

Rechtstipp: Nicht auf Plausibilitätsprüfung beschränken

Ein Anlageberater muss seinen Kunden insbesondere über diejenigen Eigenschaften und Risiken des Produkts unterrichten, die für dessen Anlageentscheidung wesentliche Bedeutung haben oder haben könnten. In dem vom BGH entschiedenen Fall hatte sich der Kunde als Kommanditist an einem geschlossenen Immobilienfonds beteiligt. Aus diesem erhielt er jährliche Ausschüttungen, die nicht aus Gewinnen, sondern aus Liquiditätsüberschüssen gezahlt wurden. Soweit der Anleger nicht durch Gewinne gedeckte Ausschüttungen erhält, ist er gesetzlich verpflichtet, diese bis zur Höhe seiner Hafteinlage an den Fonds zurückzuzahlen.

Im Hinblick darauf, dass dieses Risiko für die Renditeerwartung des Anlegers von besonderer Bedeutung ist, hat der BGH erneut bekräftigt, **dass der Anlageberater über diese Gefahr des „Wiederauflebens der Kommanditistenhaftung“ aufklären muss**. Bei geschlossenen Beteiligungen sind solche weiteren wesentlichen Umstände insbesondere die eingeschränkte Handelbarkeit (Fungibilität) der Beteiligung und das Verlustrisiko.

Über eine Plausibilitätsprüfung hinaus

Der Anlageberater kann seinen Aufklärungspflichten zwar durch die Übergabe eines Prospekts nachkommen, wenn dieser die möglichen Risiken ausreichend und verständlich darstellt. Ein nicht bankgebundener Berater kann sich im Gegensatz zu einer Bank hier auf eine Plausibilitätsprüfung des Prospekts beschränken. Gerade im eigenen Interesse sollte sich der Berater aber kritisch mit dem Prospekt auseinandersetzen. Sind die darin genannten Risiken nicht ordnungsgemäß beschrieben und stellt der Berater dies nicht klar, kann die Beratung angreifbar sein.

Der Berater darf die in dem Prospekt gemachten Risikohinweise dabei auch nicht – eventuell unbewusst – relativieren. Schließlich muss der Prospekt dem Anleger immer so rechtzeitig übergeben werden, dass er dessen Inhalt vor Zeichnung der Anlage zur Kenntnis nehmen kann. Der Berater muss einem zur Zeichnung bereits entschlossenen Kunden daher unter Umständen nochmals Zeit geben, um den Prospekt studieren zu können.

Der Berater sollte sich anhand des konkreten Produkts und des einzelnen Kunden somit immer die Frage stellen, über welche Umstände er den Kunden aufzuklären hat. Sind diese Umstände in den dem Kunden zu übergebenden Unterlagen wie dem Prospekt und dem „Beipackzettel“ ausreichend und verständlich beschrieben, können diese Unterlagen eine sinnvolle Unterstützung für die Beratung sein.