

## ZBB 2005, 194

### KAGG §§ 19, 20

**Zu den Anforderungen an Verkaufsprospekte von Kapitalanlagegesellschaften („Julius Bär Creative Fonds II“)**

BGH, Urt. v. 22.02.2005 – XI ZR 359/03 (OLG Frankfurt/M.), ZIP 2005, 808 = WM 2005, 782 = EWiR 2005, 483 (Siller)

#### Leitsatz:

Der Verkaufsprospekt einer Kapitalanlagegesellschaft muss dann nicht ausdrücklich einen Anlageschwerpunkt im Neuen Markt benennen, wenn der Prospekt einem durchschnittlichen Anleger den Eindruck vermittelt, dass es sich bei dem Fonds um eine sehr risikante Anlage handelt, die erheblicher Spekulation unterliegt, und der Prospekt ferner zum Ausdruck bringt, dass die Anlagepolitik auch den Erwerb am Neuen Markt gehandelter Aktien umfasst.