

Britische Finanzaufsicht will Systemwechsel im Finanzvertrieb

Zunehmend geraten Vertriebs- und Vergütungspraxis in der Finanzvermittlung in die Kritik, aktuell in einer Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. Ein Blick über die Grenzen zeigt, dass jahrzehntealte Strukturen auch andernorts in Frage gestellt werden. Pläne der britischen Aufsichtsbehörde Financial Services Authority (FSA) skizzieren, wohin die Entwicklung in Großbritannien gehen könnte. Dabei spielen neben Kostentransparenz und Beraterqualifikation vor allem neue Vergütungsstrukturen eine entscheidende Rolle.

Seit Langem fordern Verbraucherschützer, den Anlegerschutz beim Vertrieb von Finanzprodukten zu stärken. Insbesondere die fehlende Transparenz bei den Vertriebs- und Produktkosten wird kritisiert. Auch Legal & General hat die Versicherungsbranche wiederholt aufgefordert, alle Kostenbestandteile offen zu kommunizieren.

Aktuell sorgt eine im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz ([↗ www.bmelv.de](http://www.bmelv.de)) erstellte Studie für Aufregung. Diese kommt unter anderem zum Ergebnis, dass Fehlleistungen in der Finanzberatung eher die Regel als die Ausnahme seien und den Bundesbürgern dadurch jährlich Vermögensschäden in Milliardenhöhe entstünden. Der Verbraucherverband Bundeszentrale e.V. ([↗ www.vzbv.de](http://www.vzbv.de)) fühlt sich in seiner Kritik bestätigt und mahnt an, dass der Vertrieb von Finanzprodukten vor allem durch Provisionen, nicht aber durch die Bedürfnisse der Kunden gesteuert werde.

Zwar wurden im Jahr 2008 mit den Änderungen des Versicherungsvertragsgesetzes (VVG) und insbesondere der neuen Informationspflichtenverordnung (VVG-InfoV) wichtige rechtliche Weichen für eine Aufwertung des Verbraucherschutzes gestellt. Aber insbesondere die damit angestrebte Erhöhung der Transparenz stößt in ihrer praktischen Umsetzung an Grenzen. So werden beispielsweise die Kosten wie vom Gesetzgeber gefordert offengelegt, doch kann der Verbraucher sie aufgrund unterschiedlicher Darstellungen nicht ohne Fachkenntnisse vergleichen, wie unser Beispiel im Beitrag [↗ „Erweiterte Informationspflichten – Und was hat der Kunde davon?“](#) zeigt.

Vor diesem Hintergrund mag ein Blick über die Grenzen ins Heimatland von Legal & General interessant sein. Die britische Finanzaufsicht [↗ FSA](#), Äquivalent der deutschen Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht ([↗ BaFin](#)), hat Ende 2008 Pläne veröffentlicht, die in Großbritannien einen Systemwechsel im Vertrieb von Finanzdienstleistungen einläuten könnten.

FSA will Verbrauchervertrauen stärken

Erklärtes Ziel der FSA ist es, das Verbrauchervertrauen in den Vertrieb von Finanzdienstleistungen zu stärken. Dies soll erreicht werden durch:

- ▣ Verbesserung des Verbraucherverständnisses für die Funktionsweise der verschiedenen Finanzdienstleistungsbereiche und deren Unterschiede,
- ▣ Erhöhung der Beratungsqualität und
- ▣ Reduzierung der den Vergütungspraktiken anhaftenden Interessenkonflikte sowie bessere Kostentransparenz von Beratungsleistungen.

Strikte Unterscheidung von "Unabhängiger Anlageberatung" und "Verkaufsberatung"

Grundsätzlich ist eine strikte Klassifizierung in „Unabhängige Anlageberatung“ (independent investment advice) und „Verkaufsberatung“ (sales advice) angedacht. Verkaufsberatung liegt vor, wenn lediglich die Produkte eines oder einer begrenzten Anzahl von Anbietern empfohlen werden. Der Vermittler muss dies dem Verbraucher deutlich machen, dabei dieselben Qualitätsstandards erfüllen wie ein unabhängiger Berater und die Kosten seiner Beratung unmissverständlich darlegen.

Unabhängige Beratung liegt vor, wenn die Abschlussempfehlung alle Marktangebote tatsächlich ohne Ansehen der einzelnen Anbieter und ohne Beschränkung auf einzelne Produktklassen berücksichtigt, um so die Verbraucherbedürfnisse bestmöglich zu erfüllen.

Die hierfür notwendigen Kenntnisse seitens der Anlageberater sollen zukünftig durch zertifizierte Mindestqualifikationen nachgewiesen und behördlich kontrolliert werden. Ergänzend will die dafür zu gründende Kontrollbehörde dann allgemeingültige Branchenstandards für alle Vertriebskanäle vorschreiben.

Größeres Verbrauchervertrauen soll erreicht werden durch:

- ❑ **Verbesserung des Verbraucherverständnisses** durch Unterteilung der Beratungsdienstleistung in „Unabhängige Anlageberatung“ und „Verkaufsberatung“,
- ❑ **Erhöhung der Berufsstandards für alle Berater** durch Festlegung von Mindestqualifikationen für verschiedene Beratungsleistungen und Gründung einer entsprechenden Kontrollbehörde,
- ❑ **Modernisierung der Vergütungsmethoden** u. a. durch die Vorgabe, dass unabhängige Finanzberater individuelle Beratungshonorare vor dem Beratungsprozess direkt mit dem Verbraucher vereinbaren müssen,
- ❑ **Einführung eines neuen Standards für „Unabhängige Anlageberatung“** der sicherstellen soll, dass Beratungsleistungen objektiv und uneingeschränkt erbracht werden und alle Investmentklassen und Anbieter umfassen.

Vertriebs- und Produktkosten getrennt ausweisen

Um Beratungsleistungen in Kapitalanlagefragen tatsächlich unabhängig zu machen, sollen die neuen Richtlinien den Einfluss von Produktgebern wie Versicherungen, Investmentfonds, Banken usw. auf die Vergütung der Anlageberater und Vertriebsorganisationen beseitigen. Angedacht ist, den Beratern zukünftig vorzuschreiben, ihre Vergütung unabhängig vom erworbenen Produkt im Voraus dem Verbraucher mitzuteilen bzw. mit ihm zu vereinbaren.

Mehr noch: Um dem Verbraucher die unterschiedlichen für ihn erbrachten Dienstleistungsbestandteile zu verdeutlichen und den Wert der Beratung verständlich zu machen, sollen die jeweiligen Kosten für den Vertriebsprozess und die reinen Produktkosten getrennt voneinander ausgewiesen werden.

Diese sowie weitere Pläne, die sich auch mit der Umsetzung in der Praxis und der Auswirkung sowohl für Verbraucher als auch Produktgeber und Vertriebsorganisationen befassen, wurden im November 2008 veröffentlicht und können auf der englischsprachigen Website der FSA eingesehen werden ([» Retail Distribution Review](#)).

... und in Deutschland?

Norbert Ras, Geschäftsführer der Legal & General Deutschland GmbH, sieht die Überlegungen der FSA als mögliche Vorboten eines Paradigmenwechsels in Europa. In Bezug auf den deutschen Markt und die Änderungen im Versicherungsrecht im Jahr 2008 sagt er: „Sowohl die Versicherungsunternehmen als auch die Vertriebsorganisationen sollten die diktierten Transparenz- und Fairnessgebote, so unvollkommen beides auch geraten sein mag, nicht als lästige Pflicht, sondern als willkommene Chance begreifen. Sonst dürfte die nächste Regulierungsstufe nicht lange auf sich warten lassen.“

Weitere Schritte der FSA

Der Veröffentlichung der aktuellen Pläne gingen über zweijährige Beratungen mit Vertretern der Finanzdienstleistungsbranche, Verbraucherverbänden und anderen Interessentengruppen voraus. In den nächsten Monaten sollen die Vorstellungen der FSA weiter beraten und konkretisiert werden.

(Newsletter INSIGHT, Ausgabe Januar 2009)

[» www.LegalundGeneral.de](http://www.LegalundGeneral.de)
