



**Prospekthaftung:
Kausalitätsnachweis auch bei
extrem unseriösen
fehlerhaften
ad-hoc Meldungen
oder sonstiger
Kapitalmarkt-
information**

Bei fehlerhaften ad-hoc Mitteilungen im Bereich des Sekundärmarktes oder bei fehlerhaften Prospektangaben auf dem Primärmarkt können dem Anleger Schadensersatzansprüche zustehen, wenn er auf die Informationen vertraut und diese für seinen Entschluss, bestimmte Aktien einer Gesellschaft zu erwerben, ursächlich war. Der geschädigte Anleger muss also nicht nur beweisen, dass eine bestimmte Information falsch war, sondern auch, dass er seinen Kaufentschluss gerade auf Grund dieser Information getroffen hat. Wie der Bundesgerichtshof nun in einer Entscheidung vom 07.01.2008 klarstellt, muss der Anleger auch dann diesen Nachweis führen, wenn es sich um eine extrem unseriöse Kapitalmarktinformation handelt. Das nicht erfüllte allgemeine Anlegervertrauen in die Integrität der Marktpreisbildung bzw. des vorgelagerten Börsenzulassungsverfahrens reichen für diesen Nachweis nicht aus.

In dem der Entscheidung zu Grunde liegenden Sachverhalt hat der vormalige Vorstandvorsitzende und Mehrheitsgesellschafter der Gesellschaft mehr als 40 ad-hoc Mitteilungen über fingierte Geschäftspartner und Geschäftszahlen der Gesellschaft veröffentlicht. Nachdem dies bekannt wurde, sank der Aktienkurs der Gesellschaft von € 20,50 (Emissionskurs) auf € 1,00. Der Bundesgerichtshof lehnte eine Haftung der beklagten Gesellschaft und des vormaligen Vorstandvorsitzenden ab, da die Kläger nicht bewiesen haben, dass die falschen ad-hoc Mitteilungen für den Entschluss, die Aktien zu kaufen, ursächlich waren. Zwar wäre ohne die gefälschten Zahlen ein Börsengang der Gesellschaft nicht möglich gewesen, da sich bei Kenntnis der wahren Sachlage keine Bank bereit erklärt hätte, den Börsengang zu begleiten und die Aktien somit auch nie zum Verkauf gestanden hätten. Dieser Umstand reicht für den Nachweis der Ursächlichkeit jedoch nicht aus. Vielmehr muss der Kläger beweisen, dass die konkrete falsche ad-hoc Mitteilung bzw. die falschen Angaben in dem Prospekt ursächlich waren für den Kaufentschluss.

(BGH, Urteil vom 07.01.2008, Az.: II ZR 229/05)