

Bundesamt für Justiz  
Frau  
Emanuella Gramegna  
Bundesrain 20  
3003 Bern

Bern, 24. September 2013 sgv-KI/sz

**Vernehmlassungsverfahren:  
Parlamentarische Initiative. Schuldenprävention. Keine Werbung für Kleinkredite (10.467)**

Sehr geehrte Frau Gramegna

Der Schweizerische Gewerbeverband sgv, die Nummer 1 der Schweizer KMU-Wirtschaft, vertritt 250 Verbände und gegen 300 000 Unternehmen. Im Interesse der Schweizer KMU setzt sich der grösste Dachverband der Schweizer Wirtschaft für optimale wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen sowie für ein unternehmensfreundliches Umfeld ein.

Mit Schreiben vom 6. Juni 2013 lädt die Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Nationalrates ein, sich zum Entwurf über den Vorentwurf betreffend der parlamentarischen Initiative Schuldenprävention – keine Werbung für Kleinkredite zu äussern. Der Schweizerische Gewerbeverband sgv dankt für die Möglichkeit zur Stellungnahme.

**1. Allgemeine Bemerkungen**

Die parlamentarische Initiative Schuldenprävention. Keine Werbung für Kleinkredite fordert ein Werbeverbot für Kleinkredite. Der Schweizerische Gewerbeverband sgv spricht sich gegen das Verbot für die Kleinkredit- bzw. Konsumkreditwerbung aus. Missbräuche in der Werbung für Konsumkredite sind bereits heute durch entsprechende Vorschriften im Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG; SR 241; Art. 3 Bst. k bis n) geregelt. So gilt eine strenge Informationspflicht über die Risiken und Folgen von Kleinkrediten. Demnach handelt gemäss UWG Art. 3 unlauter, wenn jemand es bei öffentlichen Auskündigungen über einen Konsumkredit (Bst. k) oder über einen Konsumkredit zur Finanzierung von Waren oder Dienstleistungen (Bst. l) unterlässt, darauf hinzuweisen, dass die Kreditvergabe verboten ist, falls sie zur Überschuldung der Konsumentin oder des Konsumenten führt.

Ausserdem ist mit dem neuen Konsumkreditgesetz eine strenge Kreditfähigkeitsprüfung institutionalisiert worden: Konsumkredite erhalten nur Personen, die sich solche auch leisten können. Dabei wird von einer Amortisierung sämtlicher offener Konsumkreditschulden in einem Zeitraum von bloss 36 Monaten ausgegangen. Diese Regelung bezieht sich auch auf die Kreditvergabe an junge Erwachsene. Auch letztere erhalten einen Konsumkredit nur dann, wenn sie die Kreditfähigkeitsprüfung erfolgreich bestehen.

Die Praxis zeigt, dass die überwiegende Mehrheit der jungen Erwachsenen, die einen Konsumkredit aufgenommen haben, offensichtlich gut in der Lage ist, ihren Zahlungsverpflichtungen nachzukommen. Dasselbe Bild zeigt auch die durch das Bundesamt für Justiz in Auftrag gegebene statistische Erhebung von Professor Elisa Streuli (Fachhochschule Nordwestschweiz) zur Verschuldungssituation junger Erwachsener. Sie sind nur selten bei Kreditinstituten verschuldet (unter 4 Prozent). Gemäss den Zahlen der Zentralstelle für Kreditinformation (ZEK) sind sowohl die Anzahl neu registrierter Konsumkredite (Bar-, Fest-, Kontokorrentkredite und Teilzahlungsverträge) als auch das Neuvolumen per Ende 2012 zurückgegangen. Das Leasinggeschäft hingegen hat wohl nicht zuletzt aufgrund der hohen Anzahl verkaufter Neuwagen zugelegt. Die Zahl der abgelehnten Kredit- und Leasinggesuche beträgt 2012 34,8% (2011: 33,0%) und dokumentiert die gewissenhafte Prüfung der Anträge seitens der kreditgebenden Institute. Eine Auswertung des Verbandes Schweizerischer Kreditbanken und Finanzierungsinstitute VSKF hat ergeben, dass per Ende 2012 4,0% der jungen Erwachsenen in der Schweiz (18-24-jährige) einen Konsumkredit abgeschlossen haben, während die Quote bei den 18-65-jährigen 8,5% beträgt. Die jungen Erwachsenen nehmen somit im Vergleich zu allen Altersgruppen entschieden weniger Konsumkredite auf.

## 2. Zum Vorschlag der Selbstregulierung

Die Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Nationalrates gibt als Antwort auf das geforderte Verbot der Kleinkreditwerbung einen Vorentwurf für eine Revision des Bundesgesetzes über den Konsumkredit (KKG) in die Vernehmlassung. Dieser enthält Bestimmungen zum Verbot aggressiver Werbung für Konsumkredite, zur Selbstregulierung der Kreditbranche und zur Kreditfähigkeitsprüfung von Konsumentinnen und Konsumenten.

Anstelle eines vollumfänglichen Werbeverbots für Konsumkredite werden die aggressiven Formen der Kreditwerbung untersagt. Die Definition der aggressiven Werbung sowie die Durchsetzung der neuen Gesetzesbestimmung werden der betroffenen Branche, die einen sehr hohen Organisationsgrad hat, zur Selbstregulierung zu überlassen. Es ist zu erwarten, dass sämtliche Mitgliedfirmen des Verbandes Schweizerischer Kreditbanken und Finanzierungsinstitute (VSKF) und des Schweizerischen Leasingverbandes (SLV) sowie alle weiteren grossen Marktteilnehmer im Bereich Privatkredit der Konvention beitreten, sodass der Konsumkreditmarkt in den Bereichen Privatkredit und Leasing praktisch vollständig abgedeckt ist.

Der Schweizerische Gewerbeverband sgv begrüsst es, dass der Revisionsentwurf der Konsumkreditbranche die Möglichkeit einräumt, mittels einer privatrechtlichen Konvention die Kriterien der aggressiven Werbung zu definieren und letztere zu verhindern. Selbstregulierungen für die Werbung sind auch in anderen Branchen unter Einbezug der Lauterkeitskommission erfolgreich umgesetzt worden (so z.B. bezüglich Tabakwerbung und Alkoholwerbung). Generell entspricht die Selbstregulierung erprobter schweizerischer Tradition (zum Beispiel im Bereich der Geldwäschereibekämpfung). Ein generelles Werbeverbot für Konsumkredite ist nicht notwendig und wäre sogar schädlich, denn Werbeverbote verhindern die Transparenz im Markt und schaden damit auch den Konsumenten.

## 3. Zu einzelnen Bestimmungen

*Art. 25 Abs. 1bis:*

Der neu vorgeschlagene Art. 25 Abs. 1bis verpflichtet die Kreditgeber bei der Informationsstelle für Konsumkredit (IKO) Meldung zu erstatten, wenn ein Konsument oder eine Konsumentin „absichtlich falsche Angaben bei der Kreditfähigkeitsprüfung macht“. Diese Gesetzesbestimmung ist problematisch, weil sie die Kreditinstitute in die Rolle eines Polizisten drängt. Für das einzelne Kreditinstitut ist es im konkreten Fall schwierig zu entscheiden, ob ein Kreditantragsteller absichtlich oder bloss fahrlässig unrichtige Angaben macht. Zudem können sich Probleme ergeben, wenn ein Konsument oder eine Konsumentin die Auffassung vertritt, zu Unrecht bei der IKO wegen angeblich absichtlich falscher

Angaben gemeldet wird. Abgesehen von dem dadurch dem Konsumkreditinstitut entstehenden Bearbeitungsaufwand ist auch hier die Frage offen, wer darüber entscheiden soll, ob der Konsument oder die Konsumentin mit ihrer Beschwerde Recht hat.

Der sgv fordert deshalb, dass Art. 25 Abs. 1bis gestrichen wird. Das einzelne Kreditinstitut soll selbst die ihm richtig scheinenden Massnahmen bei absichtlich falschen Angaben treffen.

Art. 31:

Je nach Fall muss es der Entscheidung des Konsumkreditinstitutes überlassen sein, ob es zusätzlich zum Lohnnachweis oder – bei Selbständigerwerbenden – sonstigen Dokumenten, die über das Einkommen der Konsumentin oder des Konsumenten Auskunft geben, auch einen Betreibungsregisterauszug einfordert. Die diesbezügliche „Kann-Vorschrift“ reicht nach Auffassung des sgv aus. Eine Mussvorschrift wird abgelehnt.

Art. 32:

Gemäss dem heute geltenden Art. 32 führen schwerwiegende Verstösse gegen die in den Art. 28-30 statuierten Vorschriften über die Kreditfähigkeitsprüfung zu einem Verlust des Anspruches der Kreditgeberin auf Rückzahlung der von ihr gewährten Kreditsumme samt Zins und Kosten. Bei geringfügigen Verstössen verliert das Kreditinstitut lediglich den Anspruch auf die Zinsen und die Kosten.

Mit dem neu vorgeschlagenen Text von Art. 32 soll diese Sanktion nun auch auf Verstösse gegen Art. 31 KKG, nämlich die Regeln darüber, wann das Kreditinstitut sich auf die Angaben des Konsumenten verlassen darf und was es vorzukehren hat, wenn es an der Richtigkeit dieser Angaben zweifelt, ausgedehnt werden. Aus Sicht des sgv ist das problematisch: Die diesbezüglich im Gesetzestext figurierenden Begriffe „offensichtlich unrichtig“, „Zweifel“ und „einschlägige amtliche oder private Dokumente“ sind offen bzw. inhaltlich nicht exakt umschrieben, was im Einzelfall zu Unsicherheiten bezüglich deren Anwendung und Auslegung führt. Aufgrund einer derart offenen Legiferierung dürfen schwerwiegende Sanktionen, wie sie in Art. 32 vorgesehen sind, nicht ausgesprochen werden. Der sgv lehnt die neu vorgeschlagene Formulierung von Art. 32 ab.

Art. 36a Abs. 1:

Der sgv vertritt die Auffassung, dass ein Verbot *aggressiver* Werbung für Konsumkredite ausreichend ist. Die von den Branchenorganisationen erarbeitete Selbstregulierungskonvention umschreibt Massnahmen bezüglich Werbung für Jugendliche und junge Erwachsene (vgl. lit. B/Ziff. 1.b, 2 und 7 des Konventionentwurfs), was unterstützt wird. Weitergehende Verbote lehnt der sgv ab, insbesondere das von der WAK-N-Minderheit vorgeschlagene generelle Verbot von Werbung, die speziell Jugendliche und junge Erwachsene anspricht.

Zu Art. 36a Abs. 2 und 3:

Der sgv begrüsst es, dass der neu vorgeschlagene Gesetzestext den Kreditgeberinnen die Möglichkeit einräumt, in einer privatrechtlichen Konvention zu vereinbaren, welche Werbung aggressiv ist. Ein Entwurf für eine Selbstregulierungskonvention ist durch die Branchenverbände bereits erarbeitet worden. Eine Minderheit der WAK-N schlägt vor, bezüglich der in der privatrechtlichen Konvention vorzunehmenden Definition aggressiver Werbung noch das Kriterium „in angemessener Weise“ hinzuzufügen. Der sgv ist der Ansicht, dass dieser Minderheitsantrag unnötig ist, da es im eigenen Interesse der betroffenen Branche ist, die Definition aggressiver Werbung angemessen vorzunehmen.

Art. 36b:

Mit diesem Artikel erhält der Bundesrat die Möglichkeit, auf Antrag der Branche und nach Anhörung der Betroffenen die Sanktionen der Konvention allgemeinverbindlich zu erklären. Eine solche Rege-

lung erachtet der sgv als zweckmässig, weil damit verhindert werden kann, dass Trittbrettfahrer sich nicht an die Konvention halten.

Art. 40 Abs. 1 Bst.a:

Nachdem die Bewilligungen für die Gewährung und Vermittlung von Konsumkrediten von den Kantonen (kantonale Bewilligungspflicht) erteilt werden und auch die Geschäftstätigkeit durch die kantonalen Behörden überwacht wird, könnten Verstösse gegen das in Art. 36a Abs. 1 statuierte Verbot aggressiver Werbung durch die kantonalen Stellen geahndet werden. Dies nicht zuletzt deshalb, weil in Art. 40 Abs. 1 Bst. a für eine Bewilligung die „Gewähr für einwandfreie Geschäftstätigkeit“ verlangt wird.

Wir danken für die Kenntnisnahme.

Freundliche Grüsse

**Schweizerischer Gewerbeverband sgv**



Hans-Ulrich Bigler  
Direktor



Dieter Kläy  
Ressortleiter