



Provisionen in der Finanzberatung - Thesen und Forderungen

Initiative Finanzmarktwächter der Verbraucherzentralen
Verbraucherzentrale Bundesverband – vzbv
Markgrafenstraße 66
10969 Berlin
Tel.: 030 – 258 00 304
Fax: 030 – 258 00 318
finanzmarktwaechter@verbraucherzentrale.de

Thesen zur provisionsbasierten Finanzberatung

1. Verbraucher haben einen **Bedarf an qualifizierter persönlicher Finanzberatung**. Der Anteil der Selbstentscheider, die ohne Expertenrat auskommt, ist in der Minderheit und umso kleiner, je komplizierter die zu treffenden Entscheidungen und Produkte sind.
2. Berater, Beraterfirmen und Banken **erwecken im Vertrieb von Finanzprodukten den Eindruck, Dienstleister des Verbrauchers** zu sein. Tatsächlich stehen sie aber **im Lager des Herstellers der Finanzprodukte**.
3. Gegenüber Verbrauchern wird bis heute der falsche Eindruck vermittelt, dass provisionsbasierte Finanzberatung kostenlos sei. Die Wahrheit ist jedoch, dass der **wahre Preis der Beratung verschleiert**, ungenau dargestellt oder gar verweigert wird.
4. Der **wirtschaftliche Erfolg** der provisionsbasierten Finanzberatung misst sich **nicht an der Qualität der Beratungsleistungen**, sondern an den vermittelten Anlagebeträgen und den dabei verdienten Provisionen und sonstigen Vergütungen.
5. Die Finanzierung der Beratung über Provisionen und Vergütungen von dritter Seite schafft **einen grundlegenden Interessenkonflikt** zwischen der Orientierung am Bedarf der Verbraucher und der Gewinnerzielungsabsicht des Vermittlers. Diesem Konflikt können sich auf Dauer selbst integere und kundenorientierte Finanzvermittler nicht vollkommen entziehen.
6. Die Provisionsvergütung schafft ein Milieu, in dem die **Produkt- und Beratungsqualität systematisch unterentwickelt** bleibt. Es werden Fehlanreize gesetzt, die zu schlechten Beratungen führen. Die Vielzahl von Klagen über schlechte Beratungen und Provisionsschinderei zeigen das deutlich.
7. Da nicht der Kundennutzen, sondern die Maximierung der Provisionserlöse das Ziel ist, tendiert die provisionsbasierte Finanzberatung dazu, Ratsuchenden **nicht bedarfsgerechte Produkte zu strukturell überhöhten Preisen** zu verkaufen. Eine besonders perfide „Logik“ dieser Marktorganisation ist, dass die Produzenten **schlechterer Finanzprodukte tendenziell höhere Provisionen** zahlen müssen, um einen Anreiz für Finanzberater zu schaffen, diese Produkte in ihr Empfehlungssortiment aufzunehmen.
8. Die scheinbar kostenlose provisionsbasierte Finanzberatung ist für die Kunden, die anschließend Verträge abschließen, in Wirklichkeit eine besonders teure Form der Beratung. Denn aus den Provisionen der erfolgreichen Produktvermittlungen müssen auch die Kosten derjenigen Beratungen abgedeckt werden, an deren Ende es zu keinem Produktabschluss kommt.
9. Das **Verschleiern der wahren Kosten** der Provisionsberatung ist **ursächlich** dafür, **dass Verbraucher der honorarbasierten Finanzberatung skeptisch gegenüber stehen**. Eine honorarbasierte Finanzberatung wird sich aber auch deshalb nicht von selbst am Markt durchsetzen, weil das jetzige Provisionssystem dem Gros der Banken und Finanzvertriebe als weitaus profitabler erscheint.

Forderungen zur Problemlösung

Die **provisionsfinanzierte Beratung** und Vermittlung von Finanzprodukten an Endverbraucher ist der Grund für Interessenkonflikte und unzulängliche Kundenberatungen, die mit immer neuen Vorschriften bestenfalls begrenzt, nicht aber beseitigt werden können. Sie sind daher **zu verbieten**.

Ein **gesetzliches Verbot ist deshalb nötig, weil Vermittler und Vertriebe die Profiteure des Provisionssystems sind und deshalb kein Interesse an einer honorar-basierten Finanzberatung besitzen**. Solange diese die Möglichkeit haben, ihre Finanzberatung im Rahmen des lukrativen Provisionsgeschäftes zu betreiben, so lange werden sie auch alles daran setzen, dass die Alternative Honorarberatung über ein Nischendasein am Markt nicht hinaus kommt. Das zeigt die bisherige Erfahrung nicht nur in Deutschland, sondern in praktisch allen anderen Ländern.

Ein Verbot der provisionsfinanzierten Beratung und Vermittlung von Finanzprodukten kann allerdings nicht von heute auf morgen umgesetzt werden. Dazu bedarf es einer **Übergangszeit**, in der sich Anbieter wie Verbraucher umstellen und die notwendigen Lernerfahrungen machen können. Für eine solche Übergangszeit sollte eine Dauer **von höchstens 10 Jahren** ausreichend sein. Damit sie auch tatsächlich zur Umstellung des Verhaltens und zu Lernerfahrungen genutzt wird, müssen gesetzliche Vorkehrungen getroffen werden, die diese Entwicklung unterstützen.

Forderungen für die Übergangszeit - von maximal 10 Jahren - zur Umstellung auf reine Honorarberatung

In der Übergangszeit bis zu einem Provisionsverbot muss der nach wie vor verbreitete **Irrtum einer scheinbar kostenfreien Finanzberatung** durch eine verbesserte Transparenz über Provisionen und andere Finanzierungsquellen der Beratung **überwunden** werden. Dies bedeutet insbesondere:

1. Eine festgelegte Form für die Offenlegung von Provisionen und sonstigen Finanzierungsquellen, die folgende Anforderungen erfüllt:
 - a) Verbrauchern ist **vor Vertragsabschluss** in klarer und leicht verständlicher Form mitzuteilen, mit welchen Kosten sie über den Umweg von **Provisionen**, anderen **Rückvergütungen** und **sonstigen Vertriebsvergütungen** für die Beratung und Vermittlung des Finanzproduktes belastet werden, um die Eigeninteressen des Verkäufers offenzulegen. Sofern Vertriebe ihre Produkte mit einem Preisnachlass auf den offiziellen Markteinführungspreis beziehen (**Festpreisgeschäfte**), sind diese **Margen** wie eine Provision auszuweisen und offenzulegen.
 - b) Diese **Aufklärung ist in einer rechnungsähnlichen und standardisierten Form** zu gestalten.
 - c) Für **Bestandsprovisionen** bedarf es einer **gesonderten Information**, in der neben der Höhe dieser Provisionen insbesondere auch die **konkreten Gegenleistungen des Anbieters** aufgeführt werden müssen.
 - d) Verbrauchern ist einmal **jährlich eine detaillierte Aufstellung** der erhaltenen Zuwendungen zu übermitteln.
 - e) Die Aufklärung ist in **Euro und Cent** zu erfüllen.
2. Die Hersteller von Finanzprodukten sind zu **verpflichten**, neben ihren provisionshaltigen Produkten **auch provisionsfreie Alternativen anzubieten** oder zumindest dafür zu sorgen, dass solche einkalkulierten Provisionen im Rahmen einer honorar-basierten Finanzberatung an die Verbraucher erstattet werden.
3. Die **steuerliche Benachteiligung der honorar-basierten Finanzberatung gegenüber der provisions-basierten** ist zu beenden.