

Mehr Transparenz durch die Verbraucherkreditrichtlinie

03.06.2010, 16:45 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Barclaycard*

Presseagentur: *UMPR*



Britta Schichler, Mitglied der Geschäftsführung bei Barclaycard

Die neue Verbraucherkreditrichtlinie, die ab dem 11. Juni 2010 in Kraft tritt, soll den Wettbewerb in der EU stärken und Angebote für den Verbraucher transparenter machen. Britta Schichler, Mitglied der Geschäftsführung bei Barclaycard Deutschland, erklärt die Vor- und Nachteile des neuen Gesetzes.

Frage 1: Warum wird die Verbraucherkreditrichtlinie eingeführt?

Britta Schichler: „Mit der neuen Richtlinie soll der Verbraucherschutz in der EU gestärkt werden. Ziel ist es, Angebote für den Kunden transparenter und vergleichbarer zu machen. Alle Kreditangebote werden zukünftig in einer europaweiten, einheitlichen Vorlage erstellt. Das bedeutet, dass Angebote in Spanien zukünftig genauso aussehen werden wie in Deutschland, Schweden oder Polen. Hintergrund ist die Vereinheitlichung des Eu-ro-Zahlungsverkehrs, die so genannte SEPA (Single Euro Payments Area).“

Frage 2: Für wen gilt die neue Richtlinie?

Britta Schichler: „Die Verbraucherkreditrichtlinie muss von allen Banken im EU-Raum angewendet werden. Neben klassischen Ratenkrediten gilt die Richtlinie auch für Kreditkarten mit Kreditfunktion wie die Barclaycard Kreditkarten.“

Frage 3: Welche Veränderungen bringt die Richtlinie für Kunden?

Britta Schichler: „Verbraucher, die sich für Kredite interessieren, werden in Zukunft Angebote von verschiedenen Banken leichter vergleichen können. Diese müssen nach einer einheitlichen Vorlage erstellt werden. Somit sieht der Verbraucher auf einen Blick, welche Zinssätze und Leistungen ein Kreditangebot beinhaltet. Damit entfällt lästiges Suchen nach den Informationen in den einzelnen Angeboten. Es spielt dabei keine Rolle, ob der Verbraucher ein Kreditangebot direkt am Schalter in der Bank, über das Internet oder an einem Promotionstand anfragt. Dadurch erhält der Kunde künftig allerdings auch deutlich mehr Informationsblätter – das kann dazu führen, dass sich Interessenten überfordert fühlen.“

Frage 4: Ändert sich noch etwas?

Britta Schichler: „Neben der formalen Vereinheitlichung der Angebote ändert sich auch deren Inhalt. So müssen Banken ab dem 11. Juni 2010 auch den Zinssatz bei verspäteter Rückzahlung des Kredits angeben. Darüber hinaus werden Kunden über ihre Rechte bei der vorzeitigen Rückzahlung eines Kredits informiert. Die Werbung wird für den Kunden ebenfalls transparenter. So darf künftig nur mit dem durchschnittlich vergebenen Zinssatz geworben werden. Es ist also nicht länger möglich, mit einem niedrigeren Zinssatz zu werben, diesen aber nur selten zu gewähren.“

Frage 5: Wie steht Barclaycard zu der neuen Richtlinie?

Britta Schichler: „Wir befürworten die Richtlinie. Barclaycard hat schon immer Wert auf ein übersichtliches, leicht verständliches Angebot gelegt und beispielsweise auf Gebühren für den Kreditabschluss oder die Sondertilgungen verzichtet. Dank der neuen Richtlinie werden bislang versteckte Kosten anderer Anbieter wie Bearbeitungsgebühren oder Sondertilgungsgebühren offen gelegt. Sie sind für die Vergleichbarkeit von Kreditangeboten ausschlaggebend. Ein auf den ersten Blick günstiger Kredit kann so im Nachhinein teurer werden. Mit der neuen Richtlinie sind Angebote auf jeden Fall einfacher zu vergleichen.“

Portrait

Barclaycard ist eine Unternehmenseinheit der britischen Barclays Bank. Mit 2.100 Niederlassungen in über 80 Ländern ist Barclays eines der führenden Bankhäuser weltweit. Barclays war 1966 die erste europäische Bank, die Kreditkarten herausgab. Heute ist Barclays einer der größten Kreditkartenherausgeber Europas.

Barclaycard hat in Deutschland 1991 seine erste Auslandsniederlassung gegründet und ist heute auf dem nationalen Markt mit mehr als 1,4 Millionen herausgegebenen Kreditkarten der zweitgrößte Emittent. Seit Mai 2008 bietet Barclaycard in Deutschland auch Ratenkreditprodukte an. Das Angebot richtet sich gezielt auch an Selbstständige. Das dritte strategische Geschäftsfeld von Barclaycard Deutschland sind kreditkartenbasierte Partnerschaften im B-to-B-Bereich.

News-ID: 434996 • Views: 204 (Stand: 30.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/434996/Mehr-Transparenz-durch-die-Verbraucherkreditrichtlinie.html>