

Bundesanstalt für
Finanzdienstleistungsaufsicht
Graurheindorfer Str. 108
53117 Bonn

Per E-Mail an: Konsultation-08-22@bafin.de

11.01.2023

Stellungnahme im Rahmen der Konsultation 08/2022 (VA 35-I 4105-2022/0203)

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir bedanken uns für die Gelegenheit, zu dem im Betreff genannten und auf Ihrer Webseite eingestellten Konsultationsverfahren zu einem „Merkblatt zu wohlverhaltensaufsichtlichen Aspekten bei kapitalbildenden Lebensversicherungsprodukten“ mit dem zugehörigen Datenmaterial der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) Stellung nehmen zu dürfen und erlauben uns, folgende Anmerkungen vorzutragen:

I.

Als ältester und mitgliederstärkster Berufsverband vertreten wir seit 1973 die Interessen von derzeit gut 15.000 Mitgliedern und Mitgliedsunternehmen mit insgesamt annähernd 40.000 Vermögensberatern, die monatlich über eine Million Beratungsgespräche führen. Zugleich fühlen wir uns auch den Interessen der rund 6 Millionen Kunden unserer Verbandsmitglieder verpflichtet.

Die Beratungs- und Vermittlungsleistungen unserer Mitglieder beschränken sich auf Produkte des Finanzdienstleistungsmarktes, insbesondere Altersvorsorgeprodukte, Versicherungs- und Bausparverträge, Investmentfonds sowie Baufinanzierungen. Ausdrücklich möchten wir betonen, dass Produkte des Grauen Kapitalmarktes von unseren Verbandsmitgliedern nie vermittelt wurden.

Fast alle unsere Mitglieder sind als Selbständige mit entsprechenden gewerberechtlichen Zulassungen Einzelunternehmen, die als natürliche Personen auf Provisionsbasis arbeiten und dabei auch sozialversicherungspflichtige Mitarbeiter und Auszubildende beschäftigen.

Wir legen Wert auf die Feststellung, dass sich die Mitglieder unseres Verbandes bei ihrer Arbeit seit nahezu 50 Jahren an den 1973 vom Bundesverband Deutscher Vermögensberater aufgestellten „Richtlinien für die Berufsausübung“ und den „Grundsätzen für die Kundenberatung“ orientieren. Lange bevor Wohlverhaltensregeln für Vermittler gesetzlich verankert wurden, waren diese in unserem Verband schon jahrzehntelang gelebte Praxis.

Mit Blick auf die Mitgliederstruktur unseres Verbandes behandeln wir in unserer Stellungnahme insbesondere Fragenstellungen aus dem Blickwinkel unserer Verbandsmitglieder als gebundene Versicherungsvermittler.

II.

Übergeordnete Hinweise

Wir machen darauf aufmerksam, dass wir die **Ratingagentur Assekurata** um eine gutachterliche Einschätzung unserer Stellungnahme zum Merkblattentwurf der BaFin gebeten haben. Es ging uns darum, unsere Auffassungen zum Merkblatt unabhängig und mit hoher Branchenexpertise zu hinterfragen und gegebenenfalls anzureichern. Die entsprechende Einschätzung von Assekurata ist dieser Stellungnahme beigelegt.

Wir regen an, sofern aus Sicht der BaFin sinnvoll und zweckmäßig, im Merkblatt an geeigneter Stelle die zwischenzeitlich zum 2. August 2022 in Kraft getretene Verpflichtung zur Einbindung von **Nachhaltigkeitsaspekten** in der Beratung zu Versicherungsanlageprodukten zu berücksichtigen.

Wegen der Tragweite der im Merkblatt geplanten Regelungen für die Mitglieder unseres Verbandes bitten wir im Nachgang zur schriftlichen Konsultation um die Möglichkeit zur Teilnahme an einer **Anhörung** der wichtigsten Verbände durch Vertreter der BaFin und ggf. des BMF, um offene Fragen beantworten und unsere wichtigsten Standpunkte ggf. nochmals erläutern zu können.

III.

Kernaussagen (Abstract)

- 1. Der Hauptnutzen einer Lebensversicherung ist nicht allein die Rendite, sondern die ausschließlich der Lebensversicherung eigene Verbindung von Kapitalbildung, Biometrie und Rendite.**
- 2. Auch die Produktflexibilität und -vielfalt, der Kundenservice und die Beratung stiften explizit zu berücksichtigenden Kundennutzen und damit Produktqualität.**
- 3. Es sollte im Ermessen des Kunden liegen, welches Gewicht den einzelnen Nutzenkomponenten einer Lebensversicherung am Ende zukommt.**
- 4. Eine Mindestrendite von 2% nach Kosten verdrängt Produkte mit Garantien wie zum Beispiel die Riesterreute über das Produktfreigabeverfahren vom Markt.**
- 5. Staatliche Förderung für Lebensversicherungen wie Steuervorteile und Zulagen müssten, anders als im Merkblatt angelegt, bei der Rendite aus Kundensicht mitberücksichtigt werden.**
- 6. Eine Mindestrendite von 2% nach Kosten privilegiert die fondsgebundene Lebensversicherung, die nicht immer im Einklang mit den Kundeninteressen steht.**
- 7. Maßnahmen zur Renditeverbesserung durch Kostensenkungen können zum Rückbau der Biometrie führen und nähern so Lebensversicherungen klassischen Sparplänen an.**
- 8. Die Forderung einer bei der Produktentwicklung zu berücksichtigenden Mindestrendite einerseits steht im Widerspruch zur Regelung eines Höchstrechnungszinses andererseits.**
- 9. Maßnahmen zur Renditeverbesserung durch Kostensenkungen privilegieren das Geschäftsmodell der Direktversicherung zulasten dem der Serviceversicherer.**
- 10. Die einseitige Fokussierung von Kostensenkungserfordernissen auf die Abschluss- und Vertriebskosten wird das Beratungsangebot stark verknappen, und Kunden werden nicht mehr in der Breite vorsorgen oder die falschen Verträge abschließen.**
- 11. Die einseitige Fokussierung von Kostensenkungserfordernissen auf die Abschluss- und Vertriebskosten ist ein Provisionsrichtwert bzw. Provisionsdeckel durch die Hintertür.**
- 12. Die einseitige Fokussierung von Kostensenkungserfordernissen auf die Abschluss- und Vertriebskosten diskriminiert den Vertrieb im Vergleich zu anderen Kostenträgern.**
- 13. Eine noch weitergehende Besserstellung von Verträgen, die vor Ablauf beendet werden, setzt Fehlanreize für Kunden.**
- 14. Die Verpflichtung zur Definition eines Zielmarktes für vorzeitig beendete Verträge schadet der Reputation der Lebensversicherung als Altersvorsorgeinstrument.**
- 15. Viele Tätigkeiten der Vermittler und deren Vergütung sind entgegen den Darstellungen im Merkblatt nicht relevant für Fehlanreize und deshalb bei deren Überprüfung auszugrenzen.**

IV.

Kundennutzen (S. 3 ff. Merkblatt)

a. Grundverständnis zum Kundennutzen

Im Merkblatt wird ausgeführt, dass Lebensversicherungen den Zielen, Interessen und Merkmalen des Zielmarktes Rechnung zu tragen haben. Das individuelle Produkt habe dabei einen angemessenen Kundennutzen zu bewirken. Sodann wird auf Seite 4 des Merkblattes die These formuliert, nach der die Absicherung biometrischer Risiken in der Ansparphase im Verkauf keine nennenswerte Rolle spiele. Stattdessen sei der maßgebliche Kundennutzen die Rendite.

Daraus werden Pflichten für das Produktfreigabeverfahren abgeleitet. Insbesondere haben sich Versicherer bei der Prüfung der Produkte mit dem Zusammenhang zwischen Kosten, Inflation und Rendite auseinanderzusetzen und zu berechnen, ob mit den kalkulierten Effektivkosten mit hinreichender Wahrscheinlichkeit eine Mindestrendite nach Kosten erzielt wird, die langfristig einen „realen Anlageerfolg“ sicherstellt. Als geeignete Zielmarke definiert das Merkblatt das mittelfristige EZB-Inflationsziel von 2%. Dies führt im Umkehrschluss dazu, dass der beabsichtigte Kundennutzen vermeintlich in Frage zu stellen wäre, wenn die Rendite nach Kosten unterhalb von 2% liegt. Dies ist bei der Produktfreigabe und / oder bei der Zielmarktdefinition zu berücksichtigen. **Insoweit wird hier de facto eine Mindestrendite definiert.**

b. Ausgrenzung biometrischer Risiken

Die über 15.000 Mitglieder unseres Verbandes sind durchgängig Allfinanzberater. Sie bieten deshalb ihren Kunden je nach Bedarf Risikolebensversicherungen, kapitalbildende Lebens- und Rentenversicherungen (mit Garantien und / oder fondsgebunden) sowie reine Fondssparpläne ohne Versicherungsmantel an.

Vor diesem Hintergrund **können wir aus der Praxis heraus nicht bestätigen, dass, wie im Merkblatt ausgeführt, die Biometrie beim Abschluss keine Rolle spielt.** Im Gegenteil: Entscheidet sich der Kunde gegen einen Fondssparplan und für die Lebensversicherung, sind immer biometrische Risiken mit ausschlaggebend. Die Option, schon beim Abschluss und mit diesem eine lebenslang garantierte Rente beziehen zu können, ist entscheidend. Auch die Absicherung der Familie, von Lebenspartnerinnen und Lebenspartnern oder einer Baufinanzierung gegen das Todesfallrisiko sind Motive. Zudem werden sehr viele Verträge mit weiteren biometrischen Bausteinen kombiniert, vor allem Beitragsfreistellungen oder Leistungen im Falle von Berufs- bzw. Erwerbsunfähigkeit oder dem Verlust von Grundfähigkeiten.

Ginge es lediglich um den Aufbau eines Verrentungskapitals und die Rendite, wäre der Fondssparplan das zweckmäßigere Produkt, da es keine einschränkenden Vorschriften zur Kapitalanlage im Sinne des Grundsatzes der unternehmerischen Vorsicht unter Solvency II gibt und weil keine Kosten für Biometrie entstehen.

Eine zentrale Prämisse des Merkblattes ist insoweit aus unserer Sicht in Frage zu stellen: **Lebensversicherungen sind sowohl Rendite- als auch Biometrieprodukte.** Und Biometrie hat ihren Preis, den der Kunde zulasten der Rendite zu zahlen bereit ist. Die BaFin weist darauf selber auf ihren Webseiten hin: Die Kapitallebensversicherung stellt eine Kombination aus einer Risikolebensversicherung mit Zahlung im Todesfall und einem langfristigen Sparvorgang mit

Zahlung nach Ende der Laufzeit mit Zinsen dar (Quelle: https://www.bafin.de/DE/Verbraucher/Versicherung/Produkte/Leben/kapitalleben_artikel.html).

c. Sicherheit der Geldanlage

Gerade deutsche Sparer haben eine erhebliche Risikoaversion und legen großen Wert auf nominellen Kapitalerhalt. Dies belegen die immens hohen Bestände an zinslosen Sicht- und Termineinlagen deutscher Sparer. Kunden schließen kapitalbildende Lebensversicherungen ab, weil sie wissen, dass ihr Geld bei den deutschen Lebensversicherern gut aufgehoben (sicher) ist. (Total)Verluste wie bei anderen Anlagen sind nahezu ausgeschlossen. Das umschließt auch fondsgebundene Lebensversicherungen (Hybridprodukte), soweit diese durch die Fondsauswahl und Kapitalanlage zum Ende der Beitragszahlungsdauer zumindest den vollständigen oder weitgehenden Kapitalerhalt und danach eine lebenslang garantierte Rente gewährleisten. Die Kunden akzeptieren dabei – im Regelfall aufgrund der Beratung durch den Vermittler - den **Preis für Sicherheit in Form von Renditeverzicht**.

d. Renditeziel

Neben der rechnermäßigen Verzinsung geht in die Kundenrendite die Überschussbeteiligung ein. Das im Merkblatt festgelegte Mindestrenditeziel in Höhe von 2% **nach** Kosten entspricht mit Blick auf die mittleren Effektivkostensätze der Lebensversicherer laut BaFin Umfrage aus 2021 laufzeitabhängig zwischen 3,89% (12 Jahre Laufzeit) und 3,12% Rendite (40 Jahre Laufzeit) **vor** Kosten. Diese Rendite ist nach den letzten Untersuchungen zur Rendite von Lebensversicherungen der Assekurata Assekuranz Rating-Agentur GmbH **für kapitalbildende Lebensversicherungen mit Garantien und ohne Fondsbindung** weitgehend unrealistisch. Folgt man den Ausführungen des Merkblattes, dürften zukünftig solche Tarife im Produktfreigabeverfahren scheitern. Da die dabei durchzuführenden Prüfungen regelmäßig auch im Bestand anzuwenden sind (Seite 15 des Merkblattes), müssten nach unserem Verständnis laufende Verträge, z.B. im Rahmen von Dynamikerhöhungen oder Zuzahlungen, in Frage gestellt werden.

Bei fondsgebundenen Verträgen hängt die Rendite maßgeblich davon ab, welche Fondskategorie der Kunde gewählt hat und wie sich die dem Fonds zugrunde liegenden Parameter der Kapitalmärkte entwickeln. Zusammenhänge mit der Inflationsrate gibt es hierbei nur mittelbar. Letztere erscheint deshalb als Orientierungsgröße für eine Mindestrendite nur bedingt geeignet.

e. Renditeziel und staatliche Förderung

Was würde bei Anwendung der Regelungen des Merkblattes mit den rund 16 Millionen Riesterverträgen mit Bruttobeitragsgarantie geschehen? Sofern diese im Rahmen des Produktfreigabeverfahrens mit den Regeln des Merkblattes erneut zu prüfen wären, müsste das Geschäft eingestellt werden. Denn **mit Bruttobeitragsgarantie lassen sich 2% Rendite nach Kosten nicht darstellen**.

Durch staatliche Zulagen erreicht das Produkt aus Sicht des Kunden teilweise Renditen im zweistelligen Prozentbereich. Nach Maßgabe des Merkblattes dürfen aber Renditeeffekte aus staatlichen Zulagen oder steuerlichen Vorteilen nicht einbezogen werden. Wir halten dies für methodisch falsch. **Der Kunde könnte von den Zulagen nicht profitieren, wenn nicht der Versicherer mit dem Produkt den Mantel dafür stellen und die staatliche Förderung in das**

Produkt einbinden würde, was bekanntlich mit erheblichem zusätzlichem Kostenaufwand verbunden ist. Genau dieser ist aber - neben der Bruttobeitragsgarantie und den niedrigen Durchschnittsbeiträgen - eine Ursache dafür, dass das Riesterprodukt ohne Zulagen Renditeschwächen hat.

f. Mindestrendite und Höchstrechnungszins

Wir sehen einen Konflikt zwischen der Forderung einer bei der Produktentwicklung zu berücksichtigenden Mindestrendite und der Regelung eines Höchstrechnungszinses. Mit letzterem wird den Lebensversicherern vorgeschrieben, mit welcher Rendite sie maximal kalkulieren dürfen. Der Zins orientiert sich dabei vor allem an den Renditen für festverzinsliche Anlagen von Emittenten mit hoher Bonität (z.B. Bundesanleihen). Zudem werden Sicherheitsabschläge eingerechnet. Mit diesem konservativen Kalkulationsansatz wird verhindert, dass Garantien nicht eingehalten werden können, weil die Renditen zu optimistisch kalkuliert wurden.

Im Merkblatt wird diese aus unserer Sicht richtige „Philosophie“ aufgegeben und stattdessen die Inflationsrate als Orientierungsgröße herangezogen. **Mit dem Höchstrechnungszins werden maximal zulässige Renditeansätze definiert, mit dem Merkblatt soll als Zielgröße eine minimale Rendite etabliert werden.** Allein die Tatsache, dass zwischen dem aktuellen Höchstrechnungszins in Höhe von 0,25% und dem Mindestrenditeziel von 2% nach Kosten eine erhebliche Differenz besteht, zeigt den Widerspruch deutlich auf. Indirekt würde damit für kapitalbildende Lebensversicherungen auch eine neue Mindestgröße für die Überschussbeteiligung der Versicherten eingeführt, deren Zulässigkeit mit den Vorschriften der Mindestzuführungsverordnung zu hinterfragen ist.

Mit dem Merkblatt wird so mit einer jahrzehntelang bewährten Praxis gebrochen, die in erster Linie die dauernde Erfüllbarkeit der Leistungsversprechen im Blick hatte.

g. Weitere Nutzenkomponente: Qualitative Produkteigenschaften

In der Lebensversicherung gibt es bei den Produkten und Kapitalanlagen eine Vielzahl von Gestaltungsoptionen, deren Nutzung sich erheblich unterscheiden kann. Je vielfältiger die Optionen für den Kunden beim Abschluss und während der Vertragslaufzeit sind, desto eher lässt sich das Produkt auf den individuellen Bedarf und die jeweilige Lebenssituation zuschneiden. Flexibel gestaltbare Produkte sind aber regelmäßig kostenintensiver als Standardprodukte mit wenigen Optionen. Erwähnt seien dazu die Erfordernisse und Kosten bei der Hinterlegung der Produktvarianten in der Beratungssoftware und in den Bestandsführungssystemen. Bei einem pauschalen Mindestrenditeziel wären Versicherer vor allem bei ungünstigen Kapitalmarktsituationen gezwungen, ihre Kosten durch Rückbau der Produktvielfalt zu senken. Dies widerspricht dem Interesse vieler Kunden.

h. Weitere Nutzenkomponente: Servicelevel

Beim Abschluss und während der Laufzeit einer Lebensversicherung gibt es je nach Vertrag und Kunde weniger, aber auch mehr Kontaktpunkte zwischen Lebensversicherer und Kunde. Nahezu jeder Kunde erwartet, dass in solchen Fällen der Versicherer schnell, zuverlässig und verbindlich agiert und kommuniziert. Die Praxis ist aber häufig eine andere. Denn die Erfüllung dieser Anforderungen erfordert vollfunktionsfähige IT-Systeme, ausreichend bemessene Servicekapazität

zitäten und gut qualifizierte Mitarbeiter. All dies verursacht höhere Kosten als beispielsweise ein knapp bestücktes Call-Center mit Ziffernsteuerung, langen Wartezeiten und wechselnden Ansprechpartnern oder ein Sprachcomputer. Mindestrenditeziele hätten vor diesem Hintergrund negativen Einfluss auf die Bemühungen der meisten Versicherer um guten Kundenservice, an dem nach unserer Auffassung auch die BaFin ein Interesse haben sollte.

i. Weitere Nutzenkomponente: Persönliche Beratung und Betreuung vor Ort

Die meisten der heute bestehenden, über 80 Millionen Lebensversicherungsverträge wären ohne einen Berater vor Ort gar nicht zustande gekommen. Dieser verdeutlicht die Notwendigkeit privater Vorsorge, ermittelt den Bedarf, erläutert Vorsorgemöglichkeiten, hilft beim Ausfüllen von Formularen und leistet während der Vertragslaufzeit Service. In der fondsgebundenen Lebensversicherung ist dabei der Aufwand besonders hoch, da zusätzlich das Prinzip des Fondssparens mit all seinen Möglichkeiten erklärt und die Fondsauswahl während der Laufzeit angepasst werden müssen. Auf entsprechende Verpflichtungen seitens des Versicherers und des Vermittlers geht das Merkblatt ein (Seite 13). Das Thema Nachhaltigkeit hat die Beratungserfordernisse ganz aktuell noch erhöht.

Ohne die Vermittler vor Ort wären weder die Lebensversicherung marktfähig noch die Beratungspflichten großflächig umzusetzen. Bildlich gesprochen: Mit Ausnahme der Direktversicherer würden die Produkte ungenutzt in den Regalen der Versicherer verbleiben. Dies hätte gravierende negative Auswirkungen auf das Biometrie- und Alterssicherungsniveau der Bevölkerung.

Um aber alle diese Leistungen erbringen zu können, müssen die Vermittler Ressourcen einsetzen. Die dafür anfallenden Kosten erstatten die Versicherer überwiegend in Form von Provisionen, die dann ihrerseits Kosten des Versicherers sind. Werden die Versicherer über Mindestrenditeziele gezwungen, diese Kosten zu senken, muss dies Auswirkungen auf die Beratungskapazitäten und auf die Qualität der Beratung haben. Wie steht eine solche Intention zum Anspruch einer im Interesse des Kunden bestmöglichen Beratung? Und wie lassen sich zu erwartende rückläufige Beratungskapazitäten vereinbaren mit der sozialpolitisch begründeten Notwendigkeit, die Bürger mehr denn je zur privaten Altersvorsorge und vor allem zur Absicherung des biometrischen Langlebkeitsrisikos zu motivieren?

k. Schlussfolgerungen

Wie aufgezeigt besteht der Nutzen einer Lebensversicherung aus einer ganzen Reihe von Parametern, die alle bei Kosten-/Nutzenabwägungen mit einzubeziehen sind. Die Bedeutung der Parameter unterscheidet sich von Kunde zu Kunde. So gibt es Kunden, die viel Biometrie, ein individualisierbares Produkt, guten Kundenservice und persönliche Beratung wünschen und dafür Zugeständnisse bei der Rendite machen. Nach unserer Auffassung ist es **nicht Aufgabe der BaFin, für den Kunden eine Priorisierung bzw. Monopolisierung zugunsten der Rendite zu etablieren.**

In diesem Zusammenhang weisen wir darauf hin, dass eine solche Praxis wettbewerbsbeschränkende Wirkungen hätte. Die Lebensversicherer würden durch Kostendruck zunehmend gezwungen sein, biometrische Absicherungskomponenten zurückzunehmen, die Produktvielfalt zu reduzieren, das Serviceniveau abzusenken und auf ein persönliches Beratungsangebot und Service vor Ort zu verzichten.

Lebensversicherungen würden sich so immer mehr Fondssparplänen annähern, wären diesen aber im Wettbewerb als reines Anlageprodukt unterlegen. Auch würde so das Geschäftsmodell der Direktversicherung ohne persönliche Beratung und mit immensen Marketingkosten privilegiert werden. Diese Modelle konnten sich aber in der privaten Altersvorsorge in den letzten Jahrzehnten keine nennenswerten Marktanteile erarbeiten. Hingegen werden Serviceversicherer mit persönlicher Beratung vor Ort, deren Geschäftsmodell sich über Jahrzehnte bewährt hat, dieses unter Kostendruck verändern müssen. Insbesondere würde sich das Angebot an Beratungsleistungen vermutlich signifikant reduzieren. Damit verbunden wäre das Risiko, dass weite Teile der Bevölkerung gar keine Beratung mehr erhalten, nicht mehr zur privaten Altersvorsorge motiviert werden oder Produkte abschließen, die nicht bedarfsgerecht sind. Eine im November 2021 durchgeführte repräsentative Umfrage des Marktforschungsunternehmens Kantar belegt, dass für 80% der Befragten eine Beratung unerlässlich ist. **Damit steht das Votum von vielen Millionen Kunden im Widerspruch zur Intention der BaFin.**

Wir haben Zweifel daran, dass es den Prinzipien der Lebensversicherung entspricht, deren Rendite auf dem Wege von einseitigen Kostensenkungen verbessern zu müssen. Niedrige Renditen sind das Ergebnis von Garantieverprechen, von niedrigen Zinsen sowie von produktimmanenten Kapitalanlagelimitierungen und nicht primär das von Kosten für die Bereitstellung und den Betrieb des Produktes. **Es ist wissenschaftlich nachgewiesen, dass der Renditehebel der Kapitalanlagen weitaus größer ist als der eines Kostendeckels**, der mit dem Merkblatt implizit über das Mindestrenditeziel und der Fokussierung auf Kosten gesetzt werden soll (vgl. dazu Jochen Ruß et al., Regulierung von Provisionen, Hohenheim 2018). Die Hebel in der Ausgestaltung der Kapitalanlage zur Erhöhung der Kundenrendite adressiert das Merkblatt jedoch nicht.

V.

Ausgewählte Kostenpositionen (S. 6 ff. Merkblatt)

a. Storno

Wir hinterfragen den im Merkblatt gewählten Ansatz, nach dem die Rendite bei vorzeitig beendeten Verträgen denen gleichzustellen ist, die erfüllt wurden. Lebensversicherungen werden nicht mit dem Ziel einer vorzeitigen Beendigung abgeschlossen. Auf die in der Vergangenheit bereits realisierten Verbesserungen bei vorzeitiger Beendigung weisen wir hin.

Nach unserer Auffassung hat ein Kunde, der warum auch immer seinen vertraglichen Verpflichtungen nicht nachkommt, mit Nachteilen zu rechnen. Bei Baufinanzierungen sind Vorfälligkeitsentschädigungen zu leisten, bei Leasingverträgen gibt es Strafgeldern und bei vielen anderen Dauerschuldverhältnissen gibt es längere Kündigungsfristen, bis zu deren Ablauf auch ohne weitere Inanspruchnahme der Leistung die monatlichen Raten zu zahlen sind.

Am Rande sei ein aus unserer Sicht wirksamer pädagogischer Aspekt erwähnt: Dieser gilt Kunden, die ihre Lebensversicherung nicht aus zwingenden Gründen, sondern für Konsumausgaben beenden, was entsprechend negative Auswirkungen auf die Altersvorsorge und Einnahmensituation im Rentenalter nach sich ziehen kann. Aus gutem Grund kann deshalb die gesetzliche Rente nicht „geplündert“ werden. Werden im Gegensatz dazu in der korrespondie-

renden privaten Rentenversicherung wirtschaftliche Hürden, die mit einer Kündigung verbunden sind, sogar beseitigt, **fördert dies als Fehlanreiz geradezu die Neigung der Kunden, Verträge vorzeitig zu beenden**. Wir weisen darauf hin, dass es eine der wichtigen Aufgaben der Vermittler ist, ihren Kunden in solchen Fällen Wege (wie die Beitragsfreistellung oder Summen- und Beitragsreduzierungen) aufzuzeigen, mit denen bereits aufgebaute Altersvorsorge erhalten und fortgeführt werden kann.

Weiterhin ist für uns nicht verständlich, warum die BaFin Versicherer mit hohen Stornoquoten anhalten will, die Prämienkalkulation, die Kapitalanlagen, die Renditezuteilung und das Kostenmanagement und damit das gesamte Geschäftsmodell auf das Ziel vorzeitiger Vertragsbeendigungen auszurichten. Im Bereich der Kapitalanlagen muss dies beispielsweise zu höherer Liquiditätshaltung führen, was die Rendite schmälert. Ist es wirklich der richtige Ansatz, dass Lebensversicherer nach Maßgabe der BaFin einen Zielmarkt definieren, der gewissermaßen planmäßig auf vorzeitige Vertragsbeendigungen abstellt und ihr Geschäftsmodell entsprechend ausrichten? Dies würde die Grundprinzipien in der Lebensversicherung im Sinne des langfristigen Kollektivausgleichs konterkarieren. Und wie wäre dies mit dem sozialpolitischen Auftrag der Lebensversicherung, einen substanziellen Beitrag zum Alterssicherungsniveau der Bevölkerung zu leisten, vereinbar?

Auf Seite 8 des Merkblattes wird darauf hingewiesen, dass der Kunde bei vorzeitiger Vertragsbeendigung auf den frontlastigen Kosten (Abschlussprovisionen) sitzen bleibt. Dies legt die Schlussfolgerung nahe, als hätte der Kunde für etwas bezahlt, das er gar nicht erhalten hat. **Wir weisen darauf hin, dass der Kunde für diese Kosten mit der Beratung durch den Vermittler durchaus bereits eine werthaltige Dienstleistung erhalten hat**. Insoweit ist es richtig und angemessen, dass der Vermittler zeitnah zur Erbringung seiner Leistung eine Vergütung erhält. Es liegt in der Natur der Sache, dass die dadurch vom Lebensversicherer an den Vermittler geflossenen Mittel nicht für die Kapitalanlage zur Verfügung stehen. Auch in der Honorarberatung wären diese Kosten angefallen und im Gegensatz zur Provision während der ersten 5 Vertragsjahre unwiederbringlich bezahlt (siehe dazu auch Ziffer V b. Abs. 4 und 5).

b. Abschluss- und Vertriebskosten; Zielmarkt

Im Merkblatt (Seite 9) wird ausgeführt, dass, sofern hohe Abschluss- und Vertriebskosten den angemessenen Kundennutzen (2% Mindestrendite) in Frage stellen, die Kosten zu analysieren und Maßnahmen zu deren Absenkung zu ergreifen sind.

Hierzu merken wir an, dass die Fertigungstiefe von Vermittlerbetrieben sehr unterschiedlich ausgestaltet sein kann. Vor allem gebundene Vermittler übernehmen weitgehende Serviceaufgaben, mit deren Wahrnehmung sie agenturvertraglich beauftragt sind. Dies erhöht den Kundennutzen durch persönliche Beratung und Servicierung vor Ort und aus einer Hand. **Im Gegenzug entlastet dies die allgemeinen Verwaltungskosten und erhöht optisch die Abschluss- und Vertriebskosten des Versicherers**. Auch weisen wir darauf hin, dass Kostensenkungsmaßnahmen die Qualität der Beratung im Rahmen der Produktvermittlung negativ beeinflussen können, da Vermittler im Zweifel auf rückläufige Einnahmen ihrerseits mit Kostensenkungen reagieren müssen. Praktisch kann dies mit dem Abbau von Innendienstkräften und mit der Einschränkung von Servicezeiten verbunden sein. Wir vertreten insoweit auch hier die Auffassung, dass das besondere Augenmerk im Merkblatt auf Abschluss- und Vertriebskosten zu einseitig ist.

Auf Seite 15 des Merkblatts findet sich der Hinweis darauf, dass sich der Beratungsaufwand und die Abschlusskosten erhöhen, wenn der Zielmarkt breit definiert wird. Eine enge Zielmarktdefinition als Alternative halten wir für ungeeignet, weil darüber Kunden fälschlicherweise ex ante ausgegrenzt werden können. So können sich im Rahmen der Geeignetheitsprüfung Erkenntnisse ergeben, mit denen sie sich dem Zielmarkt am Ende doch zuordnen lassen. **Es gibt keinen besseren Weg als das ausführliche persönliche Gespräch mit dem Kunden, um alle Informationen zu erhalten, die für die Auswahl des richtigen Produktes benötigt werden.** Darüber hinaus führt eine enge Zielmarktdefinition auch zu erhöhten Kosten in der Produktbereitstellung und -verwaltung, so dass nur noch eine begrenzte Auswahl an Produkten in standardisierter Form zur Verfügung steht. Eine umfassende Bedarfsanalyse mit anschließender individueller Beratung und Produktempfehlung ist nicht mehr möglich. Zielmarktdefinitionen sollten nach unserem Verständnis Orientierung geben.

Die Aussage auf Seite 15 (2. Absatz), nach der ein erhöhter Beratungsaufwand tendenziell die Abschlussprovisionen erhöht, ist falsch. Dies ist ein Zusammenhang, der in der Honorarberatung zutrifft, in der Provisionsberatung gerade nicht. Unabhängig davon, ob der Vermittler 3, 5 oder 10 Stunden berät: Er erhält für den gleichen Abschluss die gleiche Vergütung. Beim Honorarberater steigt die Vergütung und damit die Kostenbelastung des Kunden hingegen linear mit dem Beratungsaufwand.

Darin zeigt sich im Übrigen, dass die Rendite der Altersvorsorge bei der Provisionsberatung höher sein kann als bei der Honorarberatung. Denn mit der Honorarzahlung wendet der Kunde für die Beratung ebenfalls Geld auf, das nicht in den Altersvorsorgevertrag fließen und deshalb keine Rendite abwerfen kann. Vor allem bei Kunden mit niedrigen Einkommen, kleinvolumigen Verträgen und deshalb vergleichsweise niedrigen Provisionen kommt dies zum Tragen. Denn eine Altersvorsorgeberatung ist zeitaufwändig und führt so zu einem relativ höheren Honorar, das im Gegensatz zur Provision auch noch mit der vollen Umsatzsteuer belastet ist.

c. Abschluss- und Vertriebskosten im Kontext der Gesamtkosten

Übergeordnet ist kritisch zu hinterfragen, **warum das Merkblatt im Kontext der Diskussion über die Zusammenhänge zwischen Inflation, Kosten und Rendite in erster Linie auf die Abschluss- und Vertriebskosten abstellt?** Im Sinne einer gesamthaften und ausgewogenen Betrachtung ist es erforderlich, auch andere Kostenarten ebenso explizit und detailliert einzubeziehen. Es gibt beispielsweise Versicherer mit weit überdurchschnittlichen IT-Kostensätzen oder hohen Personalkosten. Direktversicherer geben anstelle der Provisionen bei Serviceversicherern viel und vielleicht sogar noch mehr Geld für Google-Adwords und andere Direktmarketingmaßnahmen aus. Vereinzelt gibt es Lebensversicherer mit Außendienst, bei denen die Dividendenzahlungen absolut höher sind als die Provisionsaufwendungen. Für letztere erhält der Kunde eine Gegenleistung in Form einer Beratung. Für Dividenden gibt es keine unmittelbare Gegenleistung.

Genauso wie mit Vertriebs- und Abschlusskosten ließe sich mit allen anderen der genannten Kostenarten die Rendite verbessern. Das Merkblatt thematisiert dies nicht. **Richten sich diese Höchstsätze vor allem auf die Abschluss- und Vertriebskosten, erkennen wir darin einen verkappten Provisionsrichtwert.**

Fehlanreize durch Vertriebsvergütungen (S. 16 ff. Merkblatt)

a. Vertriebsvergütung

Wir vermissen im Merkblatt eine Definition von Vertrieb. Nur mit dieser ließe sich abgrenzen, welcher Teil einer an den Vermittler gezahlten Vergütung eine Vertriebsvergütung ist, die dann möglicherweise im Kontext mit Interessenskonflikten stehen könnte. Auch fehlt mit Blick auf letztere eine **Auseinandersetzung mit alternativen Vergütungsformen für die persönliche Beratung wie zum Beispiel Gehälter für den angestellten Außendienst und Honorare für Honorarberater.** Ebenso wäre es aus unserer Sicht erforderlich, **Risiken und Folgen aufzuzeigen, die entstehen, wenn Bürger vor Ort keine persönliches Beratungsangebot mehr vorfinden, weil dieses „wegrationalisiert“ wurde.**

Die im Merkblatt gewählte, sehr weite Fassung der Vertriebsvergütung ohne gleichzeitige Definition von Vertrieb führt dazu, dass Leistungen eines Vermittlers und deren Vergütung in die Analyse möglicher Fehlanreize einbezogen werden, die augenscheinlich damit nichts zu tun haben. Folgende Praxisbeispiele mögen dies verdeutlichen:

- Der Kunde kann wegen vorübergehender Arbeitslosigkeit seine Beiträge nicht bezahlen und bittet seinen Vermittler um Unterstützung. Dieser veranlasst beim Versicherer eine Beitragsfreistellung.
- Ein Kunde mit Riestervertrag erhält von der Zulagenstelle den Hinweis auf Kürzung von Kinderzulagen wegen eines fehlenden Nachweises von Erziehungszeiten. Der Vermittler nimmt Kontakt mit der Rentenversicherung auf, veranlasst mit entsprechenden Nachweisen des Kunden eine Ergänzung im Versicherungsverlauf und reicht den korrigierten Verlauf bei der Zulagenstelle ein, die rückbelastete Zulagen wieder gutschreibt.
- Aufgrund eines entsprechenden Impulses aus der Kundendatenbank erhält der Vermittler die Information, dass einer seiner Kunden mit fondsgebundener Lebensversicherung das 58. Lebensjahr erreicht. Der Vermittler erläutert dem Kunden ein Konzept zum schrittweisen Wechsel von bisher primär aktieninvestierten Fonds hin zu Fonds mit weniger Risiko bzw. Volatilität, um so das angesammelte Kapital für die Verrentung abzusichern.

Alle diese Leistungen werden nach dem Verständnis des Merkblattes mit Vertriebsvergütungen abgegolten, sind insoweit Vertrieb und deshalb relevant für Fehlanreize. Uns fehlt hierfür mit Blick auf die Beispiele wirklich das Verständnis. **Unsere Bitte wäre, dass hier im Austausch mit der Branche ein praxisgerechtes Verständnis für Vertrieb, Vertriebsvergütungen und ganz generell für die Vielfalt der Aufgaben und Funktionen der Vermittler der Finanzbranche gefunden wird.** Vermittler sind nicht primär Verkäufer. In erster Linie helfen sie ihren Kunden bei allen Arten von finanziellen Fragestellungen. Und dafür dürfen sie eine aufwandsdeckende und angemessene Vergütung erhalten. Und Provisionen haben dabei für den Kunden im Vergleich zu Honoraren oder Gehältern eines angestellten Außendienstes eine Vielzahl von Vorteilen, für die wir werben.

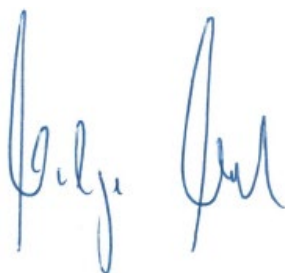
b. Wert des Anreizes

Auf Seite 17 wird darauf hingewiesen, dass für die Beurteilung eines möglichen Interessenskonfliktes die Höhe der Abschlussprovision in Relation zu ihrem Wert aus Sicht des Kunden relevant sei. **Wir bitten um Präzisierung dieser Aussage im Merkblatt.** Andernfalls: Wie soll ein Versicherer im Rahmen seiner Prüfungen feststellen, wie eine Beratung konkret abgelaufen ist, ob sie aus Sicht des Kunden zielführend (wertvoll) war und welche Vergütung aus Sicht des Kunden angemessen gewesen wäre? Uns scheint der hier verfolgte Ansatz nicht praktikabel.

VII.

Wir freuen uns, wenn unsere Anmerkungen und Kommentare im weiteren Beratungsverfahren ihren Niederschlag finden und stehen für weitere Rückfragen und Diskussionen zu diesem Themenbereich auch künftig jederzeit gerne zur Verfügung.

BUNDESVERBAND DEUTSCHER
VERMÖGENSBERATER e.V.



Dr. Helge Lach
Vorsitzender