

04.02.15

Antrag

des Freistaates Bayern

Entwurf eines Kleinanlegerschutzgesetzes

Punkt 13 der 930. Sitzung des Bundesrates am 6. Februar 2015

Der Bundesrat möge zu dem Gesetzentwurf gemäß Artikel 76 Absatz 2 des Grundgesetzes wie folgt Stellung nehmen:

Zu Artikel 2 Nummer 13 (§ 12 VermAnlG)

Der Bundesrat bittet, im weiteren Gesetzgebungsverfahren zu prüfen, ob die in § 12 VermAnlG-E vorgeschlagenen Regelungen zur Bewerbung von Vermögensanlagen zu übermäßigen Einschränkungen von Werbung und damit zu unverhältnismäßigen Beschränkungen der Rundfunk- und Pressefreiheit, der Meinungsfreiheit, der Informationsfreiheit sowie der unternehmerischen Freiheit führen würden.

Begründung:

Die in § 12 VermAnlG-E vorgesehenen Werbebeschränkungen treffen nicht nur die Anbieter von Kapitalanlagen, sondern vor allem Medienunternehmen sowie Unternehmen der Werbewirtschaft. Die Beschränkungen tangieren die Rundfunk- und Pressefreiheit wegen ihrer Einflussnahme auf den Inhalt der verbreiteten Werbung und wirken sich auf die wirtschaftliche Grundlage der Medienunternehmen aus. Werbung ist der existentielle Refinanzierungsfaktor der Medien. Dementsprechend hart ist der Konkurrenzkampf um Werbekunden. Jede Beschneidung dieses Markts kann zu einer Bestandsgefährdung von Medienunternehmen führen.

Der Schutz der Meinungsfreiheit erstreckt sich grundsätzlich auch auf kommerzielle Meinungsäußerungen und reine Wirtschaftswerbung mit meinungsbildendem Inhalt. Als Ansatzpunkt für Meinungsbildung bietet sich die gesellschaftliche Brisanz des Kapitalanlagethemas an. Tatsächlich ist die

Werbebranche der mit Abstand bedeutendste Träger der Kultur- und Kreativwirtschaft. Diese meinungsbildende und künstlerische Dimension von Werbung leistet einen entscheidenden Beitrag zur Meinungspluralität.

Die geplante Werberegulierung betrifft nicht zuletzt die Informationsfreiheit der Verbraucher, weil sie die Informationsbeschaffung über Kapitalanlagemöglichkeiten durch Massenkommunikationsmittel erschwert.

Es bestehen deshalb Zweifel an der Verhältnismäßigkeit der vorgesehenen Werbebeschränkungen. Von der bloßen Werbung geht noch keine konkrete Vermögensgefährdung aus. Entscheidend sind erst der Beratungsprozess, die Kaufentscheidung sowie das Management der erworbenen Anlagen. Auf dieser Ebene herrscht bereits eine sehr hohe Regulierungsdichte: Prospektpflicht, Beratungsprotokolle, Produktinformationsblätter, Pflicht zur Einholung von Kundeninformationen, Zielgruppenbildung, Geeignetheitstests etc. Diese Schutzvorschriften setzen bereits an wirksamer Stelle an. Darüber hinaus gibt es ein großes Spektrum an unabhängigen Informationsmöglichkeiten über Verbraucherzentralen, Stiftung Warentest, Internetportale, Fachmagazine, usw. Für darüber hinausgehende Maßnahmen besteht deshalb kein Bedarf.

Jedenfalls muss Werbung in allen Arten von Medien – also in Presse, Fernsehen, Radio, im Internet und in anderen elektronischen Medien – gleich behandelt werden, da sich Zuschauer, Zuhörer und Internetnutzer nicht grundsätzlich in ihrem Verständnis von Zeitungs- oder Zeitschriftenlesern unterscheiden.

Dem Anlegerschutz kann schon dadurch Rechnung getragen werden, dass bei jeder Art von Werbung ein gesetzlich vorformulierter Warnhinweis ergänzt werden muss, in dem auf die nicht unerheblichen Risiken von Vermögensanlagen und auf die Gefahr eines Totalverlustes hingewiesen wird (§ 12 Absatz 3 VermAnlG-E).