

Kleinkreditbranche: Den Teufel mit dem Beelzebub austreiben

Ab nächstem Jahr ist aggressive Werbung für Kleinkredite verboten. Grotesk: Was als aggressiv gilt, darf die Branche in Eigenregie bestimmen.

Gemäss der Bundesverfassung sind National- und Ständerat für den Erlass von Gesetzen zuständig. Nun geht das Parlament erstmals neue Wege: Es überlässt es potenziellen Tätern, zu umschreiben, was strafbar sein soll und was nicht.

Anfang nächsten Jahres wird das neue Konsumkreditgesetz in Kraft treten. Ab dann ist aggressive Werbung für Konsumkredite unter Strafe verboten. Laut Gesetz bestimmen aber die Kreditgeber selbst, welche Werbung als aggressiv gilt.

Wörtlich heisst es in Artikel 36a Absatz 2 des Gesetzes: «Die Kreditgeberinnen umschreiben in einer privatrechtlichen Vereinbarung in angemessener Weise, welche Werbung als aggressiv gilt.» Wer vorsätzlich gegen das Verbot der aggressiven Werbung verstösst, muss mit einer Busse bis zu 100 000 Franken rechnen.

Zurzeit liegt ein Entwurf dieser «privatrechtlichen Vereinbarung» vor. Ausgearbeitet hat ihn der Verband Schweizerischer Kreditbanken und Finanzierungs-institute (VSKF). Das ist die Lobby der Konsum- und Leasingbranche.

«Wir konnten nicht Stellung nehmen»

saldo hat den Entwurf Sébastien Mercier vorgelegt. Er ist Jurist und Geschäftsleiter des Vereins Schuldenberatung Schweiz. Mercier hatte den Entwurf vorher noch

nicht gesehen: «Wir wurden bei der Ausarbeitung des Gesetzes angehört, hatten im Vernehmlassungsverfahren aber keine Gelegenheit, den Entwurf der Branche anzuschauen und dazu Stellung zu nehmen», sagt der erstaunte Schuldenexperte. Laut Mercier wird die Konvention an der aktuellen Werbung der Kleinkreditbanken kaum etwas ändern. Davon betroffen seien höchstens Kreditvermittler, die in Kleinanzeigen oder auf Google etwa mit «Sofort-Bargeld» oder «Express-

Kredit» werben. Es sei aber noch unklar, ob die Vereinbarung für diese Kreditvermittler überhaupt gilt, falls sich diese weigern, die Vereinbarung zu unterschreiben.

Vage Umschreibung aggressiver Werbung

Wird der Entwurf bis Ende Jahr definitiv, soll bloss Werbung verboten werden,

- die «Sofort-Bargeld» verspricht
- die junge Erwachsene bis 25 Jahre «besonders anspricht»

- die mit «ökonomisch offensichtlich nicht sinnvollen Argumenten» arbeitet

- die für die Aufnahme von Krediten für «kurzzeitige kostspielige Freizeitaktivitäten, Feste, etc.» wirbt.

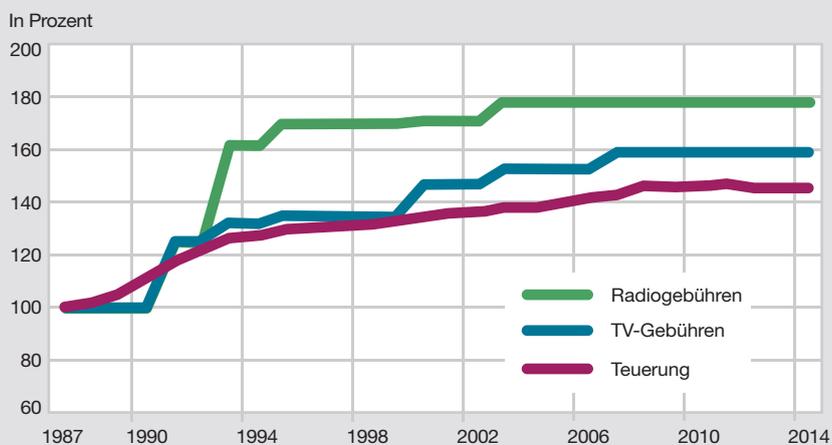
Die Umschreibung der aggressiven Werbung in der Vereinbarung ist gemäss Mercier unklar. Wenn eine Bank Konsumkredite mit der Anschaffung eines Autos, Himmelbetts oder eines neuen Fernsehgeräts bewirbt, ist klar, dass der

The screenshot shows a website for 'CREDIT now' with the tagline 'Es gibt immer eine Lösung'. It features a navigation menu with 'Kredit', 'Leasing', and 'Filialen'. A large image of a woman is on the left. On the right, there is a calculator interface with the text 'Reicht's für mein Himmelbett und seinen Flat-TV?'. The calculator shows: 'Ihr Wunschkredit: 10'000.00 CHF', 'Laufzeit: 36 Monate', and 'Ihre monatliche Rate in CHF (inkl. Kreditabsicherung): 338.20 - 357.30'. A purple button at the bottom right says 'Zum Angebot'.

Kredit für einen Fernseher: Für die Kreditbranche «ökonomisch sinnvoll»

SCHWEIZ IN ZAHLEN

Übermässiger Anstieg der Radiogebühren



Radiohörer zahlen für Fernsehzuschauer

Die Gebühren für Radio und Fernsehen betragen zurzeit Fr. 451.10 pro Jahr. Das sind Fr. 171.50 mehr als 1987. Damals wurden die Gebühren eingeführt. Seither stiegen die Kosten fürs Fernsehen um 59 Prozent, für den Radioempfang gar um 78 Prozent. Zum Vergleich: Die Teuerung betrug im selben Zeitraum nur 45 Prozent.

Zurzeit verlangt die Billag für den Fernsehempfang Fr. 286.10 Franken. Der Radioempfang kostet 165 Franken. Die Radiogebühren sind also tiefer. Die SRG machte mit den werbefreien SRG-Radiosendern in den vergangenen fünf Jahren trotzdem Gewinne. Dies geht aus den Geschäftsberichten der SRG hervor. Das Betriebsergebnis der Sparte Radio erhöhte sich von 8,2 Millionen Franken im Jahr 2010 auf 43,4 Millionen Franken im letzten Jahr. Zusammengerechnet nahmen die werbefreien SRG-Radiosender mit Gebühren in fünf Jahren 103,7 Millionen Franken mehr ein,

als sie ausgaben. Im Klartext: Die Radiohörer bezahlten über 100 Millionen Franken zu viel an Radiogebühren. Die SRG verwendet dieses Geld, um die Löcher in der Sparte Fernsehen zu stopfen. Seit 2010 fahren die SRG-Fernsehsender laut Jahresbericht jährlich Millionenverluste ein.

Eine Senkung der Radiogebühren kommt laut Bundesamt für Kommunikation trotzdem nicht in Frage, weil die Kosten aufgrund des Internetangebots nicht mehr eindeutig auf die beiden Sparten Radio und Fernsehen verteilt werden könnten. Zudem würden die Gebühren ab 2018 oder 2019 nicht mehr getrennt erhoben.

Ab dann werden alle Haushalte für Radio und Fernsehen zahlen – egal ob sie die Sender nutzen oder nicht. Das haben die Stimmbürger im Juni knapp so entschieden. Die gemeinsame Gebühr für Radio und Fernsehen soll dann laut Bundesrat rund 400 Franken betragen. *yde*

„Die Kreditgeberinnen umschreiben in einer privatrechtlichen Vereinbarung in angemessener Weise, welche Werbung als aggressiv gilt“

Konsumkreditgesetz
Artikel 36a, Absatz 2

werde, dass sich «wirklich die ganze Branche an die Selbstregulierungskonvention hält», bis hin zu Anzeigen «als letzter Eskalationsstufe».

Gemäss Entwurf ist es auch künftig nicht verboten, bestehenden Kreditkunden Werbung für einen neuen oder erhöhte Kredite zu schicken. Wer einen ersten Kredit brav abbezahlt, erhält oft Werbung für einen neuen, grösseren Kredit. Viele Überschuldete haben so laut Mercier drei, vier oder sogar zehn Kredite aufgenommen.

Werber begutachten Werbung selbst

Als höchst problematisch bezeichnet Mercier auch die Stelle, die künftig feststellen soll, ob eine Werbung aggressiv ist. Dafür soll nämlich nicht ein Gericht zuständig sein, sondern ausschliesslich die Lauterkeitskommission. Und das sind nichts anderes als die Werber selbst. Denn die Lauterkeitskommission ist eine von der Schweizer Werbebranche ins Leben gerufene Selbstkontrollorganisation.

Kreditkartenbanken und Kundenkarten sind durch die Branchenvereinbarung nicht erfasst. Sehr viele Leute verschulden sich jedoch über die Belastung der Kreditkarte. Die Zinsen für solche Kredite entsprechen den hohen Krediten der Kleinkreditbanken von bis zu 14,5 Prozent.

Beatrice Walder

Kauf mittels Kredit ökonomisch unsinnig ist – weil teurer.

Wirbt hier die Bank aber auch mit «offensichtlich ökonomisch nicht sinnvollen Argumenten» im Sinn der Vereinbarung? Der Zürcher Rechtsanwalt und VSKF-Geschäftsführer Robert Simmen findet den kreditfinanzierten Kauf eines Fernsehers «sehr wohl ökonomisch sinnvoll». Er stelle «in vielen Familien eine Art Lebensmittelpunkt dar». Auch beim Himmelbett sieht Simmen keine Probleme. Eine solche Werbung sei «sicher nicht aggressiv». Anders verhalte es sich mit «Sujets von Feriendestinationen oder Palmenstränden». Diese würden nicht mehr erlaubt sein.

Simmen verspricht, dass «wirksam» dafür gesorgt