

Änderung vom ...

*Die Bundesversammlung der Schweizerischen Eidgenossenschaft,
nach Einsicht in den Bericht der Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Nationalrates vom [Datum des Entscheids der Kom-
mission]¹
und in die Stellungnahme des Bundesrates vom [Datum]²,
beschliesst:*

I

Das Bundesgesetz vom 23. März 2001 über den Konsumkredit wird wie folgt geändert:

2. Abschnitt: Geltungsbereich

Minderheit 1 (Meier-Schatz, Birrer-Heimo, de Buman, Jans, Maire Jacques-André, Pardini, Ritter, Schelbert)

Art. 7 Abs. 1 Bst. f

¹ *Dieses Gesetz gilt nicht für:*

- f. Kreditverträge, nach denen die Konsumentin oder der Konsument den Kredit innert höchstens drei Monaten zurückzahlen muss.*

Minderheit 2 (Birrer-Heimo, Jans, Leutenegger Oberholzer, Maire Jacques-André, Marra, Pardini, Schelbert)

Art. 7 Abs. 1 Bst. f

Bst. f aufheben

Art. 8 *Einschränkung*

¹ *Lesingverträge im Sinne von Artikel 1 Absatz 2 Buchstabe a unterstehen nur den Artikeln 11, 13-16, 17 Absatz 3, 18 Absätze 2 und 3, 19-26, 29, 31- 40.*

² *Konti für Kredit- und Kundenkarten mit Kreditoption sowie Überziehungskredite auf laufendem Konto unterstehen nur den Arti-
keln 12-16, 17 Absätze 1 und 2, 18 Absätze 1 und 3, 19-25, 27, 30- 40.*

5. Abschnitt: Kreditfähigkeit

Art. 25 Abs. 1 bis (neu)

^{1bis} *Macht ein Konsument oder eine Konsumentin absichtlich falsche Angaben bei der Kreditfähigkeitsprüfung nach Art. 28, 29 oder 30, muss die Kreditgeberin der Informationsstelle hierüber Meldung erstatten.*

Art. 31 Bedeutung der Angaben der Konsumentin oder des Konsumenten

¹ *Die Kreditgeberin darf sich auf die Angaben der Konsumentin oder des Konsumenten zu den finanziellen Verhältnissen (Art. 28 Abs. 2 und 3) oder zu den wirtschaftlichen Verhältnissen (Art. 29 Abs. 2 und Art. 30 Abs. 1) verlassen. Sie kann den Auszug aus dem Betreibungsregister und den Lohnnachweis oder, wenn keine unselbständige Tätigkeit vorliegt, sonstige Dokumente, die über das Einkommen der Konsumentin oder des Konsumenten Auskunft geben, bei dieser oder diesem einfordern.*

Minderheit (Marra, Birrer-Heimo, Jans, Leutenegger Oberholzer, Maire Jacques-André, Pardini, Schelbert)

¹ *... (Art. 29 Abs. 2 und Art. 30 Abs. 1) verlassen. Sie muss den Auszug ... (siehe auch Abs. 3)*

¹ BBl 2002 ...
² BBl 2002 ...

² Vorbehalten bleiben Angaben, die offensichtlich unrichtig sind oder denjenigen der Informationsstelle widersprechen oder Angaben von einem Konsumenten oder einer Konsumentin, der oder die gemäss Artikel 25 Absatz 1^{bis} gemeldet wurde.

³ Zweifelt die Kreditgeberin an der Richtigkeit der Angaben der Konsumentin oder des Konsumenten, so muss sie deren Richtigkeit anhand einschlägiger amtlicher oder privater Dokumente überprüfen. Sie darf sich bei der Überprüfung nicht mit den Dokumenten nach Absatz 1 begnügen.

Minderheit (Marra, Birrer-Heimo, Jans, Leutenegger Oberholzer, Maire Jacques-André, Pardini, Schelbert)

³ ... so muss sie deren Richtigkeit mit zusätzlich zu den in Absatz 1 eingeforderten einschlägigen amtlichen oder privaten Dokumenten überprüfen. (siehe auch Abs. 1)

Art. 32 Sanktion

¹ Verstösst die Kreditgeberin in schwerwiegender Weise gegen die Artikel 28, 29, 30 oder 31, so verliert sie die von ihr gewährte Kreditsumme samt Zinsen und Kosten. Die Konsumentin oder der Konsument kann bereits erbrachte Leistungen nach den Regeln über die ungerechtfertigte Bereicherung zurückfordern.

² Verstösst die Kreditgeberin gegen Artikel 25, 26 oder 27 Absatz 1 oder in geringfügiger Weise gegen die Artikel 28, 29, 30 oder 31, so verliert sie nur die Zinsen und die Kosten.

8. Abschnitt: Werbung

Art. 36a (neu) Aggressive Werbung

¹ Für Konsumkredite darf nicht in aggressiver Weise geworben werden.

Minderheit (Maire Jacques-André, Birrer-Heimo, de Buman, Jans, Leutenegger Oberholzer, Marra, Meier-Schatz, Pardini)

¹ Für Konsumkredite darf nicht in aggressiver Weise geworben werden. Werbung, die speziell Jugendliche und junge Erwachsene anspricht, ist verboten.

² Die Kreditgeberinnen vereinbaren in einer privatrechtlichen Konvention, welche Werbung aggressiv ist.

Minderheit (Maire Jacques-André, Birrer-Heimo, de Buman, Jans, Leutenegger Oberholzer, Marra, Meier-Schatz, Pardini)

² Die Kreditgeberinnen definieren in angemessener Weise, welche Werbung aggressiv ist und vereinbaren dies in einer privatrechtlichen Konvention.

³ Der Bundesrat regelt, welche Werbung aggressiv ist, wenn innert angemessener Frist keine Vereinbarung zustande gekommen ist.

Art. 36b (neu)

Der Bundesrat kann auf Antrag der Branche und nach Anhörung der Betroffenen die Sanktionen der Konvention allgemeinverbindlich erklären.

10. Abschnitt: Zuständigkeiten

Art. 40 Abs. 1 Bst. a

² Die Bewilligung ist zu erteilen, wenn der Gesuchsteller:

- a. Gewähr für einwandfreie Geschäftstätigkeit bietet und in geordneten Vermögensverhältnissen lebt;

II

¹ Dieses Gesetz untersteht dem fakultativen Referendum.

² Der Bundesrat bestimmt das Inkrafttreten.