

## CODE OF CONDUCT (VERHALTENSKODEX) FÜR SCHUTZVORKEHRUNGEN BEIM KREDIT- UND FORDERUNGSMANAGEMENT

### Die Mitgliedsverbände:

#### UNIREC

UNIREC ist der Verband der Italienischen Inkasso Unternehmen.

UNIREC ist Mitglied des italienischen Industrieverbands CONFINDUSTRIA Servizi Innovativi e Tecnologici sowie des europäischen Inkassodachverbandes FENCA (Federation of European National Collection Associations). Der Verband wurde 1998 gegründet.

UNIREC ist zentraler Ansprechpartner für die Inkassobranche. Eines der Ziele ist die Verbreitung einer "bilateralen Vermittlung bei Inkassotätigkeiten", ein Ansatz, der Unternehmen und Verbraucherverbände umfasst.

UNIREC fördert außerdem die ständige Weiterbildung der eigenen Mitarbeiter und tritt für eine verantwortungsvolle Berufsausübung in der Inkassowirtschaft ein. Die Partner von UNIREC verpflichten sich zu absoluter Professionalität und Ethik bei der Ausübung ihrer Mandate, der Unterzeichnung und Einhaltung des strengen Code of Conduct (Verhaltenskodex) und der Ausbildung ihre Mitarbeiter zur richtigen Anwendung der Normen und Regeln der Inkassobranche.

Der Beschwerdeausschuss von UNIREC hat als Gremium die Aufgabe alle Anträge auf Aufnahme in den Verband streng und unparteiisch zu prüfen sowie zu sichern, dass die Grundvoraussetzungen für "Professionalität" und "Integrität" für die Mitglieder der alten und neuen Zulassung kompatibel sind.

Als Gremium hat es auch zur Aufgabe, bei möglichen Streitfällen zwischen den Mitgliedern, oder im Bezug auf Beziehung mit Kunden und Verbrauchern zu vermitteln.

Die aktualisierte Liste der Verbandsmitglieder kann auf der Website [www.unirec.it](http://www.unirec.it) eingesehen werden.

UNIREC ist ein unabhängiger und überparteilicher Verein, mit dem Ziel, der Inkassowirtschaft Stimme und Gesicht zu verleihen.

Zu den Hauptzielen des Verbandes zählen:

- Förderung von sozialen, zivilen und unternehmerischen Werten in der Gesellschaft und bei den Mitgliedsunternehmen für die Entwicklung einer freien Gesellschaft;
- Förderung von Formen der Zusammenarbeit mit den Institutionen als auch Organisationen für Wirtschaft, Politik, Soziales und Kultur, die es ermöglichen, miteinander in der Entwicklung größere Ziele zu erreichen;
- Garantie der Professionalität und Fairness der Mitgliedsunternehmen.

Für das Einhalten der Ziele des Verbandes folgt UNIREC dem Code of Conduct (Verhaltenskodex) und Regelungen, nach denen die Organisation und die Führungsmodalitäten ausgerichtet sind und deren ständige Überprüfung seitens der Mitglieder erforderlich ist.

Die Gründungsprinzipien des Code of Conduct (Verhaltenskodex) sind:  
Integrität und Professionalität aller Mitglieder, Führungskräfte und Mitarbeiter sowie deren Schulungen und Förderung von Kriterien einer verantwortungsvollen Berufsausübung.

## **ADICONSUM**

Adiconsum ist eine Verbraucherschutzorganisation mit fast 150.000 Mitgliedern, die im Jahr 1987 aus dem italienischen Gewerkschaftsbund CISL gegründet wurde und in ganz Italien mit mehr als 250 Standorten auf Regional-, Provinz- und Lokalebene vertreten ist.

Adiconsum verhandelt und sichert die Bedingungen zum individuellen und kollektiven Schutz der Verbraucher und schafft somit eine ständige Überwachung der verschiedenen Verbrauchersektoren.

Adiconsum arbeitet eng mit Institutionen und Behörden auf landesweiter und europäischer Ebene zusammen sowie mit den großen nationalen und internationalen Verbänden.

Im Zentrum ihres Handelns steht: Information, Schulung, Hilfe, Beratung, Verhandlung und Streitbeilegung zwischen Verbrauchern und Unternehmen. Die von der Vereinigung durchgeführten Tätigkeiten umfassen folgende Bereiche: Versicherung, Straßenverkehrssicherheit, Energieeffizienz, ökologische Nachhaltigkeit, Transportwesen, Darlehen und Sparen, Postdienstleistung, Telekommunikation und neue Technologien (digitales Fernsehen, Breitband-Internet), Verträge, Vertrieb innerhalb und außerhalb des Geschäfts, Tourismus, Handel, Versorgung, Steuern und Abgaben, Automobilindustrie.

Auf nationaler Ebene ist Adiconsum Mitglied des nationalen Verbraucherbeirats CNCU, des Forums für den Dritten Sektor, des Consumer`s Forum, des Forums für ein nachhaltiges Finanzwesen, von NeXt und einfaches Mitglied des italienisches Gütezeichens IMQ.

Adiconsum hat als einzige Verbraucherschutzorganisation die Anerkennung des Finanzministeriums für die Einrichtung eines Fonds für Familienschutz gegen Wucher erhalten.

Auf internationaler Ebene ist Adiconsum Italien-Koordinator des Netzwerkes der Europäischen Verbraucherzentren (ECC-NET Italien); Adiconsum arbeitet mit den Generaldirektionen der Europäischen Union zusammen und kooperiert mit den wichtigsten Verbraucherverbänden in und außerhalb Europa.

Adiconsum arbeitet zusammen mit zahlreichen europäischen und italienischen Partnern für die Förderung von Erfahrungsaustausch, die Mobilisierung von Kampagnen zu Informations- und Studienzwecken, Forschungsinitiativen sowie der Information und Sensibilisierung der Verbraucher für die Schaffung einer Struktur zur Förderung eines bewussten, kritischen und sozial verantwortungsvollen Konsums und dadurch zur Verbreitung einer starken und reifen, sozialen Konsumkultur.

## **Cittadinanzattiva**

Cittadinanzattiva (gemeinnütziger Verein) ist eine Bürgerbewegung, die sich in Italien und Europa für

die Förderung und den Schutz der Rechte der Bürger und Verbraucher einsetzt. 1978 gegründet, ist Cittadinanzattiva seit dem Jahr 2000 vom nationalen Verbraucherbeirat des Ministeriums für wirtschaftliche Entwicklung anerkannt.

Cittadinanzattiva ist in Italien mit 21 regionalen Standorten, mehr als 250 lokalen Versammlungen und über 100.000 Mitgliedern aktiv.

Cittadinanzattiva ist in Europa mit dem ACTIVE CITIZENSHIP NETWORK vertreten, das 100 Vereine aus 27 Ländern umfasst. Die Ziele des Vereins Cittadinanzattiva sind: Eintreten für Bürgerrechte und Vermeidung unnötigen Schadens; Aktivierung des Bewusstseins und sozialen Engagements zur Verbesserung der Lebensqualität der Bürger; Förderung der Bürgerbeteiligung als Hebel für sozialen Wandel.

Die wichtigsten Handlungsfelder von Cittadinanzattiva sind: Gesundheitswesen, Justiz, Ausbildung, Verbraucherpolitik, Unternehmensbürgerschaft (Corporate Citizenship) und Schulungen für eine aktive Bürgerbeteiligung.

Mit besonderem Fokus auf Verbraucherfragen verfolgt Cittadinanzattiva das Ziel einer neuen Herangehensweise an die Verbraucherrolle: eine Rolle, die versucht, jenseits einer Logik, der „Abgabe“ der eigenen Verantwortung, bewusst die Beteiligung der Bürger durch uneingeschränkten Zugang, Nachhaltigkeit, Qualität und gute Dienstleistungen zu fördern.

Cittadinanzattiva setzt sich außerdem für die Förderung neuer Governance-Formen ein, in denen sowohl private als auch öffentliche Institutionen Verantwortung für den Schutz des allgemeinen Interesses tragen und insbesondere für die Förderung einer partizipativen Definition von Politik in Bereichen, die eine starke Auswirkung auf die Lebensqualität der Bürger haben, wie z.B. die öffentlichen Dienstleistungen. Dieser Ansatz basiert auf der Erkenntnis, dass eine aktive Rolle der Interessengruppen, allen voran die der Bürger, notwendig ist. Voraussetzung ist, dass diese Rolle im Einklang mit dem horizontalen Subsidiaritätsprinzip steht, wie der Artikel 118 letzter Absatz der italienischen Verfassung besagt, der die Ziele des Vereins treffend vereint.

3

## **FEDERCONSUMATORI**

Der Verbraucherverband *Federconsumatori* wurde im Jahr 1988 mit Hilfe des italienischen Gewerkschaftsbund CGIL gegründet und ist ein gemeinnütziger Verein, dessen Hauptziele die Information und der Verbraucherschutz sind. Zur Gründung haben Verbraucher-Experten aus Universitäten, der Medienbranche und dem Parlament beigetragen, die sich seit Jahren für die Verteidigung der Verbraucherrechte einsetzen.

Der Verbraucherverband ist ein Verband sozialer Förderung.

Der Verbraucherverband ist landesweit mit einem Netz aus Standorten vertreten, um Unterstützung und Beratung für alle Bürger zu schaffen. Alle Verbraucher haben gleichermaßen Zugang zu Niederlassungen des Vereins. Die Filialen bieten den Verbrauchern Informationen über ihre Rechte, die geltenden Vorschriften und Maßnahmen, die für die Lösungen ihrer Probleme erforderlich sind.

Die Beratungs-, Hilfs- und Informationsdienste werden von qualifizierten Experten durchgeführt. Jeder Verbraucher, der es wünscht, kann *Federconsumatori* beitreten und durch einen jährlichen Beitrag umfassende Dienstleistungen (one-stop service) der entsprechenden Niederlassung in Anspruch nehmen. Spezifisch technische und rechtliche Dienstleistungen sind gebührenpflichtig. Abhängig von der jeweiligen Auftragsart gilt für die von *Federconsumatori* empfohlenen Experten die gegenwärtige Mindestgebühr.

Seit mehr als 20 Jahren setzt sich *Federconsumatori* mit Kompetenz und Professionalität für die Verteidigung der Verbraucherrechte ein und hat zahlreiche Initiativen, Versammlungen, Debatten, Konferenzen, Forschungsprojekte und Informationskampagnen auf lokaler, nationaler und europäischer Ebene durchgeführt.

Der Verein arbeitet mit europäischen und nationalen Institutionen zusammen: der EU-Kommission für Verbraucherpolitik, dem Europäischen Parlament, dem Wirtschafts- und Sozialausschuss, den Ministerien, der Cnel (Nationaler Rat für Wirtschaft und Arbeit), der Kommission für Garantie (Gesetz 146/90), Regionen, Provinzen, Gemeinden und Handelskammern.

### **Movimento Consumatori**

Die Verbraucherbewegung *Movimento Consumatori* (MC) ist ein autonomer und unabhängiger, gemeinnütziger Verein, der 1985 gegründet wurde, um die Verbraucherrechte zu schützen.

4

Die Verbraucherbewegung steht im Register der Verbände der sozialen Förderung (APS), gehört zum italienische Kultur- und Freizeitverband A.R.C.I. und ist Mitglied des nationalen Verbraucherbeirats CNCU des Ministeriums für wirtschaftliche Entwicklung und arbeitet mit verschiedenen Parteien des Dienstleistungssektors zusammen, um ein gemeinsames Netzwerk für die Förderung von Bürgerrechten zu errichten.

Die Organisation ist mit mehr als 60 Standorten in ganz Italien vertreten.

Die Verbraucherbewegung stellt Bürgern außerdem einen innovativen Service einer Online-Beratung zur Verfügung: Das Ziel ist es, Unterstützung auch für Bürger zu ermöglichen, die das Angebot einer Vor-Ort-Beratung nicht wahrnehmen können. Dank eines Teams von Experten, aus allen Bereichen, kann auch in solchen Fällen eine zeitnahe Bearbeitung von Streitfällen erfolgen.

### **Movimento Difesa Del Cittadino**

Die Bewegung der Bürgerverteidigung *Movimento Difesa Del Cittadino* (MDC) ist ein Zusammenschluss von Verbrauchern, der sich für die Verteidigung der Bürgerrechte einsetzt. Der Verein wurde im Jahr 1987 gegründet und ist von Parteien und Gewerkschaften unabhängig und setzt sich für die Förderung des Verbraucherschutzes ein, indem der Verband Informationen und rechtliche Mittel der Selbstverteidigung zur Verfügung stellt, unterstützt und abgesichert durch Experten.

Die Bewegung der Bürgerverteidigung ist zusammen mit anderen sechzehn Verbraucherverbänden Mitglied im nationalen Verbraucherbeirat CNCU des Ministeriums für wirtschaftliche Entwicklung und

des Verbraucherforums. Als Verein sozialer Förderung ist sie durch das Ministerium für Arbeit und Soziales anerkannt und im Register des Nationalen Büros gegen Rassendiskriminierung (UNAR) eingetragen.

Der Verband ist auch von der Generaldirektion für Gesundheit und Verbraucherschutz (DG SANCO) der Europäischen Kommission anerkannt und ist Teil des Rates der Verbände der 'Produzenten und Verbraucher zur Lebensmittelsicherheit' im Gesundheitsministerium.

Die Bewegung der Bürgerverteidigung arbeitet mit der italienischen Umweltschutzorganisation Legambiente und großen Verbraucherverbänden zusammen, sowie verschiedenen Institutionen, Ausschüssen, Kommissionen, Schiedsgerichten, Beobachtern und Foren.

Die Bewegung der Bürgerverteidigung hat mehr als 100 Niederlassungen und Büros in 19 Regionen. Sie realisiert Informationskampagnen und bietet Beratung und Unterstützung für den Verbraucherschutz durch Förderung von Mitteln für eine außergerichtliche Beilegung eines Rechtsstreits zwischen Verbrauchern und Unternehmen. Die vom MDC beschäftigten Experten kümmern sich um die Aktivitäten des Vereins und befassen sich mit spezifischen Fragen zum Verbraucherschutz.

## **CODE OF CONDUCT (VERHALTENSKODEX) FÜR SCHUTZVORKEHRUNGEN BEIM KREDIT- UND FORDERUNGSMANAGEMENT**

5

### **Prämisse**

Der vorliegende Code of Conduct (Verhaltenskodex), nach Artikel 27a des Kodex für Verbraucher, verpflichtet die Inkassounternehmen (nachstehend einfach "*Spezialist*") und die eingetragenen Verbände zur Einhaltung der darin enthaltenen Bestimmungen.

Der Code of Conduct (Verhaltenskodex) zielt darauf ab, den Dialog zwischen Spezialisten und Verbrauchern, die ihre Verpflichtungen nicht erfüllt haben, zu fördern, so dass alle beteiligten Akteure beim Inkassoprozess klare Regeln zur Grundlage des Handelns haben. Nach Artikel 27a des Kodex für Verbraucher, ist in der Verordnungen auch der "Schutz von Minderjährigen" und der "Schutz der Menschenwürde" als Ziel festgesetzt.

Das Forderungs- und Kreditmanagement beinhaltet:

- Telefonkontakte zwischen Beauftragten der *Spezialisten* und dem Verbraucher/Schuldner;
- Kommunikation per herkömmlicher oder elektronischer Post;
- Kontakte zwischen den Beauftragten des Dienstes "Home" und den Verbrauchern/Schuldnern, die beim Wohnsitz des Verbrauchers stattfinden;
- gerichtliche Verfahren, verfolgt durch einen gesetzlichen Vertreter des *Spezialisten*, auf der Grundlage einer formellen Ernennung seitens des Gläubigers/Kunden.

Der Rechtsraum wird durch das Zivilgesetzbuch, den Kodex für Verbraucher und andere Vorschriften geschützt, entsprechend der Verfahrensregelungen. Das Ziel dieses Code of Conduct

(Verhaltenskodex) ist es, sicherzustellen, dass im Falle von Kreditmanagement im außergerichtlichen Bereich das Gleichgewicht zwischen den Rechten der Vertragsparteien erhalten bleibt.

## KAPITEL I Allgemeine Grundsätze

### **ART. 1 - Pflicht zur Unparteilichkeit**

1. Der im Namen vom Gläubiger/Kunden agierende *Spezialist* für Inkasso muss (nach Artikel 115 TULPS 1931) im Verhältnis zum Verbraucher/Schuldner oder dessen Delegierten die Rolle eines bloßen Vermittler einnehmen.

2. Seit dem Akt der Anvertraung der Kreditpositionen, wenn der Schuldner/Verbraucher eine bestehende "Beschwerde" im Sinne des Artikels 2 und der dort festgelegten Weise nachweisen kann, ist es der Gläubiger/Kunde, der sich zu Zahlungssicherheit und der "Spezialist", der sich zur Unterbindung jeglicher Aktivitäten verpflichtet.

Unternehmen sind zur Einhaltung dieses Kodex verpflichtet und haben die Aufgabe die Gläubiger/Kunden auf die darin enthaltenen Grundsätze zu sensibilisieren.

### **ART. 2 - Management von Einwänden und Beschwerden**

1. Der Zweck des Code of Conduct (Verhaltenskodex):

- Als "Beschwerde" verstehen wir eine, in schriftlicher Form verfasste Äußerung von Unmut des Schuldners/Verbrauchers gegenüber dem Gläubiger/Kunden. Diese Beschwerde muss sich strikt auf das Verhältnis zwischen den Parteien und nicht auf von *Spezialisten* durchgeführte Handlungen beziehen.
- Als "Reklamation" verstehen wir die schriftlich Äußerung von Unmut eines Schuldners /Verbrauchers, die als Gegenstand die Inkassotätigkeit des *Spezialisten* hat;
- Als "Vermittlungsverfahren" gilt jedes Verfahren, das durch den Gläubiger/Kunden anerkannt oder durch das Gesetz geregelt ist.

Welche schriftliche Form der Schuldner/Verbraucher auch immer für seine Aussage wählt, es obliegt den *Spezialisten* dies auf die genannten Kategorien zuzuordnen und diese in Übereinstimmung mit den folgenden Punkten 2 und 3 zu behandeln.

2. Kann der Verbraucher/Schuldner Unterlagen einer bestehenden "Beschwerde" oder eines "Vermittlungsverfahrens" nachweisen, muss der *Spezialist* alle Aktivitäten einstellen, dem Gläubiger/Kunden alle eingeforderten Dokumente zurückgeben und muss auf weitere Ergebnisse und Anweisungen über eine mögliche Fortsetzung des Verfahrens warten.

3. Der Eingang einer "Reklamation" in schriftlicher Form, im Sinne von Absatz 1, erfordert von Seiten des *Spezialisten* eine angemessene und zeitnahe Stellungnahme gegenüber dem Verbraucher/Schuldner in Übereinstimmung mit dem Code of Conduct (Verhaltenskodex) und dem eigenen gewissenhaften Handeln.

4. Der *Spezialist* kann dem Verbraucher/Schuldner keine geschuldeten Beträge vorauszahlen und kann keine anderen Zahlungen als die, von den Gläubiger formal vereinbarten, fordern.

5. Der *Spezialist* kann vom Verbraucher/Schuldner nicht mehr Verpflichtungen fordern, als solche, die letzterer mit Dokumenten über die eigene Zahlungskapazität belegen kann.

### **ART. 3 - Verzeichnis von Reklamationen und Beschwerden**

1. Der *Spezialist* muss in Papierform oder elektronisch einen sorgfältigen und aktualisierten Register über die "Reklamationen" und "Beschwerden" führen, in dem enthalten sind:

- a) die von dem Verbraucher/Schuldner geschaffenen Unterlagen, um die Beschwerde gegenüber dem Gläubiger/Kunden zu belegen oder die, von den Beauftragten der *Spezialisten* während des Inkasso durchgeführten Aktivität nachzuweisen;
- b) die mögliche Rückmeldung für den Verbraucher/Schuldner, Reklamationen und Beschwerden betreffend.

## **KAPITEL II**

### **Datenschutz beim Kredit- und Forderungsmanagement**

#### **ART. 4 - Die Rechtmäßigkeit der Datenverarbeitung**

1. Der *Spezialist* sollte direkten Kontakt mit dem Verbraucher/Schuldner suchen und sukzessiv, soweit möglich, die Identität zu bestimmen.

2. Wenn der Verbraucher/Schuldner nicht unter der vom Gläubiger/Kunden angegeben Adresse verfügbar ist, ist der *Spezialist* berechtigt Drittquellen zu konsultieren. Bei Anschaffung von mehr Daten, als den vom Gläubiger/Kunden zur Verfügung gestellten, muss der *Spezialist* vermeiden gegenüber anderen Individuen, die nicht den vereinbarten Verpflichtungen des Mandats unterliegen, ungerechtfertigt Informationen über einen Status einer Zahlungsunfähigkeit des Verbrauchers/Schuldners zu kommunizieren.

3. Im Einklang mit den Bestimmungen der Verordnung Nr. 196/03 sowie mit dem Beschluss vom 30. November 2005, von der Behörde für die Verarbeitung personenbezogener Daten, ist es verboten "ungerechtfertigt" an Dritte Informationen über einen Status einer Zahlungsunfähigkeit des Verbrauchers/Schuldners weiterzugeben, um "unangemessenen Druck" auf diesen auszuüben<sup>1</sup>.

4. Der *Spezialist* kann daher keine Informationen an Dritte weitergeben, die außerhalb der vertraglich festgelegten Beziehung stehen, wenn nicht aus legitimen Gründen und unter dem Ausschluss von Minderjährigen.

<sup>1</sup> "Jeder, der mit personenbezogener Daten im Zusammenhang mit Inkasso tätig ist, muss das Legalitätsprinzip bei dem Prozess beachten: Diese Vorschrift wird verletzt durch Verhalten (durch bestimmte Wirtschaftsbeteiligte implementiert), das ungerechtfertigt Informationen an Dritte kommuniziert, (wie zum Beispiel an Familienmitglieder, Lebenspartner, Arbeitskollegen oder Nachbarn), über den Zustand einer Zahlungsunfähigkeit, in der die betroffene Person ist (ein Verhalten, das bisweilen, um die Zahlung des geschuldeten Betrags zu erreichen, unangemessenen Druck auf den Schuldner ausübt.)" - Art. 2, Paragraph 1 Regelung Schutzbehörde 30. November 2005.

**5. Als legitime Gründe gelten:**

- a) die Weitergabe vertraulicher Informationen an Dritte, die bereits Kenntnis von den Umständen, die Gegenstand des Mandat sind haben und die bereit sind, Position im Namen des abwesenden Verbrauchers/Schuldners zu beziehen (ein häufiger Umstand in Bezug auf Schulden wie - Rechnungen, aufgelaufenen Hypotheken, Verbraucherkredite - die häufig durch einen starken Familienbezug charakterisiert sind und oft den Verwandten der Partei, der offiziell die Verpflichtung übernimmt, bekannt sind und von ihnen verwaltet werden);
- b) Offenlegung vertraulicher Informationen an Dritte, die ausdrücklich erklären vom Verbraucher/Schuldner zur Verwaltung seiner vertraglichen Angelegenheiten ernannt worden zu sein.

**6. Kontakt mit formell *nicht* zugehörigen Personen, im Bezug auf die Verpflichtungen, die Gegenstand des Mandat sind, kann nur und ausschließlich stattfinden:**

- a) Stellvertretend, bei Nichtverfügbarkeit des Verbrauchers/Schuldners;
- b) indem die Würde und Integrität des Verbrauchers/Schuldners erhalten bleibt.

**ART. 5 - Die Relevanz und Zweck der Datenverarbeitung**

**1.** Es können nur Daten verarbeitet werden, die für die Ausführung des Mandats unbedingt erforderlich sind.

**2.** Der *Spezialist* ist, aufgrund der geltenden rechtlichen Verpflichtungen oder, im Falle einer Reklamation/Beschwerde, für die Berichterstattung der ausgeführten Aktivität, nach Abschluss eines Mandats, zur Aufbewahrung der, während des Prozesses zum Kredit- und Forderungsmanagement gesammelten Daten verpflichtet.

8

**KAPITEL III**  
**Fairness bei Handelsausübung**

**ART. 6 - Gemeinsame Grundsätze**

**1.** Den Beauftragten des *Spezialisten* ist, während eines Kontaktes mit dem Verbraucher/Schuldner untersagt:

- c) von falsche Anreden oder bedrohlichem Ton Gebrauch zu machen, der unangemessenen Druck hervorrufen kann;
- d) irrealer oder nicht auf den vorliegenden Fall anwendbare Folgen in Aussicht zu stellen (z.B. Abbruch von Diensten, die nicht durch den Vertrag vorgesehen sind; Eintragung von Hypotheken für unbedeutende Kredite etc.).

**Art. 7 - Telefoninkasso**

**1.** Der *Spezialist* ist verpflichtet, die eigenen Beauftragten darin zu unterweisen, Telefonkontakte mit dem Verbraucher/Schuldner sitzsam und respektvoll durchzuführen, und nicht aufdringlich und

aggressiv, und dass sie, in jedem Fall, auf einen Weg der Kommunikation abzielen, dem die, von Insolvenz und der mögliche Lösungen betroffene Partei zugestimmt hat.

2. Der *Spezialist* muss eine Obergrenze für die Anzahl und Häufigkeit der Telefonate festlegen. Der Parameter für die Definition dieser Obergrenze, sofern nicht anderweitig mit dem Verbraucher/Schuldner vereinbart, ist abhängig von den ausgegangenen Anrufen (outbound), die zu einen wirksamen Dialog zwischen den Parteien führen. Die Obergrenze ist, wie folgt festgelegt:

- a) innerhalb des gleichen Tages, wenn nicht anders vereinbart, kann, infolge eines Outbound-Anrufs ein Gespräch mit dem Schuldner erfolgen.
- b) innerhalb der gleichen Woche, sofern nicht anders vereinbart, können, infolge von Outbound-Anrufen bis zu drei ausgeführte Gespräche mit dem Schuldner erfolgen.

3. Der Beauftragte des *Spezialisten*, sofern nicht anders mit dem Schuldner/Verbraucher vereinbart, im Fall von, durch letzteren explizit geäußerten Sonderbedürfnissen, kann keine Telefonate zu Staatsfeiertagen sowie außerhalb der folgenden Zeiten ausführen:

8.30 bis 21.00 Uhr von Montag bis Freitag;

8.30 bis 15.00 Uhr an Samstagen;

Bei Telefonkontakten in unmittelbarer Nähe der Beginn- und Endzeiten der oben angegebenen Zeitfenster gilt für den Beauftragten besondere Aufmerksamkeit.

Im Falle, dass der Schuldner/Verbraucher telefonischen Kontakt an einem bestimmten Tag oder außerhalb der in diesem Code of Conduct (Verhaltenskodex) festgelegten Zeiten wünscht, obliegt es dem *Spezialisten* dies zu respektieren und sich entsprechend danach zu richten.

9

4. Der *Spezialist* garantiert, dass die Telefonkontakte zwischen seinen Beauftragten und dem Verbraucher/Schuldner nicht in aufdringlicher Weise ausgeführt werden. In dieser Hinsicht ist der *Spezialist* gegenüber den eigenen Beauftragten verpflichtet:

- in regelmäßigen Abständen Ausbildungsprogramme durchzuführen, mit Einbezug der zentralen Vorschriften der Inkassobranche, des Kodex für Verbraucher, der Kriterien einer verantwortungsvollen Berufsausübung in der Inkassowirtschaft und des Inhalts dieses Code of Conduct (Verhaltenskodex) und der von den zuständigen Behörden erteilten Maßnahmen;
- ausreichende Anleitung zu bieten, um das Auftreten von fehlerhafter Ausführung zu vermeiden.

## ART. 8 - Inkasso per Anschreiben/digital

1. Der *Spezialist* kann Kontakt aufnehmen und Mahnungen verfassen - per Post, E-Mail, Einschreiben oder durch die zuständigen Justizbeamten - deren Inhalt mit den Auftragsparteien oder, bei Fehlen von spezifischen Vereinbarung, vom *Spezialisten* beschlossen ist.

2. Der produzierte Text muss sich nach den folgenden Prinzipien richten:

- a) Bei Briefverkehr mit Mahnungen muss der Grund und die genauen angeforderten Summen genannt sein, mit Darlegung der genauen Zusammensetzung (Kapital, Zinsbelastungen, zusätzliche Ausgaben);
- b) Es müssen die genauen Folgen bei einem möglichen Verzug der Zahlung aufgeführt werden, nach den vertraglichen oder gesetzlichen Kriterien der Transparenz, Fairness und Kohärenz;
- c) Die Zahlungsart ist unmissverständlich anzugeben;

- d) Es muss eine Höflichkeitsklausel der folgenden Art enthalten: *"Sollten Sie zwischenzeitlich der Schuldzahlung bereits nachgekommen sein, betrachten Sie dieses Schreiben als gegenstandslos. Für den alleinigen Zweck der Anpassung Ihrer Zahlung und um weitere Mitteilung bezüglich eines Zahlungsverzuges zu verhindern, bitten wir Sie um Nachweise über die Begleichung Ihrer Rechnungen, durch Zusenden einer Kopie des Rechnungsbelegs [...]"*;
- e) Muss Modalitäten enthalten, deren Erfüllung nicht weniger als 10 Tagen betragen darf;
- f) Es dürfen keine Bezüge hergestellt werden, die unzulässige öffentliche Aufmerksamkeit von der Regierung, Steuerbehörde, der Justizverwaltung hervorrufen.

3. In Bezug auf die elektronischen Kommunikationswege (E-Mail, Fax und SMS, etc.), ausgenommen der Fall, dass die verwendeten Adressen *nicht* direkt vom Verbraucher/Schulder für eine Berichterstattung über das Inkassoverfahren bereitgestellt sind, gelten die folgenden Prinzipien:

- a) Elektronische Kommunikation mit Einzelheiten zu der Schuldenposition und/oder Koordinaten/Details betreffend der zu leistenden Zahlung, verfolgen nur einen Informationszweck gegenüber dem Schuldner und werden nur nach einer Übereinkunft mit diesem gesendet. Darüber hinaus ist von einer unzulässig wiederholten Zusendung solcher Mitteilungen abzusehen;
- b) Bei Kontaktanfragen über den elektronischen Kommunikationsweg, gilt die Obergrenze von maximal vier gesendeten Kontaktanfragen im Zeitraum eines Monats. Ausgenommen der Fall, dass die verwendeten Adressen *nicht* direkt vom Verbraucher/Schulder für eine Berichterstattung über das Inkassoverfahren bereitgestellt sind, dürfen Kontaktanfragen über den elektronischen Kommunikationsweg nur und ausschließlich für eine erste Zahlungserinnerung verwendet werden.

10

## ART. 9 - Kontaktaufnahme am Wohnsitz

**1.** Der *Spezialist* ist verpflichtet, die eigenen Beauftragten darin zu unterweisen, Kontaktaufnahme am Wohnsitz des Verbrauchers/Schuldners sitzsam und respektvoll durchzuführen, und nicht aufdringlich und aggressiv, und dass sie, in jedem Fall, auf einen Weg der Kommunikation abzielen, dem die, von Insolvenz und der mögliche Lösungen betroffene Partei zugestimmt hat. In dieser Hinsicht ist der *Spezialist* gegenüber den eigenen Beauftragten, die für Kontaktaufnahme am Wohnsitz zuständig sind verpflichtet:

- in regelmäßigen Abständen Ausbildungsprogramme durchzuführen, mit Einbezug der zentralen Vorschriften der Inkassobranche, des Kodex für Verbraucher, Kriterien einer verantwortungsvollen Berufsausübung in der Inkassowirtschaft und des Inhalt dieses Code of Conduct (Verhaltenskodex) und der von den zuständigen Behörden erteilten Maßnahmen;
- ausreichend Anleitung bei der Einweisung des Beauftragten und während der Durchführung zu bieten, um das Auftreten von fehlerhafter Ausführung zu vermeiden;
- die Anzahl der ausgeführten Besuche und deren Ausgang festzuhalten.

**2.** Wenn der Beauftragte durch eine schriftliche Mitteilung den Versuch einer Kontaktaufnahme am Wohnsitz dokumentiert, so darf äußerlich am Schreiben (Umschlag und/oder an Brief geheftet) kein Hinweis über das Motiv des Schreibens stehen, um die Würde des Schuldners/Verbrauchers vor Dritten zu schützen.

3. Eine an den Wohnsitz gerichtete Mitteilung, gemäß Punkt 2, muss enthalten:

- a) Name und Vorname des Beauftragten und Angaben zum *Spezialisten*;
- b) den Gläubiger und den Grund für einen Besuch;
- c) eine Telefonnummer bei Rückfragen und/oder Informationen.

4. Der Beauftragte des *Spezialisten*, sofern nicht anders mit dem Schuldner/Verbraucher vereinbart, im Fall von, durch letzteren explizit geäußerten Sonderbedürfnissen, können keine Besuche zu Staatsfeiertagen sowie außerhalb der folgenden Zeiten ausführen:

8.30 bis 21.00 Uhr von Montag bis Freitag;

8.30 bis 15.00 Uhr an Samstagen;

Bei Besuchen in unmittelbarer Nähe der Beginn- und Endzeiten des oben angegebenen Zeitfensters gilt für den Beauftragten besondere Aufmerksamkeit. Im Falle, dass der Schuldner/Verbraucher telefonischen Kontakt an einem bestimmten Tag oder außerhalb der in diesem Code of Conduct (Verhaltenskodex) festgelegten Zeiten wünscht, obliegt es dem *Spezialisten* dies zu respektieren und sich entsprechend danach zu richten.

5. Der *Spezialist* oder seine Beauftragten, dürfen keine Besuche am Arbeitsplatz des Verbrauchers/Schuldners ausführen, es sei denn dies ist in Übereinstimmung mit letzterem. Der Kontakt am Arbeitsplatz ist nur möglich, wenn der Verbraucher/Schuldner dies erbittet oder wenn die vertraglich angegebene Adresse mit der des Arbeitsplatzes übereinstimmt.

11

#### **KAPITEL IV** **Streitbelegungsverfahren**

##### **ART. 10 - Zuständigkeit des UNIREC-VERBRAUCHER FORUM**

1. Die Verbände und *Spezialisten*, die diesen Code of Conduct (Verhaltenskodex) unterschreiben, gemäß den Bestimmungen des Art. 27b des Kodex für Verbraucher, verpflichten sich Streitbelegungen, deren Bedarf zwischen *Spezialisten* und Verbraucher/Schuldner auftreten können, dem FORUM UNIREC-CONSUMER zu übergeben<sup>2</sup>.

2. Die in Nummer 1 genannten Prozesse der Streitbelegung werden der paritätischen Schlichtungsbehörde des UNIREC-VERBRAUCHER FORUM anvertraut, gemäß der Regelung zur

---

<sup>2</sup> Am 18. Juni 2014 hat der Verband der Italienischen Inkasso Unternehmen UNIREC offiziell die Stiftung FORUM UNIREC-CONSUMATORI gegründet, zu dessen Mitglieder die Vereine Adiconsum, Cittadinazattiva, Federconsumatori, Movimento Consumatori und Movimento Difesa del Cittadino zählen. Das Forum, das bei Inkasso einen Ort des strukturierten Dialogs zwischen Unternehmen und Verbraucher schafft, hat als Hauptziele:

- die ständige Beobachtung der Beziehung zwischen Verbrauchern und *Spezialisten* in Bezug auf Inkassotätigkeit
- Schulung der Verbraucher, im Hinblick auf einen bewussten Zugang zu Finanzmitteln;
- Anregung von Reflexion über die sozio-ökonomische Funktion des Inkasso und die Verbreitung von Kriterien einer verantwortungsvollen Berufsausübung;
- Schaffung geeigneter Instrumente zu Streitbelegungsverfahren, um eventuelle Streitigkeiten zwischen Verbrauchern und Unternehmen zu beheben.

Schlichtung<sup>3</sup>, die an diesen Code of Conduct (Verhaltenskodex) gebunden ist und einen wesentlichen und integralen Teil dessen darstellt.

3. Die in Absatz 2 genannten Verwendung der paritätischen Schlichtungsbehörde hat absolute Priorität und ist jeder anderen Maßnahme gerichtlichen Charakters vorzuziehen, nach den Regelungen in Artikel 27 des Kodex für Verbraucher.

4. Unabhängig vom Ausgang des Streitbeilegungsverfahrens behalten die Parteien am Ende des Streitbeilegungsverfahrens das Recht legale Schritte zum Schutz ihrer Rechte einzuleiten.

Rom, 6 Mai 2015

UNIREC  
ADICONSUM  
CITTADINANZATTIVA  
FEDERCONSUMATORI  
MOVIMENTO CONSUMATORI  
MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO

---

<sup>3</sup> Dokument aufrufbar an der Internetsite [www.forum-unirec-consumatori.it](http://www.forum-unirec-consumatori.it)