

# ALTERSVORSORGE UND VERMÖGENSAUFBAU IM BESTEN KUNDENINTERESSE – „BEST ADVICE“

Für einen Paradigmenwechsel in der Finanzberatung

## Ausgangslage

Durch die Teilprivatisierung der Altersvorsorge wird von Verbrauchern implizit verlangt, privat vorzusorgen. Geldanlagen sind vielfältig und kompliziert, so dass es Laien kaum möglich ist, Geeignetheit, Qualität, Leistung und Preis von Finanzdienstleistungen einzuschätzen. Meist entscheiden Verbraucher sich daher, Rat einzuholen.

Die Ergebnisse der Untersuchung des Marktwächters Finanzen „*Erhalten Verbraucher bedarfsgerechte Anlageprodukte?*“ zeigen, dass Verbrauchern von Banken, Sparkassen und anderen Finanzvertrieben ganz überwiegend keine bedarfsgerechten Geldanlagen angeboten werden. Das heißt, es gäbe erkennbar bessere und günstigere Produkte, nur werden diese kaum angeboten. Dieses Problem hat System. Denn die Finanzberatung von Banken, Sparkassen und Finanzvertrieben finanziert sich über die in Produkten einkalkulierten Provisionen. Dem Interesse des Kunden an günstigen Produkten steht das Interesse des Beraters an hohen Provisionen gegenüber. Welches Interesse primär bedient wird, können Verbraucher nicht erkennen. Verbraucher erhalten keine transparente Provisionsabrechnung bezüglich der erfolgten Beratung und auch später keine Rechenschaft über laufende Provisionen und damit finanzierte Leistungen. Damit stehen den Finanzvertrieben Möglichkeiten offen, unerkannt ihre eigenen Interessen vor denen ihrer Kunden zu stellen.

Verbraucher bekommen die finanziellen Konsequenzen einer nicht optimalen oder gar schlechten Beratung in aller Regel erst Jahre oder Jahrzehnte später zu spüren. Sie drücken sich in Mindererträgen, Mehrkosten durch überteuerte und unflexible Verträge, gelegentlich auch in Wertverlusten durch zu riskante Produkte oder unnötige Produktwechsel aus. Da es den meisten Menschen um eine zusätzliche Altersvorsorge geht, fehlt ihnen dann das so dringend benötigte Geld im Alter.

Der Gesetzgeber versucht bislang, den beschriebenen Interessenskonflikt einzudämmen, indem er grundsätzlich sogenannte Wohlverhaltenspflichten aufgestellt hat. Allerdings variieren diese Pflichten in Abhängigkeit vom Produkt, das verkauft wird. Die Pflichten sehen teilweise vor, dass Interessenskonflikte aufgedeckt werden müssen oder dass „geeignete“ Produkte empfohlen werden müssen. Die Untersuchung zeigt allerdings, dass trotz dieser Wohlverhaltenspflichten Verbrauchern zu teure, zu unflexible, zu riskante oder zu ertragsschwache Produkte verkauft werden. So spielt etwa ausgerechnet die Höhe der Kosten keine Rolle bei der Beurteilung der Geeignetheit. Auch fordert das Gesetz nicht eindeutig, dass von Beratern verlangt wird, darauf hinzuweisen, wenn die Schuldentilgung für den Verbraucher viel

passender ist als eine Geldanlage zu tätigen. Die Wohlverhaltenspflichten erzeugen keine bedarfsgerechten Empfehlungen und laufen damit ins Leere.

## **Für einen Paradigmenwechsel in der Finanzberatung**

Die Wohlverhaltenspflichten lösen den grundlegenden Interessenskonflikt bis heute nicht auf: Ein Verkaufsgespräch bleibt ein Verkaufsgespräch. Das wäre für sich genommen weniger problematisch, wenn die Dienstleistung als Verkauf beworben würde und Finanzvertriebe nicht die Erwartung wecken würden, ihre Kunden allein im Kundeninteresse gut zu beraten. Wenn sie beim Verbraucher aber die Erwartung schüren, sie würden eine an ihren Interessen orientierte Beratung erhalten, dann ist der Gesetzgeber gefordert, diese Erwartung rechtlich abzusichern.

Das jetzt anstehende Umsetzungsgesetz zur Finanzmarktrichtlinie (MiFID2) sieht eine Unterscheidung zwischen unabhängiger und abhängiger Beratung vor. Bei der abhängigen Beratung handelt es sich weiterhin um Verkauf. Hier nehmen Dritte Einfluss über Margen und Provisionen. Für die unabhängige Beratung gilt, dass diese frei von Provisionen erfolgen muss. Damit erweckt der Gesetzgeber die Erwartung, dass sie unabhängig von Vertriebsinteressen erfolge. Sie kann dieser Erwartung aber nicht gerecht werden, weil Vertriebsinteressen weiterhin vorhanden sind. Denn trotz der Maßgabe „unabhängiger Beratung“ soll der Verkauf konzernerzeugter Produkte hier erlaubt bleiben. Die Unabhängigkeit wird dann nicht durch Provisionen, sondern stattdessen durch in das Produkt einkalkulierte Gewinnmargen unterlaufen. Die Einflussnahme Dritter auf die konkrete Produktempfehlung wird damit nicht ausgeschlossen, sondern gerade erhalten. Verbraucher können sich damit auch über MiFID2 nicht selbstbestimmt für eine Beratungsdienstleistung entscheiden, bei der sie darauf vertrauen können, dass Dritte keinen Einfluss auf die Beratung haben.

Der vzbv plädiert daher für einen Paradigmenwechsel in der Regulierung der Finanzberatung und des Finanzvertriebes: Dort wo Verbraucher Beratung erwarten, ist rechtlich abzusichern, dass diese Beratung eine zuverlässig hohe Qualität hat und im besten Kundeninteresse erfolgt („best advice“). Diese Finanzberatung ist an folgende Voraussetzungen zu knüpfen:

1. **Einheitliche Rechtsgrundlage und Aufsicht** unabhängig von der Art des Finanzprodukts: Sämtliche Dienstleistungen, die als Beratung zu Finanzprodukten angeboten oder beworben müssen, fußen auf derselben gesetzlichen Grundlagen und unterliegen derselben Beaufsichtigung.
2. **Gesetzliche Definition** der Finanzberatung im besten Kundeninteresse (**Best-Advice**): Diese Definition schließt unter anderem ein, dass Verbraucherbedarfe sowie sämtliche Restriktionen, wie Risikobereitschaft, Risikotragfähigkeit, Flexibilitätserfordernisse oder andere finanzielle Bedingungen, die für die Empfehlung relevant sind, qualifiziert zu erheben und in der Anlageempfehlung zu berücksichtigen sind.
3. **Trennung von Verkauf und Beratung** – übergangsweise **klares Preisschild** bei Mischformen aus Verkauf und Beratung.

## 1. Einheitliche Rechtsgrundlage und Aufsicht

Die Regeln und die Aufsicht der Beratung und des Vertriebs von Finanzprodukten sind in Deutschland sehr unterschiedlich geregelt und abhängig von der Art des Finanzprodukts. Auch wenn mit den unterschiedlichen Finanzprodukten dieselben Anlageziele bedient werden können (substituierbare Produkte), gelten unterschiedliche Regeln hinsichtlich der Transparenz von Provisionen, hinsichtlich der Dokumentation eines Beratungsgesprächs und der allgemeinen Wohlverhaltenspflichten. So müssen in der Beratung zu kapitalansparenden Versicherungen keine Provisionen offengelegt werden. Die Beratung unterliegt der Aufsicht der Industrie- und Handelskammern. Die Aufsicht über die Beratung und den Verkauf von Vermögensanlagen des grauen Kapitalmarktes liegt überwiegend bei den Gewerbeämtern, Verkauf und Beratung zu wertpapierbasierten Anlagen unterliegen der Kontrolle der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin).

Verbraucher können das unterschiedliche Schutzniveau je nach Vertriebsweg und Produktform nicht erkennen. Der geltende Rechtsrahmen muss an den berechtigten Erwartungen von Verbrauchern ansetzen und diese absichern.

**Die Regulierung über die Beratung zu Finanzprodukten ist über alle kapitalansparenden Produkte (u.a. Kapitallebens- und Rentenversicherungen, Bausparpläne, Spareinlagen) hinweg einheitlich zu regeln. Die Kontrolle der Einhaltung der Vorschriften sollte generell bei der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht liegen.**

## 2. Gesetzliche Definition von Finanzberatung im besten Kundeninteresse (Best-Advice)

Derzeit ist für die Beratung zu Wertpapieren und Vermögensanlagen ein sogenannter Geeignetheitstest gesetzlich vorgeschrieben. In der Versicherungsvermittlung ist der erforderliche Beratungsaufwand sogar abhängig von der zu zahlenden Prämie. Daneben gilt die BGH-Rechtsprechung zur anleger- und anlagegerechten Beratung. Die Untersuchung belegt, dass weder der vorgeschriebene Geeignetheitstest noch die BGH-Rechtsprechung dazu führen, dass Verbrauchern bedarfsgerechte Finanzprodukte angeboten werden. Dies liegt meist an der hohen Kostenbelastung der empfohlenen Produkte. Die Bedarfsgerechtigkeit scheitert aber auch daran, dass Produkte empfohlen werden, die zu unflexibel, zu riskant oder zu renditeschwach sind. Bei den Empfehlungen konkurrieren stets die Interessen des Produktverkäufers (hohe Margen und Provisionen) und die Interessen der Ratsuchenden (passende und günstige Produkte) umeinander. Für eine bedarfsgerechte Beratung muss sich die Beratung aber allein an den Interessen der Ratsuchenden orientieren. Dies gilt es im Sinne eines Best-Advice Ansatzes gesetzlich klarzustellen und hierbei folgendes einzuschließen:

- Berater haben zu prüfen, ob es vorteilhaft ist, zunächst bestehende Kreditverbindlichkeiten abzulösen.
- Berater haben die Risikobereitschaft von Verbrauchern mittels valider Methoden zu explorieren. Da Risiken untrennbar mit Renditechancen verbunden sind, ist die valide Erhebung der Risikobereitschaft im Beratungsprozess von herausragender Bedeutung.

**Finanzberatung muss im besten Kundeninteresse erfolgen (Best-Advice-Ansatz). Um dies sicherzustellen, bedarf es einer eindeutigen gesetzlichen Definition.**

### **3. Trennung von Verkauf und Beratung – übergangsweise klares Preisschild bei Mischformen aus Verkauf und Beratung**

Beratung zu Finanzprodukten findet heute nahezu ausschließlich durch Finanzvermittler in Verbindung mit dem Verkauf dieser Produkte statt. Finanzvermittler verdienen durch die in die Produkte einkalkulierten Provisionen. Es besteht ein Anreiz bei Verbrauchern, einen Vertragsabschluss zu generieren. Verbraucherkontakte ohne Vertragsabschluss sind für Finanzvermittler ein Verlustgeschäft. Dies führt dazu, dass für Vermittler der Anreiz besteht, stets neue Bedarfe zu ermitteln, Umschichtungen und Umdeckungen im bestehenden Portfolio zu empfehlen und vornehmlich Produkte anzubieten, deren Vermittlung durch den Anbieter des Produktes attraktiv vergütet wird. Eine Beratung, die stets auf eine Produktvermittlung zielt, wird es daher schwer haben, zu einer Empfehlung zu kommen, der ausschließlich das Interesse des ratsuchenden Verbrauchers zugrunde liegt. Auch die aufgrund von MiFID2 geplante „unabhängige Beratung“ zielt noch immer auf Produktvermittlung ab, weil potentiell das Interesse aufrechterhalten bleibt, Produkten von Anbietern zu empfehlen, mit denen Berater in einem wirtschaftlichen Zusammenhang stehen (Hausmarke, Konzernverbund). Damit haben Verbraucher es weiter schwer, sich selbstbestimmt für eine Finanzberatung zu entscheiden, welche frei ist von Vertriebsinteressen.

Für die Beratung gilt: Der Gesetzgeber muss den Interessenkonflikt endlich im Verbraucherinteresse vollständig auflösen. Die bisherigen Bemühungen, den Konflikt lediglich transparent zu machen, sind keine Lösung für das Problem, dass nicht bedarfsgerechte Produkte empfohlen werden. Nur ein gesetzliches Verbot von Provisionen, Margen und anderen Zuwendungen sichert die Erwartung von Verbrauchern ab, dass das Beratungsergebnis unabhängig ist vom Einfluss Dritter. Beratung hat stets im besten Kundeninteresse zu erfolgen.

Mischformen aus Verkauf und Beratung entziehen sich dem Wettbewerb, denn Preise und Leistungen der Beratung einerseits werden mit dem Preis für das Produkt und die Produktvermittlung andererseits vermischt. Wettbewerb um die besten Produkte oder die besten Beratungsleistungen kann sich so nicht entfalten. Beispiel: Der Preis für die Beratung zu und die Vermittlung von Produkten setzt sich aus Abschluss- und Bestandsprovisionen im Kommissionsgeschäft zusammen sowie aus Margen im Festpreisgeschäft. Der Preis ist weder transparent noch kann er mit einem Beratungshonorar und einem Entgelt für den Produkteinkauf verglichen werden. Für

die Entfaltung von Wettbewerb sind klare Preisschilder im Verkauf sowie in der Beratung erforderlich. Die Aufklärung über den Preis einer Beratung ist in einer rechnungsähnlichen und standardisierten Form zu gestalten.

**In der Finanzberatung sind Interessen der Produktgeber vollständig auszuschließen. Dies ist nur möglich, wenn die Vereinnahmung von Provisionen, Margen oder sonstiger Zuwendungen ausgeschlossen ist. In der Finanzberatung muss die Empfehlung eigener oder aus dem Konzernverbund stammender Finanzinstrumente gegen Provision oder als Festpreisgeschäft strikt ausgeschlossen sein.**

Dezember 2015

### **Kontakt**

Verbraucherzentrale Bundesverband  
Team Finanzen  
Markgrafenstraße 66  
10969 Berlin  
[finanzen@vzbv.de](mailto:finanzen@vzbv.de)