

## Informationspflichten gemäß § 6a Abs. 1 bis 3 Preisangabenverordnung (PAngV) für Händler bei Werbung für Verbraucherkredite (Leasing)

Wer als Händler gegenüber Verbrauchern für die Finanzierung von Fahrzeugen oder Leasingverträge wirbt, hat die Informationspflichten des § 6a PAngV zu beachten, welche auf der Umsetzung der Verbraucherkreditrichtlinie 2008/48/EG beruhen.

### 1. Erforderliche Standardinformationen nach § 6a PAngV

In jeder Werbeaussage, mit der für den Abschluss eines Verbraucherkreditvertrags mit Zinssätzen oder sonstigen, den Kreditvertrags betreffenden Kosten geworben wird, müssen die nachfolgenden Standardinformationen in klarer, verständlicher und auffälliger Art und Weise angegeben werden:

- **Sollzinssatz** (entspricht dem bisherigen Nominalzins) mit der Erläuterung, ob gebunden oder veränderlich oder aus beiden Varianten kombiniert, und zwar
- zusammen mit **allen für den Verbraucher bei Abschluss des Kreditvertrags anfallenden Kosten** in Euro (z.B. für Kreditbearbeitungsgebühren, Jahreskontoauszüge oder Gebühren für die Verwahrung des Kfz-Briefs durch die Bank etc.). Sofern diese Gebühren vor Vertragsschluss noch nicht bezifferbar sind, muss der Werbende den Verbraucher in klarer, verständlicher und auffälliger Weise darauf aufmerksam machen, dass solche Kosten mit dem Abschluss des Kreditvertrags entstehen werden.
- **Nettodarlehensbetrag** – also die Summe aller Beträge, die dem Verbraucher aufgrund des Kreditvertrags zur Verfügung gestellt wird und von diesem zurückgezahlt werden muss
- **Effektiver Jahreszins** auf zwei Nachkommastellen genau
- **Kreditvermittlungshinweis** („Der Verbraucherkredit wird vermittelt für ...“)

**Zusätzlich** müssen folgende Angaben aufgenommen werden, **sofern diese vom Werbenden zur Voraussetzung für den Abschluss des beworbenen Vertrags gemacht werden:**

- **Laufzeit des Kreditvertrags**
- **Barzahlungspreis** und der Betrag etwaiger **Anzahlungen** unter Nennung der Ware oder Dienstleistung (bei Krediten in der Form von Zahlungsaufschüben für Waren oder Dienstleistungen)
- Vom Verbraucher zu zahlender **Gesamtbetrag** des Kredits (soweit Angabe möglich) sowie der Betrag der Teilzahlungen – also z.B. der monatlichen Raten und einer etwaigen Schlussrate

### 2. Erläuterung anhand eines repräsentativen Beispiels

Es ist weiter erforderlich, dass die oben genannten Standardinformationen dem Verbraucher zudem anhand eines repräsentativen Beispiels erläutert werden.

Ein Beispiel ist dann repräsentativ, wenn zu erwarten ist, dass zwei Drittel der umworbenen Verbraucher den intendierten Kreditvertrag zu den beispielhaft aufgeführten Konditionen abschließen können. Aus der Verbraucherkreditrichtlinie ergibt sich, dass sich die Repräsentativität des Beispiels nicht nur auf den effektiven Jahreszins, sondern auf sämtliche Standardinformationen zu den Kosten eines Kreditvertrags beziehen muss. Weiterhin ist auch das Beispiel klar, verständlich und auffallend zu formulieren.

Bei einem Verbraucherkreditvertrag mit fixen Konditionen und Parametern entspricht das repräsentative Beispiel nach § 6a Abs. 3 PAngV den bereits oben genannten Standardinformationen aus § 6a Abs. 1 und Abs. 2 PAngV. In diesem Fall empfiehlt sich ein aufklärender Hinweis auf diese Entsprechung, etwa „Diese Standardinformationen entsprechen zugleich dem 2/3-Beispiel gemäß § 6a Abs. 3 PAngV.“

### **Textbeispiel:**

*„Repräsentatives Beispiel:*

*Folgende Angaben stellen zugleich das 2/3-Beispiel gem. § 6a Abs. 3 PAngV dar: Ein Privat-Leasing-Angebot der XY-Bank, .... [Anschrift], für das Fahrzeug XY, Model XY, bei  $x \in$  Nettodarlehensbetrag,  $x \in$  Leasing-Sonderzahlung,  $x \in$  monatliche Leasingrate,  $x$  Monate Laufzeit,  $x$  km Laufleistung pro Jahr,  $x \in$  Gesamtbetrag,  $x,xx$  % effektiver Jahreszins,  $x,xx$  %,  $x,xx$  % p.a. gebundenem Sollzins, Bonität vorausgesetzt.“*

Bei einer Werbung, in der blickfangmäßig etwa mit einem „ab“-Zinssatz oder „ab“-Raten geworben wird, muss dagegen in den Standardinformationen nach § 6a Abs. 1 und Abs. 2 PAngV die gesamte Spanne des Zinssatzes bzw. die Spanne der monatlichen Ratenbelastung aufgeführt werden. Zusätzlich muss hierzu ein repräsentatives Beispiel gebildet werden, das auf einem effektiven Zinssatz aufbaut, von dem zu erwarten ist, dass mindestens zwei Drittel der von der Werbung angesprochenen Verbraucher den Kreditvertrag zu den im Beispiel aufgeführten Konditionen und Parametern auch tatsächlich abschließen können.

Die Gestaltung der Werbung bei einer pauschalen Werbung für die Finanzierung einer bestimmten Fahrzeugkategorie (etwa Audi A6, BMW 5er, Mercedes E-Klasse) ist noch offen. Ebenso komplex dürfte die Gestaltung liegen, wenn für die gesamte Palette eines Fahrzeugherstellers geworben wird. Hier muss abgewartet werden, wie die Gerichte hierzu entscheiden.

### **3. Information über Kosten zwingender Kreditnebenleistungen**

Ist die Inanspruchnahme einer Nebenleistung (z.B. Abschluss einer Restschuldversicherung) im Zusammenhang mit dem Kreditvertrag zwingende Voraussetzung dafür, dass der Kredit dem Verbraucher in dieser Form gewährt wird, so ist hierauf zusätzlich ebenfalls in klarer, prägnanter Form an optisch hervorgehobener Stelle zusammen mit dem effektiven Jahreszinssatz hinzuweisen.

### **4. Information über Identität und Anschrift des Leasinggebers**

Gemäß § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG muss bei einer Werbung für Waren oder Dienstleistungen unter Hinweis auf die wesentlichen Merkmale und den Preis konkret die Identität und Anschrift des werbenden Unternehmers bzw. des Leasinggebers oder Kreditinstitutes angegeben werden.

### **5. Information über Erfordernis der Bonität**

Von Seiten der Kreditinstitute wird die Ansicht vertreten, dass darüber hinaus noch eine Information über das Erfordernis der Bonität des Verbrauchers erfolgen muss, damit der Werbende beim Verbraucher nicht den falschen Eindruck erweckt, dass von ihm der Kreditvertrag in jedem Falle zu den im repräsentativen Beispiel genannten Konditionen und Parametern abgeschlossen werden kann.

*(Mustertext: „Bonität vorausgesetzt“).*

Gemäß § 6a Abs. 3 PAngV könnte dies immerhin einem Drittel der umworbenen Verbraucher versagt bleiben.

### 6. Anforderungen an die Darstellung der Standardinformationen

Wie bereits aufgeführt müssen die Standardinformationen in klarer, verständlicher und auffälliger Weise formuliert werden. Daraus folgt, dass diese Informationen optisch bzw. akustisch in räumlicher bzw. zeitlicher Nähe zum beworbenen Zinssatz in hervorgehobener Weise vermittelt werden müssen.

Die vorgeschriebenen Standardinformationen müssen daher in besonderer Art und Weise gegenüber anderen Informationen optisch, akustisch oder sonst wahrnehmungsfähig hervorgehoben werden.

Zwar darf in blickfangmäßiger Weise mit einer monatliche Rate oder einem effektiven Jahreszins geworben werden, es soll jedoch verhindert werden, dass der Werbende nur eine besonders attraktive Rate oder nur einen besonders niedrigen Jahreszins herausstellt. Der Werbende muss künftig aber auf die weiteren (eventuell für den Verbraucher unbequemen) Kreditbedingungen in ausreichender Art und Weise hinweisen.

Dafür ist es nicht notwendig, dass die Standardinformationen ebenso herausgestellt präsentiert werden wie die blickfangmäßig beworbenen „Vorteile“ des Kredits. Notwendig ist jedoch eine Hervorhebung gegenüber den „anderen Informationen“. Mit diesen anderen Informationen dürften bei der Finanzierung von Fahrzeugen insbesondere die Angaben über die Ausstattung des Fahrzeugs, dessen Leistungsmerkmale und Informationen zu dessen Zustand (wie etwa Laufleistung) gemeint sein.

Die konkreten Anforderungen an die notwendige Hervorhebung der Standardinformationen werden sich wohl erst im Laufe der Zeit durch die Rechtsprechung herausbilden und zu ähnlichen Diskussionen wie bei der Hervorhebung der Pflichtangaben nach der Pkw-EnVKV führen.

**Insgesamt wird der Gesamteindruck der Werbung entscheidend sein.** Man wird nicht isoliert auf einzelne Kriterien (etwa Pixelgröße bei Printwerbung) abstellen können. Vielmehr werden auch die Auffälligkeit der Angaben (z.B. Wahl einer auffälligen Farbe) und deren Anordnung eine große Rolle spielen.

Die Standardinformationen sollten jedenfalls an der blickfangmäßigen werblichen Hauptaussage teilnehmen.

Es ist davon auszugehen, dass ein Sternchenhinweis in einem durchlaufenden Fließtext am Rande eines Zeitungsinserts oder einer TV-Werbung nicht ausreichend sein wird.

### 7. Betroffene Werbeformen und Ausnahmen zu § 6a PAngV

Betroffen sind alle Werbeformen wie z.B. Internet, Zeitungsanzeigen, Fahrzeugbörsen, Fernsehwerbung, Kinowerbung, Radiowerbung, Prospekte und Produktkataloge, Verkaufs- und Preisschilder, social media (facebook etc.).

Für Geschäfte zwischen Unternehmern (B2B) gilt die Vorschrift des § 6a PAngV nicht.

Ebenfalls nicht von § 6a PAngV erfasst ist der Fall, dass im Rahmen der Werbung lediglich auf die bestehende Möglichkeit einer Finanzierung der Ware hingewiesen wird, z.B. mittels eines Hinweises wie „*Auch Finanzierung des Pkw möglich*“.

Nicht betroffen sind Verträge über reines Kilometerleasing. Sobald dem Verbraucher aber die Option zum Kauf des Pkw nach Ablauf des Leasingzeitraums eingeräumt wird oder der Verbraucher sonst für den Restwert des Fahrzeugs aufkommen muss, gilt § 6a PAngV für die Werbung für Leasingverträge gleichermaßen.

### **8. Konsequenzen bei Nichtbeachtung der Informationspflichten**

Wer die genannten Vorgaben nicht beachtet, handelt äußerst riskant.

Allein die Vorgaben zu Form und Inhalt stellen seit dem 11.06.2010 ein erhebliches Risiko dar, wettbewerbsrechtlich abgemahnt und auf Unterlassung in Anspruch genommen zu werden, da es sich hierbei um wesentliche Informationen handelt, die einem Verbraucher nicht vorenthalten werden dürfen (vgl. § 5a Abs. 4 i. V. m. Abs. 2 UWG).

Darüber hinaus werden Zuwiderhandlungen gegen § 6a PAngV als Ordnungswidrigkeit nach dem Wirtschaftsstrafgesetz geahndet (vgl. § 10 Abs. 2 PAngV). Somit drohen zusätzlich Geldbußen bis zu 25.000 € nach § 3 WiStG.

Wir weisen rein vorsorglich darauf hin, dass hier möglicherweise nicht alle denkbaren Fallgestaltungen abgedeckt werden können und sich im Einzelfall etwaige weitergehende Informationspflichten mit unterschiedlichen Rechtsfolgen ergeben können.