

# «Das offene Gespräch hat mir gefallen»

## Konsumkreditbanken locken mit Imagekampagnen neue Kunden



Jürg Gschwend, Sozialarbeiter FH, ist Leiter der Fachstelle für Schuldenfragen Aargau und verantwortlich für die Präventions- und Öffentlichkeitsarbeit sowie für die Durchführung von Fachkursen. Von Mai 2003 bis Juni 2006 war er im Nebentamt Geschäftsführer und Präsident des Dachverbandes Schuldenberatung Schweiz.

Mit grossem Werbeaufwand sowie neuen Produkten und Vertriebskanälen versuchen Banken, die Bereitschaft zur Aufnahme eines Konsumkredites zu erhöhen. Die Schuldenberatungsstellen stören sich an diesen Praktiken, weil schon heute fast jeder zweite Ratsuchende Konsumkreditschulden hat und ihre Fachleute über unzureichende Beratungskapazitäten verfügen.

In der Deutschschweiz existieren zwölf von den Kantonen und/oder den Landeskirchen finanzierte Schuldenfachstellen. Bis auf zwei wurden alle erst in den Neunzigerjahren oder später gegründet. Seit August 1996 existiert mit dem Dachverband Schuldenberatung Schweiz (ehemals Dachverband Schuldenberatung) auch eine Dachorganisation.

Die Mitglieder sind u.a. verpflichtet, eine Beratung und Begleitung zu gewährleisten, welche neben der finanziellen Lage auch psychische, soziale, gesundheitliche und rechtliche Aspekte abdeckt, und den Ratsuchenden keine oder möglichst tiefe Honorare zu verrechnen

Eine institutionenübergreifende Funktions- und Tätigkeitsbeschreibung der Schuldenberatung ist in der Schweiz bis heute nicht vorhanden. In Deutschland, wo Schuldenberatung eine längere Tradition hat, liegt von der Arbeitsgemeinschaft Schuldnerberatung der Verbände (AG SBV) ein interessanter Entwurf vor. Schuldenberatung ist aus deren Sicht Soziale Arbeit und umfasst

- die personenbezogenen Dienstleistungen Beratung und Information

- die sachbezogenen Dienstleistungen Vermittlung und Verwaltung
- die strukturbezogenen Dienstleistungen Öffentlichkeitsarbeit und Fach-/Sozialpolitik
- die Präventionsarbeit, welche sowohl personen- wie auch strukturbezogen sein kann.

Der Schuldenberater sollte in der Lage sein, die Probleme und Schwierigkeiten der Ratsuchenden zu erkennen und deren Selbsthilfemöglichkeiten zu aktivieren. Er/sie sollte Kenntnisse über die Lebenssituation spezieller Klientengruppen besitzen und gegenüber Dritten mit deren institutionellen Gegebenheiten und Abläufen vertraut sein. Der/die Schuldenberater ist/sind in Einrichtungen des öffentlichen Rechts, der Gemeinden oder der Gemeindeverbände, sonstiger juristischer Personen des öffentlichen Rechts, in der Trägerschaft der Kirchen, in Verbänden der freien Wohlfahrtspflege oder in einer Verbraucherzentrale tätig.

### Konsumkredite: Schuldenfalle Nummer 1

Die im Dachverband Schuldenberatung Schweiz zusammengeschlossenen Schuldenberatungsstellen verfügen lediglich über etwas mehr als 40 Vollzeitstellen. Diese Ressourcenknappheit führt dazu, dass die Interventionsformen Beratung, Vermittlung und Verwaltung zu kurz kommen (siehe nebenstehende Grafik)

Bei der Öffentlichkeitsarbeit und der strukturbezogenen Präventionsarbeit haben die Konsumkreditschulden, die Schuldenfalle Nummer 1, von jeher einen hohen Posten ausgemacht. Seit 1. Januar 2003 ist das Konsumkreditgesetz in Kraft, über welches sich weder die Schuldenberatungsstellen noch die Konsumkreditbanken glücklich zeigten. Die Kritik der Kreditbanken ist nach dem Inkrafttreten per 1.1. 2003 allerdings rasch verstummt. Einerseits stellte man fest, dass der Umsatz durch das Gesetz nicht negativ tangiert wurde, andererseits zeigte sich, dass das Gesetz bei der Verbesserung des Images und der Akzeptanz von Konsumkrediten durchaus von Nutzen ist. In der Werbung und in der öffentlichen Kritik kann man sich nämlich neu darauf berufen, dass die Vergabe von Konsumkrediten gesetzlich verboten ist, wenn sie in die Überschuldung führt. Und die Kantonalbanken und Raiffeisenbanken, welche

Grafische Darstellung des Dienstleistungsbereiches in der Schuldnerberatung

Sachbezogene Dienstleistungen		Personenbezogene Dienstleistungen		Strukturbezogene Dienstleistungen	
Fallbezogene Hilfe					
Vermittlung	Verwaltung	Beratung	Information	Öffentlichkeitsarbeit	Fach-/Sozialpolitik
		Prävention			

© Dr. Buschkamp, Schwarze, Weinhold



Werbung der GE Money Bank

## Themenkoffer «Umgang mit Geld»

Im Themenkoffer sind u. a. folgende Praxismaterialien für den Unterricht mit Jugendlichen zwischen 14 und 19 Jahren enthalten:

- Orientierungshilfe «Du bist was du hast» der Fachhochschule Nordwestschweiz, Beratungsstelle Gesundheitsbildung
- Budgetblätter der Budgetberatung Schweiz
- Lehrmittel MAX.MONEY. Zug (inkl. des Sparbuchs von Plusminus)
- DVD «Dossier Schulden» von SF, Schulfernsehen
- CD mit mehrsprachigen Songs zum Thema

Weitere Informationen zu den Inhalten des Themenkoffers, der Bestelladresse und dem Forumtheater «Du bist was du hast» finden Sie unter [www.ag.schulden.ch](http://www.ag.schulden.ch).

### Veranstaltungshinweis

#### 10 Jahre Fachstelle für Schuldenfragen Aargau

Forumtheater «Du bist, was du hast» und weitere Beiträge zum Thema Geld. 6. Juni 2007, 17–ca. 19.30 h

Kultur und Kongresshaus, Aarau

Weitere Infos:  
[www.ag.schulden.ch](http://www.ag.schulden.ch)

bislang aus Imagegründen im Konsumkreditgeschäft gar nicht oder nur sehr beschränkt tätig gewesen waren, sahen plötzlich eine Chance, dieses ohne grossen Imageschaden zu betreiben resp. zu forcieren.

### Banken locken mit Imagekampagnen

Die grössere Anzahl von Mitantbietern sowie Wachstumsziele veranlassen die

Konsumkreditbanken heute in einem nie da gewesenen Ausmass, Werbung zu betreiben. Am aktivsten und cleversten zeigt sich dabei die GE Money Bank, Marktleaderin mit einem Anteil von ca. 60 Prozent. Zusätzlich zur traditionellen Produktwerbung wirbt sie mit Werbesprüchen wie «Ich fühlte mich wirklich verstanden», «Das offene Gespräch hat mir gefallen» und mit Projekten wie [www.moneybasics.ch](http://www.moneybasics.ch) für Vertrauen in die GE Money Bank und ihr Image. Die Absicht dieser Strategie ist es, im Zuge eines positiveren Images die Akzeptanz und Attraktivität der Produkte zu erhöhen, das Verhältnis zur Öffentlichkeit und Politik zu verbessern und eine gute Ausgangssituation für den Abschluss von Vertriebspartnerschaften zu schaffen. Ein marken- und produktpolitischer Grosserfolg ist der GE Money Bank mit ihrer Werbe- und Imagestrategie bereits gelungen. Die Migros, die grösste schweizerische Detailhändlerin, mit gutem sozialem Renommee, hat sie mit der Herausgabe einer Kreditkarte unter dem sehr positiv besetzten Namen M-Budget betraut.

Die GE Money Bank und weitere Anbieter werden in Zukunft versuchen, den Kreditkarteninhabern das Abstottern der Kreditkartenrechnung schmackhaft zu machen. Das Kreditkartengeschäft wird so immer mehr auch zum Kreditkartenschuldengeschäft. Beim Vertrieb ihrer Produkte arbeiten die Konsumkreditbanken immer stärker mit Detail- und Elektronikhandelsketten sowie Autohändlern zusammen. Die Partnerschaften versprechen beiden Seiten einen Mehrumsatz und den Konsumkreditbanken einen zusätzlichen Imagegewinn durch das Anpreisen ihrer Produkte über Firmen mit einem guten Ruf.

### Beratungsstellen brauchen mehr Ressourcen

Seit der Lancierung der nationalen Präventionskampagne MAX.MONEY sind in der ganzen

Schweiz an Schulen Präventionsprojekte lanciert worden. Die Fachstelle für Schuldenfragen Aargau hat mit der Fachhochschule Nordwestschweiz, Beratungsstelle Schultheater, das Forumtheater «Du bist, was du hast» realisiert, welches im letzten halben Jahr 30 Mal an Aargauer Schulen aufgeführt wurde. Wegen den sehr guten Rückmeldungen seitens der Lehrerschaft und der Schülerinnen und Schüler sowie der anhaltenden Nachfrage wird das Forumtheater im kommenden Schuljahr weitergeführt. Und im Juni 2007 kommt der Themenkoffer «Umgang mit Geld», ein Partnerschaftsprojekt der Fachstelle für Schuldenfragen und der Beratungsstelle für Schuldenfragen Graubünden, in der Deutschschweiz auf den Markt (siehe nebenstehenden Kasten).

Das unzureichende Angebot an Schuldenberatungsstellen führt in verschiedenen Kantonen dazu, dass Einzelpersonen Schuldenberatung gegen Entgelt anbieten. Im Unterschied zu den kommerziellen Schuldenberatern, welche im «Blick» und den Gratiszeitungen inserieren, erscheinen sie in der öffentlichen Wahrnehmung durchaus als Alternative zu den mit öffentlichen Geldern finanzierten Schuldenberatungsstellen. Bei einer näheren Betrachtung ihres Angebotes und ihrer fachlichen Kompetenzen zeigen sich allerdings viele der folgenden Schwächen und Probleme:

- Eine Honorarregelung, welche der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit der Ratsuchenden zu wenig oder gar nicht Rechnung trägt
- eine Arbeitsmethodik, die zu wenig auf eine nachhaltige Wirkung der Hilfe ausgerichtet ist
- fehlende oder unzureichende Beratungsausbildung, Vertretungsregelung, Kontrollorgane und qualitätssichernde Massnahmen wie Intervention, Supervision und Evaluation.

Die mit öffentlichen Geldern betriebenen Schuldenberatungsstellen sind deshalb unverzichtbar und benötigen zusätzliche Ressourcen. Die dafür erforderlichen finanziellen Mittel sollten aus der Sicht der Fachstelle für Schuldenfragen Aargau von den Konsumkreditanbietern über eine Kreditabgabe beigesteuert werden. In Belgien existiert eine solche Regelung bereits seit einigen Jahren zur Zufriedenheit der Schuldenberaterinnen und Schuldenberater. Die Fachstelle für Schuldenfragen Aargau wird deshalb an der diesjährigen Mitgliederversammlung des Dachverbandes Schuldenberatung Schweiz den Antrag stellen, eine Projektgruppe ins Leben zu rufen, die die Geltendmachung einer Konsumkreditabgabe verfolgt. ■

### Internetlinks:

[www.maxmoney.ch](http://www.maxmoney.ch), [www.budgetgame.ch](http://www.budgetgame.ch), [www.basta.ch](http://www.basta.ch), [www.budget.ch](http://www.budget.ch), [www.schulden.ch](http://www.schulden.ch)