



Universität St.Gallen

Die Rolle der Widerrufsfrist im Schweizer Konsumkreditmarkt

Prof. Dr. Martin Brown

Thomas Spycher

Mai 2018

Schweizerisches Institut für Banken und Finanzen

der Universität St.Gallen s/bf-HSG

Unterer Graben 21

9000 St.Gallen

Zusammenfassung

Per 1. Januar 2016 wurde die im Bundesgesetz über den Konsumkredit (KKG) festgelegte Widerrufsfrist von 7 Tagen auf 14 Tage erhöht. Kreditnehmer haben nun ab Erhalt des Vertrages 14 statt 7 Tage Zeit einen unterschriebenen Vertrag schriftlich zu widerrufen. Die Regulierung von Konsumkrediten beinhaltet in vielen Ländern eine Widerrufsfrist. Diese wird mit impulsivem Verhalten der Konsumenten begründet. Es wird argumentiert, dass ein Teil der Konsumenten spontan Kaufentscheidungen trifft, welche nach späterem Hinterfragen bereut werden. Wissenschaftliche Studien zeigen, dass Konsumenten, welche impulsive Konsumententscheidungen treffen, häufiger überschuldet sind. Die Widerrufsfrist soll dem entgegenwirken. Sie gibt dem Kreditnehmer die Möglichkeit die Entscheidung zu überdenken und, falls gewünscht, zu widerrufen.

Dieser Bericht untersucht die Nutzung der Widerrufsfrist bei Konsumkrediten in der Schweiz, sowie die Auswirkungen der Anfang 2016 eingeführten verlängerten Widerrufsfrist. Die Studie stützt sich hierbei auf Daten zu angebotenen Barkrediten und abgeschlossenen Barkreditverträgen von mehreren Schweizer Anbietern im Zeitraum 2014 – 2016. Der Bericht bietet zunächst eine Übersicht über die Struktur des Schweizer Konsumkreditmarktes. Der Median-Kreditbetrag beträgt CHF 20'000 und die Median-Laufzeit liegt bei 5 Jahren. Dies zeigt, dass Barkredite in der Regel grössere, längerfristige Anschaffungen finanzieren. Kreditangebote richten sich hauptsächlich an Haushalte mit monatlichen Einkommen von CHF 4'000 – 8'000 und im Alter von 25 – 54 Jahren. Nur 5% der Kreditverträge werden mit jungen Erwachsenen unter 25 Jahren abgeschlossen.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass die Widerrufsfrist nach KKG im Schweizer Konsumkreditmarkt kaum genutzt wird. Bei höchstens 0.6% der abgeschlossenen Kreditverträge kam es zu einem entsprechenden Widerruf. Zum Vergleich: Im untersuchten Zeitraum kam es bei 17.3% der Kreditangebote zu einem Verzicht auf den Vertragsabschluss von Seiten des Kunden. Anhand der Analyse lässt sich keine Wirkung der verlängerten Widerrufsfrist auf das Kundenverhalten feststellen. Weder die Häufigkeit der Widerrufe bereits abgeschlossener Verträge, noch die Häufigkeit der Verzichte auf einen Vertragsabschluss (Nichtannahme der Vertragsofferte) wurden von der Änderung beeinflusst.

Untersucht man die Kreditangebote, auf die verzichtet wurde, so zeigen sich deutliche Unterschiede sowohl nach Kundeneigenschaften, wie auch nach Krediteigenschaften. Bei jungen Haushalten kommt es häufiger zu einem Verzicht auf das Angebot. Dies lässt vermuten, dass junge Haushalte ihre geplanten Kauf- oder Finanzierungsentscheide häufiger revidieren, nachdem sie einen Antrag gestellt haben, aber bevor sie den Vertrag unterschreiben. Auch bei längerfristigen Krediten kommt es häufiger zu einem Verzicht auf ein Kreditangebot. Dies lässt sich nur teilweise damit erklären,

dass Konsumenten vor dem Eingehen von längerfristigen finanziellen Verpflichtungen häufiger mehrere Angebote einholen.

Die schwache Nutzung der gesetzlichen Widerrufsfrist hängt vermutlich mit der heutigen Schriftlichkeit im Kreditvergabeprozess zusammen. Diese sorgt für eine Wartezeit im Kreditprozess zwischen dem Zeitpunkt des Kreditantrages und dem Zeitpunkt der Vertragsunterzeichnung durch den Kunden. Diese Wartezeit wird offenbar von vielen Konsumenten genutzt, um ihre Entscheidung zu überdenken, was bei einem Teil der Kunden zu einem Verzicht auf das Angebot führt. Andererseits können die Konsumenten in der Schweiz auch nach dem Ablauf der gesetzlichen Widerrufsfrist weitgehend kostenlos von einem laufenden Konsumkredit zurücktreten. Im Gegensatz etwa zu einem Hypothekarkredit, kann ein Konsumkredit frühzeitig ohne Vorfälligkeitsentschädigung an den Kreditgeber zurückbezahlt werden.

Könnte die Bedeutung des Widerrufsrechtes mit einer intensiveren Digitalisierung der Kreditprozesse zunehmen? Dies hängt davon ab, wie die digitale Kreditvergabe konkret ausgestaltet wird. Der vorliegende Bericht zeigt vor allem eines auf: Im Kreditprozess ist eine Bedenkzeit für den Konsumenten sinnvoll – aber es braucht diese nicht sowohl vor, wie auch nach der Vertragsunterzeichnung. Ist im digitalen Kreditprozess weiterhin eine Bedenkzeit zwischen dem Kreditantrag und der Vertragsunterzeichnung eingebaut, so kann man davon ausgehen, dass der Widerruf von abgeschlossenen Verträgen weiterhin kaum eine Rolle spielen wird. Fällt die Bedenkzeit zwischen Vertragsantrag und Vertragsunterzeichnung hingegen weg - wie etwa beim Einkauf in Online-Shops - so ist wohl mit einer zunehmenden Bedeutung des Widerrufsrechtes zu rechnen.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	1
2. Kundenstruktur und Krediteigenschaften.....	2
2.1. Kundenstruktur.....	3
2.2. Eigenschaften der Kreditangebote.....	4
3. Verzicht auf Kreditangebote und Widerruf von Kreditverträgen	5
3.1. Widerrufe nach KKG?.....	6
3.2. Einfluss der verlängerten Widerrufsfrist	7
4. Der Verzicht auf Kreditangebote als Alternative zum Widerruf.....	10
4.1. Konkurrenzangebote	10
4.2. Krediteigenschaften und Kreditverzicht.....	13
4.3. Kundeneigenschaften	13
5. Fazit.....	14
Literaturverzeichnis.....	16
Anhang.....	17

1. Einleitung

Per 1. Januar 2016 wurde die im Bundesgesetz über den Konsumkredit (KKG) festgelegte Widerrufsfrist von 7 Tagen auf 14 Tage erhöht. Kreditnehmer haben nun ab Erhalt des Vertrages während 14 statt 7 Tagen die Möglichkeit einen unterschriebenen Vertrag schriftlich zu widerrufen. Verhaltensökonomische Studien weisen darauf hin, dass wichtige Entscheidungen, welche selten getroffen werden oder emotional geprägt sind, oft von fehlender Selbstkontrolle beeinflusst werden.¹ Dabei weicht die spontan getroffene Entscheidung von der Entscheidung nach Bedenkzeit ab. Die Widerrufsfrist („cooling-off period“) erlaubt es, die spontan gefällte Entscheidung rückgängig zu machen. Die Widerrufsfrist wird als Konsumentenschutz-Instrument eingesetzt, mit dem Ziel die Qualität der Konsumentenentscheidung zu erhöhen.² Wissenschaftliche Studien zeigen, dass fehlende Selbstkontrolle und Ungeduld oft mit hohen Kreditkartenschulden³ und Überschuldung⁴ korreliert sind. Eine Widerrufsfrist soll diese Individuen schützen, und mögliche negative Externalitäten für die Gesellschaft (Sozialversicherungen) verhindern. Studien weisen weiter darauf hin, dass Widerrufsfristen die Verhandlungsmacht von Konsumenten stärken und dadurch Geschäftspraktiken beeinflussen können.⁵ Neben dem gestärkten Konsumentenschutz können durch die Widerrufsfrist aber auch Kosten für den Konsumenten, die Kreditanbieter, und die Anbieter von Konsumgütern entstehen. Wenn ein Kredit erst nach einer Wartefrist ausbezahlt wird, entgehen etwa Konsummöglichkeiten.

Die Regulierung von Konsumkrediten beinhaltet in vielen Ländern eine Widerrufsfrist.⁶ Jedoch gibt es derzeit keine empirische Evidenz zu der Nutzung des Widerrufsrechtes, deren optimaler Dauer, sowie deren Wirksamkeit. Dieser Bericht analysiert anhand eines detaillierten Datensatzes zu Kreditangeboten und abgeschlossenen Kreditverträgen in der Schweiz folgende Fragestellungen:

1. Welche Bedeutung hat der Widerruf nach KKG bei Barkrediten?
2. Welche Auswirkungen hat die verlängerte Widerrufsfrist auf das Verhalten der Kunden?

¹ Sunstein und Thaler (2003)

² Campbell, Jackson, Madrian und Tufano (2011)

³ Meier und Sprenger (2010).

⁴ Gathergood (2012)

⁵ Loewenstein, O'Donoghue and Rabin (2003)

⁶ Beispielsweise sieht der Truth in Lending Act (2010) in den USA und die Consumer Credit Directive (2008) in der EU eine Widerrufsfrist vor.

2. Kundenstruktur und Krediteigenschaften

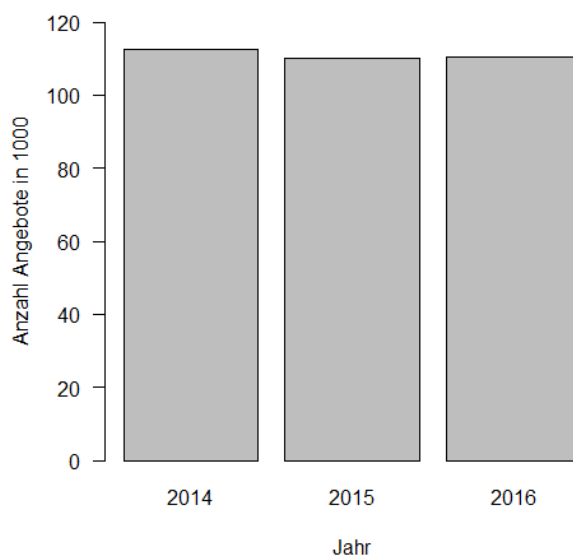
Barkredite in der Schweiz zeichnen sich durch folgende Kundenstruktur und Eigenschaften aus:

- Kredite werden mehrheitlich an Haushalte im mittleren Alterssegment (25-54) und mit einem Einkommen unter dem Durchschnitt der Gesamtbevölkerung angeboten.
- Kreditangebote haben mehrheitlich längerfristige Laufzeiten (mehr als 3 Jahre) und mittlere bis grosse Kreditbeträge (mehr als 10'000 CHF).

Unsere Datengrundlage umfasst alle Barkreditangebote von mehreren Instituten im Zeitraum Januar 2014 – Dezember 2016 mit Kreditvolumen CHF 1'000 bis CHF 100'000. Das Sample umfasst 333'066 Kreditangebote. Somit sind im Sample etwa drei Viertel der gesamten Barkredite in der Schweiz abgedeckt.⁷ Die Datenübersicht und die Analysen beziehen sich nur auf Kreditangebote mit Volumen bis CHF 80'000, welche unter das Konsumkreditgesetz fallen (98.8% des Samples).⁸

Abbildung 1 stellt die Anzahl Kreditangebote im Sample im zeitlichen Verlauf dar. Die Anzahl blieb über die drei betrachteten Jahre konstant.

Abbildung 1: Anzahl Kreditangebote nach Jahr



⁷ Gemäss ZEK Jahresberichten wurden in den Jahren 2014 – 2016 346'810 Barkredite ausbezahlt. In unserem Datensatz werden 260'363 der Kreditangebote ausbezahlt. Somit umfasst das Sample ca. drei Viertel der ausgezahlten Barkredite in der Schweiz

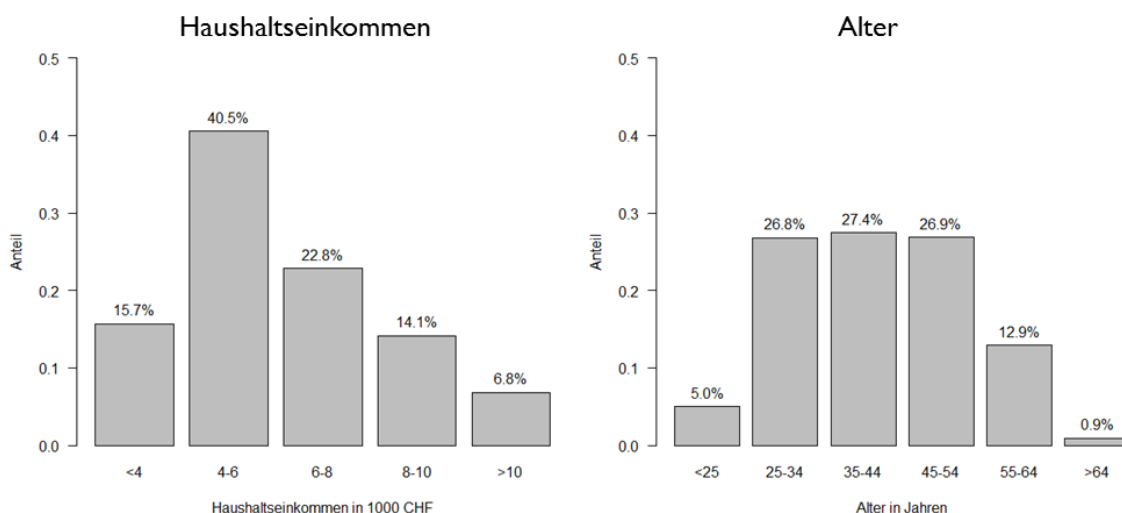
⁸ Im Anhang vergleichen wir das Verhalten von Kunden bei Kreditangeboten ausserhalb des KKG (Kreditbetrag 81'000 – 100'000 CHF) mit ausgewählten Kreditangeboten die dem KKG unterstehen (Kreditbetrag 60'000 – 80'000 CHF).

Diese Datengrundlage ermöglicht in einem ersten Schritt eine detaillierte Übersicht über die Struktur des Konsumkreditmarktes in der Schweiz, d.h. über die Eigenschaften der Kunden und deren Kreditangebote. Diese Übersicht ist insbesondere relevant, da öffentlich verfügbare Quellen nur ein sehr beschränktes Bild über die Kredit- und Kundeneigenschaften gewähren. Eine Analyse von Massnahmen zum Konsumentenschutz bedarf jedoch eines umfassenden Verständnisses der Eigenschaften der Kredite und der Kreditnehmer.

2.1. Kundenstruktur

Die verfügbaren Daten enthalten Angaben zu Einkommen, Alter, Zivilstand und Geschlecht der Haushalte. Abbildung 2 stellt die Verteilung aller Kreditangebote nach monatlichem Netto-Haushaltseinkommen und Alter des Antragsstellenden dar. Das Median-Haushaltseinkommen liegt im Bereich CHF 4000 – 6000. Über 63% der Haushalte verfügen über ein Nettoeinkommen zwischen CHF 4000 und CHF 8000.⁹ Die Verteilung nach Alter zeigt, dass Barkredite vorwiegend von Haushalten im Alter von 25 bis 55 Jahren genutzt werden. Nur 5% der Kreditangebote gehen an junge Erwachsene, d.h. Kunden, die jünger als 25 Jahre sind. Angebote an Haushalte im Rentenalter sind sehr selten (0.9%).

Abbildung 2: Verteilung der Kreditangebote nach Haushaltseinkommen und Alter



⁹ Das durchschnittlich verfügbare Haushaltseinkommen betrug 2014 in der Schweiz CHF 7'112 pro Monat. (BFS Haushaltsbudgeterhebung 2014)

Tabelle 1 zeigt die Verteilung der Kunden nach Zivilstand. Der Anteil an Single-Haushalten und verheirateten Haushalten ist fast ausgeglichen. 10% der Haushalte sind geschieden, verwitwet oder gerichtlich getrennt. In 37.7% der Haushalte mit einem Kreditangebot leben Kinder.

Tabelle 1: Zivilstand der Antragsteller und Anteil mit Kindern

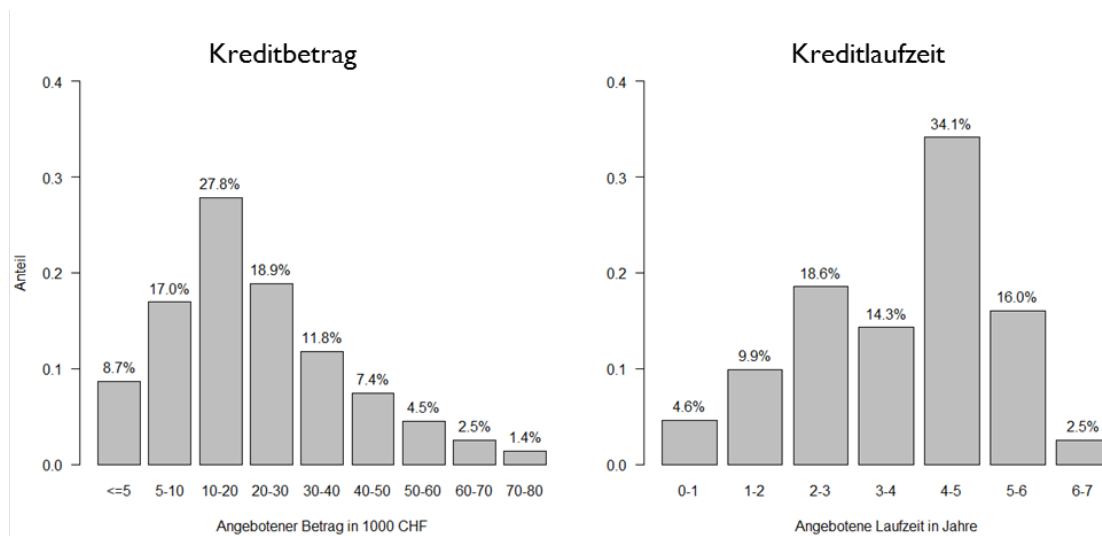
Zivilstand		Kinder	
Single	43.1%	Anteil mit Kindern	37.7%
Verheiratet	47.0%		
Andere	9.9%		

2.2. Eigenschaften der Kreditangebote

Die Datengrundlage umfasst Angaben zu Kreditbetrag, Kreditlaufzeit, sowie zum Vertriebskanal (online / offline). Über 80% der Kreditangebote basieren auf Anträgen, die offline gestellt wurden. Hierbei beinhaltet der Kanal «offline» sowohl die Anträge in der Filiale als auch über Kreditvermittler. Knapp 20% der Kreditangebote basieren auf Anträgen, die online über die Homepage der Kreditanbieter gestellt wurden.

Abbildung 3 zeigt die Verteilung der Kreditangebote nach Kreditbetrag und Kreditlaufzeit. Der Median-Kreditbetrag beträgt CHF 20'000. Nur 8.7% der Kreditangebote umfassen Kleinstkredite bis CHF 5'000. Die Median-Kreditlaufzeit der Kreditangebote liegt bei 5 Jahren. Nur 4.6% der Kreditangebote betreffen Laufzeiten bis zu einem Jahr. 82% der Kreditangebote weisen Laufzeiten zwischen 2 und 5 Jahren auf. Diese deskriptive Übersicht zeigt, dass es sich nur bei einem kleinen Teil der angebotenen Barkredite um Kredite mit kleinem Betrag und kurzer Laufzeit handelt, welche oft für kurzfristigen Konsum genutzt werden.

Abbildung 3: Verteilung der Kreditangebote nach Kreditbetrag und Kreditlaufzeit



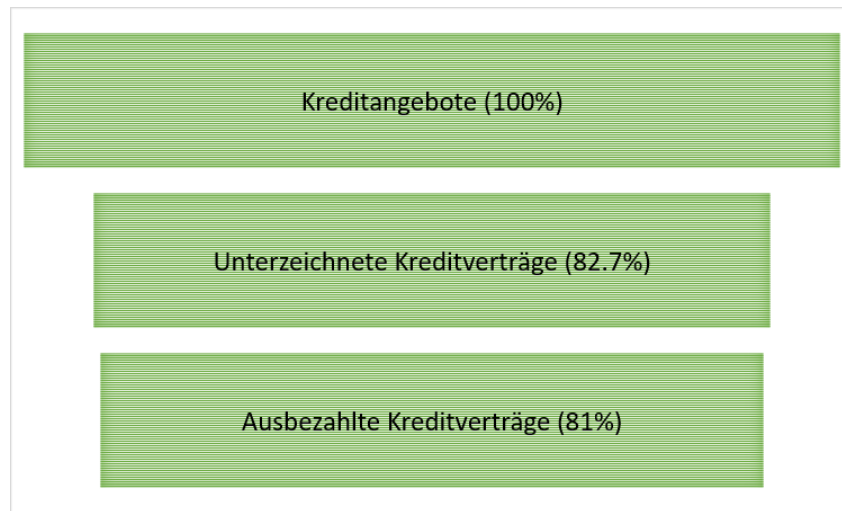
3. Verzicht auf Kreditangebote und Widerruf von Kreditverträgen

- Das Widerrufsrecht nach KKG wird kaum genutzt: Max. 0.6% der Kunden mit einem abgeschlossenen Kreditvertrag machen vom Recht Gebrauch.
- Konsumenten verzichten häufiger auf ein Kreditangebot, indem sie den Vertrag nicht unterschreiben (17.3% der Angebote).
- Die Verlängerung der Widerrufsfrist im Januar 2016 hat zu keiner Veränderung des Nichtannahme- und Widerrufsverhaltens geführt.

Der Datensatz umfasst detaillierte Angaben dazu, ob ein angebotener Kreditvertrag unterzeichnet wurde, oder ob der Konsument auf das Kreditangebot verzichtet hat. Zudem können wir feststellen, ob ein abgeschlossener Kreditvertrag tatsächlich zur Auszahlung kam.

Von den 329'032 Kreditangeboten in unserem Sample wurden 82.7% von den Kunden unterschrieben (siehe Abbildung 4). Von diesen 271'985 abgeschlossenen Kreditverträgen wurden 98% ausbezahlt. Total wurden somit 81% der Kreditangebote ausbezahlt. Die Anteile zeigen, dass dem Verzicht im Vergleich zum Widerruf eine deutlich bedeutendere Rolle zufällt. Der derzeitige Kreditprozess erlaubt es dem Kunden nach der Antragseinreichung den Konsum zu überdenken oder nach alternativen Finanzierungsmöglichkeiten zu suchen.

Abbildung 4: Kreditangebote und Kreditverträge



3.1. Widerrufe nach KKG?

Widerrufe nach KKG sind Fälle in denen der Kunde einen Vertrag unterschreibt und innerhalb der gesetzlichen Frist widerruft. Der Kredit wird in diesem Fall nicht ausbezahlt. In unserem Datensatz wurden insgesamt 5'613 unterzeichnete Kreditverträge nicht ausbezahlt. Dies ist jedoch nicht in jedem Fall mit einem Widerruf von Seiten des Kunden nach KKG gleichzusetzen. Erstens kann der Kunde das Angebot annehmen aber geforderte Informationen nicht nachliefern. Zweitens, kann eine Überprüfung nachgelieferter Informationen inkorrekte oder unvollständige Angaben im Antragsprozess aufzeigen. Beides kann während oder nach der Widerrufsfrist zum Eintritt einer auflösenden oder aufschiebenden Bedingung des Vertrags führen, was die Auszahlung verunmöglicht oder aufschiebt.

Unser Datensatz erlaubt keine Unterscheidung zwischen Widerrufen vom Kunden und dem Verzicht der Auszahlung von Seiten des Anbieters aufgrund einer auflösenden Vertragsbedingung. Wir können aber feststellen zu welchem Zeitpunkt die Auszahlung eines unterzeichneten Kreditvertrages gestoppt wurde. Von den unterschriebenen Verträgen wurde in 1'582 Fällen die Auszahlung noch innerhalb der gesetzlichen Widerrufsfrist (7 Tage vor 2016, 14 Tage nach 2016) gestoppt (Tabelle 2). Das heisst, dass es sich bei maximal 0.6% der unterzeichneten Verträge um einen Widerruf nach KKG handelt.

Wie oben erwähnt, kann der Abbruch des Kreditprozesses innerhalb der Widerrufsfrist sowohl vom Kunden, wie auch vom Anbieter ausgelöst werden. Nach Angaben der jeweiligen Anbieter ist das Eintreten von auflösenden Vertragsbedingungen häufiger, als Widerrufe seitens der Kunden. Diese Aussagen werden durch die Daten gestützt. Es ist keine Veränderung in der zeitlichen Struktur

der Vertragsabbrüche nach der Einführung der verlängerten Widerrufsfrist in Januar 2016 feststellbar. (Tabelle 2)

Tabelle 2: Nichtauszahlung von Kreditverträgen
(in % der unterzeichneten Verträge)

Zeitpunkt des Abbruches	2014 - 2015	2016
Innerhalb von 7 Tagen	0.50%	0.40%
Zwischen 8 - 14 Tagen	0.36%	0.34%
Nach 14 Tagen ¹⁰	1.15%	1.42%

3.2. Einfluss der verlängerten Widerrufsfrist¹¹

Die verlängerte Widerrufsfrist könnte das Verhalten der Kunden im Kreditprozess auf verschiedene Weise beeinflussen. Einerseits könnten Kunden die angebotenen Kreditverträge häufiger annehmen, weil sie danach länger die Möglichkeit zum Widerruf haben. Wir sollten dann einen Rückgang der Verzichte auf Kreditangebote feststellen, und gleichzeitig eine Zunahme von abgeschlossenen aber nicht ausbezahlten Kreditverträgen. Andererseits könnten aufgrund der auf 14 Tage verlängerten Wartezeit, bis eine Auszahlung erfolgen kann, die Verzichte auf Kreditangebote zunehmen. Dies wäre etwa der Fall, wenn der Konsument nicht so lange auf den geplanten Konsum warten will oder kann (beispielsweise könnte das gewünschte Occasionsauto nicht mehr am Markt sein).

Abbildung 5 stellt den Anteil von Kreditverzichten über die Jahre 2015 und 2016 dar. Wie oben erwähnt, verzichtet der Kunde bei insgesamt 17.3% der Kreditangebote darauf, den Vertrag zu unterschreiben. Die rote Linie markiert die Einführung der verlängerten Widerrufsfrist zum Jahresbeginn 2016. In der Abbildung ist ein leichter Rückgang der Kreditverzichte ab dem zweiten Quartal 2016 erkennbar. Tabelle 3 zeigt jedoch, dass es sich hierbei primär um saisonale Schwankungen handelt. Vergleicht man die Kreditverzichte im Zeitraum Q3 2014 – Q2 2015 mit dem Zeitraum Q3 2015 – Q2 2016, so entwickelt sich der Anteil parallel. Eine statistische Analyse, welche für die Unterschiede in den Charakteristiken der Kunden und der Kreditangebote

¹⁰ Kredite werden aufgrund inkorrektur Angaben oder fehlender Dokumente nie ausbezahlt.

¹¹Um die Kausalität des Effektes zu prüfen, vergleicht eine Analyse im Anhang Angebote, welche durch das KKG reguliert werden mit Angeboten, welche aufgrund von Kreditbeträgen über CHF 80'000 nicht durch das KKG reguliert werden.

kontrolliert, bestätigt dieses Ergebnis. Die verlängerte Widerrufsfrist hatte keinen statistisch signifikanten Einfluss auf Verzichte von Seiten der Kunden.

Abbildung 5: Anteil Verzichte 1. Quartal 2015 – 4. Quartal 2016 (in % der Kreditangebote)

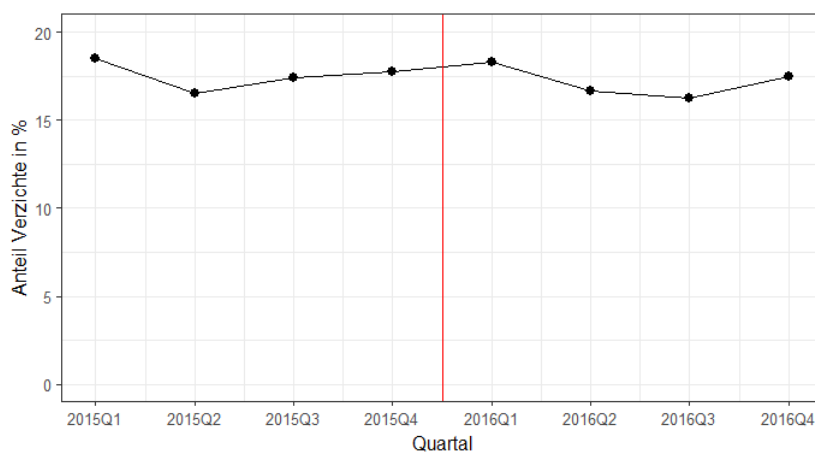


Tabelle 3: Entwicklung der Kreditverzichte (in % der Kreditangebote)

	Q3 – Q4	Q1 – Q2	Differenz
2014/2015	17.6%	17.4%	-0.2
2015/2016	17.5%	17.3%	-0.2

Abbildung 6 stellt die Entwicklung der unterzeichneten aber nicht ausbezahlten Kreditverträge über die Jahre 2015 und 2016 dar. Die rote Linie markiert wiederum die Einführung der verlängerten Widerrufsfrist. In unserem Datensatz wurden insgesamt 2% der abgeschlossenen Verträge nicht ausbezahlt. Die Abbildung zeigt hierzu keine Änderung über die untersuchte Zeitperiode.

Abbildung 6: Anteil nicht ausbezahlter Kreditverträge 1. Quartal 2015 – 4. Quartal 2016
(in % der unterzeichneten Kreditverträge)

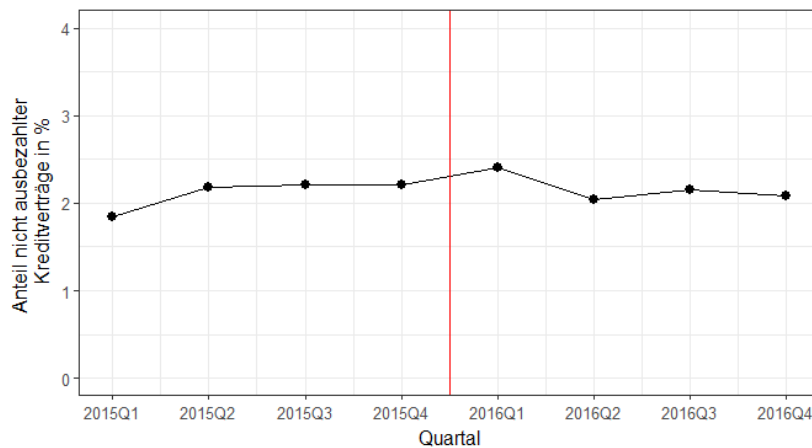


Tabelle 4 zeigt die Entwicklung über den Jahreswechsel für 2014/2015 und 2015/2016. Der Anteil der nicht ausbezahlten Kreditverträge nahm über den Jahreswechsel in 2014/2015 um 0.2 Prozentpunkte zu, während dieser 2015/2016 konstant blieb. Der Unterschied ist jedoch nicht statistisch signifikant. Eine statistische Analyse, welche für die Unterschiede in den Kunden- und Krediteigenschaften kontrolliert, bestätigt dieses Ergebnis. Die verlängerte Widerrufsfrist hatte keinen statistisch signifikanten Einfluss auf den Anteil nicht ausbezahlter Kreditverträge.

Tabelle 4: Entwicklung nicht ausbezahlter Kreditverträge
(in % der unterzeichneten Kreditverträge)

	Q3 – Q4	Q1 – Q2	Differenz
2014/2015	1.8%	2.0%	0.2
2015/2016	2.2%	2.2%	0.0

4. Der Verzicht auf Kreditangebote als Alternative zum Widerruf

- Jeder sechste Kunde verzichtet auf die Annahme des Kreditangebots.
- Konsumenten verzichten häufiger auf Kredite mit längerer Laufzeit. Dies lässt sich teilweise damit erklären, dass bei längerfristigen finanziellen Verpflichtungen häufiger Konkurrenzangebote eingeholt werden.
- Junge Konsumenten verzichten häufiger auf ein Kreditangebot. Diese Korrelation lässt sich nicht mit dem häufigeren Einholen von Konkurrenzangeboten erklären.

Unsere bisherige Analyse zeigt, dass Kunden sehr selten vom Widerrufsrecht Gebrauch machen, während die Konsumenten viel häufiger auf Kreditangebote verzichten, indem sie Kreditverträge nicht unterzeichnen. Inwiefern hängen diese zwei Ergebnisse zusammen? Wird das Widerrufsrecht selten genutzt, weil Konsumenten bereits vor dem Vertragsabschluss ihre Konsum- und Finanzierungspläne revidieren? In diesem Abschnitt untersuchen wir bei welchen Kunden und bei welchen Kredittypen Verzicht am häufigsten auftreten. Insbesondere analysieren wir, ob Kreditverzicht nur dann vorkommt, wenn dem Konsumenten ein Konkurrenzangebot vorliegt. Dies würde darauf hindeuten, dass Konsumenten nicht auf den Konsum verzichten, sondern nur einen anderen Kreditanbieter wählen.

4.1. Konkurrenzangebote

Unsere Analyse in diesem Abschnitt bezieht sich auf eine Teilmenge des Datensatzes, für welche Informationen zum Vorhandensein von Konkurrenzangeboten vorliegt.¹² Bei diesen Kreditangeboten wissen wir, ob dem Kunden zum Zeitpunkt des Kreditangebotes auch ein Kreditangebot eines anderen Anbieters vorlag. Diese Information wird den Kreditanbietern – basierend auf dem KKG – von der Informationsstelle für Konsumkredit (IKO) zur Verfügung gestellt.

Die Daten deuten darauf hin, dass nur ein kleiner Anteil der Kunden im Schweizer Konsumkreditmarkt aktiv Konkurrenzangebote einholt. Bei nur 10.4% der Kreditangebote in unserem Datensatz verfügt der Konsument bereits über ein Angebot eines anderen Anbieters. Dies bedeutet nicht notwendigerweise, dass Schweizer Konsumenten die Angebote verschiedener

¹² Der Datensatz wurde von mehreren Anbietern zur Verfügung gestellt. Der Datensatz beinhaltet nicht für alle Anbieter deckungsgleiche Informationen zu den einzelnen Kreditangeboten. Die in diesem Abschnitt verwendete Teilmenge des Datensatzes unterscheidet sich in Bezug auf Kundeneigenschaften und Krediteigenschaften kaum vom Gesamtdatensatz.

Kreditinstitute nicht vergleichen. Kunden können über Vergleichsportale oder über die Webseiten der Anbieter potentielle Konditionen vergleichen, und sich dann für einen Anbieter entscheiden. Die Daten sind dennoch konsistent mit Ergebnissen zum Hypothekarmarkt¹³, zu Spar- und Zahlungsdienstleistungen¹⁴ und zum Versicherungsmarkt¹⁵. Diese Studien zeigen allesamt, dass sich Schweizer Konsumenten bei Finanzentscheiden häufig auf einen Anbieter beschränken.

Abbildung 7 zeigt, dass bei Kreditangeboten mit langen Laufzeiten und hohem Volumen häufiger ein Konkurrenzangebot vorliegt. Dies deutet daraufhin, dass die Konsumenten dann häufiger Vergleichsangebote suchen, wenn es sich um Finanzentscheidungen von grösserer Tragweite handelt.

Abbildung 7: Anteil mit Konkurrenzangebot nach Kreditbetrag und Kreditlaufzeit

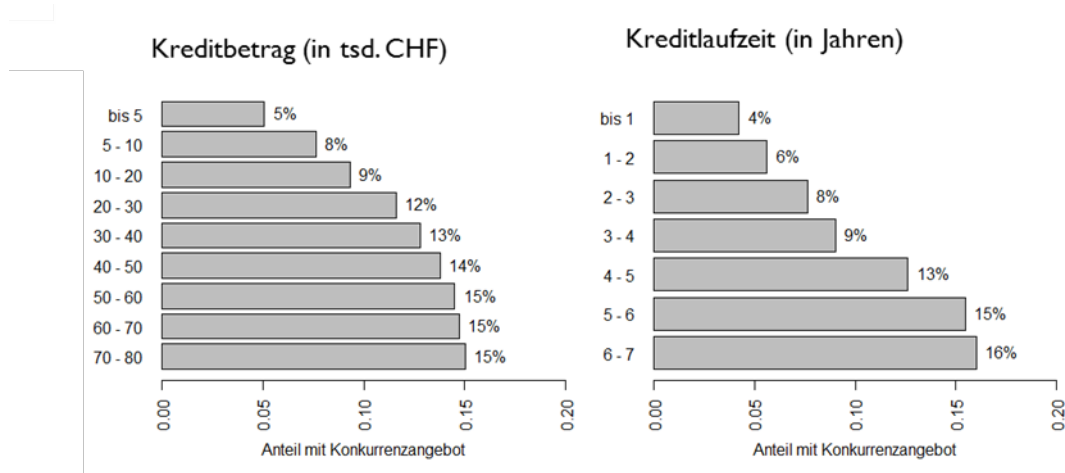


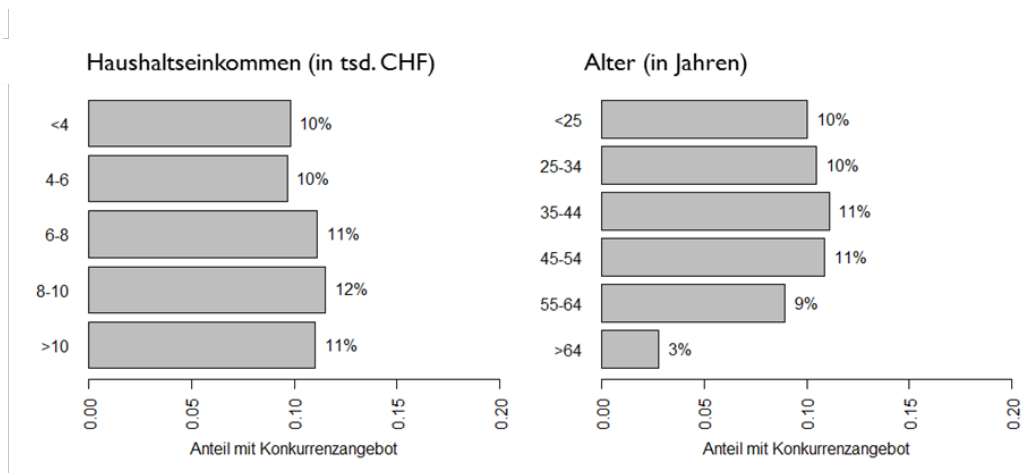
Abbildung 8 zeigt keinen klaren Zusammenhang zwischen Kundeneigenschaften und dem Vorliegen von Konkurrenzangeboten. Jüngere Kunden haben im Vergleich zu älteren Kunden nicht häufiger ein Konkurrenzangebot vorliegen, wenn man von Kunden im Pensionsalter (0.9% der Angebote) absieht. Zudem sind Konkurrenzangebote nur marginal mit Einkommen korreliert.

¹³ Brown und Hoffmann (2016)

¹⁴ Brown et al. (2017)

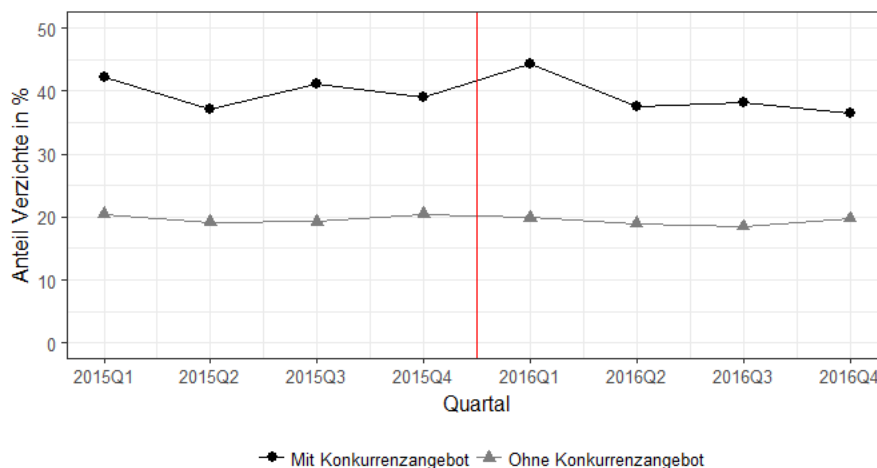
¹⁵ <https://www.comparis.ch/krankenkassen/wechsel/aktuelles/krankenkasse-wechselquote-2017>

Abbildung 8: Anteil mit Konkurrenzangebot nach Haushaltseinkommen und Alter



Unsere Daten zeigen, dass Kunden deutlich häufiger auf ein Kreditangebot verzichten, wenn sie ein Konkurrenzangebot eingeholt haben. Der Anteil von Kreditverzichteten beträgt 39.8% bei Kunden mit Konkurrenzangebot und 19.7% bei Kunden ohne Konkurrenzangebot (Abbildung 9). Wie oben erwähnt, haben aber nur 10% der Kunden ein laufendes Konkurrenzangebot. Insgesamt lassen sich die vorhandenen Daten wie folgt interpretieren: Eine Minderheit von Kunden verzichtet auf ein bestimmtes Kreditangebot, um ein anderes Angebot anzunehmen. Die überwiegende Mehrheit der Kunden hat nur ein laufendes Kreditangebot. Trotzdem verzichtet gesamthaft jeder sechste Kunde auf die Annahme des Angebots. Dies deutet darauf hin, dass ein wesentlicher Anteil der Kunden den Konsum- oder Finanzierungsentscheid nach dem Kreditantrag, aber noch vor Vertragsabschluss, revidiert. Ob sie auf den geplanten Konsum verzichten, oder diesen über alternative Quellen finanzieren (Familie oder Freunde) lässt sich mit unseren Daten nicht feststellen.

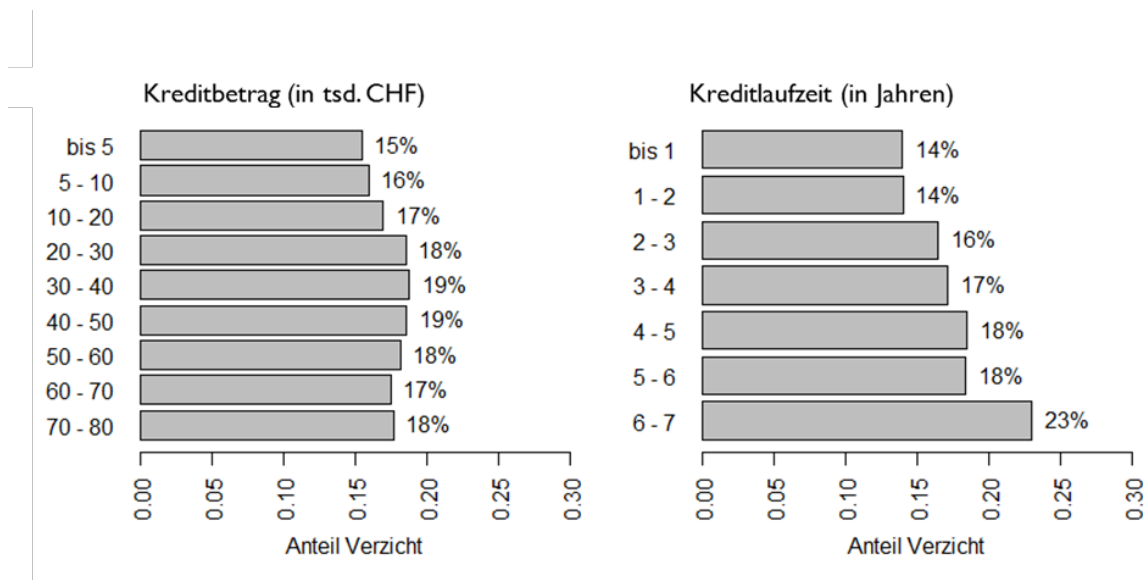
Abbildung 9: Kreditverzicht mit /ohne Konkurrenzangebot



4.2. Krediteigenschaften und Kreditverzicht

Kunden verzichten häufiger auf ein Kreditangebot mit langer Laufzeit. Der Anteil von Kreditverzichtenden bei Krediten bis 1 Jahr beträgt 16% im Vergleich zu 23% bei Krediten mit Laufzeiten von 6 – 7 Jahren (Abbildung 10). Es zeigt sich kein wesentlicher Zusammenhang zwischen Kreditbetrag und Nichtauszahlung oder Vertriebskanal (offline vs. online) und Nichtauszahlung.

Abbildung 10: Verzicht auf Kreditangebote nach Kreditbetrag und Kreditlaufzeit



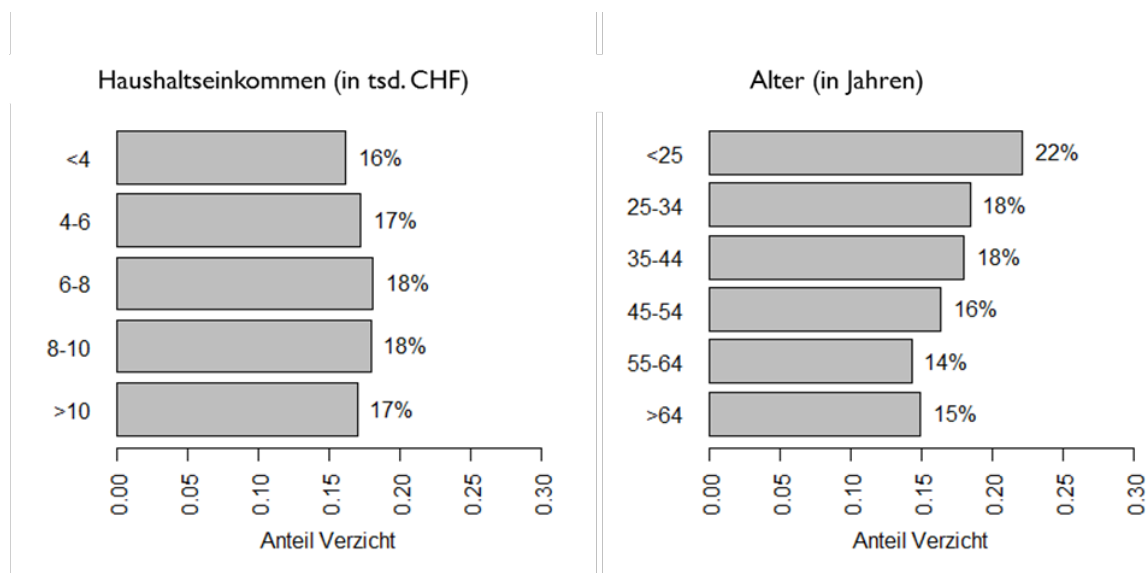
Der gezeigte Zusammenhang zwischen Laufzeit und Kreditverzicht lässt sich nur teilweise durch das Vorhandensein von Konkurrenzangeboten erklären (siehe Abbildung 7). Eine statistische Analyse zeigt auch eine stark positive Korrelation zwischen Laufzeit und Kreditverzicht, wenn ein Konkurrenzangebot vorliegt. Dies deutet daraufhin, dass Konsumenten bei Entscheidungen mit längerfristigen finanziellen Konsequenzen ihre Konsum- und / oder Finanzierungspläne häufiger überdenken, bevor sie den jeweiligen Vertrag unterzeichnen.

4.3. Kundeneigenschaften

Bei jungen Haushalten kommt es deutlich öfter zu einem Verzicht auf das Kreditangebot als bei älteren Haushalten. Bei den (wenigen) Kunden unter 25 Jahren kommt es in über 20% der Fälle zu einem Kreditverzicht (Abbildung 11). Dieser Anteil nimmt mit zunehmendem Alter ab und beträgt nur noch 14% bei Kunden ab 55 Jahren. Es zeigt sich kein starker Zusammenhang zwischen Haushaltseinkommen und Kreditverzicht.

Der gezeigte Zusammenhang zwischen Alter und Kreditverzicht lässt sich nicht dadurch erklären, dass junge Haushalte häufiger Konkurrenzangebote einholen (siehe Abbildung 8). Weitere statistische Analysen zeigen, dass Kunden mit einem Konkurrenzangebot unabhängig von ihrem Alter gleich häufig auf ein bestimmtes Kreditangebot verzichten. Bei Kunden ohne Konkurrenzangebot zeigt sich hingegen eine deutliche Abnahme von Kreditverzicht mit zunehmendem Alter. Dieses Ergebnis lässt vermuten, dass junge Konsumenten im Vergleich zu älteren Konsumenten ihre geplanten Finanzierungsentscheide häufiger revidieren, bevor sie einen Vertrag unterzeichnen. Ob junge Haushalte häufiger auf den Konsum verzichten, oder sich häufiger nach alternativen Finanzierungsquellen umschauen (e.g. Eltern), lässt sich mit unseren Daten nicht feststellen.

Abbildung 11: Kreditverzicht nach Haushaltseinkommen und Alter



5. Fazit

Dieser Bericht analysiert die Nutzung des Widerrufsrechts bei Konsumkrediten in der Schweiz anhand detaillierter Informationen zu Kreditangeboten und Kreditverträgen für Barkredite und untersucht den Einfluss der 2016 eingeführten verlängerten Widerrufsfrist.

Die Analyse zeigt, dass das Widerrufsrecht nach KKG im heutigen Konsumkreditmarkt kaum genutzt wird. Der Anteil an Kreditverträgen, bei welchem ein Widerruf nach KKG vorliegt, ist mit maximal 0.6% kaum relevant. Im Vergleich dazu verzichten Kunden viel häufiger auf die Unterzeichnung eines bestehenden Kreditangebotes (17.3%). Nur eine Minderheit der Kunden (10%) verfügt zur Zeit des Kreditangebotes über ein Konkurrenzangebot. Die Anzahl von Kreditverzicht bei Kunden ohne Konkurrenzangebot lässt darauf schliessen, dass ein Teil der Konsumenten die Konsum- und Finanzierungsentscheidung nach dem Kreditantrag und vor der

Unterzeichnung eines entsprechenden Vertrags revidiert. Dies gilt insbesondere für junge Haushalte, sowie bei Entscheidungen mit langfristigen finanziellen Konsequenzen, bei denen Kreditverzicht am häufigsten vorkommen. Ob Haushalte auf den geplanten Konsum verzichten, oder diesen über alternative Quellen finanzieren (Familie oder Freunde), lässt sich mit unseren Daten nicht feststellen.

Die Bedeutung der Widerrufsfrist könnte mit der verstärkten Digitalisierung möglicherweise zunehmen. Die schriftliche Unterzeichnung der Verträge, sowie das physische Einreichen von Dokumenten sorgen heute für eine Bedenkzeit im Kreditvergabeprozess vor dem Abschluss des Kreditvertrages. Unsere Ergebnisse lassen vermuten, dass die Konsumenten diese Bedenkzeit nutzen, um ihre Konsum- und Finanzierungsentscheide nochmals zu hinterfragen. Dies erklärt womöglich, weshalb es nach der Vertragsunterzeichnung nur selten zu Widerrufen kommt. Könnte die Bedeutung des Widerrufsrechtes mit einer intensiveren Digitalisierung der Kreditprozesse zunehmen? Dies hängt davon ab, wie die digitale Kreditvergabe konkret ausgestaltet wird. Ist im digitalen Kreditprozess weiterhin eine angemessene Bedenkzeit zwischen dem Kreditantrag und der Vertragsunterzeichnung eingebaut, so kann man davon ausgehen, dass der Widerruf von abgeschlossenen Verträgen weiterhin kaum eine Rolle spielen wird. Fällt die Bedenkzeit zwischen Antrag und Vertragsunterzeichnung hingegen weg - wie etwa beim Einkauf in Online-Shops - so ist möglicherweise mit einer zunehmenden Bedeutung des Widerrufsrechtes zu rechnen.

Literaturverzeichnis

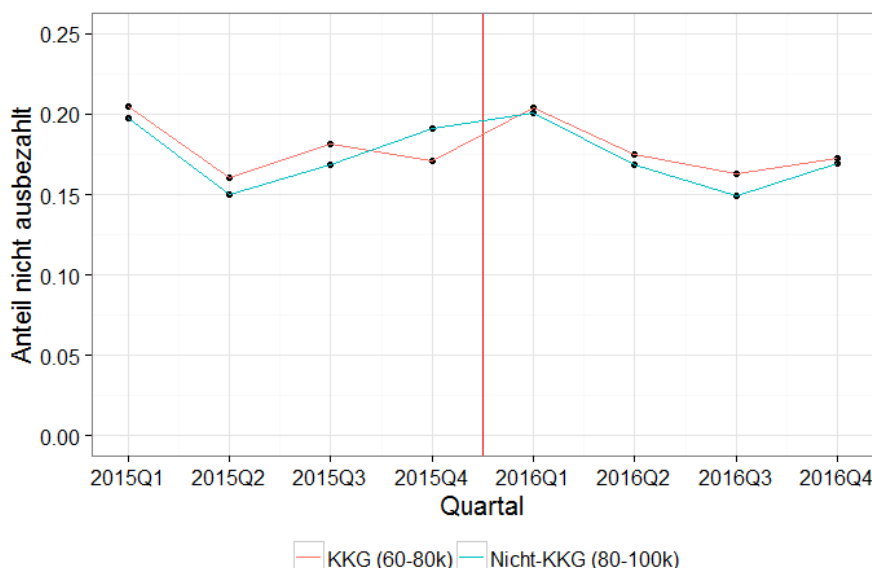
- Brown, M., Guin, B. and Morkoetter, S., 2017. Deposit withdrawals from distressed banks: Client relationships matter. University of St. Gallen, School of Finance Research Paper No. 2013-19
- Brown, M. and Hoffmann, M., 2016. Relationship banking in the residential mortgage market? Evidence from Switzerland. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 152(1), pp.23-48.
- Campbell, J.Y., Jackson, H.E., Madrian, B.C. and Tufano, P., 2011. Consumer financial protection. *Journal of Economic Perspectives*, 25(1), pp.91-113.
- Gathergood, J., 2012. Self-control, financial literacy and consumer over-indebtedness. *Journal of Economic Psychology*, 33(3), pp.590-602.
- Loewenstein, G., T. O'Donoghue, and M. Rabin, 2003. Projection bias in predicting future utility. *Quarterly Journal of Economics* 118 (4), 1209–1248.
- Meier, S. and Sprenger, C., 2010. Present-biased preferences and credit card borrowing. *American Economic Journal: Applied Economics*, 2(1), pp.193-210.
- Sunstein, C.R. and Thaler, R.H., 2003. Libertarian paternalism is not an oxymoron. *The University of Chicago Law Review*, pp.1159-1202.

Anhang

Der Einfluss des KKG und der verlängerten Widerrufsfrist auf das Annahme- und Widerrufsverhalten lässt sich anhand des Kundenverhaltens bei Angeboten um die Grenze im Kreditbetrag bei CHF 80'000 analysieren. Kreditangebote bis CHF 80'000 sind durch das KKG reguliert. Kreditangebote über CHF 80'000 sind nicht durch das KKG reguliert und daher gilt für abgeschlossene Kreditverträge in diesem Segment keine gesetzliche Widerrufsfrist.

Abbildung 12 zeigt die Nichtauszahlung von Kreditangeboten aufgrund von Nichtannahme oder Widerruf für Angebote mit Volumen CHF 60'000 – 80'000 und CHF 80'001 – 100'000.¹⁶ Der Trend der Nichtauszahlung verläuft für beide Gruppen parallel und es ist kein Einfluss des KKG auf das Kundenverhalten in Bezug auf Nichtannahme und Widerruf erkennbar. Die verlängerte Widerrufsfrist ab Januar 2016 hatte keinen Einfluss auf das Verhalten der Kunden bei Kreditangeboten, welche unter das KKG fallen und daher davon betroffen waren. Eine statistische Analyse, welche für die Unterschiede in der Zusammensetzung der Kunden- und Kreditcharakteristiken kontrolliert, bestätigt dieses Ergebnis. Obwohl diese Ergebnisse nicht auf kleine Volumen direkt übertragen werden können, bestätigt diese Analyse das Resultat, dass die verlängerte Widerrufsfrist keinen Einfluss auf das Kundenverhalten in Bezug auf Annahme und Widerruf hatte.

Abbildung 12: Nichtauszahlung bei Angeboten unter KKG (CHF 60'000-80'000) und nicht unter KKG (>CHF 80'000)



¹⁶ Auch bei Kreditangeboten, welche nicht durch das KKG reguliert sind, gibt es Widerrufe infolge von nicht eingereichten Dokumenten oder inkorrekten Angaben bei der Kreditprüfung.