

Finanzberatung auf Provisionsbasis in der Debatte

Bei der Provisionsberatung verdienen Anlageberater und Versicherungsvermittler Geld, wenn der Kunde sich etwa für den Kauf von Fondsanteilen oder den Abschluss einer Lebensversicherung entscheidet. Eine Praxis, die höchst umstritten ist.



DR. HELGE LACH
Stv. Vorsitzender des
Bundesverbandes Deutscher
Vermögensberater e. V.,
Frankfurt am Main

Pro

Spätestens seit der Lehman-Pleite steht in der Regulierung der Finanzmärkte der Verbraucherschutz an erster Stelle. Doch mittlerweile gibt es selbst in der Politik Zweifel, ob alles, was dabei ursprünglich dem Verbraucherschutz dienen sollte, diesem Anspruch auch wirklich gerecht wird.

Ganz oben auf der Agenda steht bei Verbraucherschützern, die sich mit dem Finanzmarkt beschäftigen, die Provision. Sie sei viel zu hoch und schmälere so die Rendite. Sie verschaffe dem Vermittler ein überzogen hohes Einkommen. Und Provisionen hätten eine Anreizwirkung, die den Berater zur Vermittlung von unpassenden Produkten motivierten. Im Raum steht also der vermeintliche Vorwurf flächendeckender Falschberatung.

Ein genauere Blick lohnt, gerade aus dem Blickwinkel des Verbrauchers. Und es muss die Frage beantwortet werden, welche Alternative zur Provision es gibt. Denn es steht außer Frage, dass die meisten Menschen in Finanzfragen Beratung benötigen, die Geld kostet.

Honorarberatung als Alternative?

Den aktuell rund 200000 Versicherungsvermittlern und 30000 Bank- und Sparkassenfilialen stehen gerade einmal rund 300 Honorarberater und lediglich eine ausschließlich auf Honorarbasis arbeitende Bank mit nach eigenen Angaben gut 10000 Kunden gegenüber. Allein diese eklatanten Unterschiede im Verbreitungsgrad sind ein starkes Indiz dafür, dass die Honorarberatung von den Bürgern kaum angenommen, die Provision aber in der Breite akzeptiert wird.

Die Vor- und Nachteile liegen auf der Hand: Der Kunde muss das Honorar unmittelbar in einer Summe aus der eigenen Liquidität finanzieren, die vielen fehlt. Bei einer umfassenden Anlage- oder Vorsorgeberatung sind dabei mindestens fünf bis zehn Stunden und ein dreistelliger Stundensatz zuzüglich Umsatzsteuer zu veranschlagen. Dieses Honorar wird im Übrigen auch dann

fällig, wenn der Kunde gar keinen Vertrag abschließt und insoweit sein Problem nicht gelöst ist.

Hinzu käme meist ein monatliches Pauschalhonorar für Service, das auch dann anfiel, wenn keine Leistung in Anspruch genommen wird. Alternativ würden Serviceleistungen auf Stundenbasis abgerechnet. Der Kunde müsste also Honorar bezahlen, wenn er Hilfe bei der Kündigung eines Vertrages, bei einer Vertragsänderung oder bei der Schadensregulierung benötigt.

Alle diese Nachteile hat die Provision nicht: Sie wird nur fällig, wenn ein Vertrag zustande kommt. Mit der Abschlussprovision ist der gesamte Service während der Laufzeit des Vertrages – bei Rentenversicherungen können dies mehr als 50 Jahre sein – abgegolten. Die Provision belastet die Liquidität des Kunden minimal, da sie in Kleinstbeträgen in die meist monatlichen Versicherungsbeiträge oder in die Geldanlage eingerechnet ist – und das ohne Umsatzsteuer. Und kündigt ein Kunde seinen Vertrag, bekommt er bei der Provisionsberatung Teile der Provision zurück. Das Honorar hingegen ist unwiederbringlich bezahlt.

Höhe der Provisionen ist angemessen

Die Behauptung, Provisionen seien zu hoch und setzten falsche Anreize, ist nicht haltbar. Es gibt in Deutschland zum Beispiel rund 80 Millionen Lebensversicherungen, aber im Grunde keine Beschwerden über die Beratung – weder bei der Aufsicht noch beim Ombudsmann. Von Missständen zu sprechen entbehrt allein deshalb jeglicher Grundlage. Und rechnet man den Zeitaufwand eines Vermittlers für die Beratung beim Abschluss, für die Vermittlung und den Service während der Vertragslaufzeit zusammen, liegt dieser ganz sicher im Durchschnitt bei über zehn Stunden. Eklatant ist dies zum Beispiel bei der Riester-Rente. Hier muss der Vermittler – neben dem erheblichen Erstberatungsaufwand – im Grunde jedes Jahr dem Kunden bei der Aktualisierung der Daten helfen, da die Förderbedingungen und das Zulagenverfahren so kompliziert gestaltet wurden.

Es gibt auf dem deutschen Finanzmarkt Honorarberater und auf Honorarbasis beratende Verbraucherzentralen. Jedem steht es frei, diese zu nutzen oder sich selbst ohne Berater zum Beispiel mit Hilfe des Internets um seine finanziellen Angelegenheiten zu kümmern. Es gibt also keinen Grund, durch politische Maßnahmen oder mit falschen Behauptungen die Provisionsberatung in Frage zu stellen oder zu diskreditieren. Dies gilt auch für die Höhe der Provision, denn kein Verbraucher wird dazu gezwungen, einen Berater auf Provisionsbasis in Anspruch zu nehmen. Im Gegenteil: Die meisten Menschen wollen von einer vertrauten Person aus ihrem Umfeld beraten werden, die gut ausgebildet ist und auch nach Abschluss mit Rat und Tat zur Seite steht. Dabei ist den Kunden durchaus bewusst, dass für diese wertvolle Dienstleistung eine Provision vergütet wird. Nicht anders lässt sich erklären, dass es diese Vielzahl von Beratern gibt und geben muss.



GERHARD SCHICK
Vorstand der Bürgerbewegung
Finanzwende e. V.,
Berlin

Contra

A&D-Kunden (alt und doof) – so sprachen 2008 manche Banker über ihre Kundschaft, der sie schlechte Produkte aufschwätzen konnten. Mehr als zehn Jahre später ist es an der Zeit, endlich einen Markt für ganzheitliche Finanzberatung ohne Verkaufsinteressen zu entwickeln.

Vor einiger Zeit erzählte ein Versicherungsmanager bei einem Vortrag ganz unverhohlen, dass man die Provisionen für eine Versicherungsart erhöht habe und sich diese seitdem, wie gewünscht, wieder besser verkaufe. Dem Vertrieb wurden also höhere Erträge zugesagt, wenn sie den Menschen genau dieses Produkt empfehlen. Das wirft die Frage auf, ob eigentlich die Fähigkeit des Produkthanbieters, Provisionen zu zahlen, entscheidend sein sollte für den Erfolg von Finanzprodukten oder das Preis-Leistungs-Verhältnis aus Sicht des einzelnen Kunden. Für mich ist das eine typische ordnungspolitische Gestaltungsaufgabe des Staates in einer Marktwirtschaft.

Kundenwünsche als Steuerungsprinzip

Bisher gibt es in Deutschland praktisch keinen Markt für eine ganzheitliche Finanzberatung, bei der der Kunde die Dienstleistung Finanzberatung erhält und dafür bezahlt, wie bei der Rechts- oder Steuerberatung. Der Freiburger Ökonom Walter Eucken, der als Gründungsvater der Sozialen Marktwirtschaft in Deutschland gilt, sah es als staatliche Aufgabe an, mit rechtlichen Rahmenbedingungen Märkte so zu gestalten, dass die Anbieter gezwungen sind, gute Leistungen für die Kunden anzubieten. Die Kundenwünsche sollten das zentrale Steuerungsprinzip in der Marktwirtschaft sein, nicht die Anbieterinteressen. Die Überlegenheit der marktwirtschaftlichen Ordnung ergab sich für Eucken genau aus dieser Steuerung der Produktion durch die Kundenwünsche.

Ihrem Wunsch entsprechend werden die Kunden mit fairer und individueller Beratung gelockt. Doch was sie bekommen, ist Vertrieb. Ich meine, es ist zehn Jah-

re nach der Lehman-Oma Zeit, endlich den Markt für unabhängige Finanzberatung in Deutschland zu entwickeln. Wir erinnern uns: 2008 wurden zu Zeiten der Finanzkrise ältere und unkundige Menschen gezielt in Produkte hinein-„beraten“, mit denen sie ihr Geld aus dem geschützten Bereich der Einlagensicherung oder der deutschen Staatsanleihen herausnahmen und einer Bank anvertrauten, deren Aktienkurs gerade im freien Fall war. Kein wirklicher Berater hätte das empfohlen.

Doch leider ist die Situation heute nicht sonderlich besser. Noch immer zahlt nicht der Kunde für die Dienstleistung „Finanzberatung“, sondern der Anbieter von Finanzdienstleistungen für den Vertrieb. So wird aus dem angebotenen und vom Kunden in der Regel als kostenlose Serviceleistung wahrgenommenen Beratungsgespräch häufig ein reines Verkaufsgespräch für bestimmte Produkte. Schließlich muss der Vermittler oder sein Arbeitgeber etwas verkaufen, um etwas zu verdienen. Und deshalb wird auch heute immer wieder das Produkt verkauft, das mehr in die Kasse bringt – auch wenn es eigentlich nicht die beste Wahl für den Kunden ist. Der Gesetzgeber zwingt zwar eigentlich zu einer Beratung im Kundeninteresse, aber er löst den immanenten Interessenkonflikt zwischen Vertrieb und Beratung nicht auf. Leidtragende sind neben den Kunden häufig die Menschen, die im Vertrieb arbeiten und im ständigen Spagat zwischen gesetzlicher Anforderung und betrieblicher Vorgabe stehen. Ein unhaltbarer Zustand!

Produkt- und Beratungsmarkt trennen

Ein aktuelles Beispiel aus einer Studie für die Bürgerbewegung Finanzwende: Oftmals verkaufen Banken Restschuldversicherungen beim Abschluss eines Ratenkredits. Der Kunde zahlt bei vielen Instituten bei diesem Produkt bisher mindestens die Hälfte der Prämie allein für den Vertrieb, nicht für die eigentliche Leistung! Das Produkt ist für manchen Kunden sogar völlig wertlos, wird ihm aber aufgeschwätzt. Kein Berater, der im Kundeninteresse tätig ist, würde eine solche Versicherung empfehlen. Das vorherrschende Vertriebssystem hingegen macht sie zu einem Kassenschlager.

Produktmarkt und Beratungsmarkt müssen endlich getrennt werden. Provisionszahlungen müssen untersagt werden, so wie das Großbritannien und die Niederlande getan haben. An der Stelle kommt oft das rührende Argument, dass sich Menschen mit wenig Geld keine Beratung mehr leisten könnten. Doch heute werden gerade bei ärmeren Menschen enorme Provisionen abkassiert. Viele stünden besser da, hätten sie nie einen „Berater“ aufgesucht. Dieser Vertrieb hat schon einige finanzielle Leichen hinterlassen. In kurzen Verkaufsgesprächen werden implizite Beratungshonorare verdient, die weit über den Stundensätzen von Honorarberatern liegen. Gerade aus sozialen Gesichtspunkten ist also eine gute und ganzheitliche Finanzberatung erforderlich. Dabei lässt sich einer möglichen Beratungslücke entgegensteuern: über Ratenzahlungsvereinbarungen, digitale Angebote, ein Basisprodukt für die Altersvorsorge und eine Stärkung des Bewusstseins, dass gute Beratung Geld kostet und sich am Ende auszahlt.