

Prospekthaftung verschärft

Hohe Vermittlungsprovisionen und erzielbare Mieten bei Kapitalanlagen müssen für Anleger erkennbar sein

Für die Anlageentscheidung ist der Prospekt über die Kapitalanlage oftmals die einzige schriftliche und damit wichtigste Informationsquelle. Der Prospekt bildet neben einer eventuellen mündlichen Beratung durch einen Vermittler die Grundlage der Entscheidung. Wegen der Tragweite der Prospektangaben müssen diese deshalb wahrheitsgemäß und vollständig von den Prospektverantwortlichen dargestellt werden. Bei diesen handelt es sich in erster Linie um die Initiatoren, Gründer und Gestalter der Kapitalanlagegesellschaft.

Mit neuer Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs wurde dieser Grundsatz konkretisiert: Bei einer Immobilien-Kapitalanlage, z.B. einem geschlossenen Immobilienfonds, muss, soweit darüber ein Prospekt existiert, über Innenprovisionen ab einer gewissen Höhe informiert werden.

Innenprovisionen sind Vermittlungsprovisionen, welche zwischen den Beteiligten einer Kapitalanlage gezahlt werden, aber nicht für Dritte erkennbar sind, weil im Kaufpreis der Kapitalanlage versteckt. Ab einer Größenordnung dieser Provision von 15 % der erworbenen Beteiligung muss diese Provision separat ausgewiesen werden. Ab diesem Wert ist der Anleger besonders schutzwürdig.

Grund hierfür: Der Anleger muss erkennen können, wo sein Geld hinfließt. Er ist auf Angaben angewiesen, mit welchen er die Werthaltigkeit der Anlage überprüfen oder einschätzen kann. Je höher die Provisionen, desto geringer sind in der Regel der Effektivwert und die Rentabilität der Anlage, speziell bei Immobilien.

Denn Innenprovisionen haben keinen Sachwert als Gegenleistung. Aber für den Anleger muss erkennbar sein, ob der Preis, den er für seine Anlage zahlt, in einem angemessenen Verhältnis zum Sachwert steht.

Auch die Vertriebsgesellschaft, welche nicht zu den Prospektverantwortlichen im engeren Sinne gehört, und unter Verwendung der Prospekte die Kapitalanlage an den Anleger bringt, hat für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Prospektes einzustehen. Die Vertriebsgesellschaft und der für diese arbeitende Vermittler haben eine Prüfung dahingehend vorzunehmen, ob der Prospekt in sich ein schlüssiges Gesamtbild über das Beteiligungsobjekt ergibt (sog. Plausibilitätsprüfung) und die Prospektinformationen sachlich richtig und vollständig sind.

Weiter müssen die Prospektverantwortlichen neben der Dauer der geschlossenen Mietverträge auch eine Plausibilitätsprüfung darüber vornehmen, ob der Generalmieter die Miete überhaupt erwirtschaften kann. Hängt der wirtschaftliche Erfolg der Immobilien-Kapitalanlage wie so oft von Mietzahlungen ab, so reicht nicht nur eine Angabe der Miethöhe und der Laufzeit der Mietverträge. Es muss auch von den Projektinitiatoren überprüft und offengelegt werden, ob der Mieter der Anlage auch die konkrete Möglichkeit der Erwirtschaftung der zugesagten Miete hat, was bei einer erforderlichen Monatsmiete, welche um bis zu 100 Prozent über den ortsüblichen Vergleichsmieten liegt, problematisch sein wird. Ansatzpunkt ist deshalb für die Plausibilitätsprüfung ein Vergleich zwischen eingeplanter und ortsüblicher Miete.

Die Erkennbarkeit von Provisionen und der Vergleich der Mieten bzw. deren Erzielbarkeit muss deshalb bei Immobilien-Kapitalanlagen zum Prospekt-Standard gehören !

Bei unzureichenden oder falschen Prospektangaben können Schadensersatzansprüche des Anlegers gegen die Prospektverantwortlichen bestehen.