

**Rundschreiben der Eidg. Bankenkommission:  
Privatbankiers: Öffentliche Empfehlung zur Annahme  
fremder Gelder  
(Privatbankiers: Öffentliche Empfehlung)  
14. September 1972 (Aufgehoben per 1. Dezember 2006)**

Das Bankengesetz gewährt denjenigen Privatbankiers, die sich nicht öffentlich zur Annahme fremder Gelder empfehlen Erleichterungen, so in Art. 5 Abs. 2 und Art. 6 Abs. 6 BankG. Art. 3 Abs. 2 BankV hält fest, dass keine öffentliche Empfehlung zur Annahme fremder Gelder vorliegt, wenn sich die Werbung der Privatbankiers einzig auf ihre Tätigkeit als Vermögensverwalter oder Effektenhändler bezieht und nicht auf das Einlagegeschäft. Es hat sich gezeigt und wird auch von der Vereinigung schweizerischer Privatbankiers anerkannt, dass ein Bedürfnis besteht, näher zu umschreiben, welche Werbung den Privatbankiers erlaubt oder verboten ist. Die Bankenkommission hat deshalb folgende Grundsätze aufgestellt.

1

### **1. Die Image-Werbung**

Das Gesetz beschränkt das Werbeverbot auf die Empfehlung zur Annahme fremder Gelder; es verbietet nicht schlechthin jede bankgeschäftliche Empfehlung. Gibt es somit einen Spielraum von erlaubter Werbung, so fällt darunter sicher die Werbung für den Namen und das Ansehen der Bank. Demzufolge ist dem Privatbankier oder seinem Verband auch gestattet, gemeinsam mit anderen Bankgruppen für das Ansehen des Bankgewerbes im allgemeinen zu werben.

2

### **2. Die Empfehlung für Dienstleistungen**

Die Hauptdomäne des Privatbankiers ist das indifferente Bankgeschäft: die Vermögensverwaltung mit den angeschlossenen Dienstleistungen wie Börsengeschäft, Emissionsgeschäft, Steuerberatung, Testamentsvollstreckung. Das Gesetz will offensichtlich denjenigen Privatbankiers, die sich auf die Empfehlung zur Dienstleistung (indifferentes Geschäft) beschränken, die eingangs genannten Erleichterungen gewähren. Die Werbung für solche Dienstleistungen ist somit gestattet. Dass aus der Vermögensverwaltung Barguthaben anfallen und der Kunde Gläubiger des Bankiers wird, dürfte der Gesetzgeber in Kauf genommen haben.

3

Wenn die Kontoeröffnung oft die Folge der Vermögensverwaltung oder anderer Dienstleistungen ist, so bedeutet das nicht, dass der Privatbankier im Zusammenhang mit der Empfehlung zu solchen Dienstleistungen die Eröffnung eines Kontos öffentlich anbieten darf. Damit würde er sich zur Annahme fremder Gelder empfehlen. Die öffentliche Empfehlung zur Kontoeröffnung muss in jedem Zusammenhang, also auch in Verbindung mit der Werbung für die Vermögensverwaltung, unterbleiben.

4

Während Börsengeschäfte, das Emissionsgeschäft, das Coupons-Inkasso und die Vermietung von Safes die Eröffnung eines Kontos nicht voraussetzen, können Checkhefte, Swisschecks, Bancomatkarten nur ausgegeben werden, wenn der Kunde bereits ein Guthaben beim Bankier unterhält. Diese Dienstleistungen setzen die Kontoeröffnung voraus. Das öffentliche Anbieten solcher Dienstleistungen beinhaltet also die Empfehlung zur Annahme fremder Gelder und ist somit verboten.

5

### **3. Das Anbieten von Krediten**

Das Bankengesetz bezweckt vornehmlich den Schutz des Gläubigers und nicht des Schuldners der Bank. Die Werbung für das Aktivgeschäft der Bank wird durch das Bankengesetz nicht erfasst.

6

### **4. Die Empfehlung zur Ausführung sämtlicher Bankgeschäfte**

Die Bekanntmachung, dass alle Bankgeschäfte getätigt werden, schliesst die öffentliche Empfehlung zur Annahme fremder Gelder ein. Der Bekanntmachung, dass alle Bankgeschäfte getätigt werden, sind Bekanntmachungen gleichzustellen, wonach «nahezu alle Bankgeschäfte» oder einfach «Bankgeschäfte» getätigt werden.

7

Der Privatbankier soll in seiner öffentlichen Werbung positiv die Geschäftszweige nennen, für die er sich empfiehlt, es sei denn, er werbe bloss allgemein für sein Haus (Image-Werbung).

8

## 5. Die öffentliche Empfehlung

Im Sinne von Art. 2a Bst. a und Art. 3 BankV ist jede Empfehlung öffentlich, die sich an Personen richtet, die nicht zur Kundschaft gehören, gleichgültig, ob dies innerhalb oder ausserhalb der Geschäftsräume der Bank erfolgt. Somit ist ein Anschlag im Schalterraum oder eine mündliche Empfehlung im Besprechungszimmer oder eine schriftliche Offerte an jemanden, der nicht (oder noch nicht) Kunde ist, eine öffentliche Empfehlung im Sinne des Gesetzes. Die Form, in der die Empfehlung erfolgt, ist nicht massgeblich.

9

Datum des Inkrafttretens: 14. September 1972

Randziffern 1, 7 und 9 gemäss Änderung vom 1. Februar 1995; inkraftgetreten am 1. Februar 1995.