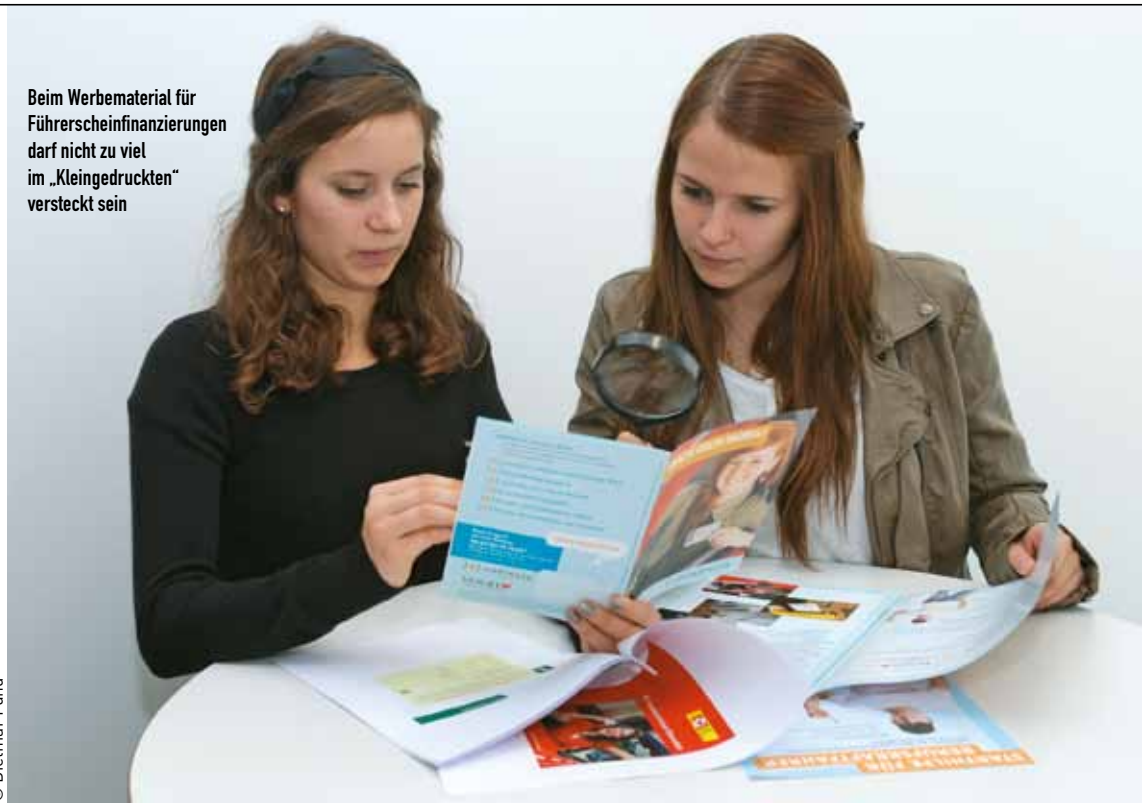

Beim Werbematerial für Führerscheinfinanzierungen darf nicht zu viel im „Kleingedruckten" versteckt sein

© Dietmar Fund

Neue Pflichten bei Finanzierungen

Fahrschulen, die für Führerschein-Finanzierungen werben möchten, müssen neue Informationspflichten beachten, die sich aus einer neuen Richtlinie ergeben.

TEXT: PETER BREUN-GOERKE

Ausgelöst durch den Vorwurf von Lockangeboten im Bereich der Werbung für Verbraucher-Kreditverträge wurde am 11. Juni 2010 die Verbraucherkreditrichtlinie 2008/48/EG umgesetzt. Durch sie ergeben sich erhebliche Änderungen auch bei der Werbung für die Führerschein-Finanzierung. Die Richtlinie zielt darauf ab, die Stellung des Verbrauchers zu stärken und Informationen im Zusammenhang mit dem Abschluss eines Kreditvertrages in allen Mitgliedstaaten der EU zu standardisieren. Weiteres Ziel der Richtlinie ist es, Lockvogelangeboten mit Zinssätzen, die den meisten Verbrauchern im Ergebnis nicht zugänglich sind, entgegenzuwirken.

Fahrschulen, die die Finanzierung der Kosten einer Führerscheinausbildung anbieten wollen, müssen ab sofort eine ganze Reihe von Informations- und Hinweispflichten bereits in der Werbung berücksichtigen. Den Rechtsrahmen gibt dabei der neue § 6 a der Preisangabenverordnung (PAngV) vor. Dazu kommen dann noch neue Vorschriften im BGB, die Informationspflichten vor und nach Abschluss des Kreditvertrages regeln. Jeder Fahrschule, die eine Führerscheinfinanzierung anbieten will, muss sich danach richten.

Wird gegenüber Verbrauchern für die Finanzierung des Führerscheins mit Zinssätzen oder sonstigen Zahlen geworben, die die Kosten des Kreditvertrages betreffen, ist der neue § 6 a PAngV zu beachten.

DER WORTLAUT ENTSCHEIDET ÜBER DEN UMFANG DER INFO

Wird in der Werbung lediglich auf die Möglichkeit einer Finanzierung hingewiesen, zum Beispiel über die Formulierung „Finanzierung möglich", gilt § 6 a PAngV nicht. Weitere Ausnahmen sind in § 491 BGB enthalten, beispielsweise bei einem Nettokreditbetrag geringer als 200 Euro oder auch, wenn der Kredit in drei Monaten zurückgezahlt wird und mit geringen Kosten verbunden ist (vgl. § 491 Nr. 1 und Nr. 3 BGB).

Wird mit der Aussage „0,00 % effektiver Jahreszins" geworben, ist umstritten, ob § 6 a PAngV zu beachten ist. Da jedoch die 0 eine Zahl und ein effektiver Jahreszins von 0,00 % ein Zinssatz ist, dürfte § 6 a PAngV anwendbar sein.

Zumindest folgende Informationen zu den Kosten des Kreditvertrages (sie gelten als Standardinformationen) müssen nach § 6 a Abs. 1 und Abs. 2 PAngV „klar, verständlich und auffallend" formuliert und nach § 6 Abs. 3 PAngV anhand eines repräsentativen Beispiels erläutert werden:

- Der Sollzinssatz (= bisheriger Nominalzins) mit der Erläuterung, ob er gebunden oder veränderlich ist oder sich aus beiden Varianten zusammensetzt
- Alle für den Verbraucher bei Abschluss des Kreditvertrages anfallenden Kosten in Euro, zum Beispiel Kreditbearbeitungsgebühren
- Der Nettokreditbetrag, also die Summe aller Beträge, die dem Verbraucher aufgrund des Kreditvertrages zur Verfügung gestellt wird und die er zurückzahlen muss
- Der effektive Jahreszins mit zwei Stellen nach dem Komma
- Die Vertragslaufzeit in Monaten
- Der Betrag der monatlichen Raten
- Der Betrag einer etwaigen Anzahlung
- Soweit möglich der Gesamtbetrag des Kredits
- Die Kosten eines etwaigen Versicherungsvertrages, falls er eine zwingende Bedingung für die Gewährung des Kredits ist, zum Beispiel in Form einer

Standardinfos müssen genau erläutert werden

Restschuldversicherung. Auch auf die Kosten eines sonstigen Vertrages über andere Zusatzleistungen muss der Verbraucher „klar, verständlich und auffallend“ mit dem effektiven Jahreszins aufmerksam gemacht werden, damit er begreift, dass ein solcher Vertrag noch zusätzlich abgeschlossen werden muss und mit weiteren Kosten verbunden ist

» Ein Kreditvermittlungshinweis, zum Beispiel „vermittelt für…“
» Ein Hinweis darauf, dass für den Kredit Bonität vorausgesetzt wird

DER GÜNSTIGE ZINSSATZ DARF NICHT ALLEINE STEHEN

Die Standardinformationen müssen „klar, verständlich und auffallend“ formuliert werden. Dies bedeutet, dass die Informationen optisch in der Nähe des beworbenen Zinssatzes hervorgehoben werden müssen. „Auffallend“ bedeutet „in besonderer Art und Weise gegenüber anderen Informationen optisch, akustisch oder sonst wahrnehmungsfähig hervorgehoben“.

Die gesetzlichen Änderungen bedeuten nicht, dass eine blickfangmäßige Werbung mit einem effektiven Jahreszins oder der monatlichen Rate nicht mehr in Betracht kommen. Es geht darum, dass der Werbende nicht mehr nur eine „besonders günstige Zahl“, zum Beispiel einen „effektiven Jahreszins ab … %“ oder eine „monatliche Rate ab … Euro“, herausstellt. Er muss genauso auch auf die weiteren Bedingungen für die Finanzierung hinweisen.

Nicht notwendig ist, dass die Standardinformationen genauso herausgestellt sind wie die besonders günstige Zahl. In jedem Fall müssen die Standardinformationen am Blickfang der werblichen Hauptaussage, zum Beispiel „effektiver Jahreszins von … %“ oder „monatliche Rate nur … Euro“, teilnehmen. Fest steht damit auch, dass ein Sternchen, das in einem Fließtext am Rande des Inserats aufgelöst wird, nicht reicht. Man muss hier abwarten, wie streng die Gerichte entscheiden.

Zusätzlich müssen die Standardinformationen in der Werbung anhand eines repräsentativen Beispiels erläutert werden. Ein Beispiel ist repräsentativ, wenn zu erwarten ist, dass 2/3 der umworbenen Verbraucher den 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 bezieht, sondern auf alle Standardinformationen zu den Kosten eines Kreditvertrages und dass auch das repräsentative Beispiel „klar, verständlich und auffallend“ formuliert sein muss.

Sind die Konditionen und Parameter eines Kredits fix, was bei Führerscheinfinanzierungen die Regel sein dürfte, entspricht das repräsentative Beispiel aus § 6 a Abs. 3 PAngV den Standardinformationen aus § 6 a Abs. 1 und Abs. 2 PAngV. Es dürfte daher der Hinweis ausreichen, dass die aufgeführten Standardinformationen zugleich das repräsentative Beispiel aus § 6 a PAngV bilden, was sich beispielsweise wie folgt formulieren ließe: „Die Angaben entsprechen zugleich dem 2/3-Beispiel nach § 6 a Abs. 3 PAngV.“

REPRÄSENTATIVE BEISPIELE KÖNNEN NÖTIG WERDEN

Wird dagegen blickfangmäßig mit zum Beispiel einem „ab“-Zinssatz oder einer „monatlichen Rate ab … Euro“ geworben, muss in den Standardinformationen aus § 6 a Abs. 1 und Abs. 2 PAngV die gesamte Zinsspanne beziehungsweise Spanne der monatlichen Raten aufgeführt und nach § 6 a Abs. 3 PAngV zusätzlich dazu ein repräsentatives Beispiel gebildet werden, das auf einem effektiven Zinssatz aufbaut, von dem zu erwarten ist, dass mindestens 2/3 der umworbenen Verbraucher den Kreditvertrag zu den im repräsentativen Beispiel aufgeführten Parametern und Konditionen tatsächlich auch abschließen können.

WERBE-FEHLER KÖNNEN SCHWER INS GELD GEHEN

Da § 6 a PAngV auf der Umsetzung der Verbraucherkreditrichtlinie 2008/48/EG beruht, handelt es sich bei den Standardinformationen zu den Kosten eines Kredits zugleich um wesentliche Infos, die dem Verbraucher nicht vorenthalten werden dürfen (vgl. § 5 a Abs. 4 in Verbindung mit Abs. 2 UWG), so dass Verstöße gegen § 6 a PAngV abgemahnt werden können. Zuwiderhandlungen gegen § 6 a PAngV werden außerdem als Ordnungswidrigkeit nach dem Wirtschaftsstrafgesetz geahndet (vgl. § 10 Abs. 2 PAngV). Es drohen Geldbußen bis 25.000 Euro (§ 3 Wirtschaftsstrafgesetz).

Werden die Führerscheinkosten finanziert, muss die Fahrschule dem Fahrschüler eine ganze Reihe weiterer Informationen zukommen lassen, die den Inhalt des Kreditvertrages betreffen und in einem standardisierten Musterformular „Europäische Standardinformation für Verbraucherkredite“, genannt SECCI (= Standard European Consumer Credit Information), zusammengefasst sind. Dieses Blatt wird der Fahrschule von den finanzierenden Kreditinstituten ebenso zur Verfügung gestellt wie der Kreditvertrag selbst, zu dem ebenfalls eine Reihe von neuen gesetzlichen Vorschriften ergangen sind. Dazu gehört auch ein Muster für eine Widerrufsbelehrung, die im Kreditvertrag enthalten sein muss. Ferner muss die Fahrschule den Fahrschüler auch über eine Provision informieren, die er eventuell von dem Kreditinstitut erhalten wird.

Am besten ist es, gar keine Konditionen anzugeben

EIN EINFACHER HINWEIS VERMEIDET VIELE FALLEN

In der Praxis kann man Fahrschulen nur raten, in der Werbung künftig auf die Angabe von konkreten Konditionen zu einem möglichen Kredit ganz zu verzichten und es bei dem Hinweis auf die Möglichkeit der Finanzierung der Führerscheinkosten bei einer bestimmten Bank zu belassen. Denn dann müssen keine weiteren Angaben in der Werbung erfolgen.

Allerdings sollte man in jedem Fall bei dem Kreditinstitut die aktualisierten Verträge und das Merkblatt anfordern, das man dem Fahrschüler bei Abschluss des Kreditvertrages aushändigen muss.

Verkehrsinstitut SCHIELEIN
NVS • Nürnberger Verkehrsschule

Fahrlehrerausbildung, -weiterbildung, -fortbildung

- Fahrlehrerlehrgang
  BE 02. 05. 11 - 30. 09. 11
  A 07. 03. 11 - 01. 04. 11
  D 07. 03. 11 - 01. 04. 11
- Fortbildung § 33a (1)
  09. 12. 10 - 11. 12. 10 26. 01. 11 - 28. 01. 11 02. 03. 11 - 04. 03. 11 11. 05. 11 - 13. 05. 11
- Einweisung Seminarleiter
  Grundlehrgang 13. 12. 10 - 16. 12. 10
  ASF 23. 02. 11 - 26. 02. 11
  ASP 11. 04. 11 - 14. 04. 11

Telefon: 0911 - 83 53 43 · Fax: 0911 - 83 53 42 · verkehrsinstitut-schielein.de · info@verkehrsinstitut-schielein.de