

K O N V E N T I O N

betreffend Werbeeinschränkungen und Prävention im Privatkredit- und Konsumentenleasinggeschäft

A. Präambel

Die im Privatkredit- und Konsumentenleasinggeschäft (gesamthaft nachstehend „Konsumkredite“ genannt) tätigen Mitglieder des Verbandes Schweiz. Kreditbanken und Finanzierungsinstitute (VSKF), des Schweiz. Leasingverbandes (SLV) und weitere in diesen Bereichen aktive Institute (vgl. Liste der an der Konvention beteiligten Institute) haben sich zu einer **Selbstregulierung der Kreditwerbung für Konsumkredite** und zur **Umsetzung von Präventionsmassnahmen** entschlossen. Dadurch soll das in Art. 36a des Konsumkreditgesetzes (KKG) enthaltene Verbot aggressiver Werbung konkretisiert werden. Zu diesem Zweck schliessen die beteiligten Institute die vorliegende Konvention betreffend Werbeeinschränkungen und Prävention ab.

B. Selbstregulierung der Konsumkreditwerbung

1. Grundsätze

Das gesetzliche Verbot der „aggressiven Werbung“ (Art. 36a KKG) führt nach dem Verständnis der beteiligten Institute zu folgenden Handlungsmaximen:

- a. Bei den Konsumenten soll nicht der Eindruck erweckt werden, dass Konsumkredite besonders rasch und ohne Vornahme einer detaillierten Kreditfähigkeitsprüfung erhältlich seien.
- b. Junge Erwachsene (Personen, die unter 25 Jahre alt sind) sollen durch die Werbung für Privatkredite nicht besonders angesprochen werden.
- c. Auf Werbung für die Aufnahme von Konsumkrediten mit Argumenten, die offensichtlich ökonomisch nicht sinnvoll sind, ist zu verzichten.
- d. Auf Werbung für die Aufnahme von Konsumkrediten zur Finanzierung kurzzeitiger kostspieliger Freizeitaktivitäten, Feste etc. ist zu verzichten.

- e. Auf aufdringliche Verteilaktionen von Werbemitteln auf Strassen und Plätzen etc. ist zu verzichten.

Die in dieser Konvention zusammengefassten Grundsätze und Regeln bezüglich Konsumkreditwerbung gelten für alle Medien und insbesondere auch für Internet und Social Medias, soweit der Konsumkredit die Hauptbotschaft der Werbung ist.

Die beteiligten Institute verpflichten sich, durch geeignete Massnahmen gegenüber den der Bewilligungspflicht gemäss Art. 39 KKG unterstellten Kreditvermittlern darauf hinzuwirken, dass die in dieser Konvention zusammengefassten Regeln bezüglich Konsumkreditwerbung auch durch diese Vermittler beachtet werden, und notfalls die Zusammenarbeit mit solchen Vermittlern, die sich nicht an diese Regeln halten, abubrechen.

2. Keine spezifisch auf junge Erwachsene ausgerichtete Werbung

Die Werbung für Privatkredite soll junge Erwachsene (Personen, die unter 25 Jahre alt sind) nicht besonders ansprechen. Unzulässig ist die Werbung in Jugendzeitschriften, die von der Lauterkeitskommission nicht explizit freigegeben sind.

3. Beispiele

- a. **Keine Werbung für „Expresskredite“ etc., oder mit Argumenten, welche auf andere Weise den Verzicht auf eine umfassende KKG-konforme Kreditfähigkeitsprüfung vermuten lassen**

Unzulässig sind Argumente, die mit einer besonders raschen Erhältlichkeit von Konsumkrediten werben, wie z.B. „Expresskredite“, „Kreditprüfung innert 30 Minuten“, „Sofortkredite“, „sofort Bargeld“, „Auszahlung“ oder „Gutschrift des Kreditbetrages innert 4 Stunden“ etc. Ebenfalls untersagt ist die Verwendung der Worte „Bestellung“ mit Bestellschein für Konsumkredite, oder „Barkreditbestellung“ (z.B. in Antragsformularen oder Coupons).

Untersagt sind generell Werbeargumente, die den Verzicht auf eine umfassende Kreditfähigkeitsprüfung bzw. die voraussetzungslose Erhältlichkeit von Konsumkrediten vermuten lassen. Zu verzichten ist daher auf Formulierungen, wie „Sie bestimmen die Höhe Ihrer Monatsrate“ bzw. „Ihres Kredites unabhängig von Ihrem Einkommen“ resp. „Ihren weiteren Verpflichtungen selber“.

b. Keine Werbung mit offensichtlich ökonomisch nicht sinnvollen Argumenten

Es ist unzulässig, für die Aufnahme von Konsumkrediten zu offensichtlich ökonomisch nicht sinnvollen Zwecken zu werben. Dazu gehört generell die Empfehlung der Aufnahme von Konsumkrediten für den Abbau von Schulden, die erfahrungsgemäss niedriger zu verzinsen sind als Konsumkredite (z.B. Steuerschulden). In diesem Zusammenhang sind insbesondere Ausdrücke wie „Sparkredite“ etc. untersagt.

c. Keine Werbung für die Konsumkredit-Finanzierung kurzfristiger kostspieliger Freizeitaktivitäten oder Feste

Unzulässig sind Argumente oder Bilder, die für die Aufnahme von Konsumkrediten zur Finanzierung von Ferien, Hochzeitsfesten etc. werben. Untersagt sind daher Begriffe wie „Ferienkredite“, „Hochzeitskredite“ etc.

d. Keine Verteilaktionen auf öffentlichem Grund und keine Abbildung von Bargeld

Untersagt sind besonders aggressive Werbemethoden, wie z.B. die Verteilung von Kreditunterlagen auf öffentlichen Strassen und Plätzen abseits von Fahrzeugausstellungen und dergleichen, in öffentlichen Bereichen von Bahnhöfen, Flughäfen etc. und die Aushändigung von Werbecoupons, deren Form und bildnerische Gestaltung an Banknoten erinnert.

e. Keine Werbung in Freizeiteinrichtungen für junge Erwachsene und in Spielsalons

Untersagt ist die Werbung in Spielsalons und generell in Freizeiteinrichtungen, die deutlich für Personen unter 25 Jahren bestimmt sind.

f. Weitere Beispiele unerlaubter aggressiver Werbung in Nachachtung der Rechtsprechung

Die Vorstände des VSKF und des SLV sind ermächtigt, in Nachachtung der Rechtsprechung der staatlichen Gerichte zu Art. 36a KKG und der Schweiz. Lauterkeitskommission die Konvention durch gemeinsame Statuierung weiterer Beispiele unerlaubter Werbung zu ergänzen.

C. Präventionsmassnahmen

1. Abgabe von Merkblättern etc. zur reduzierten Tragbarkeit von Konsumkrediten nach Scheidung, Trennung, Arbeitsplatzverlust etc.

Die beteiligten Institute sind sich bewusst, dass Konsumkredite wie alle Kredite zu finanziellen Problemen führen können, wenn sich die Einkommens-/Ausgabensituation des Kreditnehmers/der Kreditnehmerin nach der positiv verlaufenen Kreditfähigkeitsprüfung und nach der Kreditaufnahme durch unerwartete Ereignisse wie Ehescheidung, Ehetrennung, Arbeitsplatzverlust, Krankheit, Invalidität etc. verändert. Sie verpflichten sich, den Kreditantragstellern/-innen zusammen mit den Kreditunterlagen ein diese Risiken behandelndes Merkblatt abzugeben oder auf andere Weise auf diese Risiken hinzuweisen. Weiter verpflichten sie sich, diese Risiken auch auf ihren Websites hervorzuheben.

2. Bekanntgabe von Grundsätzen der verantwortungsbewussten Kreditaufnahme

Der VSKF und der SLV veröffentlichen auf ihren Homepages Grundsätze/Empfehlungen für eine verantwortungsbewusste Kreditaufnahme. Die betei-

ligten Institute verpflichten sich, in ihren Websites Links zu diesen Homepages von VSKF und SLV einzurichten oder auf ihren eigenen Websites solche Informationen aufzuschalten.

3. Schulungsveranstaltungen

Die beteiligten Institute sind sich bewusst, dass der vernünftige Umgang mit Krediten, deren Aufnahme ab Eintritt in das Erwachsenenalter möglich ist, frühzeitig gelernt werden muss. Der VSKF, der SLV und die beteiligten Institute unterstützen zu diesem Zweck mit Dokumentationsmaterial Informationsveranstaltungen, deren Durchführung von Schulen auf Sekundar- und Mittelschulniveau angeboten wird. Der VSKF und der SLV sind bereit, bei Bedarf einen Leitfaden für Privatkredite und Konsumentenleasing zu erstellen, der an Schulen abgegeben werden kann.

D. Durchsetzung der Konvention

Die Schweizerische Lauterkeitskommission wird als ausschliessliche Kontrollstelle eingesetzt, mit dem Auftrag, nach Massgabe ihres jeweiligen Geschäftsreglementes auf schriftliche begründete Beschwerde hin allfällige Missachtungen der werblichen Selbstbeschränkung gemäss Art. 36a Abs. 2 KKG festzustellen. Ein rechtskräftiger Entscheid der Lauterkeitskommission wegen Verletzung der vorliegenden Konvention gegen eines der beteiligten Institute wird dem VSKF und dem SLV zur weiteren Veranlassung zur Kenntnis gebracht. Das betroffene Institut verpflichtet sich, bei festgestellten Missachtungen der vorliegenden Konvention eine ohne weitere Abklärung durch den Vorstand des VSKF bzw. den Vorstand des SLV in Gewichtung der Schwere des betreffenden Verstosses nach Ermessen festzusetzende Konventionalstrafe in der Höhe von maximal CHF 100'000.00 an den VSKF bzw. den SLV zu bezahlen, je nachdem, ob eine Werbung für Privatkredite oder für Konsumentenleasing inkriminiert wurde. Eine gestützt auf Art. 36b KKG ausgefallte Busse ist an die festgesetzte Konventionalstrafe anzurechnen. Wurde die Konventionalstrafe vor Ausfällung

strafe vor Ausfällung der Busse gemäss Art. 36b KKG bereits bezahlt, so hat das betreffende Institut einen Anspruch auf Rückerstattung des der Busse entsprechenden Betrages, maximal jedoch des Betrages der effektiv bezahlten Konventionalstrafe.

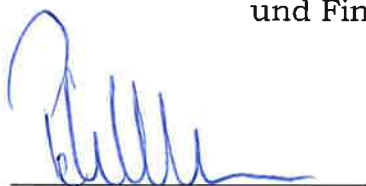
Gelder aus solchen Konventionalstrafen sind durch den VSKF und den SLV zweckgebunden für ihre Tätigkeiten in Zusammenhang mit dem Vollzug der Konvention und für Unterstützung der vorne in C.3 genannten Schulungsmassnahmen zu verwenden.

E. Inkrafttreten/Geltungsdauer

Die vorliegende Konvention tritt am 1. Januar 2016 in Kraft und ist unbefristet gültig. Eine Kündigung (unter Beachtung einer Kündigungsfrist von drei Monaten) ist lediglich bei massgeblicher Änderung der auf das Konsumkreditgeschäft anwendbaren Gesetze und Verordnungen oder bei einer Aufgabe der Geschäftstätigkeit des betreffenden Institutes im Konsumkreditbereich möglich.

Zürich, 27. November 2015

Für den Verband Schweiz. Kreditbanken
und Finanzierungsinstitute:



Peter Schnellmann,
Präsident



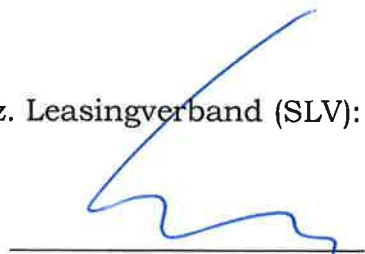
RA Dr. Robert Simmen,
Geschäftsführer

Zürich, 27. November 2015

Für den Schweiz. Leasingverband (SLV):



Roland Brändli,
Präsident



RA Dr. Markus Hess,
Geschäftsführer