

Widerrufsbelehrung in Verbraucherdarlehensvertrag muss nicht besonders hervorgehoben werden

Bundesgerichtshof

Urteil vom 23.02.2016

Az.: XI ZR 549/14

Der XI. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 23. Februar 2016 durch den Vorsitzenden Richter ..., die Richter ... und ... sowie die Richterinnen ... und ... für Recht erkannt:

Die Revision des Klägers gegen das Urteil des 2. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Stuttgart vom 24. April 2014 wird auf seine Kosten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Der Kläger ist ein Verbraucherschutzverband, der als qualifizierte Einrichtung gemäß § 4 UKlaG eingetragen ist. Er nimmt die beklagte Sparkasse auf Unterlassung der folgenden, in ihren Formularen für Immobiliendarlehensverträge mit Verbrauchern enthaltenen Widerrufsinformation in Anspruch:

[Abbildungen]

Der Kläger hat u.a. geltend gemacht, dass die Widerrufsinformation in Ziffer 14 des Vertragsformulars der Beklagten nicht deutlich genug hervorgehoben sei. Die Klage war in erster Instanz erfolgreich. Auf die Berufung der

Beklagten hat das Berufungsgericht die Klage abgewiesen. Mit seiner vom Berufungsgericht insoweit zugelassenen Revision verfolgt der Kläger sein Begehren weiter.

Entscheidungsgründe

Die Revision ist unbegründet.

I.

Das Berufungsgericht hat, soweit für das Revisionsverfahren von Interesse, im Wesentlichen ausgeführt (WM 2014, 995 ff.):

Der auf den Vorwurf einer nicht ausreichenden Hervorhebung der Widerrufsinformation gestützte Unterlassungsanspruch stehe dem Kläger nicht zu. Grundsätzlich sei wegen des eindeutigen Wortlauts von Art. 247 § 6 Abs. 2 Satz 3 EGBGB die grafische Hervorhebung einer Widerrufsinformation geboten. Dabei seien nach der Gesetzssystematik die Ausgestaltungsvorgaben zu den in § 495 BGB statuierten Informationspflichten in Art. 247 EGBGB geregelt. Daraus, dass in § 495 BGB nicht auf § 360 BGB verwiesen werde, könne nichts anderes hergeleitet werden. Ebenso wenig könne sich der Kläger darauf berufen, dass Art. 247 § 6 EGBGB an § 495 BGB anknüpfe. Auch § 491a Abs. 1 und § 492 Abs. 2 BGB sei nichts anderes zu entnehmen, da diese Regelungen nur einen Verweis auf Art. 247 § 6 EGBGB und die dort vorgegebene Form der Verbraucherinformation enthielten.

Die Vorschrift in Art. 247 § 6 Abs. 1 EGBGB, wonach eine Informationsgestaltung „klar und verständlich“ sein müsse, und die Maßgaben in Art. 247 § 6 Abs. 2 EGBGB hätten unterschiedliche, einander nicht überlappende Regelungsbereiche. Auch der Umstand, dass der Gesetzgeber die Fälle eines Widerrufsrechts nach § 495 BGB in einem eigenen Absatz des Art. 247 § 6 EGBGB geregelt habe, stehe einem Gleichlauf der Regelungen in den beiden Absätzen dieser Vorschrift entgegen. Das in Art. 247 § 6 EGBGB in Bezug genommene Muster wiederum solle Unternehmern lediglich die risikolose Erfüllung ihrer Informationspflichten erleichtern.

Dabei werde den Unternehmern zwar das Format und die Schriftgröße, nicht aber der Inhalt ihrer Informationen freigestellt, ohne dass durch diese formale Offenheit die in Art. 247 § 6 Abs. 2 EGBGB geregelten Gestaltungsvorgaben unterlaufen werden dürften.

Die streitgegenständliche Formulargestaltung genüge diesen gesetzlichen Vorgaben. Zweck der in Art. 247 § 6 Abs. 2 Satz 3 EGBGB geforderten Hervorhebung einer Widerrufsbelehrung sei es, sicherzustellen, dass der Verbraucher die Informationen über sein Widerrufsrecht bei der gebotenen Lektüre des Vertrages wahrnehme und nicht über sie hinweglese. Dieser Gesetzeszweck erfordere es jedoch nicht, dass die Hervorhebung in einer Form erfolge, die sich im Vertrag in gleicher Weise für keine andere Belehrung oder Information finde. Dass der Gesetzgeber dies nicht habe anordnen wollen, lege Art. 247 § 2 Abs. 2 Satz 3 EGBGB nahe, wo gleichartige Hervorhebungen ausdrücklich als gesetzeskonform angesehen würden. Zwar erfasse das in Art. 247 § 2 Abs. 2 Satz 3 EGBGB geregelte Gleichgestaltungsgebot Art. 247 § 6 EGBGB nicht. Dies lege aber nicht den Umkehrschluss nahe, der Gesetzgeber habe die aus Art. 247 § 6 EGBGB folgenden Informationspflichten besonders gestaltet sehen wollen. Dass der Gesetzgeber dieses Problem erkannt und in Art. 247 § 6 EGBGB anders als in Art. 247 § 2 EGBGB keine Gestaltungsvorgabe geregelt habe, spreche vielmehr dafür, dass er die Gestaltung der Informationen nach Maßgabe des Art. 247 § 6 EGBGB dem Informationspflichtigen habe überlassen wollen. Hätte der Gesetzgeber eine Hervorhebung der Widerrufsinformation in einzigartiger Weise gewollt, so hätte es nahegelegen, dies auszusprechen. Auch komme dem Widerrufsrecht gegenüber anderen, von Art. 247 § 2 Abs. 2 EGBGB erfassten Verbraucherrechten keine so wesentlich höhere Bedeutung zu, dass ein Alleinstellungserfordernis geradezu selbstverständlich sei.

Einer rechtlichen Überprüfung der Hervorhebung einer Widerrufsinformation im Hinblick auf deren Gesetzeszweck sei

zudem der gesamte Vertragstext und nicht lediglich eine aus dessen Zusammenhang gerissene Seite zugrunde zu legen. Ebenso, wie zur Ermittlung des Verständnisses eines Verbrauchers von einer Werbeaussage regelmäßig von einer Gesamtschau der Werbung auszugehen sei, könne auch die Frage, ob der Verbraucher hinreichend klar über sein Widerrufsrecht unterrichtet werde, nur aufgrund einer Betrachtung des gesamten Vertrages beantwortet werden. Dieser Bezugsrahmen entspreche auch dem Sinngehalt des Wortes „hervorheben“.

Sowohl die aus den §§ 5 und 5a UWG resultierenden Informations- und Aufklärungsobliegenheiten gegenüber Verbrauchern als auch die Informationspflichten nach § 495 BGB i.V.m. Art. 247 § 6 EGBGB seien an einem neuen Verbraucherleitbild orientiert, dessen Maßstab nicht mehr der schwächste, sondern ein situationsadäquat aufmerksamer und informierter Durchschnittsverbraucher sei.

Die von der Beklagten gewählten Abgrenzungszeichen seien ausreichend, um den Gesetzeszweck zu erfüllen. Insbesondere sei die Umrahmung der Widerrufsinformation derjenigen des in Art. 247 § 6 Abs. 2 EGBGB in Bezug genommenen Musters gleich gestaltet. Zu dieser stärkeren Einrahmung kämen die im Fettdruck hervorgehobene, allein gestellte, inhaltlich zutreffende und klare Überschrift sowie die ebenfalls fettgedruckte Überschrift innerhalb des Rahmens hinzu. In ihrer Summe würden diese Elemente die Widerrufsinformation so augenfällig von dem keine Belehrungen oder Pflichthinweise enthaltenden Vertragstext abheben, dass ein Verbraucher, der den Text mit der gebotenen Sorgfalt lese, sie besonders wahrnehme.

II.

Die Revision des Klägers ist unbegründet.

Der Senat muss sich nicht mit der Frage der inhaltlichen Richtigkeit der Widerrufsinformation befassen, denn diese ist

nicht Streitgegenstand der vorliegenden Klage. Es geht im hiesigen Rechtsstreit lediglich um den Vorwurf einer nicht ausreichend hervorgehobenen Darstellung der Widerrufsinformation. Der diesbezüglich geltend gemachte Unterlassungsanspruch steht dem Kläger nach dem derzeit geltendem Recht nicht zu, da ein Verstoß der Beklagten gegen §§ 3, 3a UWG in Verbindung mit § 492 Abs. 2 BGB, Art. 247 § 6 Abs. 2 EGBGB nicht vorliegt.

1. Soweit das Unterlassungsbegehren des Klägers in die Zukunft gerichtet ist, sind Unterlassungsansprüche, deren Rechtsgrundlage im Laufe des Rechtsstreits Änderungen erfahren hat, nach der gefestigten Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (BGH, Urteile vom 13. Juli 2004 KZR 10/03, GRUR 2005, 62, 64 und vom 13. Dezember 2006 VIII ZR 25/06, WM 2007, 796 Rn. 35, jeweils mwN) vom Revisionsgericht unter Berücksichtigung der aktuellen Rechtslage zu prüfen, auch wenn die Rechtsänderung erst nach Schluss der mündlichen Verhandlung zweiter Instanz oder im Laufe des Revisionsverfahrens in Kraft getreten ist. Lediglich in Fällen, in denen anders als hier mit der Klage eine Unterlassung der Verwendung Allgemeiner Geschäftsbedingungen auch insoweit begehrt wird, als sich der Verwender in Altfällen auf eine Klausel beruft, selbst wenn er diese für den Abschluss neuer Verträge nicht mehr verwendet, bleibt für die Inhaltskontrolle auch die frühere Rechtslage maßgeblich (BGH, Urteile vom 13. Juli 2004 KZR 10/03, aaO und vom 13. Dezember 2006 VIII ZR 25/06, aaO Rn. 36). Im vorliegenden Rechtsstreit sind deshalb die durch Artikel 2 des Gesetzes zur Umsetzung der Verbraucherkreditrichtlinie, des zivilrechtlichen Teils der Zahlungsdiensterichtlinie sowie zur Neuordnung der Vorschriften über das Widerrufs- und Rückgaberecht vom 29. Juli 2009 (BGBl. I 2009, 2355 ff.; nachfolgend: VerbrKrRL-UG) ab dem 11. Juni 2010 geltenden § 492 Abs. 2 BGB [ab 30. Juli 2010 nur redaktionell geändert – vgl. BT-Drucks. 17/1394, S. 14], Art. 247 § 6 Abs. 1 und Abs. 2 Satz 1 und 2 EGBGB maßgebend.

2. Dem danach maßgeblichen Wortlaut des Artikels 247 § 6 Abs. 1 und Abs. 2 Satz 1 und 2 EGBGB kann dabei, wie die Revisionserwiderung zu Recht annimmt, kein Erfordernis einer besonderen Hervorhebung entnommen werden (LG Frankenthal, Urteil vom 25. September 2014 – 7 O 57/14, juris Rn. 17 ff.; LG Heidelberg, BKR 2015, 154 Rn. 14; Bülow in Bülow/Artz, Verbraucher kreditrecht, 8. Aufl., § 495 Rn. 93 und 96 ff.; jurisPK-BGB/Schwintowski, 7. Aufl., § 492 Rn. 12.1; Mairose, RNotZ 2012, 467, 480; aA OLG Karlsruhe, WM 2015, 1712, 1713). Vielmehr wird dort lediglich gefordert, dass bestimmte Pflichtangaben „klar und verständlich“ sein müssen, ohne dass damit auch deren Hervorhebung angeordnet wird. Eine Information kann ohne weiteres auch dann „klar und verständlich“ sein, wenn sie nicht grafisch hervorgehoben wird.

3. Aus der Gesetzesbegründung zu Art. 247 § 6 Abs. 1 EGBGB (BT-Drucks. 16/11643, S. 127) ergibt sich ebenfalls nicht, dass mit den Begriffen „klar und verständlich“ eine optische Hervorhebung verlangt werden soll. Auch dort heißt es lediglich, dass in „formeller Hinsicht ... die Vorschrift in Übereinstimmung mit Artikel 10 der Verbraucher kreditrichtlinie klare und prägnante Angaben“ verlange und die „Angaben aus sich heraus auch für den Darlehensnehmer verständlich sein“ sollen. Mit der Verwendung der Begriffe „klar und verständlich“ hat der Gesetzgeber demnach nur die Erwartung verbunden, dass die in Art. 247 § 6 Abs. 1 EGBGB geregelten Pflichtangaben aus sich heraus für den Darlehensnehmer eindeutig und leicht verständlich sein müssen.

4. Hinzu kommt, dass gemäß Art. 4 Abs. 2 der Richtlinie 2008/48/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. April 2008 über Verbraucher kreditverträge und zur Aufhebung der Richtlinie 87/102/EWG des Rates (nachfolgend: VerbrKrRL) zwar in einer Werbung bestimmte Standardinformationen „in klarer, prägnanter und auffällender Art und Weise“ zu nennen sind und dort gemäß Art. 4 Abs. 3 VerbrKrRL unter bestimmten

Umständen auch auf die Verpflichtung zum Abschluss eines Vertrags über die Inanspruchnahme einer Nebenleistung „in klarer, prägnanter Form an optisch hervorgehobener Stelle“ hingewiesen werden muss. Hinsichtlich der Angaben zum Widerrufsrecht in Verbraucherdarlehensverträgen verlangt die Verbraucherkreditrichtlinie eine solche Hervorhebung jedoch nicht. Dies gilt insbesondere für Art. 10 Abs. 2 Buchst. p VerbrKrRL, wo hinsichtlich der Form der Pflichtangaben lediglich die Anforderungen „klar“ und „prägnant“ vorgegeben werden. Diese Unterscheidung entspricht auch den Begrifflichkeiten in der englischen und französischen Fassung der Art. 4 VerbrKrRL („de façon claire, concise et visible“ bzw. „in a clear, concise and prominent way“) bzw. Art. 10 VerbrKrRL („de façon claire et concise“ bzw. „in a clear and concise manner“). Dass der deutsche Gesetzgeber diese Differenzierung mitvollziehen wollte, ergibt sich daraus, dass er entsprechend Art. 10 Abs. 2 VerbrKrRL in Art. 247 § 6 Abs. 1 EGBGB lediglich das Erfordernis aufgestellt hat, dass die dort genannten Angaben klar und verständlich sein müssen (LG Nürnberg-Fürth, Urteil vom 30. Juli 2015 6 O 214/15, juris Rn. 25). Demgegenüber hat der deutsche Gesetzgeber Artikel 4 Abs. 2 und 3 VerbrKrRL zwar ebenfalls mit dem VerbrKrRL-UG vom 29. Juli 2009 umgesetzt, dabei jedoch in § 6a Abs. 1 und 4 PAngV den ausdrücklichen Hinweis aufgenommen, dass die jeweils erforderlichen Angaben „in klarer, verständlicher und auffällender Weise“ bzw. „klar und verständlich an gestalterisch hervorgehobener Stelle“ gemacht werden müssen.

5. Dafür, dass mit den Begriffen „klar und verständlich“ kein Erfordernis einer Hervorhebung verbunden ist, spricht außerdem, dass gemäß Art. 247 § 6 Abs. 1 Nr. 6 EGBGB auch „sämtliche weiteren Vertragsbedingungen“ klar und verständlich sein müssen. Daraus ergibt sich im Umkehrschluss, worauf die Revisionserwiderung zutreffend hinweist, dass den Begriffen „klar und verständlich“ in Art. 247 § 6 Abs. 1 EGBGB das Erfordernis einer Hervorhebung einzelner Vertragsbedingungen, wie etwa einer Widerrufsinformation, nicht entnommen werden

kann, denn „sämtliche weiteren Vertragsbedingungen“ wären dann in gleicher Weise hervorzuheben.

6. Demgegenüber ist der Umstand, dass die Regelungen zum Widerrufsrecht auf zwei Absätze des Art. 247 § 6 EGBGB verteilt und nicht in einem Absatz zusammengefasst worden sind, entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts ohne Bedeutung. Diese Aufteilung hat nicht zur Folge, dass die Angaben zum Widerrufsrecht anderen Gestaltungsvorgaben unterliegen als die sonst in Art. 247 § 6 Abs. 1 EGBGB genannten Angaben. Die Aufteilung erklärt sich damit, dass nicht bei allen Arten von Verbraucherdarlehensverträgen ein Widerrufsrecht besteht.

7. Gegen eine besondere Hervorhebung spricht auch, dass nach § 492 Abs. 2 BGB die Information über das Widerrufsrecht in die Vertragsurkunde aufzunehmen ist (Ein-Urkunden-Modell).

Durch die Begriffe „Angaben“ in § 492 Abs. 2 BGB und Art. 247 § 6 Abs. 1 und Abs. 2 Satz 1 EGBGB sowie „Hinweis“ in Art. 247 § 6 Abs. 2 Satz 1 EGBGB ist der Gesetzgeber von dem Erfordernis einer gesonderten Widerrufsbelehrung bewusst abgerückt. So heißt es in der Begründung zum VerbrKrRL-UG, dass „an die Stelle der nach § 355 Abs. 2 [BGB] erforderlichen Belehrung die von der Verbraucherkreditrichtlinie vorgegebene Pflichtangabe zum Widerrufsrecht im Vertrag tritt, vgl. Artikel 10 Abs. 2 Buchstabe p der Verbraucherkreditrichtlinie und die Umsetzungsvorschrift in Artikel 247 § 6 Abs. 2 EGBGB-E. Die nach § 355 Abs. 2 [BGB] erforderliche Belehrung ist in der Verbraucherkreditrichtlinie nicht vorgesehen und kann wegen der Vollharmonisierung auch nicht zusätzlich verlangt werden“ (BT-Drucks. 16/11643, S. 83).

8. Anders als die Revision meint, erfordern auch Sinn und Zweck des Widerrufsrechts keine Hervorhebung der dazu vom Darlehensgeber zu machenden Angaben (aA OLG Karlsruhe, WM 2015, 1712, 1713; LG Münster, Urteil vom 1. April 2014 14 O 206/13, juris Rn. 72 f.; LG Bonn, Urteil vom 12. November 2014

2 0 46/14, juris Rn. 29 f.).

a) Sinn und Zweck des Widerrufsrechts ist es, den Verbraucher vor einer übereilten Bindung an seine auf Abschluss des Darlehensvertrags gerichtete Willenserklärung zu schützen. Ihm soll deshalb bei Entscheidungen mit erheblicher wirtschaftlicher Bedeutung und Tragweite wie dem Abschluss eines Verbraucherdarlehensvertrags Gelegenheit gegeben werden, den Vertragsabschluss noch einmal zu überdenken (Senatsurteil vom 28. Mai 2013 XI ZR 6/12, WM 2013, 1314 Rn. 24; BT-Drucks. 11/5462, S. 21; MünchKommBGB/ Schürnbrand, 7. Aufl., § 495 Rn. 1; jurisPK-BGB/Schwintowski, 7. Aufl., § 495 Rn. 1). Widerrufsangaben müssen deshalb umfassend, unmissverständlich und für den Verbraucher eindeutig sein. Der Verbraucher soll durch sie nicht nur von seinem Widerrufsrecht Kenntnis erlangen, sondern auch in die Lage versetzt werden, dieses auszuüben.

b) Die Angaben zum Widerrufsrecht in einem Verbraucherdarlehensvertrag müssen nicht hervorgehoben werden, da von einem normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Verbraucher erwartet werden kann, dass er den Text eines Darlehensvertrags sorgfältig durchliest. Zum Unionsrecht hat der Gerichtshof der Europäischen Union seit Mitte der 1990er Jahre auf das Leitbild eines normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Verbrauchers abgestellt (EuGH, Slg. 1995, I-1923 Rn. 24; NJW 2014, 2335 Rn. 74; VersR 2015, 605 Rn. 47; WM 2016, 14 Rn. 75; Urteil vom 9. Juli 2015 C-348/14, juris Leitsatz 3; vgl. auch BGH, Urteile vom 14. Januar 2010 I ZR 82/08, juris Rn. 20, vom 30. Juni 2011 I ZR 157/10, NJW 2012, 1449 Rn. 19 und vom 8. März 2012 I ZR 202/10, MDR 2012, 1238 Rn. 19, jeweils mwN; vgl. auch BT-Drucks. 14/5441, S. 7). Das gilt auch hier, weil es vorliegend um Vorschriften geht, die vollharmonisiertes Unionsrecht umsetzen (vgl. Piekenbrock/Ludwig, WM 2012, 1409, 1414 f.).

Mit diesem Leitbild eines normal informierten, angemessen

aufmerksamen und verständigen Verbrauchers wäre ein nur flüchtiges Hinweglesen über einen Darlehensvertragstext schon aufgrund der mit einem solchen Vertrag regelmäßig verbundenen längerfristigen Festlegungswirkung nicht vereinbar (vgl. LG Heidelberg, BKR 2015, 154 Rn. 19; LG Nürnberg-Fürth, Urteil vom 30. Juli 2015 6 O 214/15, juris Rn. 31; Pfeiffer, NJW 2011, 1, 4). Angemessen aufmerksam ist deshalb nur ein Verbraucher, der den Darlehensvertragstext sorgfältig durchliest. Tut er dies, erlangt der Darlehensnehmer von der Widerrufsinformation Kenntnis, auch wenn diese nicht hervorgehoben ist.

9. An der fehlenden Pflicht zur Hervorhebung einer Widerrufsinformation hat sich auch durch die Einfügung einer Musterwiderrufsinformation durch die Sätze 3 und 5 (damals noch Sätze 3 und 4) in Art. 247 § 6 Abs. 2 EGBGB durch Art. 2 Nr. 1 Buchst. b des Gesetzes zur Einführung einer Musterwiderrufsinformation für Verbraucherdarlehensverträge, zur Änderung der Vorschriften über das Widerrufsrecht bei Verbraucherdarlehensverträgen und zur Änderung des Darlehensvermittlungsrechts vom 24. Juli 2010 (BGBl. I 2010, 977; nachfolgend: MwidInfoEG) nichts geändert.

a) So ist dem Wortlaut des Art. 247 § 6 Abs. 2 Satz 3 EGBGB lediglich zu entnehmen, dass die Verwendung des Musters in Anlage 7 nur dann zu einer Gesetzlichkeitsfiktion zugunsten des Darlehensgebers führt, wenn die entsprechende Vertragsklausel hervorgehoben und deutlich gestaltet ist. Zu der Frage, welche Formerfordernisse gelten, wenn das Muster nicht verwendet wird, kann der Vorschrift entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts nichts entnommen werden (LG Nürnberg-Fürth, Urteil vom 30. Juli 2015 6 O 214/15, juris Rn. 27; Henning, CRP 2015, 80, 83). Dabei ergibt sich aus der Verwendung des Begriffes „genügt“ in Art. 247 § 6 Abs. 2 Satz 3 EGBGB, dass der Darlehensgeber das Muster nicht verwenden muss (LG Heidelberg, BKR 2015, 154 Rn. 14). Dass der Darlehensgeber gegen eine gesetzliche Verpflichtung verstößt,

wenn er seine Widerrufs Klausel nicht hervorhebt und deutlich gestaltet, lässt sich dem Wortlaut der Vorschrift folglich nicht entnehmen.

b) Eine generelle Pflicht zur Hervorhebung einer Widerrufsinformation ergibt sich auch nicht aus Art. 247 § 6 Abs. 2 Satz 5 EGBGB. Danach kann der Darlehensgeber unter Beachtung von Art. 247 § 6 Abs. 2 Satz 3 EGBGB in Format und Schriftgröße jeweils von dem Muster in Anlage 7 abweichen. Die Sätze 4 und 5 des Art. 247 § 6 Abs. 2 EGBGB beziehen sich folglich ebenso wie dessen Satz 3 nur auf diejenigen Fälle, in denen das Muster in der Anlage 7 verwendet wird, um die Gesetzlichkeitsfiktion zu erlangen, nicht jedoch auf Fälle, in denen wie vorliegend diese Fiktion nicht in Rede steht.

c) Auch sonst gibt es keinerlei Anhaltspunkte dafür, dass der Gesetzgeber mit der Einfügung der Sätze 3 und 5 des Art. 247 § 6 Abs. 2 EGBGB Formanforderungen auch für solche Fälle regeln wollte, in denen es wie vorliegend nicht um eine durch die Verwendung des Musters in der Anlage 7 begründete Gesetzlichkeitsfiktion geht.

aa) So heißt es in der Begründung zum MWidInfoEG (BT-Drucks. 17/1394, S. 21) zwar, dass das Erfordernis der hervorgehobenen und deutlichen Gestaltung „zum einen“ auf den Vorgaben des Art. 247 § 6 Abs. 2 EGBGB neu beruhe, der „klar und verständlich“ zu erteilende Angaben voraussetze. In der Gesetzesbegründung heißt es jedoch weiter, dass „zum anderen“ die Gesetzlichkeitsfiktion des Musters nur dann gerechtfertigt erscheine, wenn dessen Formulierungen hervorgehoben und deutlich gestaltet in den Vertrag einbezogen werden (BT-Drucks. 17/1394, aa0). Maßgeblicher Grund für die in Art. 247 § 6 Abs. 2 Satz 3 EGBGB geforderte Hervorhebung ist damit die durch die Verwendung des Musters in Anlage 7 zugunsten des Darlehensgebers eintretende Gesetzlichkeitsfiktion.

bb) Hinzu kommt, dass laut der Gesetzesbegründung zum MWidInfoEG die Vorgaben im Zusammenhang mit der Verwendung des

Musters in der Anlage 7 deshalb nicht mit dem von der Verbrauchercreditrichtlinie verfolgten Vollharmonisierungsgrundsatz (vgl. deren Erwägungsgründe 9 und 10 und Art. 22 Abs. 1) kollidieren, weil die Verwendung des Musters freigestellt wird (BT-Drucks. 17/1394, S. 21). Dies zeigt, dass der deutsche Gesetzgeber sich jenseits der Fälle der Verwendung des Musters an der Verbrauchercreditrichtlinie orientieren wollte, die über die Anforderungen „klar“ und „prägnant“ (Art. 10 Abs. 2 Buchst. p VerbrKrRL) hinaus keine weiteren formalen Anforderungen an die Angaben zum Widerrufsrecht aufstellt.