

tiger Täuschung oder eines Rücktritts vom Versicherungsvertrag sein.

(Leitsatz des Gerichts)

Örtlich zuständiges Gericht im Falle einer Fremdversicherung

OLG Oldenburg, Urt. v. 18.04.2012, Az.: 5 U 196/11

Bei einer Fremdversicherung ist in entsprechender Anwendung von § 215 Abs. 1 Satz 1 VVG für Klagen des Versicherten aus dem Versicherungsvertrag auch das Gericht örtlich zuständig, in dessen Bezirk der Versicherte seinen Wohnsitz, in Ermangelung eines solchen seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat.

(Leitsatz des Gerichts)

Leistungskürzung des Kaskoversicherers bei relativer Fahruntüchtigkeit

LG Flensburg, Urt. v. 24.08.2011, Az.: 4 O 9/11

Der Kaskoversicherer ist zu einer 50 %-igen Leistungskürzung berechtigt, wenn der Fahrer des versicherten Fahrzeugs mit einer Blutalkoholkonzentration von 0,4 Promille einen Verkehrsunfall verursacht.

(Leitsatz der Redaktion)

Kein Pfändungsschutz für den die GKV-Höchstsätze übersteigenden Teil der PKV-Prämie

LG Stuttgart, Urt. v. 10.05.2012, Az.: 19 T 353/11

Bei der Berechnung des pfändbaren Arbeitseinkommens ist eine Berücksichtigung der Beiträge für die private Krankenver-

sicherung unter Anwendung des § 850e Nr. 1 Satz 2 b) ZPO nur bis zum Höchstbeitragssatz in der gesetzlichen Krankenversicherung gerechtfertigt.

(Leitsatz der Redaktion)

Kfz-Versicherer haftet nicht für Überspannungsschäden

AG Fürstentfeldbruck, Urt. v. 17.03.2011, Az.: 5 C 1779/10

Kommt es im Rahmen einer Starthilfe zu Überspannungsschäden an dem Starthilfe benötigenden Wagen, weil die Überbrückungskabel falsch angesetzt werden, so begründet dies keinen Direktanspruch des Geschädigten gegen den Kfz-Haftpflichtversicherer des Starthilfe gebenden Wagens.

(Leitsatz der Redaktion)

Kaskoversicherung: Obliegenheitsverstoß während der Ruheversicherung

OLG Karlsruhe, Urt. v. 01.03.2012, Az.: 12 U 196/11

1. Der durchschnittliche Versicherungsnehmer kann unter dem Begriff „umfriedet“ im Rahmen des Punktes H.1.5 AKB 2008 (Obliegenheit, das Fahrzeug während der Ruheversicherung auf einem umfriedeten Abstellplatz zu parken) ein körperliches Zugangshindernis verstehen, welches jedoch nicht nur durch großen Aufwand zu überwinden sein muss.

2. Kann eine gefahrminimierende Obliegenheit durch mehrere Alternativen erfüllt werden und hätte die Wahl einer dieser Alternativen den Eintritt des Versicherungsfalles nicht vermieden, so ist von fehlender Kausalität zwischen Obliegenheitsverletzung und schädigendem Ereignis auszugehen.

(Leitsätze der Redaktion)

AKTUELLE RECHTSPROBLEME AUS DER PRAXIS

Werbung durch prominente Persönlichkeit kann Prospekthaftung auslösen

Die „Promi-Entscheidung“ des BGH (Urt. v. 17.11.2011, Az.: III ZR 103/10)

Von RAin Danuta Wiest und RA Sven Tintemann, Berlin

Der BGH hatte sich bereits mehrfach mit Schadensersatzansprüchen aufgrund bürgerlich – rechtlicher Prospekthaftung und mit der Frage der Prospektverantwortlichen auseinander zu setzen. Nach den vom BGH in ständiger Rechtsprechung entwickelten Grundsätzen haften für fehlerhafte oder unvollständige Pros-

pektangaben neben dem Herausgeber des Prospekts die Gründer, Initiatoren und Gestalter des Anlagenobjekts, soweit sie dessen Management bilden oder beherrschen. Spätestens seit dem Urteil des BGH vom 22.05.1980 zum Az.: II ZR 209/79 (BGHZ 77, 172) ist auch geklärt, dass neben den hinter einem

Anlageobjekt stehende Hintermänner auch so genannte Garanten haften. Garanten sind diejenigen Personen und Unternehmen, die mit Rücksicht auf ihre besondere berufliche und wirtschaftliche Stellung oder in ihrer Eigenschaft als berufsmäßige Sachkenner eine Garantenstellung einnehmen und durch ihr nach außen in Erscheinung tretendes Mitwirken am Emissionsprospekt einen Vertrauenstatbestand schaffen.

Das nunmehr am 17.11.2011 zum Az.: III ZR 103/10 (VuR 2012, 58 = NJW 2012, 758) verkündete Urteil stellt eine Erweiterung der ständigen Rechtsprechung des BGH dar und wird auf die Rechtspraxis Einfluss haben. Im Schrifttum ist das Urteil des BGH bereits auf Zustimmung gestoßen. Auch von der Anwaltschaft wurde das Urteil mit großer Spannung erwartet, da erstmals eine prominente Persönlichkeit wegen Prospekthaftung in Anspruch genommen wird.

Der BGH musste sich mit folgender Fallkonstellation auseinandersetzen:

Die Kläger beteiligten sich über eine Beteiligungstreuhand GmbH als Kommanditisten an einer Publikumsgesellschaft. Bereits kurze Zeit nach dem Beitritt der Kläger wurde der Publikumsgesellschaft mit sofort vollziehbarem Bescheid durch die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungen im Juni 2005 die geschäftliche Tätigkeit untersagt und über das Vermögen der Publikumsgesellschaft das Insolvenzverfahren eröffnet. Die Kläger verloren somit ihr eingezahltes Kapital. Da ihre Beteiligung fehlerhaft war, nahmen sie 5 Beklagte in Anspruch. Dabei handelte es sich bei dem Beklagten zu 5) um einen ehemaligen Bundesminister und renommierten Verfassungsrechtler, welcher als Vorsitzender des Beirats der Muttergesellschaft der Komplementärin der KG von Frühjahr 2004 bis August 2004 tätig war. Im Rahmen dieser Tätigkeit hatte der Beklagte zu 5) auch verschiedene Äußerungen, welche in den Produktinformationen enthalten waren, zu dem Fonds getätigt sowie in Sonderdrucken von zwei Wirtschaftszeitschriften Interviews gegeben, wo zugleich als optischer Aufmacher ein Bild des Beklagten zu 5) über einem der Artikel abgedruckt war. In den Artikeln wurde der Beklagte zu 5) unter anderem mit den Äußerungen zitiert: „Meine Forderung an das Management der ... AG für meine Mitwirkung als Vorsitzender des Beirats war: Durchgehende Qualitätssicherung für jeden einzelnen Anleger. Dazu Kompetenz, Kontrolle und Transparenz für das Konzept und die handelnden Personen des Fonds. Das haben wir geschafft. Mich hat die Beachtung aller denkbaren Anlegerschutzregeln, die das Fondskonzept auszeichnet, beeindruckt.“ Die Produktinformationen sowie die Sonderdrucke der Presseartikel wurden zusammen mit dem Emissionsprospekt vertrieben. Das mit der Angelegenheit zuerst befasste erstinstanzliche LG Mosbach gab den Klägern Recht und verurteilte mit Entscheidung vom 15.08.2007 (Az.: 1 O 135/06, ZIP 2008, 745) alle Beklagten antragsgemäß. Der Beklagte zu 5) legte gegen dieses Urteil Berufung zum OLG Karlsruhe ein, welches in seiner Entscheidung vom 28.04.2010 (Az.: 6 U 155/07, ZIP 2010, 1036) das Urteil gegenüber dem Beklagten zu 5) aufhob und die Klage diesbezüglich abwies. Die Revision ließ das OLG Karlsruhe nicht zu.

Die Kläger wandten sich dennoch an den BGH, welcher das Urteil des OLG Karlsruhe aufhob und die Sache zur neuen Ent-

scheidung zurückverwies. Zur Begründung seiner Entscheidung bediente sich der BGH ausschließlich seiner bisherigen Rechtsprechung und erweiterte diese nunmehr in zwei wesentlichen Punkten. In zahlreichen Zeitschriften, so unter anderem von *Derleder* (EWiR 2012, 39), *Klöhn* (WM 2012, 97-106), *Buck-Hepp* (LMK 2012, 327753), *Hebrant* (DB 2012, 273-275), *Schwintowski* (VuR 2012, 45 f.) und *Nassall* (jurisPR-BGHZivilR 2/2012 Anm. 1) finden sich Besprechungen des Urteils. Dabei sind sich die Autoren im Wesentlichen darüber einig, dass das Urteil des BGH hinsichtlich der erweiterten Rechtsprechung Zustimmung verdient.

1. Der BGH nahm den Fall des früheren Bundesverteidigungsminister und Lehrstuhlinhaber Prof. Dr. Rupert Scholz zum Anlass, um eine Definition des Prospektbegriffs zu schaffen. Maßgeblich ist in diesem Zusammenhang, dass der BGH in dem zu entscheidenden Fall Werbeaussagen als Prospektbestandteil bewertete.

Bisher gab es nur im Bereich des Rechts der regulierten Kapitalmärkte eine spezifische Regelung hinsichtlich der Werbung für Kapitalanlagen (vgl. §§ 15 WpPG, 124 InvG und mit Abstrichen § 8j VerkProspG). Der hier vom BGH zu entscheidende Fall spielt jedoch auf dem (bisher) nicht spezifisch regulierten „Grauen Kapitalmarkt“. Eine entsprechende Regelung existiert (bisher) gerade nicht (siehe ab 01.06.2012: §§ 20, 32 Abs. 2 Vermögensanlagengesetz). Die im Wege des Richterrechts geschaffene bürgerlich-rechtliche Prospekthaftung diene zur Kompensation der Regelungslücke.

Es galt jedoch zunächst die Frage zu klären, ob ein Prospekt vorliegt. Der Beklagte war im eigentlichen Emissionsprospekt nicht benannt und nicht zitiert. Seine Aussagen befanden sich nur in den Produktinformationen und in den Sonderdrucken der Zeitungsartikel. Ob ein Prospekt vorliegt, ist bisher in der Rechtsprechung nicht einheitlich bewertet. Während in der überwiegenden Rechtsprechung, so auch vom OLG Karlsruhe, die Auffassung vertreten wird, dass Prospekte nur solche Dokumente sein können, die sämtliche für die Anlageentscheidung wesentliche Informationen enthalten oder diesen Anschein erwecken, wird von einem Teil der Rechtsprechung aber auch die Auffassung vertreten, dass ein Prospekt bereits dann vorliegt, wenn durch das Schriftstück der Eindruck erweckt wird, die wichtigste Informationsquelle zu sein.

Der BGH schafft nunmehr Klarheit, dass ein Schriftstück dann einen Prospekt darstellt, wenn es „den Anspruch erhebt, eine das Publikum umfassend informierende Beschreibung der Anlage zu sein“. Aus diesem Grund kommt der BGH in der „Rupert-Scholz-Entscheidung“ zu dem Ergebnis, dass die Produktinformation bereits einen Prospekt darstellt. Es ist daher in der Zukunft zu erwarten, dass auch andere Schriftstücke als der Emissionsprospekt selbst als Prospekt bewertet werden. Hier wird aber zutreffend bereits in den Urteilsbesprechungen betont, dass trotz der Ausweitung des Prospektbegriffs, welche begrüßt wird, zwischen dem grundsätzlichen Prospektbegriff und der Gesamtbetrachtung differenziert werden sollte. So verweist *Hebrant* zu Recht in seiner Besprechung darauf, dass eine Prospekthaftung ein Schriftstück nur dann auslösen kann, wenn es nach den Gesamtumständen des konkreten Einzelfall billiger-

weise als geeignete Vertrauensgrundlage herangezogen werden darf (vgl. *Hebrant*, DB 2012, 273 ff).

Darüber hinaus schafft der BGH mit seiner Entscheidung eine Grundlage, auch zukünftig aus Werbeaussagen einen Schadensersatzanspruch nach den Grundsätzen der zivilrechtlichen Prospekthaftung herzuleiten. Nach Auffassung des BGH, welcher im Ergebnis gefolgt wird, kann auch eine Haftung für Prospektbestandteile gegeben sein. Entscheidend ist aber, dass mehrere gemeinsam vertriebene Schriftstücke als Teile eines einheitlichen Prospekts angesehen werden können (Gesamtbetrachtung).

Die Erweiterung des Prospektbegriffs wird in den Besprechungen dennoch unterschiedlich bewertet. So wird zum Einen die Auffassung vertreten, dass aufgrund der Erweiterung und der vom BGH angestellten Gesamtbetrachtung der Anwendungsbe- reich der Prospekthaftung grundsätzlich für alle Werbematerialien, die gemeinsam mit dem eigentlichen Emissionsprospekt versandt werden, eröffnet ist. Damit würde der Inhalt von Werbebroschüren grundsätzlich nach den Maßstäben der bürgerlich-rechtlichen Prospekthaftung kontrollierbar. Auf der anderen Seite wird die Entscheidung des BGH jedoch dahingehend eingeschränkt, dass nicht damit zu rechnen ist, dass der BGH tatsächlich jedes Werbeschreiben anzusehen sein wird.

Gerade diese Bewertung zeigt, dass trotz der klaren Worte des BGH unterschiedliche Auslegungen zu erwarten sind. Im Ergebnis wird wohl der zweiten Auffassung zu folgen sein, dass nicht jedes Werbeschreiben, auch wenn es mit dem Emissionsprospekt versandt wurde, eine Haftung nach den Grundsätzen der zivilrechtlichen Prospekthaftung begründet. Diese Auffassung verdient bereits deshalb den Vorrang, da der BGH selbst in seiner Entscheidung deutlich gemacht hat, dass insbesondere sog. Produktflyer und Infobriefe gerade nicht als Prospekte im Rechtsinne anzusehen seien.

2. Auch in Bezug auf die Prospektverantwortlichkeit kommt der BGH-Entscheidung grundlegende Bedeutung zu. Der BGH erweitert hier die Prospektverantwortlichkeit der so genannten berufsmäßigen Sachkenner auf den Beklagten. Zur Begründung verweist der BGH darauf, dass die Verantwortung neben den berufsmäßigen Sachkennern (z.B. Rechtsanwälte, Wirtschaftsprüfer und Steuerberater) auch eine Person treffen kann, die unter Anlegern aufgrund ihres öffentlichen Ansehens bestimmungsgemäß als kompetente Autorität erscheint und den Eindruck erweckt, den Prospekt überprüft zu haben. In diesem Zusammen-

hang liefert die Besprechung von *Klöhn* ein verständliches und nachvollziehbares Prüfungsschema, wonach geprüft werden kann, welcher Werbeträger als Prospektverantwortlicher zu bewerten ist (vgl. *Klöhn*, WM 2012, 97-106, „Rupert-Scholz-Grundsätze“, S. 105). Zutreffend ist auch das gewonnene Ergebnis, dass die Anforderungen an eine Prospektverantwortung als hoch anzusehen sind.

Berechtigt in diesem Zusammenhang ist aber auch der Einwand von *Schwintowski*, welcher im Ergebnis ebenfalls dem Urteil des BGH zustimmt, zutreffend aber darauf verweist, dass auch Ratingagenturen in besonderem Maße Vertrauen in Anspruch nehmen, sie aber nach der bisher herrschenden Meinung nicht haften. Sein Verweis auf die Frage der Gleichbehandlung vergleichbarer Sachverhalte ist auf der Grundlage der BGH-Entscheidung nicht von der Hand zu weisen. Es wird jedoch abzuwarten sein, ob der BGH aus dem besonderen Vertrauen heraus hier nunmehr ebenfalls eine Haftung annimmt.

Dennoch dürfte das Urteil des BGH nicht zu einer Flut von Klagen gegen Prominente führen. Die Auswirkungen des Urteils werden in der Praxis eher gering sein. Voraussetzung für einen Schadensersatzanspruch ist nämlich, dass der prominenten Person eine entsprechende Sachkunde nachgewiesen wird und dass zusätzlich die werbenden und darstellenden Aussagen inhaltlich so miteinander verknüpft sind, dass Interviews oder sonstige öffentliche Äußerungen einen Bestandteil des Anlageobjekts bilden. Hier dürfte argumentativ die größte Schwierigkeit bestehen, da genau geprüft werden muss, ob nur allgemeine Aussagen getroffen werden oder Aussagen, die dazu führen, dass die Person als Garant anzusehen ist, wegen ihrer über die übliche Kompetenz hinausgehenden Stellung als vertrauenswürdiger Sonderfachmann.

Für andere prominente Werber aus den Bereichen Sport, Fernsehen oder Kultur wird die Entscheidung des BGH wohl keine großen Auswirkungen entfalten. Hier wird es wohl zum einen bereits daran mangeln, dass nicht in ähnlicher Form durch Aussagen in Zeitungsinterviews für zusätzliches Vertrauen in die Anlage geworben wurde. Zum anderen wird vielen Personen auch die eigene, aber notwendige Sachkenntnis fehlen, um überhaupt zu einer Prüfungspflicht und der aus den Werbeaussagen resultierenden Garantstellung zu gelangen. Die Werbeindustrie sowie deren prominente Werber können also aufatmen.

