

Irrtumsanfechtung wegen irreführender Werbung für Anlageprodukte („Meinl“)

OGH 4 Ob 65/10 b vom 31. 8. 2010
§ 871 ABGB

Sachverhalt:

Die Verkaufsbroschüre von „MEL“ enthielt die Aussage: „sichere, breitgestreute Immobilienveranlagung in Zeiten schwankender Aktienmärkte, hoher Steuern und niedriger Zinsen“. Trotz entsprechender Risikohinweise insbes in dem Kapitalmarktprospekt, gab der OGH aufgrund dieser Broschüre der Irrtumsanfechtung statt.

Rechtssätze:

Ein Irrtum über den Wert der Sache ist ein Irrtum im Beweggrund (unbeachtlicher Motivirrtum); ein Irrtum über eine wertbildende Eigenschaft gehört hingegen zum Inhalt des Geschäfts; ein Irrtum darüber ist daher ein Geschäftsirrtum. Der Irrtum über die zukünftige Kursentwicklung eines Wertpapiers wird nach hL in der Regel nicht Vertragsinhalt, es liegt also kein Geschäftsirrtum vor.

Wenn die Werbebroschüre hingegen echte Zusicherungen enthält, hat die Bank davon auszugehen, dass der Kunde seine Offerte nur mit dem entsprechenden Inhalt abgeben will, sodass bei Annahme durch die Bank diese Zusicherungen als vereinbart gelten.

Die Risikogeneigtheit einer Anlageform ist als Produkteigenschaft anzusehen.

Der Senat hält an der stRsp fest, wonach adäquate Verursachung ausreicht, um die Anfechtungsvoraussetzung nach § 871 Abs 1 erster Fall ABGB zu erfüllen. Im vorliegenden Fall kann keine Rede davon sein, dass die den Irrtum des Klägers über die Risikogeneigtheit der Papiere hervorrufenden Angaben offensichtlich unrichtig gewesen wären und für den Kläger eine Überprüfung leicht möglich gewesen, aber vor ihm nicht vorgenommen worden wäre. Weder die allgemein bekannte Tatsache, dass Aktien risikobehaftete Wertpapiere sind, die sich auch der Kläger entgegenhalten lassen muss, noch der Verweis auf den Kapitalmarktprospekt und die allgemein gehaltenen Hinweise auf das (Total-)Verlustrisiko ändern etwas daran, dass die Verkaufsbroschüre das

Risiko - im Gegensatz zu sonstigen Aktien - als im Hinblick auf die Investition in Immobilien und deren langfristige lukrative Verwertung als deutlich geringer hinstellt. Bei der Broschüre handelt es sich auch nicht um offensichtlich verkürzte, bloß blickfangartige und möglicherweise als marktschreierisch anzusehende Werbeaussagen.

Die Anfechtung wegen von der Beklagten veranlassten Geschäftsirrtums erweist sich daher als berechtigt.