß impliziert und ergibt sich deutlich aus der fehlenden Bereitschaft der Beklagten, im Vorfeld des Verfahrens eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abzugeben sowie ihrem Antrag auf kostenpflichtige Klagsabweisung, da sie auf dem Standpunkt stehe, dass sie gegen keine gesetzliche Verpflichtung verstoßen habe.

Die Urteilsveröffentlichung (Punkt 3 des Spruches) dient zur Sicherung des Unterlassungsanspruches und zur Aufklärung der Verbraucher über das gesetzwidrige Verhalten des Beklagten. Das berechtigte Interesse des Klägers an der Urteilsveröffentlichung besteht in der beabsichtigten Aufklärung derer, die mit Werbeprospekt „Kreditkoffer“ von der Beklagten angesprochen wurden. Aufgrund des bundesweiten Tätigkeitsbereiches der Beklagten schien das beantragte Medium geeignet.

Die Kostenentscheidung gründet sich auf § 41 ZPO.



Handelsgericht Wien
1030 Wien, Marxergasse 1a
Abt. 41, am 30.01.2006

Handl. Ger. Wien
Für die Richtigkeit der
der Leiter der Geschäftsverteilung: