Schriftenreihe des DIVA
Deutsches Institut für Vermögensbildung und Alterssicherung

Herausgegeben von Dr. Helge Lach

Band 1:

Provisions- oder Honorarberatung
- Was erwarten die Kunden? -

Prof. Dr. Matthias Beenken

Prof. Dr. Michael Heuser

November 2021

DIVA
Deutsches Institut für
Vermögensbildung und Alterssicherung

Schriftenreihe des Deutschen Instituts für Vermögensbildung und Alterssicherung (DIVA), Marburg

Herausgeber: Dr. Helge Lach

Wissenschaftliche Leitung: Prof. Dr. Michael Heuser

Band 1 (2021)

© Deutsches Institut für Vermögensbildung und Alterssicherung GmbH, Marburg 2021

Inhalt

Abbildungsverzeichnis 4
Tabellenverzeichnis 6
Executive Summary 7
1. Zielsetzung und Methodik der Studie 10
1.1 Ausgangsüberlegungen; Problemkontext 10
1.2 Auftrag und Zielsetzung dieser Studie 10
1.3 Methodische Vorgehensweise 11
2. Finanzdienstleistungen und Finanzberatung 14
2.1 Markt für Finanzdienstleistungen 14
2.2 Nachfrage nach Finanzdienstleistungen 15
2.2.1 Finanzentscheidungen im Spannungsfeld des „Magischen Fünfecks“ 15
2.2.2 Altersvorsorge als komplexe Finanzentscheidung/komplexes Entscheidungsbündel 18
2.2.3 Wissensdefizite und Verzerrungseffekte der Nachfrage 26
2.3 Angebot von Finanzdienstleistungen 28
2.4 Angebot von Finanzberatung 29
3. Qualität der Finanzberatung – Theorie, Regulatorik, Empirie 37
3.1 Qualität der Finanzberatung aus theoretischer Sicht – Das Modell der Beratungsqualität 37
3.2 Qualität der Finanzberatung aus regulatorischer Sicht 40
3.3 Qualität der Finanzberatung in empirischen Untersuchungen 49
3.4 Das Trennmodell 50
4. Empirische Untersuchung der Kundenanforderungen 54
4.1 Forschungshypothesen 54
4.2 Methodik und Stichprobe 55
4.3 Stichprobenauswertung 56
5. Ergebnisse der Untersuchung 63
5.1 Beratung zu Finanz- und Versicherungsprodukten 63
5.1.1 Beratungswege 63
5.1.2 Beratung gegen Honorar 66
5.1.3 Zufriedenheit mit Qualität und Umfang der Informationen 68
5.1.4 Erwartungen an Berater, Ablauf und Service 69
5.2 Informationsverhalten der Befragten 71
5.2.1 Eigene Finanzplanung 71
5.2.2 Informationsquellen 72
5.2.3 Eigene Kenntnisse 74
5.3 Produktbesitz und Produktkauf 74

5.3.1 Produktbesitz der Befragten 74
5.3.2 Hauptziele langfristiger Geldanlage 75
5.3.3 Anforderungen an Finanz-/Vorsorgeprodukte: „Magisches Fünfeck“ 76
5.3.4 Letzter Produktkauf: Produkt, Beratungsweg 78
5.3.5 Letzter Produktkauf: Bewertung der beratenden Person 80
5.3.6 Letzter Produktkauf: Beratungsprozess und Service 83
5.4 Hypothesenüberprüfung 87
5.4.1 Breite des Produktportfolios 87
5.4.2 Zufriedenheit mit dem Trennmodell 91
5.4.3 Einfluss der Verbraucherbildung 92
5.4.4 Einfluss von Vorkenntnissen 94
5.4.5 Einfluss der Informationsquellen 94
5.4.6 Zusammenfassende Übersicht der Hypothesenüberprüfung 97
6. Handlungsempfehlungen 98
Literatur 100
Anhang: Empirische Befragung – Design und Fragebogen 105
Autoren der Studie 114
Deutsches Institut für Vermögensbildung und Alterssicherung (DIVA) 114

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Markt der Finanzdienstleistungen; eigene Darstellung 11

Abbildung 2: Zusammenhang von Bedürfnis, Bedarf und Nachfrage; eigene Darstellung in Anlehnung an Freiling/Reckenfelderbäumer (2010), S. 101 16

Abbildung 3: Magisches Fünfeck der Finanzanlage; eigene Darstellung 17

Abbildung 4: Kosten-Nutzen-Abwägung in der Altersvorsorge zwischen Zwangs- und Freiwilliger Vorsorge; eigene Darstellung 19

Abbildung 5: Kosten-Nutzen-Abwägung in der Altersvorsorge zwischen betrieblicher und privater Altersvorsorge; eigene Darstellung 21

Abbildung 6: Kosten-Nutzen-Abwägung zwischen individuellem und kollektivem Kapitalverzehr; eigene Darstellung 22

Abbildung 7: Kosten-Nutzen-Abwägung zwischen selbstständigen und kombinierten Versicherungen; eigene Darstellung 25

Abbildung 8: Modell der Beratungsqualität; eigene Darstellung in Anlehnung an: Beenken et al. (2015), S. 280 38

Abbildung 9: Stichprobe Geschlechtsverteilung 56

Abbildung 10: Stichprobe Altersverteilung 56

Abbildung 11: Stichprobe Verteilung nach Bundesland 57

Abbildung 12: Stichprobe Verteilung nach Bildungsabschluss 57

Abbildung 13: Stichprobe Verteilung nach Berufstätigkeit 58

Abbildung 14: Stichprobe Verteilung nach Familienstand 58

Abbildung 15: Stichprobe Verteilung nach Zahl der der Personen im Haushalt 59

Abbildung 16: Stichprobe Verteilung nach Zahl der minderjährigen Kinder im Haushalt 59

Abbildung 17: Stichprobe Verteilung nach Größe des Wohnortes 60

Abbildung 18: Stichprobe Verteilung nach Monats-Nettoeinkommen der Haushalte 61

Abbildung 19: Beratungsweg für die Beratung zu Finanzprodukten bzw. zur Altersvorsorge 63

Abbildung 20: Wechsel der Beratungsstelle 65

Abbildung 21: Bezahlung für die letzte Beratung 66

Abbildung 22: Höhe des Honorars für eine Beratung 66

Abbildung 23: Kosten der letzten Beratung 67

Abbildung 24: Zufriedenheit mit der inhaltlichen Qualität der Informationen in der Beratung 68

Abbildung 25: Zufriedenheit mit dem Umfang der Informationen in der Beratung 68

Abbildung 26: Zufriedenheit mit der Menge der Informationen in der Beratung 69

Abbildung 27: Wichtigste Erwartungen an eine Finanzberatung 70

Abbildung 28: Erwartungen an Ablauf und Service in der Beratung 71

Abbildung 29: Häufigkeit der Beschäftigung mit der Finanzplanung 71

Abbildung 30: Beschäftigung mit Finanzplanung und Beratungsweg 72

Abbildung 31: Informationsquellen 73

Abbildung 32: Wichtigste Informationsquelle für Finanzentscheidungen 73

Abbildung 33: Einschätzung der eigenen Kenntnisse 74

Abbildung 34: Produktbesitz der Befragten 75
Abbildung 35: Hauptziele der langfristigen Anlage 75
Abbildung 36: Überschneidung des Hauptziels Altersvorsorge mit anderen Zielen 76
Abbildung 37: Wichtigste Anforderung an Finanz-/Vorsorgeprodukte 77
Abbildung 38: Letzter Produktkauf 79
Abbildung 39: Letzter Produktkauf bei welchem Beratungsweg 79
Abbildung 40: Bewertung der Beratung 80
Abbildung 41: Abweichungen der Bewertungen der Beratungsleistung vom Mittelwert nach Abschlussweg 82
Abbildung 42: Bewertung von Beratungsprozess und Service 84
Abbildung 43: Abweichungen der Bewertungen des Beratungsprozesses und Service vom Mittelwert nach Abschlussweg 85
Abbildung 44: Unabhängigkeits-Cluster nach der Nähe zur Finanzdienstleistungsinstituten; eigene Darstellung 88
Abbildung 45: Hypothese 1, Produktbesitz nach Unabhängigkeits-Cluster 89
Abbildung 46: Hypothese 1, Produktbesitz nach Unabhängigkeits-Cluster (Abweichungen vom Mittelwert) 89
Abbildung 47: Hypothese 1, Breite des Besitzes an Finanzprodukt-Arten nach Unabhängigkeits-Cluster 90
Abbildung 48: Hypothese 2, Zufriedenheit mit den Leistungen der Berater nach Unabhängigkeits-Cluster 91
Abbildung 49: Hypothese 2, Zufriedenheit mit Beratungsprozess und Service nach Unabhängigkeits-Cluster 92
Abbildung 50: Hypothese 3, Zusammenhang zwischen Bildungsgrad nach Unabhängigkeits-Cluster 93
Abbildung 51: Hypothese 4, Vorkenntnisse über Finanzdienstleistungsprodukte nach Unabhängigkeits-Cluster 94
Abbildung 52: Hypothese 5, Clusterung der Informationsquellen nach Grad der Unabhängigkeit; eigene Darstellung 95
Abbildung 53: Hypothese 5: Nutzung von Informationsquellen nach Unabhängigkeits-Cluster 96

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Varianten des Alterssparens (3% Zins) 23

Tabelle 2: Varianten des Alterssparens (2% Zins) 24

Tabelle 3: Varianten des Alterssparens (1% Zins) 24

Tabelle 4: Anlageformen und typische Eigenschaften nach dem „Magischen Fünfeck“; eigene Darstellung 29

Tabelle 5: Gewerberechtliche Anforderungen bei Aufnahme und Ausübung einer Vermittlungs-/Beratungstätigkeit; eigene Darstellung 31

Tabelle 6: Pflichten der Berater bei Versicherungsprodukten und Versicherungsanlageprodukten; eigene Darstellung 33

Tabelle 7: Verbraucherzentralen Honorare für Altersvorsorgeberatung; Quelle: eigene Recherchen Oktober 2021; eigene Darstellung 35

Tabelle 8: Verbraucherzentralen Honorare für Spar- und Anlageberatung; Quelle: eigene Recherchen Oktober 2021; eigene Darstellung 35

Tabelle 9: Verbraucherzentralen Honorare für Versicherungsberatung; Quelle: eigene Recherchen Oktober 2021; eigene Darstellung 36

Tabelle 10: Beratungspflichten zu Versicherungsprodukten nach Richtliniengeneration; eigene Darstellung 42

Tabelle 11: Regulatorische Maßnahmen mit Schwerpunkt gewerberechtlicher Status; eigene Darstellung 45

Tabelle 12: Registrierte Vermittler und Berater nach Gewerbebereich; Quellen: Statistiken der DIHK Service GmbH zu den Vermittlerregistern; eigene Darstellung 45

Tabelle 13: Kumulierter Marktanteil der Versicherer mit Nettotarifen und/oder Durchleitung; Quelle: Beenken/Schradin (2021), S. 23; eigene Darstellung 46

Tabelle 14: Hochgerechneter Marktanteil im Neugeschäft der Versicherungsunternehmen mit Nettotarifen; Quelle: Beenken/Schradin (2021), S. 23; eigene Darstellung 46

Tabelle 15: Vergütungsregelungen für Vermittler und Berater nach Gewerbebereich; eigene Darstellung 47

Tabelle 16: Kreuztabelle Haushaltsgröße und Anzahl minderjähriger Kinder im Haushalt 60

Tabelle 17: Zusammenhang Haushaltsnettoeinkommen mit soziodemografischen Merkmalen in der Stichprobe; eigene Berechnungen 61

Tabelle 18: Beratungsweg und Zusammenhang mit soziodemografischen und -ökonomischen Merkmalen 64

Tabelle 19: Kosten der letzten Beratung 67

Tabelle 20: Korrelationsmatrix der Anforderungen an Finanz-/Versicherungsprodukte; eigene Berechnungen 78

Tabelle 21: Abweichungen der Bewertungen der Beratungsleistung vom Mittelwert nach Abschlussweg 83

Tabelle 22: Abweichungen der Bewertungen des Beratungsprozesses und Service vom Mittelwert nach Abschlussweg; eigene Berechnungen 86

Executive Summary

- Ziel der Studie ist die These zu untersuchen, dass die Qualität der Beratung zu Finanzdienstleistungen besser wird, wenn die Beratung und das Angebot von Finanzdienstleistungen institutionell voneinander getrennt werden („Trenn-Hypothese“). Im Bundestagswahlkampf 2021 wurde beispielsweise von der Partei Bündnis 90/Die Grünen ein schrittweise einzuführendes Provisionsverbot und stattdessen eine ausschließliche Honorarberatung gefordert.
- Die Untersuchung hat eine hohe Relevanz, weil die sogenannte Honorarberatung trotz zahlreicher Fördermaßnahmen in den letzten Legislaturperioden eine Nischenerscheinung geblieben ist, die offenkundig keine – freiwillige – Akzeptanz bei den Kunden findet. Eingriffe wie Provisionsverbote oder auch empfindliche Beschränkungen in der Freiheit der Provisionsgestaltung (Provisionsdeckel, Beschränkung von Dienstleistungsvergütungen) können ein etabliertes System der Beratung und Verschaffung von Finanzdienstleistungen in Frage stellen.
- Das wiederum kann Folgen für die Versorgung der Bevölkerung mit Altersvorsorge- und sonstigen vermögensbildenden Produkten haben. Zugleich steht eine ganze Branche mit zahlreichen, meist kleinen und mittelständischen Unternehmen und einer großen Zahl an Arbeitsplätzen zur Disposition.
- Gegenstand der Untersuchung sind Privatkunden, die Geldanlagen, Versicherungen und Bausparverträge zur Vermögensbildung und Altersvorsorge nachfragen. Die Kunden können durch Finanzdienstleistungsinstitute selbst, durch Versicherungs-, Finanzanlagen- oder Bausparvermittler sowie durch Verbraucherzentralen und andere reine Honorarberater beraten werden – oder auch auf Beratung verzichten.
- Beratung ist aufgrund der geringen finanziellen Allgemeinbildung in der Bevölkerung sowie der Komplexität von Finanzdienstleistungen und Finanzentscheidungen notwendig. Die teilweise sehr langfristig wirkenden Entscheidungen wie beispielsweise für den Aufbau einer Altersvorsorge bedürfen einer Unterstützung und Begleitung, die sich nicht nur in einer reinen Produktauswahlentscheidung erschöpft. Veränderungen in der Lebens-, Familien- und Arbeitssituation der Kunden erfordern immer wieder Neujustierungen und Anpassungen der bestehenden Finanzprodukte.
- Für die Studie wurde eine bevölkerungsrepräsentative Befragung von 2.000 Bundesbürgern zu ihren Finanzentscheidungen durchgeführt.
- Die derzeit bevorzugten institutionellen Berater sind Banken (24%), Sparkassen (20%), Versicherungsvermittler (14%), Versicherungsunternehmen (14%), Vermögens-/Finanzberater (11%), Arbeitgeber (5%), Verbraucherzentralen (2%) und Sonstige (1%). 10% der Befragten lassen sich gar nicht beraten.
- Immerhin 32% der Befragten haben in den letzten drei Jahren die Beratungsstelle gewechselt. Am häufigsten (12%) erfolgte das aus Unzufriedenheit mit dem bisherigen Berater, gefolgt von besseren Konditionen (11%) und Schließung einer bisherigen Beratungsstelle (8%). Das deutet darauf hin, dass der Wettbewerb unter den Beratern gut funktioniert, aber auch, dass insbesondere Filialschließungen von Banken und Agenturschließungen von Versicherungen immer häufiger Kunden zwingen, neue Beratungsstellen zu suchen.
- Die Befragten sind ganz überwiegend zufrieden mit Qualität und Umfang der erhaltenen Informationen (86%). Allerdings ist die Menge der Informationen während der Beratung für immerhin 34% nicht angemessen, mehrheitlich zu viel (24%).
- Kunden informieren sich am häufigsten über Internetseiten zu Finanzprodukten und Altersvorsorge (54%), gefolgt von Versicherungs- und Bankberatern (45%) und Familie, Freunde, Bekannten (33%).

- Die Befragten schätzen ihre eigenen Kenntnisse über Finanzdienstleistungen sehr zurückhaltend ein. Relativ am besten sind die Kenntnisse zu Lebens-/Rentenversicherungen (43% gute bis sehr gute Kenntnisse) und Bausparverträgen (42%), schlechter dagegen über Aktien und Aktiensparpläne (37%) und Fonds und Fondssparpläne (35%).
- Die Befragten besitzen am häufigsten Lebens-/Rentenversicherungen (56%), gefolgt von Fondsanteilen und Fondssparplänen (41%), Aktien und Aktiensparplänen sowie Bausparverträgen (jeweils 37%). 12% der Befragten besitzen kein Finanzprodukt.
- Finanzprodukte dienen 66% der Befragten zur Altersvorsorge. Jeweils 45% nutzen sie zum Vermögensaufbau bzw. zur Anlage von Geldern, die derzeit nicht benötigt werden. Auch größere Anschaffungen (30%) und Sparanlagen für Kinder und Partner (25%) werden häufig als Anlagemotive genannt.
- Die Zufriedenheit mit den Beratern ist hoch. In allen abgefragten Kriterien werden die Leistungen mindestens von deutlich mehr als der Hälfte der Befragten als gut bis sehr gut bewertet. Dabei gibt es kaum signifikante Unterschiede zwischen den verschiedenen Beraterarten. Auffallend schlechter bewertet wird allerdings die Beratung dann, wenn Finanzprodukte entweder über das Internet oder über den Arbeitgeber beschafft wurden. Dasselbe gilt für den Service nach Kauf bzw. Vertragsabschluss.
- Die relativ ausgewogenste Versorgung mit Finanzprodukten weisen Kunden auf, die durch Vermögens-/Finanzberater beraten werden. Insbesondere Fonds/Fondssparpläne und Aktien/Aktiensparpläne und damit renditestarke Anlagen gehören hier mit Abstand am häufigsten zum Portfolio der Kunden. Dagegen ist das Portfolio derjenigen Kunden, die von einem Finanzdienstleistungsinstitut, einem damit verbundenen Vermittler oder vom Arbeitgeber beraten wird, sehr einseitig auf Lebens-/Rentenversicherungen hin ausgerichtet. Jeder zehnte dieser Kunden verfügt über gar kein Finanzprodukt.
- Anders als es die Trenn-Hypothese nahelegt, ist die Versorgung derjenigen Kunden keineswegs besser, die entweder durch Verbraucherzentralen beraten werden und die Produkte anderweitig beschaffen oder sogar ganz auf eine Beratung verzichten. Beide Kundengruppen weisen die höchsten Anteile an Kunden auf, die gar kein Finanzprodukt besitzen (16 bzw. 34%). Zudem ist das vorhandene Produktportfolio relativ unausgewogen und selbst bei den durch Verbraucherzentralen beratenen Kunden relativ versicherungslastig, was erstaunt, da sich Verbraucherzentralen häufig besonders kritisch über Versicherungen äußern.
- Eine Bevorzugung von unabhängiger Honorarberatung lässt sich nicht mit einer besonderen Zufriedenheit der Kunden begründen. Tatsächlich sind diese Kunden nicht signifikant zufriedener als diejenigen, die von Vermittlern oder von Finanzdienstleistungsinstituten direkt beraten werden.
- Eine höhere Vorbildung der Kunden allein begründet keineswegs ein Streben nach größerer Unabhängigkeit bei der Finanzberatung. Das überrascht nicht, da finanzielle Allgemeinbildung in Deutschland nach wie vor je nach Bundesland überhaupt nicht oder nur rudimentär in den weiterführenden Schulen als verpflichtender Unterrichtsstoff verankert ist. In Hochschulen kommt dies soweit bekannt gar nicht als verpflichtender Unterrichtsstoff vor.
- Entsprechende Vorerfahrungen der Kunden mit Finanzprodukten sowie die Qualität der genutzten Informationsquellen begründen ebenfalls nur teilweise, dass Kunden zunehmend unabhängigere Beratung schätzen. Auch das erscheint plausibel, denn je mehr Kunden über Finanzprodukte wissen, desto deutlicher dürfte ihnen auch deren Komplexität werden und damit Nachfrage nach Beratung entstehen.

- Zusammenfassend ergibt die Studie keinen Hinweis darauf, dass es für Kunden erstrebenswert ist, sich separat durch Honorarberater beraten zu lassen, um besser informierte Kaufentscheidungen für Finanzprodukte treffen zu können. Vielmehr führt eine Beratung, die auch das erkannte Finanzproblem lösen und Entscheidungen wie den Kauf von Anlagen oder Abschluss von Versicherungen herbeiführen kann, zu einer zufriedenstellenden Versorgung der Kunden mit Finanzprodukten. Relativ am ausgewogensten ist diese Versorgung dann, wenn die Berater zwar auch vermitteln, dabei aber eine gewisse Distanz zu einzelnen Finanzdienstleistungsinstituten wahren können. Während die Bank vorwiegend Anlagen, die Bausparkasse vorwiegend Bausparverträge und die Versicherung vorwiegend Versicherungen anbietet, leisten unabhängige, dem Allfinanzgedanken verpflichtete Vermittler eine besonders ausgewogene Beratung und Versorgung mit Finanzprodukten.

1. Zielsetzung und Methodik der Studie

1.1 Ausgangsüberlegungen; Problemkontext

Finanzberatung in Deutschland ist heute gut und kundengerecht aufgestellt. Im Zuge der IDD-Überprüfung führte die EIOPA (European Insurance and Occupational Pension Authority) Anfang 2021 ein empirisches Konsultationsverfahren durch.[1] Nimmt man dort definierte Indikatoren für Qualitätsdefizite der Beratung wie die Anzahl von Falschberatungen, Beschwerden und Gerichtsverfahren oder die Anzahl der Rückabwicklungen (Versicherungs-Stornos) zum Maßstab, zeigt sich: Die Zahlen zu Fehlverhalten und Missständen in Deutschland bewegen sich auf sehr niedrigem Niveau und weisen zudem eine rückläufige Tendenz auf. Dies belegen Umfragen und Statistiken zum Beispiel der BaFin oder des Versicherungsombudsmanns.[2] Versicherungs-Stornos passieren zudem häufig viele Jahre nach Abschluss und werden oft durch besondere Lebensumstände (wie Arbeitslosigkeit, Scheidung, Überschuldung) ausgelöst.[3]

Der stete Anstieg der Beratungsqualität ist nicht zuletzt im erfolgreichen Zusammenspiel von Regulierung durch den Gesetzgeber und von Selbstregulierung der Marktteilnehmer im Eigeninteresse begründet. Regulatorische Maßnahmen des Gesetzgebers haben in den vergangenen Jahrzehnten in Deutschland und Europa zur Steigerung der Qualität der Finanzberatung beigetragen. Einschneidend mit der Umsetzung der EU-Versicherungsvermittlerrichtlinie und der Wertpapierdienstleistungsrichtlinie (MiFID I) im Jahr 2007 und weiter mit der zweiten Richtliniengeneration IDD und MiFID II sorgten Regulierungsmaßnahmen für eine Bereinigung der Finanzdienstleistungsbranche von „schwarzen Schafen“.

Zugleich investierten und investieren Akteure auf Anbieterseite – Produktgeber, Berater, Organisationen und Verbände – auch über gesetzliche Mindestvorgaben hinaus in die solide Ausbildung der Beraterinnen und Berater.[4] Angetrieben vom Bestreben, das schlechte Branchenimage abzuschütteln und sich positiv von den Wettbewerbern zu differenzieren, sorgen sie zudem für die Etablierung und Einhaltung von Kodizes anständigen Beraterverhaltens.[5]

Dieses Zusammenspiel von Regulierung der Politik und von Selbstregulierung der Marktteilnehmer macht Finanzmärkte heute transparenter, Finanzprodukte angemessener, Finanzberater besser qualifiziert und Finanzberatung kundengerechter.

1.2 Auftrag und Zielsetzung dieser Studie

Dennoch wird in Politik, Wissenschaft und Praxis die Frage diskutiert, ob eine institutionelle Trennung des Angebots von Finanzdienstleistungsprodukten und der diesbezüglichen Beratung der Kunden zu

[1] Der Fragebogen des Konsultationsverfahrens „Survey on the application of the Insurance Distribution Directive (IDD)“ ist auf der Website der EIOPA nicht mehr einsehbar. Für Ende 2021 plant die EIOPA die Veröffentlichung der Befragungsergebnisse in einem “Report on the Application of the IDD”, vgl. EIOPA (2021), www.eiopa.europa.eu/document-library/survey/survey-application-of-insurance-distribution-directive-idd_en

[2] Vgl. ASSEKURATA Solutions (2019), ibs. S. 3-8; Lach (2021), S. 13f.

[3] Vgl. Lach (2021), S. 13f.

[4] So hat z.B. die Versicherungsbranche mit „Gut Beraten“ im Jahr 2014 eine freiwillige Weiterbildungsinitiative gestartet, die nicht verpflichtend ist und doch für rund 75% der registrierten Vermittler Bildungskonten führt; vgl. Lach (2021), S. 15.

[5] Zum Beispiel gaben sich die Mitglieder des Bundesverbands Deutscher Vermögensberater (BDV) mit Verbandsgründung im Jahr 1973 „Richtlinien für die Berufsausübung“ und „Grundsätze für die Kundenberatung“; vgl. Broschüre zum Download auf www.bdv.de. Der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) veröffentlicht seinen „Verhaltenskodex für den Vertrieb“ inklusive Prüfungsergebnissen auf www.gdv.de.

einer besseren Beratungsqualität für die Nachfrager führt. Eine enge institutionelle Bindung an die Hersteller von Finanzdienstleistungsprodukten (Versicherungsunternehmen, Banken/Sparkassen, Fondsgesellschaften, Bausparkassen) führe, so die Befürworter eines solchen „Trennmodells“, zu einer einseitigen Beratung. Im Ergebnis seien die Kunden nur unvollständig und mit den falschen Produkten versorgt.

Das Deutsche Berufsbildungswerk Vermögensberatung e.V. (DBBV) hat das Deutsche Institut für Vermögensbildung und Alterssicherung GmbH (DIVA) beauftragt, die Thesen und Zusammenhänge des Trennmodells theoretisch und empirisch zu überprüfen.

Das DIVA hat dies auf Grundlage der Literatur und einer breit angelegten empirischen Untersuchung getan und die vorgelegte Marktstudie erstellt. Ihre Forschungsfrage lautet: Verbessert die institutionelle Trennung von Beratung zu und Angebot von Finanzdienstleistungen die Beratungsqualität für die Nachfrager von Finanzdienstleistungen?

1.3 Methodische Vorgehensweise

Grundannahmen und Abgrenzungen

Die Studie basiert auf der Annahme, dass sich der Markt für Finanzdienstleistungen im Wesentlichen aus den drei Hauptakteuren Kunden, Anbieter und Berater[6] zusammensetzt.

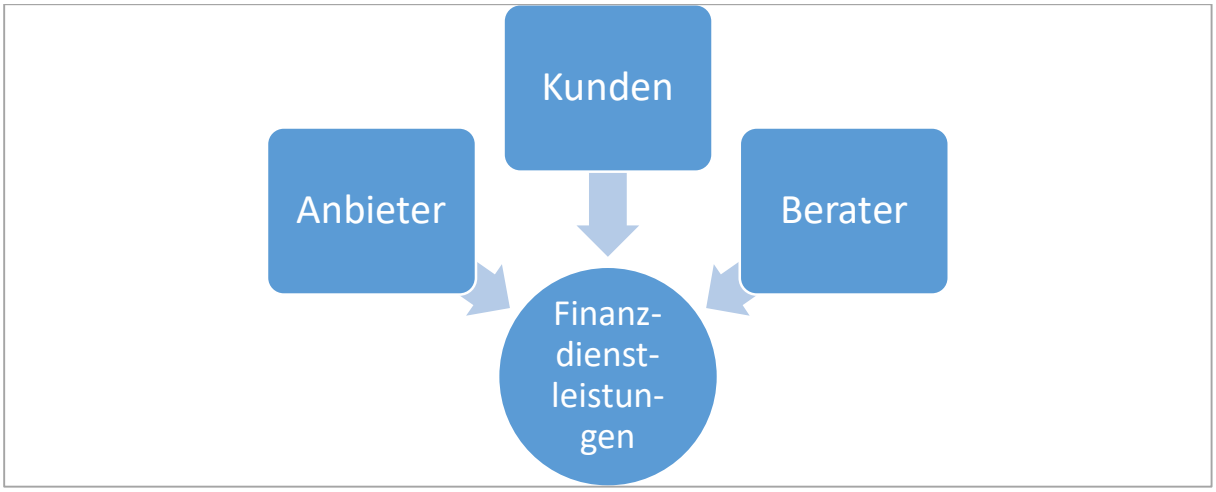

Abbildung 1: Markt der Finanzdienstleistungen; eigene Darstellung

Kunden: Der Fokus der Studie liegt auf *Privatkunden*, die Geldanlagen (insbesondere Fondsanteile) und Versicherungen mit Anlagecharakter (Lebens-, Rentenversicherungen), aber auch Bausparen zum Zweck der Vermögensbildung nachfragen. Die Vermögensbildung dient sowohl der Altersvorsorge als auch allgemein längerfristigen Zielen wie zum Beispiel dem Eigentumserwerb. Nicht im Fokus dieser Studie stehen Kunden, die für gewerbliche Zwecke, also betriebliches Vermögen, anlegen.

Anbieter von Finanzdienstleistungen sind zugelassene Finanzdienstleistungsinstitute wie Versicherungsunternehmen, Banken/Sparkassen, Kapitalanlagegesellschaften und Bausparkassen. Sie entwickeln die Anlageprodukte und Versicherungen und bieten sie den Kunden zum Erwerb an.

[6] Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird durchgängig das generische Maskulinum verwendet. Damit sind stets alle geschlechtlichen Identitäten gleichberechtigt gemeint.

Mit *Berater* sind in dieser Studie zusammenfassend verschiedene Formen der Vermittler und Berater von Finanzdienstleistungen gemeint, speziell:

- Versicherungsvermittler und Versicherungsberater im Sinne des § 34d GewO[7],
- Finanzanlagenvermittler und Honorar-Finanzanlagenberater im Sinne der §§ 34f, 34h GewO,
- Bausparvermittler,
- Verbraucherzentralen und vergleichbare Verbände in ihrer Eigenschaft als Anlage- und/oder Versicherungsberater, die nach derzeitigem Recht (§ 8 Abs. 4 RDG[8]) zwar keine Zulassung als Versicherungsberater bzw. als Honorar-Finanzanlagenberater benötigen, aber vergleichbare Beratungsleistungen anbieten.

Der Begriff „Berater“ weicht hier vom Begriff des Beraters in der Gewerbeordnung ab, der nach enger Auslegung ausschließlich Kunden berät und dafür vom Kunden bezahlt wird. Im Gegensatz dazu vermittelt ein Vermittler in erster Linie Produkte an den Kunden und wird dafür aber zumeist vom Produktgeber bezahlt (insbesondere durch Provisionen); im Rahmen der Vermittlung notwendige Beratung ist eine Komplementärleistung.

Der Gesetzgeber hat allerdings insgesamt keine strengen Grenzen zwischen „reiner Beratung“ und „Vermittlung“ beziehungsweise zwischen „Honorarberatung“ und „Provisionsvermittlung“ gezogen. Honorar-Finanzanlagenberater wie Finanzanlagenvermittler dürfen sowohl Anlageberatung als auch Anlagevermittlung ausüben. Im Ausnahmefall dürfen Honorar-Finanzanlagenberater auch Provisionen von Anlagegesellschaften annehmen.

Versicherungsberater dürfen seit der Änderung der §§ 34d, 34e GewO im Jahr 2018 ausdrücklich Versicherungen vermitteln, jedoch keine Provision von einem Versicherungsunternehmen annehmen, sondern stattdessen eine Durchleitung der in einer Versicherungsprämie enthaltenen Provision an den Kunden nach den Bestimmungen des § 48c VAG[9] veranlassen. Im Ergebnis werden damit provisionsähnliche Vermittlungsmodelle unterstützt. Denn es liegt nahe, die Honorarhöhe an der mithilfe der Durchleitung eingesparten Versicherungsprämie auszurichten. Zudem darf, wer einen Statuswechsel vom Versicherungsmakler zum Versicherungsberater vornimmt, seine bisherigen Provisionsansprüche[10] weiterhin geltend machen. Insofern erscheint es zulässig, den Begriff „Berater“ als Oberbegriff für die zuvor aufgeführten Berufsgruppen zu verwenden.

Konzeptionelle Überlegungen und empirische Untersuchung

Die Forschung wie auch die Politik beschäftigen sich schon seit längerer Zeit mit der Frage, wie eine (hohe) Qualität der Finanzberatung sichergestellt werden kann. Die Studie gibt einen diesbezüglichen Überblick über Erkenntnisse der Forschung. Gutachten sowie nationale und europäische Konzepte zur Förderung der Beratungsqualität werden vorgestellt und diskutiert.

Darauf aufbauend werden die Einstellungen, Erwartungen und Erfahrungen der Kunden mit Finanzberatung und den verschiedenen Akteuren im Markt der Finanzdienstleistungen im Rahmen einer empirischen Erhebung untersucht. Die Befragung ist als repräsentative Erhebung in der bundesdeutschen Bevölkerung mit einer Stichprobengröße von 2.000 Entscheidern aus privaten Haushalten konzipiert und von Statista im Frühjahr 2021 als Onlinebefragung durchgeführt.

[7] Gewerbeordnung (GewO)
[8] Gesetz über außergerichtliche Rechtsdienstleistungen (Rechtsdienstleistungsgesetz - RDG)
[9] Gesetz über die Beaufsichtigung der Versicherungsunternehmen (Versicherungsaufsichtsgesetz, VAG)
[10] Beim Makler wird die Provision „Courtage“ genannt, damit ist aber inhaltlich kein Unterschied verbunden.

Handlungsempfehlungen

Die theoretischen und die empirischen Erkenntnisse werden zu Handlungsempfehlungen verdichtet. Sie sollen einen systematischen Beitrag zur Effektivität und Effizienz des Finanzdienstleistungsmarktes leisten und richten sich an Politik, Anbieter, Interessenverbände und Stakeholder, die Einfluss auf dessen Gestaltung nehmen.

2. Finanzdienstleistungen und Finanzberatung

2.1 Markt für Finanzdienstleistungen

Kein „neoklassischer Markt“, aber durchaus rationale Akteure

Nach der neoklassischen Theorie[11] handeln Anbieter und Nachfrager auf Märkten mit folgenden Prämissen:

- *Vollkommene Markttransparenz*: Anbieter und Nachfrager kennen ihre jeweiligen Präferenzen und verfügen über einen vollkommenen Marktüberblick. Sie wissen ohne Zeitverzug alles Notwendige über die angebotenen Produkte bzw. Leistungen. Auf Marktveränderungen können sie in Echtzeit reagieren.
- *Nutzenmaximierung*: Anbieter und Nachfrager versuchen jeweils ihren Nutzen zu maximieren und den höchstmöglichen Preis als Anbieter durchzusetzen bzw. den geringstmöglichen Preis als Nachfrager zu zahlen.
- *Rationales Verhalten*: Anbieter und Nachfrager entscheiden streng rational und werden durch keine Einflüsse daran gehindert.

Der Idealtypus eines solchen Marktakteurs, der „Homo oeconomicus“, ist ein oft kritisiertes Kunstgebilde.[12] Die wirtschaftswissenschaftliche Forschung hat die abstrahierenden Annahmen weiterentwickelt und folgende, immer noch einer Vereinfachung und damit Generalisierung dienlichen Korrekturen vorgenommen:

- *Informationsasymmetrien* statt vollkommene Markttransparenz: Nachfrager können die Angebote nicht hinreichend einschätzen und sind daher aus Sicht der Informationsökonomik auf Vertrauenssignale oder auf eigene Recherchebemühungen angewiesen. Finanzdienstleistungen sind auf vielfältige Weise so reguliert, dass Nachfrager umfassende Informationen erhalten müssen und Vertrauenssignale unter anderem durch staatliche Überwachungsinstitutionen oder private Ratingagenturen erhalten. Vergleichsportale sowie unabhängige Berater unterstützen die Recherche- und Vergleichsmöglichkeiten.
- *Nutzensatisfizierung* statt -maximierung: Es ist von einer Satisfizierung als typischem Verhalten von Nachfragern auszugehen. Sie brechen ihre Suche ab, sobald sie ein zufriedenstellendes Angebot gefunden haben. Die Transaktionskostentheorie begründet dies mit dem abnehmenden Grenznutzen fortgesetzter Recherchen. Bei Finanzdienstleistungen lässt sich dieses Verhalten häufig beobachten. Kunden vertrauen über viele Jahre einem bestimmten Finanzdienstleister oder einem bestimmten Berater, weil sie davon ausgehen, dass sie zwar nicht stets das „beste“ Angebot über ihn erhalten, aber der Nutzen häufigerer Anbieterwechsel im Vergleich zum damit verbundenen Aufwand zu gering ist.
- *Regelbasiertes* statt ökonomisch rationales *Verhalten*: Die Behavioral Economics-Forschung zeigt auf vielfältige Weise sowohl theoriebasiert (Prospect Theory[13] – Theorie der nicht-linearen Nutzenfunktion eines Kunden) als auch empirisch durch Beobachtungen und Experimente, dass Kunden überwiegend nicht im Sinne rein ökonomischer Erwartungen entscheiden und handeln, aber

[11] Vgl. Erlei et al. (2007), S. 43 ff.
[12] Vgl. auf Wikipedia (2021) den sehr gelungenen Eintrag „Homo oeconomicus“
[13] Vgl. Kahneman/Tversky (2009), S. 17 ff.

durchaus bestimmten Regeln folgen. Neueste Forschungen zeigen zudem, dass es Hintergrundeinflüsse gibt, eine Art Grundrauschen, und die vermeintlich rationalen Entscheidungen von diesen eher unbewussten Einflüssen abhängen.[14]

Marktunvollkommenheiten regulatorisch beseitigen: „Informationsmodell“, „Wettbewerbsmodell“, „Standardisierungsmodell“

Regulierungsüberlegungen zum Schutz der Verbraucher in den Finanzdienstleistungsmärkten kreisen vor allem um zwei Ansatzpunkte. Zum einen vermuten sie Informationsasymmetrien zulasten des Verbrauchers und streben deren Abbau an. Diesem Zweck dienen beispielsweise umfangreiche vorvertragliche und nach Bedarf auch während der Vertragslaufzeit zu erfüllende Informationspflichten. Diese haben teilweise einen solchen Umfang angenommen, dass wiederum Verdichtungen in Produktinformationsblättern[15] beziehungsweise Basisinformationsblättern[16] hinzugefügt wurden. Der Verbraucher ist mit der Verarbeitung aller Informationen – sei es wegen Zeitmangel, ungenügendem Vorwissen oder schlicht mangelndem Interesse – überfordert. Das „Informationsmodell“ stößt an Grenzen.[17]

Ein zweiter regulatorischer Ansatz ist das „Wettbewerbsmodell“. Dieses wurde etwa in der Versicherungsregulierung 1994 mit der Aufgabe der materiellen Versicherungsaufsicht umgesetzt und wird bis heute verfolgt. Der Verbraucherschutz soll durch einen starken Wettbewerb um Produkte und Konditionen gesteigert werden. Kunden können dadurch passgenauere Anlagen und Deckungskonzepte erhalten sowie härter über die Preise und Bedingungen verhandeln. Allerdings hat dieses Modell durch die weltweite Finanzkrise an Attraktivität eingebüßt.

Derzeit wird deshalb eher ein „Standardisierungsmodell“ diskutiert, nämlich ob eine partielle Rückkehr zu staatlich regulierten, einheitlichen Produktkonzepten dem Verbraucherschutz mehr nützt. Initiativen wie auf EU- Ebene die Rente PEPP (Pan-European Personal Pension Product) oder national eine „Deutschlandrente“ [18] deuten in diese Richtung.

2.2 Nachfrage nach Finanzdienstleistungen

2.2.1 Finanzentscheidungen im Spannungsfeld des „Magischen Fünfecks“

Das Entstehen der Nachfrage nach Finanzdienstleistungen

Nachfrage entsteht aus Bedürfnissen, die sich als Gefühl eines Mangels äußern, der beseitigt werden soll. Ein Bedürfnis wird zum Bedarf, wenn es ein Wirtschaftsgut bzw. eine Dienstleistung gibt, mit dessen Besitz, Gebrauch oder Verbrauch das Bedürfnis befriedigt werden kann.

Auch wenn ein Bedürfnis vorhanden ist, ist der Bedarf oft zunächst latent und wird erst konkret, wenn dem Bedürfnisträger bewusst wird, mit welchen Produkten oder Dienstleistungen das Bedürfnis befriedigt werden könnte. Hier setzen klassisch die Werbung, die Zurschaustellung etwa in Geschäften

[14] Vgl. Kahneman et al. (2016)
[15] Vgl. u.a. § 4 VVG-InfoV
[16] Vgl. u.a. Delegierte Verordnung (EU) 2017/653 der Kommission vom 8. März 2017 zur Ergänzung der Verordnung (EU) Nr. 1286/2014 des Europäischen Parlaments und des Rates über Basisinformationsblätter für verpackte Anlageprodukte für Kleinanleger und Versicherungsanlageprodukte (PRIIP) durch technische Regulierungsstandards in Bezug auf die Darstellung, den Inhalt, die Überprüfung und die Überarbeitung dieser Basisinformationsblätter sowie die Bedingungen für die Erfüllung der Verpflichtung zu ihrer Bereitstellung
[17] So z.B. eine Aussage des Staatssekretärs im Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, Gerd Billen, anlässlich einer Fachtagung vom 19.5.2017, vgl. Beenken (2017)
[18] So der Vorschlag der hessischen CDU und der hessischen Grünen, vgl. Thelen (2018); Heuser (2021b)

oder die Ansprache der Kunden beispielsweise durch Berater an. Wenn der Kunde seinen Bedarf erkennt und zudem eine ausreichende Kaufkraft hat, wird aus dem Bedarf Nachfrage.

Abbildung 2 zeigt, wie Nachfrage nach Finanzdienstleistungen entstehen kann. Sie entspringt häufig einem Bedürfnis nach Sicherheit, das sich in der Regel auf die Zukunft bezieht.[19] Menschen streben in der Regel nach einer Erhaltung des Status quo. Sie möchten einen erreichten Lebensstandard nicht verlieren und diesen auch künftig bei schwankendem Einkommen, für das Alter oder bei einer Berufs- oder Erwerbsunfähigkeit, absichern.

Allerdings erfordert die Sicherung künftigen Einkommens Konsumverzicht in der Gegenwart, jedenfalls in dem häufigen Fall, wenn nicht verlässlich mit künftigen Geldmitteln (z.B. aus einer Erbschaft) gerechnet werden kann, sondern das künftige Einkommen erst angespart werden muss. Ist ein solcher Konsumverzicht möglich, kann er in eine Sparleistung für Versicherungen oder Geldanlagen umgewandelt werden – es entsteht eine konkrete Nachfrage.

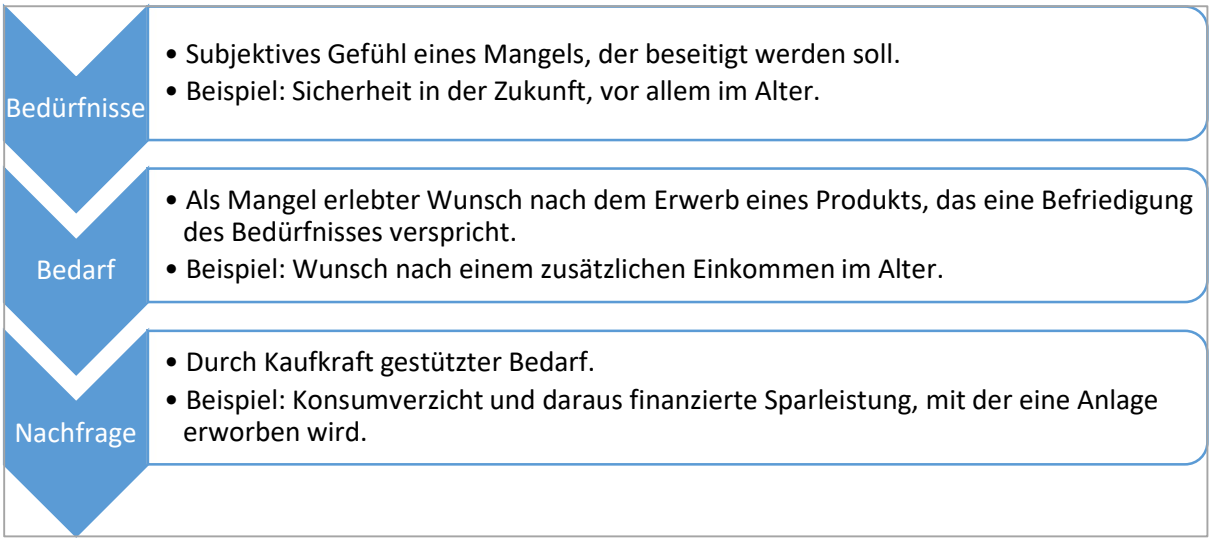

Abbildung 2: Zusammenhang von Bedürfnis, Bedarf und Nachfrage; eigene Darstellung in Anlehnung an Freiling/Reckenfelderbäumer (2010), S. 101

„Magisches Fünfeck“

Das „Magische Fünfeck der Geldanlage“ ist ein anschauliches Bild für Nachfrager, um die individuellen Anlage- und Sparentscheidungen mit fünf wesentlichen Entscheidungskriterien in Einklang zu bringen und dabei persönliche Präferenzen und Bedürfnisse zu berücksichtigen.[20]

[19] Vgl. für viele Maslow (1943/2019).
[20] Steuervorteile und (Brutto-)Rendite werden häufig zu einem gemeinsamen Entscheidungskriterium Rentabilität zusammengefasst und damit das „Magische Fünfeck“ zum Viereck reduziert; vgl. z.B. DIVA (2021)

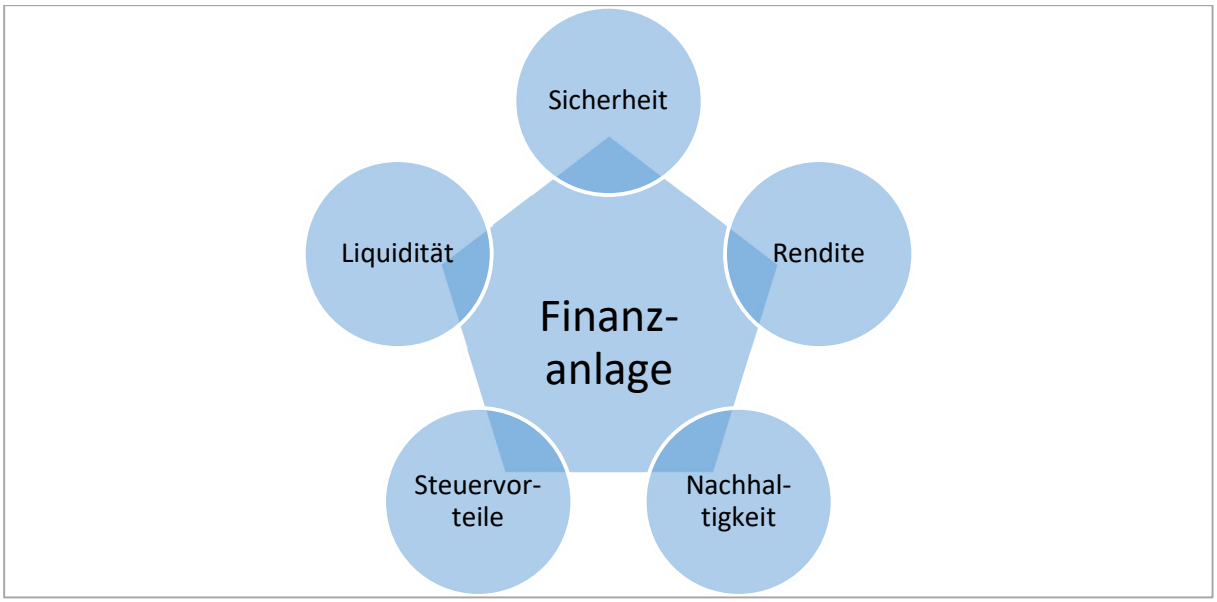

Abbildung 3: Magisches Fünfeck der Finanzanlage; eigene Darstellung

Da das grundlegende Bedürfnis der Kunden häufig *„Sicherheit“* ist, steht Sicherheit auch bei der Anlageberatung immer wieder an erster Stelle.[21] Eine besondere Rolle spielt dies in der aktuellen Niedrigzinssituation, in der klassische Garantien, wie sie in Lebens- und Rentenversicherungen bislang üblich waren, nicht mehr dauerhaft darstellbar sind. Daraus wird abgeleitet, dass es günstiger sei, auf Garantien zu verzichten und auf die langfristige Stabilisierungswirkung von Anlagen zu vertrauen.[22]

Hohe Bedeutung hat auch der zweite Eckpunkt *„Rendite“.* Damit ist der Ertrag der Anlage nach Abzug der Kosten gemeint. Die Rendite steht in einem Spannungsverhältnis zur Sicherheit; nach einer Faustformel ist eine steigende Rendite nur gegen steigendes Risiko (eines Teil- oder gar Totalverlusts der Anlage) zu erreichen.

Drittes Entscheidungskriterium ist die *„Liquidität“.* Sie bezeichnet, ob und wie schnell Anlagen veräußert und damit finanzielle Mittel verfügbar gemacht werden können. Generell kann man unterscheiden in

- voll liquide Mittel, die jederzeit frei verfügbar sind (Bargeld, Sichteinlagen bei Kreditinstituten auf Giro- und Tagesgeldkonten, sehr kurzfristig kündbare Spareinlagen),
- kurzfristig liquide Mittel, für die ein Verkauf an organisierten Märkten realisierbar ist (z.B. Aktien und Anteile an offenen Investmentfonds),
- längerfristig liquide Mittel, die nur durch einen längerfristig zu organisierenden Verkauf oder aufgrund von Einschränkungen der Handelbarkeit nur unsicher zu liquidieren sind (z.B. Anteile an geschlossenen Investmentfonds, unternehmerische Beteiligungen, Anleihen und Zertifikate, Immobilien),
- illiquide Mittel, die dauerhaft in ihrer Anlageform gebunden sind (z.B. Leibrentenversicherungen).

Auch hier gibt es ein Spannungsverhältnis zwischen der Liquidität und dem Ziel Rendite. Vereinfachend lässt sich sagen, dass zunehmende Liquidität mit abnehmender Rendite und umgekehrt einhergeht.

Schwieriger ist das Verhältnis zwischen Liquidität und Sicherheit einzuschätzen. Grundsätzlich sind beide Ziele durchaus gleichgerichtet, denn je liquider eine Anlage, desto sicherer sind diese Mittel für

[21] Vgl. Richter et al. (2016), S. 9
[22] Vgl. Goeke (2012), S. 7 ff.

den Anleger verfügbar. Allerdings stößt dies an Grenzen. Das voll liquide Bargeld ist hoch diebstahlgefährdet. Außerdem sind Sicht- und Spareinlagen nur bis zu 100.000 Euro pro Bank durch die gesetzliche Einlagensicherung vor einem Insolvenzrisiko des Kreditinstituts geschützt.

Im magischen Fünfeck spielen weiter *„steuerliche Vorteile“* eine Rolle. Diese können die Nettorendite erheblich verändern. Als Beispiel sei die immer wieder kritisierte Riesterrente angeführt. Sie weist – ebenfalls aufgrund der Niedrigzinssituation sowie aufgrund eines gesetzlich vorgeschriebenen, erheblichen Verwaltungsaufwands – zunehmend eine negative Bruttorendite aus, das heißt Anbieter von Riesterverträgen können kaum noch wenigstens einen nominalen Beitragserhalt sicherstellen.[23] Deshalb vom „Riestern“ abzuraten, wäre allerdings verfehlt: Trotz aller konstruktiven Mängel (und fraglos dringendem Reformbedarf) kann die individuelle Rendite je nach der persönlichen steuerlichen Situation oft attraktiv sein, insbesondere bei Geringverdienern und bei Personen mit förderfähigen Kindern.

Als fünften Eckpunkt wird das „Magische Fünfeck“ in jüngster Zeit um den Aspekt der *„Nachhaltigkeit“* erweitert. Seit März 2021 soll die EU-Transparenzverordnung[24] die Umsteuerung von Kapitalanlagen hin zu nachhaltigen Anlagen fördern. Sie sollen den ESG-Kriterien entsprechen, das heißt ökologisch nachhaltig (E=Environment), sozial nachhaltig (S=Social) sein und eine nachhaltige Unternehmensführung unterstützen (G=Governance). Anbieter von Anlagen und Berater haben entsprechende Informationen auf ihren Webseiten zu veröffentlichen und nachhaltigkeitsbezogene Informationen zur Anlage (bzw. Versicherungsanlageprodukt) an den Kunden zu geben. Es ist absehbar, dass es auch zu Anpassungen der Europäischen Richtlinien MiFID II und IDD kommen wird. Kunden werden dann explizit zu ihren Wünschen und Bedürfnissen hinsichtlich nachhaltiger Anlagen befragt werden müssen. Auch hier gibt es durchaus einige Spannungsverhältnisse zu den übrigen vier Zielen der Anlage.

Zusammenfassend besteht erheblicher Klärungs- und möglicherweise Beratungsbedarf für Kunden hinsichtlich der Merkmale Sicherheit, Rendite, Liquidität, steuerliche Vorteile und Nachhaltigkeit von Anlagen. Dabei stehen diese Ziele überwiegend in Konkurrenz zueinander, lassen sich also nicht gleichzeitig maximieren.

2.2.2 Altersvorsorge als komplexe Finanzentscheidung/komplexes Entscheidungsbündel

Altersvorsorge als Nachfragemotiv

Ein zentrales Nachfragemotiv für Finanzdienstleistungen besteht in der Sicherung eines angemessenen Alterseinkommens. Die Altersvorsorge ist in der finanzmathematischen Betrachtung schlicht eine Umverteilung von Vermögen in der Zeit. Typischerweise erbringt ein Erwerbstätiger über die Jahre seiner Erwerbstätigkeit eine regelmäßige Sparleistung, um von diesem angehäuften Vermögen im Rentenalter zehren zu können. Der Sparer ist dabei gut beraten, diese regelmäßige Sparleistung so früh wie möglich aufzunehmen, denn je später die Sparleistung erfolgt, desto überproportional (!) höher muss sie ausfallen, weil Zeiten der Verzinsung fehlen.

Altersvorsorge bedarf Entscheidungen hinsichtlich mehrerer Dimensionen:

Freiwillige oder Zwangsvorsorge?

Zunächst muss zwischen der freiwilligen Vorsorge und der Zwangsvorsorge entschieden werden. In der privaten, kapitalgedeckten Vorsorge besteht grundsätzlich Entscheidungsfreiheit, wann mit einer

[23] Als Konsequenz gibt es immer weniger Riester-Angebote im Markt; vgl. Stiftung Warentest (2021).
[24] Verordnung (EU) 2019/2088 vom 27. November 2019 über nachhaltigkeitsbezogene Offenlegungspflichten im Finanzdienstleistungssektor, Amtsblatt der Europäischen Union vom 9.12.2019, S. L 317/1-16

Sparleistung begonnen wird. Das Bedürfnis nach einer Altersvorsorge wächst empirisch messbar allerdings erst mit zunehmendem Alter. Je näher der Ruhestand rückt, desto präsenter wird die Frage, welche Mittel zur Sicherung des Lebensstandards zur Verfügung stehen.

In einer freiwilligen Vorsorge, insbesondere für jüngere Berufstätige, ist also ein erheblicher Überzeugungsaufwand zu leisten, um sie von einem Konsumverzicht und einem frühzeitigen Aufbau von Alterskapital zu überzeugen. Wenngleich das Ergebnis wünschenswert ist, ist die Einsicht in die Notwendigkeit eingeschränkt. Zwangssysteme wie die gesetzliche Rentenversicherung sind demgegenüber im Vorteil.

Wie Abbildung 4 zeigt, muss eine Kosten-Nutzen-Abwägung zwischen einer Zwangsvorsorge und einer freiwilligen Vorsorge vorgenommen werden.

Abbildung 4: Kosten-Nutzen-Abwägung in der Altersvorsorge zwischen Zwangs- und Freiwilliger Vorsorge; eigene Darstellung

Zusätzlich sollte bei der Entscheidungsfindung des Sparers die *zeitliche Dimension der Sicherheit* berücksichtigt werden. In der Regel ist die Kapitaldeckung[25] dem Umlagesystem[26] durch Nutzung der Zinseszinseffekte überlegen. Im aktuellen Niedrig- bzw. Negativzinsumfeld wird die Umlagefinanzierung

[25] Kapitalgedeckte Vorsorge: Dies ist das Grundprinzip privatwirtschaftlicher Vorsorgeangebote. Hier findet entweder ein individueller oder ein kollektiver Sparprozess statt, bei dem die durch Beitragszahlung dem Anbieter zufließenden Mittel entweder individuell (z.B. in Fondsanteilen im Depot eines Sparers) oder kollektiv (z.B. in einem Deckungsstock oder in einer kollektiven Fondsanlage eines Lebensversicherers) angelegt und nach Ablauf der vertraglich vereinbarten Ansparphase zugunsten des Sparers oder des Sparerkollektivs verwertet wird.
[26] Umlagefinanzierte Vorsorge: Dies ist das Grundprinzip der gesetzlichen Rentenversicherung, wonach die versicherungspflichtige Erwerbsbevölkerung und die Arbeitgeber mit ihren laufenden Beiträgen die aktuell vorhandenen Rentenansprüche der Rentner finanzieren, das heißt die Mittel werden in einem Zeitabschnitt von den Beitragszahlern hin zu den Rentenempfängern umgelegt. Dazwischen findet kein (nennenswerter) Sparprozess statt.

jedoch immer wieder als vorteilhafter als eine Kapitaldeckung gesehen[27]; sie unterläge nicht dem Risiko einer realen Geldentwertung. Daraus den Rat abzuleiten, auch freiwillige Altersvorsorge umlagefinanziert durch zusätzliche Einzahlungen in die gesetzliche Rentenversicherung zu betreiben[28], kann nur mit Einschränkungen gefolgt werden. Altersvorsorge ist ein besonders langfristiges Investment; kurzzeitige Vorteilhaftigkeiten sollten nicht den alleinigen Ausschlag für Anlageentscheidungen geben.[29]

Die *demografische Entwicklung* sollte ebenfalls beachtet werden. In den nächsten Jahrzehnten wird sich das Verhältnis zwischen Erwerbsbevölkerung und Rentenempfängern dramatisch zulasten der Erwerbsbevölkerung entwickeln.[30] Schon heute ist absehbar, dass aus demselben Umlageanteil der Erwerbseinkommen weniger Rente finanzierbar sein wird – oder die heutige Erwerbsbevölkerung erheblich länger arbeiten muss (wobei fraglich ist, ob sich weitere merkliche Anhebungen des Renteneintrittsalters politisch durchsetzen lassen).[31] Wer also die Rente umlagefinanziert, muss den Vorsorgesparer auf erhebliche Unsicherheiten hinweisen, in Jahrzehnten eine rentable Rentenleistung zu erhalten.

Betriebliche oder private Altersvorsorge?

Wenn sich der Sparer für die freiwillige Altersvorsorge entschieden hat, muss er eine Entscheidung darüber treffen, in welches freiwillige Altersvorsorgesystem und ggf. in welches Anlageprodukt er seine Sparleistung investiert. Jenseits des gesetzlichen Zwangssystems kommen dafür die betriebliche Altersvorsorge oder die private Altersvorsorge in Frage.

Ein Altersvorsorgesparer muss dabei die Grundsatzentscheidung treffen, ob er sich mit seiner Vorsorge an einen Arbeitgeber binden will oder nicht. Seine Kosten-Nutzen-Abwägung bezieht sich vor allem darauf, ob ihm steuerliche Förderung und ggf. Ersparnisse bei Sozialversicherungsbeiträgen[32] wichtiger sind als Flexibilität.

In der privaten anders als in betrieblichen Altersvorsorge besteht grundsätzlich Entscheidungsfreiheit, ob Altersvorsorgekapital als Kapitalleistung – in verschiedenen Anlageformen – oder als Rentenleistung – zulässig nur in Form einer Versicherung – verwertet werden soll, wenn auch mit unterschiedlichen steuerlichen Förderungen. Damit können sich Altersvorsorgesparer die Wahl der „richtigen“ Art der Verwertung des Vorsorgekapitals bis zum Ruhestandseintritt vorbehalten.

[27] Beispielsweise forderte die Linkspartei in ihrem Wahlprogramm zur Bundestagswahl 2021 eine Erhöhung des Rentenniveaus aus der gesetzlichen Rente und eine Abschaffung der Förderung privater Renten; die eingesparten Mittel sollten zur Finanzierung der gesetzlichen Rentenversicherung eingesetzt werden; vgl. (DIE) LINKE (2021)

[28] So z.B. Larisch (2020) von der Verbraucherzentrale Bayern e.V.; Brandstetter (2015a); Brandstetter (2015b). Eine solche Forderung fand sich in den Wahlprogrammen von CDU/CSU und SPD zur Bundestagswahl 2021; vgl. CDU/CSU (2021); vgl. SPD (2021)

[29] So forderte beispielweise die FDP in ihrem Wahlprogramm zur Bundestagswahl 2021 die Einführung einer „Aktienrente“ und damit ein Kapitalbildungselement durch Umlenkung eines kleineren Teils des Rentenversicherungsbeitrags; vgl. FDP (2021).

[30] Vgl. Destatis (2019), S. 22 f.

[31] Zum Dilemma der gesetzlichen Rente – sich verschärfend aufgrund der Corona-Pandemie – vgl. Heuser (2020)

[32] Insbesondere im Fall der Entgeltumwandlung von Einmalzahlungen, wobei allerdings die Einsparung im Fall der Rentenversicherung auch zu einer Senkung der gesetzlichen Rentenansprüche im Alter führt.

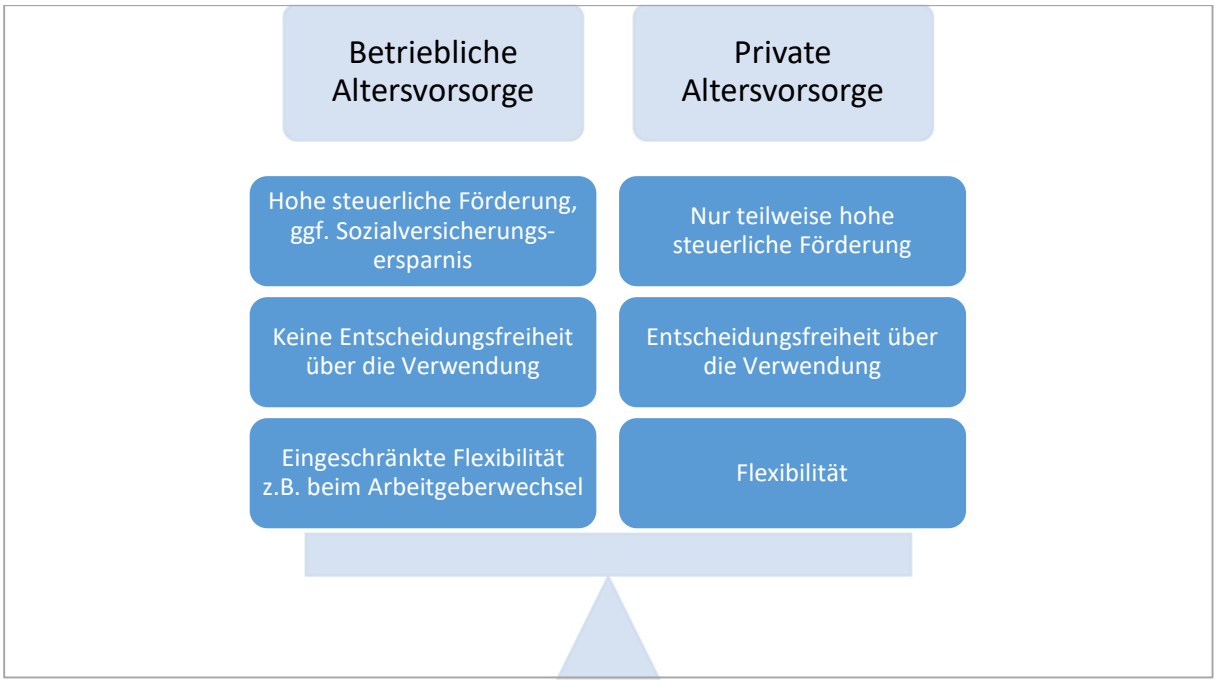

Abbildung 5: Kosten-Nutzen-Abwägung in der Altersvorsorge zwischen betrieblicher und privater Altersvorsorge; eigene Darstellung

Individueller versus kollektiver Kapitalverzehr

Wer für das Alter vorsorgen möchte, sollte die Vorteile des kollektiven Kapitalverzehrs im Blick behalten.

Es gibt zwei Möglichkeiten für eine Verrentung mit Kapitalverzehr. Zum einen ist dies die individuelle Lösung, welche Freiheiten in der Wahl und im Wechsel von Anlageformen bietet. Alternativ gibt es die kollektive Organisation des Kapitalverzehrs, die regulatorisch nur in Form der Rentenversicherung und von einem zugelassenen Lebensversicherungsunternehmen zulässig ist. Sie hat eingeschränkte Gestaltungsoptionen, wie die grundsätzliche Wahl der Anlageform (Deckungsstock, fonds- oder indexbasiert, hybrid) oder die Leistungsgestaltung (z.B. Gewinnbeteiligungssysteme, Rückzahlungsoptionen im Todesfall vor Rentenbeginn sowie Rentengarantiezeiten zur Abmilderung des strengen Leibrentenprinzips) organisiert werden.

Gegen eine Rentenversicherung werden immer wieder die Kosten ihrer Organisation angeführt.[33] Diese sind in der Tat nicht gering und umfassen Abschluss- und Vertriebskosten, Verwaltungskosten, Kosten der Leistungsregulierung, Kosten der Kapitalanlage und Gewinnerwartungen der Anbieter. Allerdings verursachen andere Formen der Kapitalanlage ebenfalls Kosten, zum Beispiel Ausgabeaufschläge oder Abschläge bei Rückgabe, Verwahrgebühren und sonstige laufende Kosten. Vergessen werden auch häufig die Beratungsgebühren – des Anbieters selbst oder von externen Drittberatern. Rein ökonomisch gesehen entstehen selbst dann Kosten, wenn der Anleger sich ohne fremde Hilfe informiert und Entscheidungen trifft. Dabei handelt es sich zum einen um die aufgewendete Zeit für die Informationsbeschaffung und -auswertung, die bewertet werden muss, und zum anderen um ein erhöhtes Risiko durch fehlende, fehlerhafte oder falsch interpretierte Informationen, das ebenso „eingepreist“ werden muss.

[33] Vgl. Bund der Versicherten (2019a); Hagen/Kleinlein (2011), S. 3 ff.; Oehler (2011)

Selbst wenn man die Variante „Sparen unter dem Kopfkissen“ ernsthaft in Betracht ziehen wollte[34], entstehen ökonomisch gesprochen Kosten durch das erhebliche Verlustrisiko des im Haus angesammelten Kapitals. Es müssten entsprechende Tresore angeschafft werden und teure Versicherungen gegen Risiken wie Einbruchdiebstahl, aber auch Feuer- und Elementarschadenereignisse abgeschlossen werden. Bei den hier zur Rede stehenden sechs- und siebenstelligen Beträgen ist sogar fraglich, ob solcher Versicherungsschutz überhaupt verfügbar ist. Trotz der offensichtlichen Unsinnigkeit solcher Anlagevarianten finden diese immer wieder in den Medien[35] und der Politik Beachtung.

Zusätzlich ist zu beachten, dass bei individuellem Kapitalverzehr ausreichend Kapital aufgebaut werden muss, dessen Höhe sich nach der individuellen Lebenserwartung richtet. Das bedeutet, in der individuell organisierten Kapitalanlage kann der Vorsorger ein Alter festlegen, von dem er mit hoher Wahrscheinlichkeit annimmt, dieses nicht mehr zu erreichen, zum Beispiel 110 Jahre. Das Risiko seiner Langlebigkeit muss der individuelle Vorsorger also mit einem zeitlichen Puffer absichern – und trotzdem bleibt ein Restrisiko, die Verrentungsphase zu überleben. Anders bei der kollektiven Option: Hier wird das individuelle Langlebigkeitsrisiko von der Versichertengemeinschaft getragen.

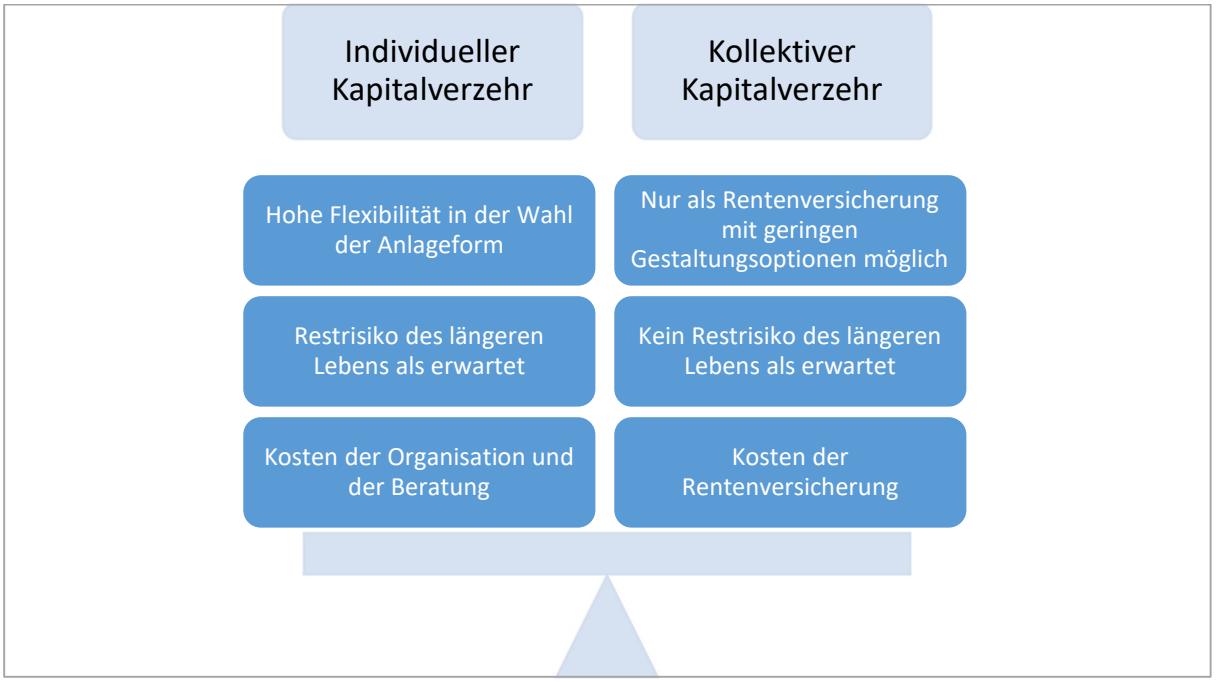

Abbildung 6: Kosten-Nutzen-Abwägung zwischen individuellem und kollektivem Kapitalverzehr; eigene Darstellung

Eine individuelle Kapitalanlage muss deshalb dauerhaft Überrenditen gegenüber der kollektiven Lösung erbringen, um dieselbe Rente mit einer gleich hohen Sparrate erreichen zu können. Diese Überrenditen der individuellen Lösung müssen im Vergleich zur kollektiven mit fallendem Marktzins ansteigen. In die heutige Zeit der Niedrig-, Null- und Negativzinsen übertragen, bedeutet das, je länger diese Phase anhält und je schwerer es ist, eine dauerhaft attraktive Verzinsung des Kapitals zu erreichen, desto relativ attraktiver wird die kollektive Form der Kapitalanlage und ist der individuellen Lösung dementsprechend überlegen.

[34] Vgl. Bund der Versicherten (2019b)
[35] Eine Google-News-Recherche „Kopfkissen Bund der Versicherten“ führt zu 90 Treffern, der jüngste davon aus 2021 (Stand: 2.8.2021).

Beispiel:

Eine 30-jährige Person möchte zum Alter 67 in den Ruhestand eintreten und dann 12.000 Euro Jahresrente (vorschüssig) zusätzlich erhalten, entweder durch Entnahme aus einem angesparten Vermögen oder durch eine Rentenzahlung. Sie geht davon aus, dass ihre Alterskohorte eine durchschnittliche Lebenserwartung von 89 Jahren hat.

Nachstehend wird gezeigt, welche Ansparraten bei drei verschiedenen Zinssätzen (3%, 2%, 1%) notwendig sind, um die spätere Entnahme/Rente zu finanzieren. Diese Ansparraten sind rein finanzmathematisch gerechnet, unterschiedliche Kosten der verschiedenen Anlageformen werden nicht besonders berücksichtigt. Als Varianten des Alterssparens werden gezeigt:

- Individualsparen ohne Kapitalverzehr, das heißt die gewünschte Entnahme/Rente wird nur durch Zinsen finanziert, das zum Alter 67 angesparte Kapital bleibt erhalten und kann zum Beispiel vererbt werden.
- Individualsparen mit Kapitalverzehr, hier beispielhaft bis zu den Endaltern 120, 110 und 100 Jahre.
- Kollektivsparen (Rente).

Gezeigt wird außerdem die Überrendite, also der Mehrzins, der lebenslänglich erzielt werden muss, wenn der Vorsorgesparer mit der Ansparrate des Kollektivsparens dieselben Entnahmen/Renten beim Individualsparen erzielen möchte. Beispielsweise müsste der Alterssparer bei der Variante „Individuell ohne Kapitalverzehr“ insgesamt 4,52 Prozent Zins lebenslänglich erwirtschaften, um mit einer Ansparrate von 2.890 Euro dieselbe Entnahme zu finanzieren, wie sie kollektiv bei 3 Prozent Zins ermöglicht wird.

Das Beispiel zeigt zudem, dass die Ansparraten umso stärker auseinanderfallen, je niedriger das Zinsniveau ist. Umgekehrt muss die Überrendite umso höher ausfallen, je niedriger das Marktzinsniveau ist. Das heißt, entgegen der oft verbreiteten Meinung lohnt sich die kollektive Vorsorge (Rente) umso mehr, je niedriger die im Markt verfügbaren Zinsen sind.

Variante des Alterssparens	Zinssatz	Ansparrate von Alter 30 bis 67, jährlich	Erforderlicher Mehrzins, um das Ergebnis des kollektiven Sparens zu erreichen
Individuell ohne Kapitalverzehr	3%	6.045 €	1,52%
Individuell mit Kapitalverzehr bis Alter 120		4.783 €	1,28%
Individuell mit Kapitalverzehr bis Alter 110		4.349 €	1,12%
Individuell mit Kapitalverzehr bis Alter 100		3.766 €	0,81%
Kollektiv (Rente)		2.890 €	-

Tabelle 1: Varianten des Alterssparens (3% Zins)

Variante des Alterssparens	Zinssatz	Ansparrate von Alter 30 bis 67, jährlich	Erforderlicher Mehrzins, um das Ergebnis des kollektiven Sparens zu erreichen
Individuell ohne Kapitalverzehr	2%	11.104 €	1,85%
Individuell mit Kapitalverzehr bis Alter 120		7.217 €	1,51%
Individuell mit Kapitalverzehr bis Alter 110		6.365 €	1,30%
Individuell mit Kapitalverzehr bis Alter 100		5.327 €	0,93%
Kollektiv (Rente)		3.922 €	-

Tabelle 2: Varianten des Alterssparens (2% Zins)

Variante des Alterssparens	Zinssatz	Ansparrate von Alter 30 bis 67, jährlich	Erforderlicher Mehrzins, um das Ergebnis des kollektiven Sparens zu erreichen
Individuell ohne Kapitalverzehr	1%	26.962 €	2,22%
Individuell mit Kapitalverzehr bis Alter 120		11.050 €	1,77%
Individuell mit Kapitalverzehr bis Alter 110		9.385 €	1,51%
Individuell mit Kapitalverzehr bis Alter 100		7.546 €	1,07%
Kollektiv (Rente)		5.301 €	-

Tabelle 3: Varianten des Alterssparens (1% Zins)

Eigenständige oder kombinierte Versicherungen?

Gegen Kombinationen aus Kapitalbildung und Risikoabsicherung in einem Vertrag wird immer wieder die Kritik vorgebracht, diese seien teuer und unrentabel.[36] Das ist nicht pauschal richtig. Häufig ist eine Kombination schon deshalb günstiger als der Erwerb getrennter Produkte, weil Fixkosten für Beratung, Antragsprüfung, Policierung oder Verwaltung der Verträge und Beitragsinkasso nur einmalig statt für mehrere Verträge anfallen.

[36] Vgl. Bund der Versicherten (2021), S. 2

Abbildung 7: Kosten-Nutzen-Abwägung zwischen selbstständigen und kombinierten Versicherungen; eigene Darstellung

Hinzu kommt ein verhaltenswissenschaftlich begründetes Argument. Viele Kunden scheuen das „Alles-oder-nichts-Prinzip“. Das heißt, sie tun sich schwer mit dem Gedanken, dass bei Nichteintritt eines versicherten Ereignisses keine Leistung fällig wird und – aus einer ex post-Betrachtung – die Beiträge „umsonst“ gezahlt worden sind.[37] Das erhöht die Hemmschwelle, ex ante das mögliche Risiko zu versichern. Vielen Kunden gefällt der Gedanke wesentlich besser, dass nicht alle Beiträge „verlorengehen“ können. Das ist bei kombinierten Versicherungen der Fall. Auch wenn dies nicht finanzrational ist: Für den Kunden ist es besser, mit Kombinationsprodukten gut versichert als aufgrund seiner nicht streng finanzrationalen Denkweise unzureichend versichert zu sein.

Nachfragemotiv der generellen Vermögensbildung

Auch das Nachfragemotiv der generellen Vermögensbildung entspricht einem Bedürfnis vieler Kunden. Sie wollen ihren Lebensstandard dauerhaft steigern, sich künftig größere Anschaffungen bis zum Eigenheim leisten können und/oder ihren Kindern ein attraktives Erbe hinterlassen. Auch dieses Nachfragemotiv kann zu separaten Anlageentscheidungen oder zu Produktkombinationen führen, die sowohl der Altersvorsorge als auch der allgemeinen Vermögensbildung dienen. Das ist im Prinzip bei allen Formen der Kapitalanlage wie Aktien, Investmentfonds etc. als auch bei kapitalbildenden Versicherungen mit der Option der Entnahme einer einmaligen Kapitalleistung anstelle einer Rente (Kapitallebensversicherung oder Rentenversicherung mit Kapitaloption) gegeben. Auch Immobilienvermögen kann grundsätzlich beiden Zielen dienen. Auch sie führen zu einer allgemeinen Vermögensbildung und tragen zudem zu einer Altersvorsorge durch beispielsweise Mietfreiheit im Alter, durch die Möglichkeit zum Verkauf oder zur Vermietung im Alter oder durch Verrentungslösungen über Spezialanbieter (z.B. „Umkehrhypothek“) bei.

[37] Vgl. Tversky/Kahneman (2009), S. 143 ff.

2.2.3 Wissensdefizite und Verzerrungseffekte der Nachfrage

Finanzielle Allgemeinbildung der Kunden wird kontrovers diskutiert.

Eine solide finanzielle Allgemeinbildung ist elementar für das Leitbild des auch in seinen Geldangelegenheiten souveränen Bürgers. Er ist in der Lage, die komplexen Zusammenhänge rund um Kapitalanlage, Finanzprodukte und -dienstleistungen in ihren Grundstrukturen zu verstehen, die richtigen Fragen zu stellen und die Angemessenheit von Antworten einzuschätzen. Dazu zählen das Wissen über die Funktionsweise von Kapitalmärkten, über die verschiedenen Arten von Finanzdienstleistungen oder grundlegende finanzmathematische Zusammenhänge wie Zinsen und Zinseszinsen.

Ob die finanzielle Allgemeinbildung der Kunden in Deutschland für informierte Geldentscheidungen ausreichend ist, wird kontrovers diskutiert und ist mangels verlässlicher empirischer Grundlagen nicht eindeutig zu beantworten.[38] Das skizzierte Wissen gehört jedenfalls bis auf wenige Ausnahmen bisher nicht zum Kanon der Lerninhalte in allgemeinbildenden Schulen.[39] Auch sonst gibt es keine staatlichen oder breit wirksamen privaten Maßnahmen für eine hinreichende finanzielle Allgemeinbildung. Verschiedene Initiativen versuchen – bislang aber ohne erkennbaren Erfolg –, daran etwas zu ändern.

Im Jahr 2008 veröffentlichte das damalige Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz eine Studie, in der eine Förderung der finanziellen Allgemeinbildung angemahnt wurde.[40] Es folgte eine „Qualitätsoffensive Verbraucherfinanzen“ und in ihrem Zuge ein Thesenpapier[41], das aber keine Vorschläge zur Förderung der finanziellen Allgemeinbildung enthielt und sich stattdessen mit der Qualifikation der Finanzberater beschäftigte. Auch in den weiteren Legislaturperioden ist keine Initiative in Richtung einer Steigerung der finanziellen Allgemeinbildung erfolgt. Vielmehr wurden die Berater in den Fokus genommen und deren Qualifikation durch gesetzgeberische Maßnahmen wie Ergänzung der Gewerbeordnung und die darauf basierenden Finanzanlagenvermittlungs- sowie Versicherungsvermittlungsverordnung detailliert vorgeschrieben.

Insgesamt scheint die Politik bezüglich der Steigerung der finanziellen Allgemeinbildung der Bevölkerung zu resignieren.

Verzerrungseffekte beeinflussen Kundenentscheidungen.

Finanzentscheidungen werden von einer ganzen Reihe psychologischer Verzerrungseffekte beeinflusst.

Zeitdiskontierung[42]: Kunden zinsen in der Zukunft liegende Beträge gedanklich oft nicht zutreffend auf den heutigen Zeitpunkt ab oder umgekehrt in die Zukunft auf. Beispiel: Ein Honorarberater bietet seinem Kunden eine Lebensversicherung zum sogenannten Nettotarif an. Diese soll nach 30 Jahren Aufschubzeit einen Mehrerlös von 10.000 Euro gegenüber einem vergleichbaren Bruttotarif bringen, der eine Provision enthält. Der Honorarberater verlangt dafür ein Honorar von 5.000 Euro. Kunden werden in dieser Hinsicht dazu neigen, die beiden aufgezeigten Beträge nominal zu vergleichen und festzustellen, dass 10.000 Euro > 5.000 Euro und damit scheinbar das Honorarangebot fair ist. Die Entscheidung

[38] Vgl. Anger/Plünnecke/Schüler (2019). Skeptiker berufen sich oft auf eine Studie der Bertelsmann-Stiftung von 2004(!): vgl. Leinert (2004). Neue empirische Untersuchungen des DIVA zeichnen für die Gruppe der Millennials in Deutschland ein ambivalentes Bild, vgl. Heuser (2021a).

[39] Einem internationalen Vergleich der finanziellen Allgemeinbildung von Schülern geht Deutschland aus dem Weg, indem es bisher nicht an der Zusatzoption Financial Literacy des Programme for International Student Assessment (PISA) der OECD teilnimmt; vgl. OECD (2018).

[40] Habschick/Evers (2008), S. 125 f.

[41] BMELV: Qualitätsoffensive Verbraucherfinanzen, Thesenpapier zur Qualität der Finanzberatung und Qualifikation der Finanzvermittler, Berlin, 1.7.2009

[42] Vgl. Beck (2014), S. 197 ff.

ist dennoch finanzrational falsch, weil eine Aufzinsung des heute fälligen Honorars von 5.000 Euro um beispielsweise nur 3 Prozent jährlich zu einer Summe von 12.136 Euro in 30 Jahren führt und nun gilt: 10.000 Euro < 12.136 Euro. Zudem ist der Mehrerlös in 30 Jahren in der Regel nicht garantiert, sondern eine mit Unsicherheiten behaftete Größe, wohingegen die heutige Honorarrechnung eine sichere Größe darstellt.

Zeitinkonsistenzen spielen bei der Nachfrage nach Altersvorsorge ohnehin eine sehr große Rolle. Die *„Spatz in der Hand-Theorie“*[43] befasst sich mit der Beobachtung, dass Kunden sofort fällige Beträge selbst dann vorziehen, wenn sie offensichtlich kleiner sind als künftige. Für die Altersvorsorge bedeutet das, dass Kunden eine Kosten-Nutzen-Abwägung zwischen einem heute verfügbaren Einkommen und damit realisierbaren (Konsum-)Wünschen und einem zukünftigen (Alters-)Einkommen vornehmen. Dabei gewinnt der „Spatz in der Hand“ (Betrag heute verwenden) gegenüber der „Taube auf dem Dach“ (Betrag sparen und morgen verwenden).

Jenseits einer Fehleinschätzung der zeitlichen Effekte wird dieses Verhalten auch, etwa im *Marshmallow-Test*, durch eine unterschiedlich ausgeprägte Fähigkeit zur Selbstbeherrschung erklärt. *Mischel* zeigt, dass schon kleine Kinder ein Verhalten realisieren, das Prognosen für ihr künftiges Verhalten als Erwachsene zulässt.[44] Insbesondere lässt sich vorhersagen, ob sie für eine größere Belohnung in der Lage sind, auf einen kleineren, sofortigen Nutzen zu verzichten. Er zeigt am Beispiel der Altersvorsorge, welche negativen Folgen die fehlende Selbstbeherrschung hat.[45]

Verzicht spielt in der Vorsorge eine enorme Rolle. Dieser fällt insbesondere dann leicht, wenn er gar nicht erst als solcher in Erscheinung tritt. Dieses Phänomen kann man in der betrieblichen Altersvorsorge zeigen. Eine Entgeltumwandlung fällt schwer, wenn der Mitarbeiter auf ein bisher auf sein Konto eingehendes Einkommen verzichten soll. Denn an dieses Geld hat er sich gewöhnt und möchte darauf nicht mehr verzichten („*Endowment Effect*“ oder „*Besitztumseffekt*“[46]). Dagegen kann er leichter auf ein Gehalt verzichten, über das er noch nicht verfügen konnte. Damit lässt sich erklären, warum in den Niederlanden schätzungsweise 95 Prozent der Erwerbsbevölkerung eine bAV besitzen und deshalb eine weitaus höhere, durchschnittliche Lohnersatzquote als in Deutschland erreicht wird.[47] Dort führt das Opt-out-Modell dazu – eine Zwangsvorsorge mit Ausstiegsoption –, dass gleich beim Eintritt ins Unternehmen vom ersten Gehalt an ein Teil umgewandelt und damit nicht als Verlust empfunden wird. Das bedeutet, ein Berufstätiger wird mit der Aufnahme seiner Tätigkeit automatisch in die bAV aufgenommen, hat aber das Recht, aktiv eine Ausstiegsentscheidung zu treffen. In Deutschland ist die Durchdringung in der bAV weitaus geringer, denn hier gibt es das Opt-in-Modell. Der Effekt erklärt außerdem, dass es leichter ist, eine Entgeltumwandlung einer Sonderzahlung wie z.B. Weihnachtsgeld als diejenige eines laufenden, monatlichen Gehaltsbestandteils eines Arbeitnehmers zu vereinbaren.

Weiter oben wurde darauf hingewiesen, dass Kunden sich mit reinen Risikoversicherungen schwerer tun als mit Kombinationsprodukten aus kapitalbildenden und aus Risikoversicherungen. Hierfür bietet das Modell des „*Mental Accounting*“[48] eine Erklärung. Danach verbuchen Kunden rein gedanklich Gelder auf Konten und versuchen anschließend, diese Konten in einen Ausgleich zu bringen – wie in der doppelten Buchhaltung „Soll“ und „Haben“. Bezahlt der Kunde eine Versicherungsprämie, wird diese mental im „Soll“ verbucht. Nun strebt er danach, eine „Haben“-Buchung zu erlangen. Im Fall der BU/EU oder der Risikolebensversicherung würde das allerdings eine schwere Krankheit, Unfall oder gar den Tod meinen, also wirklich keine sinnvollen Optionen zum „Ausgleich“ des Kontos. Tritt aber keine

[43] Vgl. Steul-Fischer (2003), S. 23
[44] Vgl. Mischel (2014), S. 21 ff.
[45] Vgl. Mischel (2014), S. 127 ff.
[46] Vgl. Kahneman et al. (2009a), S. 159 ff.
[47] Vgl. ASSEKURATA (2016), S. 33 f.
[48] Vgl. Thaler (2009), S. 241 ff.

schwere Krankheit, Unfall oder Tod ein und damit kein „Ausgleich“ des Kontos durch eine Versicherungsleistung, bleibt eine kognitive Dissonanz, der Kunde wird latent unzufrieden sein („Ich habe die Prämie umsonst gezahlt.“). Dagegen hat er bei einer kombinierten Versicherung die Aussicht, spätestens mit der Ablaufleistung oder der Rentenzahlung das Konto wieder in den Ausgleich zu bringen. Das erklärt auch die Popularität der Unfallversicherung mit Beitragsrückgewähr, obwohl sie finanzrational eigentlich wenig Sinn macht.

Auch *Framing*[49] kann die Entscheidungsfindung eines Kunden stark beeinflussen. Derselbe Sachverhalt führt zu einer unterschiedlichen Bewertung, wenn der Rahmen variiert, in dem er dargestellt wird. Bei verdeckten Testberatungen[50] fragte der Testkunde eine Berufsunfähigkeitsversicherung nach und gab an, mehrere Vorerkrankungen zu haben. Auf die Frage, ob er diese im Antrag angeben müsse, erhielt er Antworten wie, „wenn Sie Krebs hätten, dann müssten Sie das auf jeden Fall angeben“. Zwar hatte der Berater nicht offen gesagt, dass die weniger gravierenden Vorerkrankungen nicht angegeben werden sollten. Aber dennoch ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass bei einer solchen Rahmensetzung, „Krebs ist schwerwiegend, andere Krankheiten nicht“, der Kunde seine minderschweren Vorerkrankungen nicht angibt und damit eine vorvertragliche Anzeigepflichtverletzung begeht.

Ein damit eng verwandter Effekt ist der *Anker-Effekt*.[51] Dabei orientiert sich der Kunde an beabsichtigten oder unbeabsichtigten Referenzpunkten. Er wird Angebote oder Zahlungsbereitschaften danach beurteilen, inwieweit sie von dem gesetzten Anker abweichen. Wenn ein Berater beispielsweise seine Kunden informiert, dass viele seiner Kunden 100 Euro im Monat für die Altersvorsorge ausgeben, dann wird der Kunde sich gedanklich in der Nähe dieser 100 Euro einordnen, selbst wenn es für ihn finanzrational wäre, 500 Euro im Monat für eine seinen Ansprüchen genügende Altersvorsorge auszugeben.

2.3 Angebot von Finanzdienstleistungen

Im Fokus dieser Studie stehen regulierte Finanzdienstleistungen. Insbesondere geht es um folgende Produkte:

- Lebens- und Rentenversicherungen, die von durch die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) zugelassenen Versicherungsunternehmen entwickelt und in den Vertrieb gebracht werden,
- Offene Investmentfonds, die von durch die BaFin zugelassenen Kapitalanlagegesellschaften entwickelt und in den Vertrieb gebracht werden,
- Sparanlagen und Sparpläne, die von durch die BaFin zugelassenen Banken und Sparkassen entwickelt und in den Vertrieb gebracht werden,
- Bausparverträge, die von durch die BaFin zugelassenen Bausparkassen entwickelt und in den Vertrieb gebracht werden.

Diese Finanzdienstleistungen sind hochgradig regulierte Produkte. Sie dürfen nur von regulierten Instituten entwickelt und vertrieben werden, die durch die BaFin zugelassen und laufend überwacht werden. Insbesondere Lebens- und Rentenversicherungen werden zudem unter bestimmten Voraussetzungen steuerlich gefördert, was Zertifizierungen dieser Produkte erforderlich macht. Das heißt, sie sind auf ihre spezielle Eignung für die Bildung von Altersvermögen hin überprüft.

[49] Vgl. Johnson et al. (2009), S. 224 ff.
[50] Durchgeführt für eine unveröffentlichte Bachelorarbeit „Behavioral Economics: eine empirische Untersuchung zu der Beeinflussung des Versicherungsnehmers durch den Versicherungsvermittler beim Ausfüllen der Gesundheitsangaben in einem BU-Antrag“, betreut durch Studienautor Beenken im Studiengang Bachelor of Insurance Management, Studienstandort Dortmund, 2017.
[51] Vgl. Kahneman et al. (2009b), S. 665 ff.

Zusätzlich in den Fokus der Studie aufgenommen sind Aktien. Sie werden immer wieder für die Bildung von Altersvermögen empfohlen[52] und von Privatkunden meist über Banken und Sparkassen erworben und in Depots verwaltet. Wie Aktienfonds bieten sie bei einer hinreichenden Risikostreuung eine günstige Kombination aus Sicherheit, Rendite und Liquidität für den Anleger; eine Beratung in dieser Hinsicht ist entscheidend.

Das Angebot ist vielfältig. Vor dem Hintergrund des „Magischen Fünfecks“ gibt es einen hohen Variantenreichtum:

Anlageform	Sicherheit	Rendite	Liquidität	Steuerliche Vorteile	Nachhaltigkeit
Lebens-/Rentenversicherungen					
Kapitalleben klassisch	Hoch	Niedrig	Niedrig	Mittel	Niedrig
Kapitalleben fondsgebunden mit Garantie	Hoch	Mittel	Niedrig	Mittel	Mittel
Kapitalleben fondsgebunden ohne Garantie	Niedrig	Hoch	Niedrig	Niedrig	Mittel
Rente klassisch	Hoch	Niedrig	Niedrig	Hoch	Niedrig
Rente fondsgebunden mit Garantie	Hoch	Mittel	Niedrig	Hoch	Mittel
Rente fondsgebunden ohne Garantie	Niedrig	Hoch	Niedrig	Mittel	Mittel
Offene Investmentfonds					
Gemanagt, Schwerpunkt Renten	Niedrig	Niedrig bis Mittel	Hoch	Niedrig	Niedrig
Gemanagt, Schwerpunkt Aktien	Niedrig	Hoch	Hoch	Niedrig	Niedrig bis Hoch
ETF, Schwerpunkt Renten	Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig	Niedrig
ETF, Schwerpunkt Aktien	Niedrig	Hoch	Hoch	Niedrig	Niedrig bis Hoch
Sparpläne	Hoch	Niedrig	Mittel	Niedrig	Niedrig
Bausparverträge	Hoch	Niedrig	Niedrig	Niedrig	Niedrig
Aktien	Niedrig	Hoch	Mittel	Niedrig	Niedrig bis Hoch

Tabelle 4: Anlageformen und typische Eigenschaften nach dem „Magischen Fünfeck“; eigene Darstellung[53]

In der Beratung müssen die Erwartungen der Kunden und die Anforderungen des „Magischen Fünfecks“ miteinander abgeglichen werden. In der Regel wird es nicht „die eine“ richtige Empfehlung geben, sondern nach dem heuristischen Anlageprinzip des „Nicht-alle-Eier-in-einen-Korb“ eine Mischung aus verschiedenen Anlageformen.

2.4 Angebot von Finanzberatung

Finanzberatung wird von Beratern angeboten. Als Finanzberater im Sinn dieser Studie werden folgende Personen eingeordnet:

- Versicherungsvermittler und Versicherungsberater nach § 34d GewO,

[52] Vgl. Deutsches Institut für Altersvorsorge (2021)

[53] Tabelle 1 listet typische Eigenschaften, im Einzelfall kann es deshalb Abweichungen geben. Das zeigt sich besonders beim Merkmal „Nachhaltigkeit“, wenn je nach konkreter Anlage das Kriterium von „Niedrig“ bis „Hoch“ erfüllt sein kann.

- Finanzanlagenvermittler und Honorar-Finanzanlagenberater nach §§ 34f, 34h GewO,
- Bausparvermittler,
- Verbraucherzentralen und ähnliche Verbraucherschutzverbände, die nach § 8 Abs. 4 RDG entgeltliche Anlage- und/oder Versicherungsberatung anbieten dürfen, ohne über eine der o.g. Erlaubnisse zu verfügen.

Die gewerbsmäßige Versicherungs- und die Finanzanlagenberatung ist in den letzten Jahren im Fokus der Regulierung gewesen. Folgende gewerberechtlichen Anforderungen müssen die Berufsträger erfüllen:

Beratertyp	Anforderungen bei Aufnahme der Tätigkeit	Anforderungen während der Ausübung der Tätigkeit
Versicherungsvermittler[54]		
a) Versicherungsvertreter und -makler mit Gewerbeerlaubnis nach § 34d Abs. 1 GewO	Nachweis gegenüber der zuständigen IHK von: • Zuverlässigkeit[55] • Geordnete Vermögensverhältnisse[56] • Berufshaftpflichtversicherung[57] • Sachkundenachweis durch IHK-Prüfung oder gleichgestellte andere Berufsqualifikation[58] • Registrierung	• Aufrechterhaltung der Voraussetzungen bei Aufnahme der Tätigkeit • Kundengeldsicherung[59] • Weiterbildung im Umfang von mind. 15 Stunden im Kalenderjahr pro Kopf tätiger Personen • Überprüfung der Zuverlässigkeit und Sicherstellen der sachgerechten Qualifikation von Angestellten
b) Erlaubnisfreie Versicherungsvertreter nach § 34d Abs. 7 S. 1 Nr. 1 GewO	Nachweis gegenüber dem die uneingeschränkte Haftung übernehmenden Versicherungsunternehmen:	• Aufrechterhaltung der Voraussetzungen bei Aufnahme der Tätigkeit • Kundengeldsicherung[59]

[54] Produktakzessorische Versicherungsvermittler nach § 34d Abs. 6 GewO werden hier nicht weiter betrachtet, weil ein produktakzessorischer Vertrieb von Lebens- und Rentenversicherungen zur Altersvorsorge nicht möglich ist.

[55] Unter „Zuverlässigkeit“ ist zu verstehen, dass keine Tatsachen bekannt sind, die die Annahme rechtfertigen, dass der Gewerbetreibende nicht die für den Gewerbebetrieb erforderliche Zuverlässigkeit aufweist. Die Gewerbeordnung sieht dabei als Regelvermutung vor, dass die Zuverlässigkeit nicht vorliegt, wenn in den letzten fünf Jahren eine rechtskräftige Verurteilung wegen eines Verbrechens, Diebstahls, Unterschlagung, Erpressung, Betrugs, Untreue, Geldwäsche, Urkundenfälschung, Hehlerei, Wuchers oder einer Insolvenzstraftat erfolgt ist (§ 34d Abs. 5 S. 2 GewO).

[56] Die „geordneten Vermögensverhältnisse“ liegen nach einer weiteren Regelvermutung mindestens dann nicht vor, wenn über das Vermögen des Gewerbetreibenden das Insolvenzverfahren eröffnet ist oder er in das entsprechende Schuldnerverzeichnis beim Amtsgericht eingetragen ist (§ 34d Abs. 5 S. 3 GewO).

[57] Die „Berufshaftpflichtversicherung“ ist in Abschnitt 3 VersVermV näher geregelt und deckt Schadenersatzansprüche ab, die aus der beruflichen Tätigkeit resultieren. Sie muss eine bestimmte Mindestversicherungssumme vorsehen.

[58] Der „Sachkundenachweis“ erfolgt durch eine schriftliche und eine verkaufspraktische Prüfung vor einer Industrie- und Handelskammer, die Lerninhalte abdeckt, die in Abschnitt 1 VersVermV und einer Anlage 1 VersVermV näher definiert werden. Gleichgestellt werden können verschiedene Berufsqualifikationen wie unter anderem die Berufsausbildung in dieser Branche oder bestimmte nichtakademische Fortbildungsprüfungen und akademische Abschlüsse.

[59] Die „Kundengeldsicherung“ deckt das Risiko des Verlustes von Kundengeldern ab und besteht je nach rechtlichem Status des Vermittlers in einer Verlagerung des Risikos auf den Versicherer (Vertreter, vgl. §§ 64, 69 Abs. 2 VVG) oder einer teilweisen Verlagerung auf den Versicherer sowie Stellung einer eigenen Sicherheit (Makler, vgl. §§ 64 VVG, 34e Abs. 1 S. 1 Nr. 2 Buchst. B) GewO, Abschnitt 6 VersVermV).

		• Zuverlässigkeit[55] • Geordnete Vermögensverhältnisse[56] • Angemessene Qualifikation, bei hauptberuflichen Vertretern ist das faktisch der Sachkundenachweis durch IHK-Prüfung oder gleichgestellte andere Berufsqualifikation[58] • Registrierung durch den Versicherer	• Weiterbildung im Umfang von mind. 15 Stunden im Kalenderjahr pro Kopf tätiger Personen • Überprüfung der Zuverlässigkeit und Sicherstellen der sachgerechten Qualifikation von Angestellten
	c) Versicherungsberater nach § 34d Abs. 2 GewO	Nachweis gegenüber der zuständigen IHK von: • Zuverlässigkeit[55] • Geordnete Vermögensverhältnisse[56] • Berufshaftpflichtversicherung[57] • Sachkundenachweis durch IHK-Prüfung oder gleichgestellte andere Berufsqualifikation[58] • Registrierung	• Aufrechterhaltung der Voraussetzungen bei Aufnahme der Tätigkeit • Kundengeldsicherung[59] • Weiterbildung im Umfang von mind. 15 Stunden im Kalenderjahr pro Kopf tätiger Personen • Überprüfung der Zuverlässigkeit und Sicherstellen der sachgerechten Qualifikation von Angestellten
Finanzanlagenvermittler nach § 34f GewO, Honorar-Finanzanlagenberater nach § 34h GewO		Nachweis gegenüber der zuständigen IHK oder Gewerbeamt (je nach Bundesland) von: • Zuverlässigkeit[55] • Geordnete Vermögensverhältnisse[56] • Berufshaftpflichtversicherung[57] • Sachkundenachweis durch IHK-Prüfung oder gleichgestellte andere Berufsqualifikation[58] • Registrierung	• Aufrechterhaltung der Voraussetzungen bei Aufnahme der Tätigkeit • Überprüfung der Zuverlässigkeit und des Sachkundenachweises von Angestellten
Bausparvermittler		Keine	Keine
Verbraucherzentralen und ähnliche Verbraucherschutzverbände bei der Anlage-/Versicherungsberatung		Keine	Keine

Tabelle 5: Gewerberechtliche Anforderungen bei Aufnahme und Ausübung einer Vermittlungs-/Beratungstätigkeit; eigene Darstellung

Wettbewerbsverzerrungen durch Unterschiede in der Regulierung

Die Übersicht zeigt, dass es unter vergleichbaren Voraussetzungen deutliche Unterschiede in der Regulierung gibt. Relativ klein sind sie bei Versicherungs- und bei Finanzanlagenvermittlern und -beratern, da nur die erstgenannten bislang jedenfalls einer regelmäßigen Weiterbildungspflicht unterliegen. Auffällig ist allerdings, dass Verbraucherschutzverbände keine der genannten Anforderungen erfüllen müssen, obwohl sie im Wettbewerb zu Versicherungs- und Finanzanlagenvermittlern und -beratern stehen, jedenfalls wenn sie entgeltliche Versicherungs- und Anlageberatung anbieten. Ein sach-

licher Grund für diese Ungleichbehandlung ist nicht ersichtlich. Es handelt sich um eine Wettbewerbsverzerrung, die nicht dem Prinzip der Wettbewerbsgerechtigkeit („Level Playing Field“) der Europäischen Richtlinien MiFID II[60] und IDD[61] entspricht.

Vorvertragliche und vertragliche Pflichten

Die Ungleichbehandlung trifft auch auf die gesetzlichen Pflichten der Berater zu, die nur für die gewerberechtlich regulierten Berater gelten. Am Beispiel der Versicherungsvermittler und -berater nach § 34d GewO wird deutlich, dass diese eine Reihe gesetzlich und in der entsprechenden Verordnung normierte Pflichten sowohl vorvertraglich als auch während der Vertragslaufzeit erfüllen müssen. Zum Teil handelt es sich um Pflichten, die unmittelbar den Vermittlern und Beratern auferlegt sind (§ 61 VVG), zum Teil um Pflichten der Versicherungsunternehmen (§§ 7 ff. VVG). Die Versicherungsunternehmen delegieren ihre Pflichten bei Vermittlung durch einen Versicherungsvertreter per Vertretervertrag auf diesen, um einen reibungslosen Vertriebsprozess zu gewährleisten. Versicherungsmakler sind vertraglich den Kunden gegenüber unmittelbar zur vorvertraglichen Beratung und laufend während der Vertragslaufzeit verpflichtet. Auch Versichererpflichten wie die Übermittlung der Vertragsbestimmungen übernehmen sie oft im eigenen Interesse, um einen reibungslosen Vertriebsprozess ohne Unterbrechungen zu gewährleisten.

Für Versicherungsanlageprodukte gibt es zusätzliche Pflichten, die mit denen der Finanzanlagenvermittler und Honorar-Finanzanlagenberater praktisch identisch sind. Namentlich sind das die Eignungs- und die Angemessenheitsprüfung, die sowohl vorvertraglich als auch je nach Vereinbarung regelmäßig laufend durchzuführen sind. Erschwerend kommt hinzu, dass Versicherungsvermittler und -berater in der Regel nicht schon bei Beginn des Verkaufsprozesses zuverlässig einschätzen können, ob im Fall des Nachfragemotivs (Alters-)Vorsorge ein Versicherungsanlageprodukt oder eine Lebens-/Rentenversicherung mit staatlicher Förderung (Riester, Rürup, betriebliche Altersvorsorge) in Frage kommt, die nicht als Versicherungsanlageprodukt eingestuft ist. Um dem Generalprinzip des Handelns im bestmöglichen Kundeninteresse[62] gerecht zu werden und Interessenkonflikte durch unterschiedlich aufwändige Vertriebsprozesse zu vermeiden, müssen Berater in diesen Fällen von der weitergehenden Regulierung ausgehen und die Eignungs- und Angemessenheitsprüfung stets durchführen.[63]

[60] Vgl. Erwägungsgründe 58, 87 MiFID II
[61] Vgl. Erwägungsgründe 6, 10, 16 IDD
[62] Vgl. §§ 1a Abs. 1 S. 1, 59 Abs. 1 S. 3, Abs. 4 S. 2 VVG
[63] Vgl. Beenken/Sandkühler (2018), S. 114; Teichler (2018), S. 78

Art des Kunden	Allgemeine Pflichten in der Beratung	Zusätzliche Pflichten bei der Beratung zu Versicherungsanlageprodukten (VAP)
Neukunde	Statusbezogene Erstinformation (§ 15 VersVermV)	
Alle Kunden (vorvertraglich)	Anlassabhängige Befragung zu Wünschen und Bedürfnissen (§ 61 Abs. 1 S. 1 VVG)	Im Rahmen der Eignungsprüfung Fragen zu • Kenntnissen und Erfahrungen des Kunden im Anlagebereich, • Finanzielle Verhältnisse des Kunden und Verlusttragfähigkeit • Anlageziele und Risikotoleranz des Kunden (§ 7c Abs. 1 VVG)
	Beratung und Begründung für jeden zu einer bestimmten Versicherung erteilten Rat (§ 61 Abs. 1 S. 1 VVG)	• Im Rahmen der Eignungsprüfung: Empfehlung nur von geeigneten VAP (§ 7c Abs. 1 VVG); • Angemessenheitsprüfung sowie ggf. Warnpflicht im Fall unzureichender Angaben (§ 7c Abs. 2 VVG)
	Beratungsdokumentation (§ 61 Abs. 1 S. 2 VVG)	
	Übermittlung der Vertragsbestimmungen einschließlich der Allgemeinen Versicherungsbedingungen sowie weiterer Informationen laut VVG-InfoV wie z.B. das Produktinformationsblatt rechtzeitig vor Antragstellung durch den Versicherer (§ 7 Abs. 1 VVG, aus Praktikabilitätsgründen in der Regel delegiert auf den Vermittler)	
Alle Kunden (während der Vertragslaufzeit)	Anlassabhängig erneute Befragung, Beratung, Dokumentation durch den Versicherer (§ 6 Abs. 4 VVG, delegiert auf Vertreter bzw. im Fall von Maklern auf Grundlage des Maklervertrags)	• Regelmäßige Berichte über die erbrachten Dienstleistungen auf einem dauerhaften Datenträger durch den Versicherer • Regelmäßige Eignungsbeurteilung, sofern vereinbart (§ 7c Abs. 5 VVG)

Tabelle 6: Pflichten der Berater bei Versicherungsprodukten und Versicherungsanlageprodukten; eigene Darstellung

Ziel der Regulierung: ausschließlich seriöse Berater im Markt

Zusammenfassend unterliegen die gewerberechtlich regulierten Versicherungs- und Finanzanlagen-Vermittler und -Berater einer Reihe Pflichten, die das Ziel haben, ausschließlich seriöse Berater im Markt tätig werden zu lassen. Außerdem sollen die Kunden bestmöglich beraten werden, indem Berater deren Wünsche und Bedürfnisse ermitteln und diese in der Beratung und den Produktvorschlägen berücksichtigen. Der Kunde hat Anspruch auf die notwendigen Produktinformationen rechtzeitig vor Abgabe seiner Willenserklärung sowie auf eine Beratungsdokumentation. Verstößt der Vermittler bzw. Berater gegen diese Pflichten, haftet er dem Kunden auf Schadenersatz.[64]

[64] Vgl. § 63 VVG im Fall der Versicherungsvermittler und -berater

Zudem können Pflichtverstöße als Ordnungswidrigkeiten mit Geldbußen und in schweren Fällen mit der Entziehung der Gewerbeerlaubnis geahndet werden. Nach einer im Dezember 2020 vorgelegten Studie der Europäischen Versicherungsaufsichtsbehörde EIOPA haben deutsche Industrie- und Handelskammern in den Jahren 2018 (in dem die aktuelle Richtlinie IDD erst im laufenden Jahr umzusetzen war) und 2019 insgesamt 1.588 gewerberechtliche Sanktionen ergriffen. Davon waren 718 Geldbußen (z.B. wegen fehlender oder unzureichender Weiterbildung) und 870 Erlaubnisentziehungen (z.B. wegen fehlender Berufshaftpflichtversicherung oder nachträglichem Wegfall anderer Voraussetzungen der Gewerbeerlaubnis).[65] Bezogen auf aktuell gut 79.000 im Versicherungsvermittlerregister erfasste Vermittler und Berater mit Gewerbeerlaubnis[66] ist das eine beachtliche Anzahl, die zeigt, dass die gesetzlichen Vorschriften durchgesetzt werden und daher von den Beratern ernst zu nehmen sind.

Sonderstellung der Verbraucherzentralen nicht gerechtfertigt

Verbraucherzentralen und andere mit öffentlichen Mitteln geförderte Verbraucherverbände unterliegen den vorgenannten Pflichten nicht. Ihnen sind „Rechtsdienstleistungen“ erlaubt, die sie „im Rahmen ihres Aufgaben- und Zuständigkeitsbereichs erbringen“.[67] Das heißt, sie müssen gegenüber keiner Erlaubnisbehörde ihre Eignung nachweisen, keine Berufshaftpflichtversicherung abschließen und auch nicht die im Wesentlichen in § 61 VVG geregelten Beratungs- und Dokumentationspflichten erfüllen. Tatsächlich gibt es Verbraucherzentralen, die nach eigener Aussage Berufshaftpflichtversicherungen abgeschlossen haben und Beratungsdokumentationen anfertigen, andere tun dies nicht. Die Beratungsqualität der Verbraucherzentralen, gemessen an den Pflichten, die für Versicherungsberater gelten würden, ist in einem älteren Test sehr unterschiedlich ausgefallen.[68] In Verbraucherzentralen sind zwar häufiger Rechtsanwälte und für Verbraucherzentralen auch Versicherungsberater im Honorarauftrag tätig, aber das ändert nichts daran, dass die institutionellen Anforderungen weitaus geringer sind als bei Versicherungsvermittlern und -beratern.

Dennoch stehen Verbraucherzentralen im Wettbewerb zu Versicherungsvermittlern und -beratern, jedenfalls was die Beratung angeht. Sie bieten durchweg kostenpflichtige Beratung zum Beispiel zur Altersvorsorge, zu Versicherungen und zu Geldanlagen an. Die Stundensätze liegen zwischen 30 Euro und 127 Euro für die persönliche Beratung, zwischen 30 Euro und 120 Euro für die telefonische Beratung sowie zwischen 15 Euro und 160 Euro pauschal für die Bearbeitung einer Anfrage per E-Mail.[69] Eine Vermittlung von Versicherungen und Finanzprodukten übernehmen Verbraucherzentralen zwar nicht, beeinflussen aber die Beratungskunden mit konkreten Vorschlägen, in dem sie von bestimmten Produkten abraten oder diese empfehlen sowie häufig auch mithilfe von Produktvergleichssoftware Auswahlempfehlungen für bestimmte Anbieter und bestimmte Versicherungs- oder Anlageprodukte erstellen.

[65] EIOPA (2020), S. 24 f.
[66] Vgl. DIHK Service GmbH, Versicherungsvermittlerregister Stand 4.1.2021
[67] § 8 Abs. 1 RDG
[68] Vgl. Beenken et al. (2010)
[69] Eigene Recherchen Stand Oktober 2021; s. Tab. 7, 8 und 9

Honorarsätze von Verbraucherzentralen: Altersvorsorgeberatung

Honorar für Altersvorsorgeberatung	Persönliche Beratung		Telefonische Beratung		Beratung per E-Mail
Verbraucherzentrale	**Pro Stunde**	**Pauschal**	**Pro Stunde**	**Pauschal**	**Pauschal**
Baden-Württemberg	80,00€				ab 33,00€
Bayern	80,00€				
Berlin	80,00€		80,00€		
Brandenburg	40,00€		40,00€		20,00€ – 50,00€
Bremen	100,00€				
Hamburg	107,00€		120,00€		ab 30,00€
Hessen	80,00€		80,00€		30,00€ – 160,00€
Mecklenburg-Vorpommern		50,00€	120,00€		20,00€
Niedersachsen	110,00€		110,00€		-
Nordrhein-Westfalen	127,00€		112,00€		
Rheinland-Pfalz	80,00€				
Saarland	51,00€				
Sachsen	30,00€		30,00€		-
Sachsen-Anhalt	40,00€		40,00€		15,00€
Schleswig-Holstein		70,00€ – 100,00€		70,00€ – 100,00€	
Thüringen	40,00€				15,00€

Tabelle 7: Verbraucherzentralen Honorare für Altersvorsorgeberatung; Quelle: eigene Recherchen Oktober 2021; eigene Darstellung

Honorarsätze von Verbraucherzentralen: Spar- und Anlageberatung

Honorar für Spar- und Anlageberatung	Persönliche Beratung		Telefonische Beratung		Beratung per E-Mail
Verbraucherzentrale	**Pro Stunde**	**Pauschal**	**Pro Stunde**	**Pauschal**	**Pauschal**
Baden-Württemberg	80,00€				
Bayern	80,00€				
Berlin	80,00€		80,00€		
Brandenburg	40,00€		40,00€		20,00€ – 50,00€
Bremen	100,00€				
Hamburg	107,00€		120,00€		ab 30,00€
Hessen	80,00€		80,00€		30,00€ – 160,00€
Mecklenburg-Vorpommern		50,00€	120,00€		20,00€
Niedersachsen	110,00€		110,00€		-
Nordrhein-Westfalen	127,00€		112,00€		
Rheinland-Pfalz	80,00€		80,00€		
Saarland	51,00€				
Sachsen	30,00€		30,00€		-
Sachsen-Anhalt	40,00€		40,00€		15,00€
Schleswig-Holstein		70,00€ – 100,00€		70,00€ – 100,00€	
Thüringen	40,00€				15,00€

Tabelle 8: Verbraucherzentralen Honorare für Spar- und Anlageberatung; Quelle: eigene Recherchen Oktober 2021; eigene Darstellung

Honorarsätze von Verbraucherzentralen: Versicherungsberatung

Honorar für Versicherungsberatung	Persönliche Beratung		Telefonische Beratung		Beratung per E-Mail
Verbraucherzentrale	**Pro Stunde**	**Pauschal**	**Pro Stunde**	**Pauschal**	**Pauschal**
Baden-Württemberg	60,00 – 66,00€		105,00€		ab 33,00€
Bayern	50,00€		120,00€		
Berlin	60,00€		60,00€ - 112,00€		
Brandenburg	40,00€		40,00€		20,00€ – 50,00€
Bremen	100,00€				
Hamburg	107,00€		120,00€		ab 30,00€
Hessen	80,00€		80,00€		30,00€ – 160,00€
Mecklenburg-Vorpommern		6,00€ – 45,00€	120,00€		20,00€
Niedersachsen	60,00€		60,00€		-
Nordrhein-Westfalen	90,00€		112,00€		
Rheinland-Pfalz		35,00€ – 75,00€		35,00€ – 75,00€	ab 30,00€
Saarland	51,00€				
Sachsen	30,00€		30,00€		16,00€
Sachsen-Anhalt	40,00€		40,00€		15,00€
Schleswig-Holstein		35,00€ – 100,00€		35,00€ – 100,00€	
Thüringen	40,00€				15,00€

Tabelle 9: Verbraucherzentralen Honorare für Versicherungsberatung; Quelle: eigene Recherchen Oktober 2021; eigene Darstellung

3. Qualität der Finanzberatung – Theorie, Regulatorik, Empirie

3.1 Qualität der Finanzberatung aus theoretischer Sicht – Das Modell der Beratungsqualität

Grundlage: Dienstleistungstheorie

Finanzberatung ist eine Dienstleistung. Dienstleistungen unterscheiden sich hinsichtlich folgender drei Merkmale wesentlich von Produkten[70]:

- Spezifische Leistungsfähigkeit: Der Erbringer der Dienstleistung muss entsprechende Kenntnisse und Fertigkeiten haben, um die Dienstleistung erbringen zu können. Anders als bei Produkten ist eine tiefe Arbeitsteilung mit Ausprägung von Teilkompetenzen nicht möglich. Berater benötigen deshalb eine Ausbildung und eine laufende Weiterbildung, aber auch Hilfsmittel für die qualifizierte Beratung wie beispielsweise strukturierte Beratungsprozesse, Software oder Checklisten.
- Integration des externen Faktors: Der Kunde muss in die Dienstleistung einbezogen werden, sie wird an ihm erbracht. Ohne Informationen über seine Wünsche und Bedürfnisse und Auskünfte zur Passung der Angebote kann der Berater dem Kunden keine bedarfsgerechten Angebote erstellen.
- Immaterialität: Die Beratung als solche ist nicht greifbar, nicht lagerbar und nicht transportabel. Sie kann nicht vorproduziert werden, sondern muss in dem Moment erbracht werden, in dem sie nachgefragt wird (Uno-actu-Prinzip).

Diese Merkmale führen dazu, dass Beratungsdienstleistungen einen erheblichen Aufwand verursachen:

- Es müssen Berater gesucht, ausgebildet, angeleitet, laufend qualifiziert und überwacht werden.
- Es müssen Kunden offline oder zunehmend online gesucht, angesprochen und vom Wert einer Beratung überzeugt werden.
- Die Beratung selber ist für den Kunden kaum greifbar und damit auch schwer zu bewerten. Er muss Vertrauen in die Kompetenz und in die Redlichkeit des Beraters aufbringen. Ein unmittelbarer Leistungsvergleich ist nicht möglich. Erschwert wird dies durch die geringe finanzielle Allgemeinbildung und damit verbunden das oft fehlende Verständnis für die Zusammenhänge und für die Fragen, die gestellt werden müssen. Speziell die Beratung zu Versicherungen wird durch die juristische Fachsprache weiter erschwert, die von Kunden oft nicht verstanden wird und Vorbehalte auslöst („Kleingedrucktes“).

Diese Merkmale erschweren die Definition, Messung und Steuerung einer wünschenswerten Beratungsqualität aus den folgenden Gründen:

- Die Erbringer der Dienstleistung sind Individuen, die sich nur begrenzt „standardisieren“ lassen. Sie bringen ihre persönlichen Werte, Erfahrungen und Haltungen in die Beratung ein. Sie reagieren unterschiedlich auf den Kunden.
- Die Kunden einer Beratung sind ebenfalls Individuen, die sich nur begrenzt „standardisieren“ lassen. Auch sie bringen persönliche Werte, Erwartungen, Erfahrungen und Haltungen in die Beratung ein. Sie beeinflussen das Beratungsgeschehen maßgeblich in der Art und Weise, wie sie mit dem Berater interagieren.

[70] Meffert et al. (2018), S. 31 ff.

- Das Beratungsergebnis ist grundsätzlich individuell und nur bedingt standardisierbar. Es gibt nicht die eine richtige Lösung für alle Kunden (kein „one size fits all“-Ansatz).

Modell der Beratungsqualität

Dennoch lassen sich aus den Merkmalen der Dienstleistung Teilqualitäten einer Dienstleistung ableiten. Diese bedingen einander, sie alle sind notwendige, aber nicht hinreichende Bedingungen für eine Gesamtqualität der Beratung. Die wirtschaftswissenschaftliche Forschung hat dazu erste Ergebnisse sowohl einer konzeptionellen als auch einer empirischen Konstruktion der Beratungsqualität geliefert.[71]

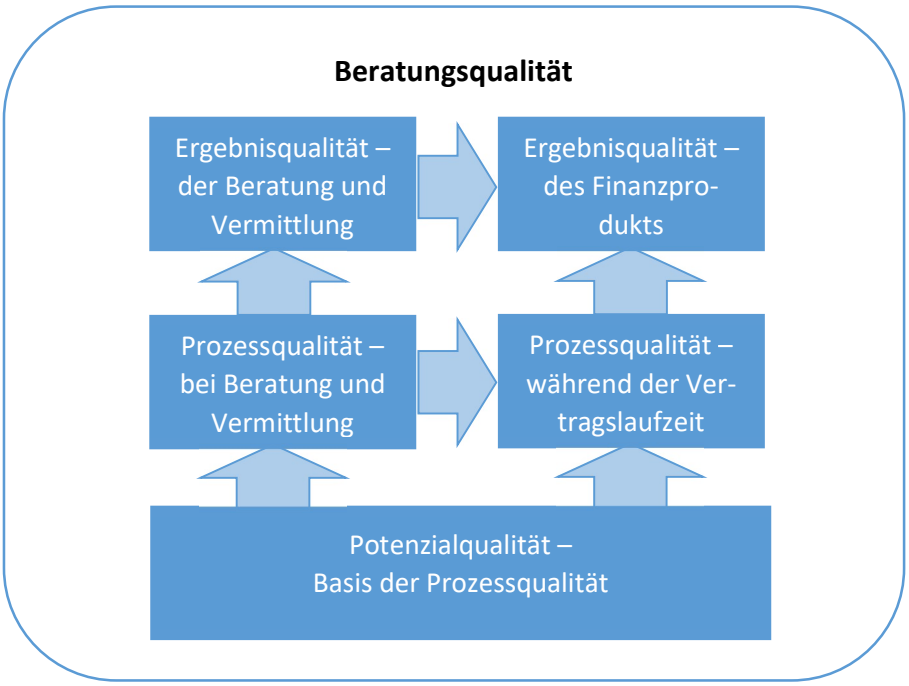

Abbildung 8: Modell der Beratungsqualität; eigene Darstellung in Anlehnung an: Beenken et al. (2015), S. 280

Ohne Potenzialqualität keine Gesamtqualität

Basis der Beratungsqualität ist die *Potenzialqualität*. Sie kann personenbezogen mit Indikatoren wie Qualifikation, Erfahrung, Kommunikation oder Erscheinungsbild des Beraters konkretisiert werden. Bezogen auf das Unternehmen des Beraters können das Vorhandensein eines professionellen Büros, hinreichende Mitarbeiterkapazitäten, die verfügbaren Gewerbeerlaubnisse und Anbindungen an Produktgeber sowie Spezialisierungen Indikatoren sein.[72] Fehlt es an der Potenzialqualität, kann es kaum zu einer überzeugenden Gesamtqualität kommen.

Beispiel: Ein Berater hat zu viele Kunden und keine hinreichende Anzahl an Mitarbeitern beschäftigt, um Kunden zeitnah und angemessen beraten zu können.

Regulierung fokussiert auf vorvertragliche Prozessqualität

Die zweite Qualitätsebene ist die *Prozessqualität*. Sie beschreibt anhand von Indikatoren den konkreten Ablauf einer Beratung. Eine Prozessqualität ist dann gegeben, wenn erstens überhaupt ein strukturierter Beratungsprozess definiert wurde und angewendet wird und zweitens bestimmte gesetzliche

[71] Vgl. Karau (2015), S. 64 ff.
[72] Vgl. Beenken et al. (2015), S. 280

und sonstige Normen erfüllt werden. Die Prozessqualität kann in eine Prozessqualität bei (vorvertraglicher) Beratung und Vermittlung von Finanzdienstleistungen sowie eine Prozessqualität während der Vertragslaufzeit einer Versicherung oder Anlage aufgeteilt werden. Indikatoren der vorvertraglichen Prozessqualität sind die statusbezogene Erstinformation, die Auftragsklärung (Anlass der Beratung), Wunsch- und Bedürfnistest, Standards für die Beratung und Begründung des Rates, Informationspflichten, Beratungsdokumentation sowie der Umgang mit den gesetzlich zwar möglichen Verzichtsrechten[73], die allerdings zumeist nachteilig für alle Beteiligten sind. Die Prozessqualität während der Vertragslaufzeit lässt sich ähnlich durch Indikatoren wie Auftragsklärung, erneuten Wunsch- und Bedürfnistest, Information, Beratungsdokumentation oder den Umgang mit Beschwerden konkretisieren.

Die Prozessqualität ist zentral. Ohne sie ist trotz guter Potenzialqualität kaum zu erwarten, dass der Kunde eine sachgerechte Beratung erhält und bedarfsgerechte Versicherungen oder Anlagen erwirbt. Auch die laufende Prozessqualität ist entscheidend.

Beispiel: Ein Anleger erwirbt ein fondsbasiertes Versicherungsanlageprodukt, das ein bestimmtes Spektrum an Fonds enthält. Deren Wertentwicklung und Risikoprofil verändert sich im Zeitablauf, sodass eine Folgeberatung notwendig wird, um die Fondsauswahl anzupassen. Der Berater fokussiert sich aber allein auf den Verkauf neuer Produkte und hat keinen sachgerechten Prozess für die regelmäßige Kundenbetreuung und Nachberatung etabliert.

Die Regulierung hat sich in besonderer Weise mit der Prozessqualität beschäftigt, vorwiegend allerdings mit der vorvertraglichen. Sowohl für Versicherungen als auch für Finanzanlagen gibt es umfangreiche gesetzliche Standards, die Berater erfüllen müssen. Die ebenfalls große Bedeutung der Prozessqualität während der Vertragslaufzeit wird oft übersehen, beispielsweise, wenn über die Kosten der Beratung und Vermittlung kritisch diskutiert wird.

Komplettiert wird das auf der Dienstleistungstheorie basierende Modell der Beratungsqualität durch die Ebene der *Ergebnisqualität*. Diese kann in eine Ergebnisqualität der Beratung und Vermittlung einerseits und eine Ergebnisqualität des Versicherungsvertrags bzw. der Anlage unterteilt werden. Die Ergebnisqualität der Beratung und Vermittlung kann durch Indikatoren wie Deckung der Kundenwünsche und Deckung des Kundenbedarfs, Entscheidungshilfe durch Prioritätenbildung oder Klärung künftiger Handlungsanforderungen gemessen werden.

Beispiel: Der Kunde ist nach einer Beratung zur Altersvorsorge in der Lage, eine sachgerechte Entscheidung zum Abschluss geeigneter Versicherungen bzw. Erwerb geeigneter Anlagen zu treffen, weil die Angebote seine Wünsche und seinen Bedarf erfüllen und sinnvoll priorisiert wurden. Der Kunde versteht, ob damit seine Wünsche hinsichtlich der Altersvorsorge vollständig oder – beispielsweise aufgrund begrenzter Zahlungsbereitschaft und -fähigkeit – teilweise erfüllt werden, und ob er damit künftig weitere Entscheidungen treffen muss. Er versteht auch, ob das erworbene Versicherungsprodukt bzw. die Anlage regelmäßig überprüft werden muss oder nicht.

Ergebnisqualität = Beratungsqualität plus Produktqualität

Ergebnisqualität des Versicherungsvertrags bzw. der Anlage wird durch Indikatoren wie (bei Versicherungen) Deckung im Schaden- bzw. Leistungsfall, bedarfsgerechte Vertragsanpassung oder Umgang mit Beschwerden bzw. (bei Anlagen und Versicherungsanlagen) Rendite, Risiken, Liquidität, steuerliche Behandlung und Nachhaltigkeit messbar gemacht.

[73] Verzichtsrecht auf Beratung oder Dokumentation bei Versicherungen nach § 61 Abs. 2 VVG, Verzicht auf Information zu Versicherungen nach § 7 Abs. 1 S. 3 VVG

Die Zweiteilung der Ebene der Ergebnisqualität macht deutlich, dass Berater nicht allein durch ihre persönliche Leistung eine insgesamt überzeugende Beratungsqualität erreichen können, sondern dass der Produktgeber seinen Anteil dazu beitragen muss.

Beispiel: Ein Berater hat auf Basis einer guten Potenzialqualität und eines gelungenen Beratungsprozesses im Ergebnis eine bedarfsgerechte Anlage empfohlen. Allerdings kommt es unerwartet zu einem Börsencrash und die Anlage verliert erheblich an Wert. Der Anleger wird möglicherweise die Gesamtqualität der Finanzberatung als schlecht bewerten, obwohl der Berater für das schlechte Anlageergebnis nicht verantwortlich ist.

Das dargestellte Modell der Beratungsqualität macht weiter deutlich, dass es eine Zeitkomponente in der Bewertung gibt. Eine Beratung kann ex post anders beurteilt werden als ex ante. Zudem gibt es eine subjektive Komponente – die verständliche Verärgerung des Anlegers im obigen Beispiel wird die eigentlich vorhandene Zufriedenheit mit dem Berater überlagern.

3.2 Qualität der Finanzberatung aus regulatorischer Sicht

EU-weite Regulierung für Wettbewerb und Binnenmarkt

Die Finanzberatung ist aus zwei Gründen seit Jahrzehnten im Fokus der europäischen wie der nationalen Regulierung. Einerseits soll der Europäische Binnenmarkt durch den Abbau von Hemmnissen für die grenzüberschreitende Versicherungsvermittlung gefördert werden. Dies vollzog sich bislang in folgenden Schritten:

- EU-Vermittlerrichtlinie 1977[74] mit dem Ziel einer wechselseitigen, nationalen Anerkennung von Bildungsnachweisen bei grenzüberschreitender Tätigkeit,
- EG-Vermittlerempfehlung 1991[75] mit dem Ziel, die unzureichend umgesetzte EU-Vermittlerrichtlinie 1977 erfolgreicher zu implementieren,
- EU-Vermittlerrichtlinie 2002[76] (in Deutschland stark verspätet erst 2007 umgesetzt) mit dem Ziel einer Niederlassungs- und Dienstleistungsfreiheit für alle nach mindestharmonisiertem, nationalem Recht registrierten Versicherungsvermittler,
- EU Versicherungsvertriebsrichtlinie 2016 mit dem Ziel des Abbaus weiterer Hemmnisse zur Gewährleistung einer Niederlassungs- und Dienstleistungsfreiheit der Versicherungsvermittler sowie der Herstellung von Wettbewerbsgerechtigkeit mit im (Direkt-)Vertrieb tätigen Versicherungsunternehmen.

Verbraucherschutz als „Nebeneffekt“ des Wettbewerbs

Andererseits soll der Verbraucherschutz gestärkt werden. Dieses Ziel war in den älteren Richtliniengenerationen eher ein willkommener Nebeneffekt der Herstellung eines vitalen Europäischen Binnenmarktes. Denn bis in die 2000er-Jahre hinein wurde der Wettbewerb als ein zentrales Mittel angesehen, den Zweck Verbraucherschutz zu erreichen. Verbraucher sollten durch vielfältige Angebote frei

[74] Council Directive of 13 December 1976 on measures to facilitate the effective excercise of freedom of establishment and freedom of services in respect to the activities of insurance agents and brokers (ex ISIC Group 630) and, in particular, transitional measures in respect of those activities, Official Journal of the European Communities 31.1.1977, p. L 26/14-19

[75] Commission Recommendation of 18 December 1991 on insurance intermediaries (92/48/EEC); Official Journal of the European Communities 28.1.1992, p. L 19/32-33

[76] Directive 2002/92/EC of the European Parliament and of the Council of 9 December 2002 on insurance mediation, Official Journal of the European Communities 15.1.2003, p. L 9/3-10

entscheiden und Verhandlungsdruck ausüben können, mit dessen Hilfe bessere Leistungen und günstigere Preise erreicht werden als in Märkten mit geringem Wettbewerb. Flankiert wurde dieser Gedanke unter anderem durch eine ganze Generation von Versicherungsrichtlinien, mit denen in Stufen bis Mitte 1994 die materielle Versicherungsaufsicht im Europäischen Binnenmarkt abgeschafft und damit der Wettbewerb zwischen Versicherungsunternehmen gefördert wurde.

Verbraucherschutz durch Abbau von Informationsasymmetrien

Dass Wettbewerb dem Verbraucherschutz dient, diese These hat seit der weltweiten Finanz- und Bankenkrise 2007/2008 erkennbar an Zustimmung verloren. Die Gegenthese ist seitdem populärer, wonach zu viel Wettbewerb Informationsasymmetrien fördert, die Verbraucher zu falschen Entscheidungen und im schlimmsten Fall zum Marktversagen führen. Die aktuelle Richtliniengeneration, EU-Versicherungsvertriebsrichtlinie sowie die nahezu parallel entstandene Finanzmarktrichtlinie MiFID II[77], atmen daher einen deutlich anderen Geist als ihre jeweiligen Vorgänger. Zwar gibt es bislang keine Rückkehr zur materiellen Aufsicht über Finanzdienstleistungsunternehmen hinsichtlich der Produktentwicklung, aber eine zunehmende Rechtfertigungspflicht für Produktgeber durch die Regeln zur „Product Oversight & Governance“.[78]

Finanzberater sind in den eher seltenen Fällen, dass sie eigenständig Versicherungsprodukte bzw. Anlagen konzipieren, gleichermaßen betroffen. Für Finanzberater besonders relevant sind die allgemeinen Wohlverhaltensregeln, die faktisch zu einer Umkehr der Verantwortungszuweisung führen: Nicht mehr der Kunde/Anleger trägt die Verantwortung für seine Kauf- bzw. Anlageentscheidung, sondern der Finanzberater trägt die Verantwortung für die Empfehlung geeigneter und angemessener Produkte bzw. Anlagen. Fehler in diesem Zusammenhang werden durch eine Schadenersatzpflicht geahndet.

Stete Zunahme von Informations- und Beratungspflichten

Ein weiterer Trend ist, dass die Vorgaben – insbesondere die Informations- und Beratungspflichten – mit jeder Richtliniengeneration umfangreicher und konkreter werden. Ein Beispiel aus der Regulierung der Versicherungsvermittlung:

[77] Directive 2014/65/EU of 15 May 2014 on markets in financial instruments and amending Directive 2002/92/EC and Directive 2011/61/EU (recast), Official Journal of the European Communities 12.6.2014, p. L 173/349-496

[78] Vgl. Art. 25 IDD, Art. 16 MiFID II

Richtliniengeneration	Beratung des Kunden
EU-Vermittlerrichtlinie 1977	• Keine Vorgaben
EU-Vermittlerrichtlinie 2002	• Keine Pflicht zur Beratung • Mitteilungspflicht der Wünsche und Bedürfnisse sowie der Gründe für jeden Rat zu einer angebotenen Versicherung (Art. 12 Abs. 3 IMD)
EU-Vertriebsrichtlinie 2016	Versicherungen allgemein • Pflicht zur Mitteilung, ob eine Beratung angeboten wird (Art. 18 S. 1 Buchst. a Unterbuchst. ii IDD). • Wenn eine Beratung angeboten wird, muss sie eine persönliche Empfehlung enthalten, warum das angebotene Versicherungsprodukt am besten geeignet ist, die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden zu erfüllen (Art. 20 Abs. 1 Unterabs. 3 IDD) • Standards für den Vertrieb ohne Beratung (Art. 20 Abs. 1 Unterabs. 1, 2 IDD): ○ Wunsch- und Bedürfnistest ○ Angebot dazu passender Produkte ○ Objektive und verständliche Information über das Produkt, um dem Kunden eine informierte Entscheidung zu ermöglichen. Versicherungsanlageprodukte zusätzlich: • Eignungsprüfung auf Basis einer umfangreichen Kundenbefragung • Angemessenheitsprüfung des Produkts (Art. 30 IDD)

Tabelle 10: Beratungspflichten zu Versicherungsprodukten nach Richtliniengeneration; eigene Darstellung

In Deutschland: Verbraucherschutz durch Regulierung der Finanzberatung

In Deutschland wurden die oben erwähnten Richtlinien umgesetzt, aber auch eigene, nationale Akzente gesetzt. Hervorzuheben ist, dass mit der Umsetzung der EU-Vermittlerrichtlinie 2002 und der zeitlich kurz danach folgenden Reform des Versicherungsvertragsrechts („VVG-Reform“) eine allgemeine Beratungspflicht etabliert wurde (§§ 6, 61 VVG). Diese wurde unter zwei Einschränkungen gestellt:

- Anlassbezug: Es wurde keine absolute, anlasslose Beratungspflicht eingeführt, sondern die Teilpflichten Befragung, Beratung, Begründung des Rates und Dokumentation vom jeweiligen Anlass abhängig gemacht. Der wiederum bestimmt sich nach der „Schwierigkeit, die angebotene Versicherung zu beurteilen“, der „Person“ und der „Situation“ des Kunden.
- Verzichtsrecht: Der Kunde kann auf Beratung und Dokumentation (§ 6 Abs. 3 VVG, Versicherer) bzw. auf Beratung oder Dokumentation (§ 61 Abs. 2 VVG, Vermittler) verzichten. Der Verzicht soll nicht leichtfertig erfolgen oder dem Kunden nahegelegt werden können. Deshalb gibt es eine Formvorschrift, wonach der Verzicht grundsätzlich in Schriftform zu erklären ist und einen Hinweis auf die damit verbundenen Nachteile bei der Durchsetzung eines eventuellen Schadenersatzanspruchs enthalten muss. Mit der Umsetzung der IDD wurde dieses Formerfordernis für den Fernabsatz gelockert und von Schrift- auf Textform geändert, die insbesondere im Internet medienbruchfrei umsetzbar ist.

Ob die Beratungspflicht damit im Ergebnis weitergehend ist als die Vorgaben der IDD, ist allerdings durchaus fraglich.[79]

Als Konsequenz aus der Finanz- und Bankenkrise verfolgte die deutsche Politik bislang in drei Legislaturperioden den Ansatz, den Verbraucherschutz vor allem durch eine Regulierung des Angebots an Finanzberatung zu verbessern. Die Nachfrageseite blieb dabei praktisch unberücksichtigt. Vorschläge

[79] Vgl. Beenken/Teichler (2019), S. 244 ff.

zur Verbesserung der finanziellen Allgemeinbildung[80] wurden nicht aufgegriffen. Dies hätte eine Auseinandersetzung mit den Bundesländern erforderlich gemacht, die im föderalen System für die Bildungspolitik verantwortlich sind.[81] Das Angebot von Finanzdienstleistungen wurde zwar reguliert, aber im Wesentlichen durch Umsetzung der Europäischen Richtlinien wie insbesondere IMD und IDD sowie MiFID I und II.

In Deutschland: Finanzanlagenvermittler (2013), Honorar-Finanzanlagenvermittler (2014), Immobiliardarlehensvermittler und Honorar-Immobiliardarlehensvermittler (2016), Versicherungsberater (2018)

Für die Finanzberatung hingegen prägte das frühere Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) mit seiner „Qualitätsoffensive Verbraucherfinanzen“ die bis heute andauernde nationale Regulierung. In einem Thesenpapier forderte das Ministerium 2009, Vertriebsanreize zurückzudrängen und das Kundeninteresse in den Mittelpunkt der Finanzberatung zu stellen. Das sollte über einen strukturierten Beratungsprozess ausgehend von der finanziellen Situation der Kunden und ihrer finanziellen Ziele erreicht werden. Dabei sollte grundsätzlich in einer Erstberatung sowie je nach Kundenwunsch auch in Folgeberatungen eine umfassende „Finanzplanung“ angestrebt werden, die verschiedene Finanzdienstleistungen (Versicherungen, Kredite, Geldanlagen) umfasst und dabei einer heuristischen Priorisierung (zunächst existenzielle Bedürfnisse, dann Erhöhung des Lebensstandards und Vermögensmehrung) folgt. Dem Kunden sollte verdeutlicht werden, welches Vergütungsmodell der Finanzberater anwendet, wobei die Unabhängigkeit des Beraters nur dann gegeben sein sollte, wenn dieser „Finanzprodukte entweder überhaupt nicht verkauft oder nichts hieran verdient“[82], sondern ein Beratungshonorar nimmt. Ein „Berufsbild des Honorarberaters/unabhängigen Finanzberaters“ sollte geschaffen werden.

Das BMELV präzisierte die Vorstellungen 2011 weiter dahingehend, dass „die Honorarberatung“ zu einer „Alternative zum Provisionsmodell“ entwickelt werden sollte. Ziel sei, dass neben dem bereits bestehenden Versicherungsberater (§ 34e GewO-alte Fassung) auch ein neues Berufsbild des Anlageberaters (für „Geldanlagen“) und des Darlehensberaters geschaffen werden sollte. Anlage- und Darlehensberater sollten auch zu Bausparverträgen beraten dürfen. Das Ministerium schlug weiter vor, einen Beruf „Finanzberater“ mit den Teilausprägungen Versicherungsberater, Anlageberater und Darlehensberater gesetzlich abzusichern und damit einen Bezeichnungsschutz herbeizuführen.[83]

Diese Linie wurde in insgesamt drei Legislaturperioden umgesetzt, beginnend mit dem Finanzanlagenvermittler (2013) und dem Honorar-Finanzanlagenberater (2014), weiter dem Immobiliardarlehensvermittler und Honorar-Immobiliardarlehensberater (2016) sowie abschließend einem veränderten Versicherungsberater (2018).

Damit ist nun grundsätzlich ein Bezeichnungsschutz für „Berater“ bzw. „Honorarberater“ im rechtlichen Sinn geschaffen worden. Der ursprüngliche Vorschlag einer „Meta-Erlaubnis“ als „Finanzberater“ wurde allerdings nicht realisiert. Die nachfolgende Tabelle zeigt die verschiedenen gesetzgeberischen Maßnahmen und deren zentrale Änderungen für die Akteure im Bereich Finanzberatung:

[80] Vgl. Habschick/Evers (2008), S. 149
[81] Vgl. dazu auch BMELV 2009, S. 1, These 2
[82] BMELV 2009, S. 2
[83] Vgl. BMELV 2011

Produktbereich	Gesetz	Datum Inkrafttreten der wesentlichen Regelungen	Zentrale Änderungen (Auswahl)
Versicherungen	Gesetz zur Neuregelung des Versicherungsvermittlerrechts	22.5.2007	• Registrierungspflicht Vermittler und Berater §§ 34d, 34e GewO • Erlaubnispflicht bestimmte Vermittler sowie Berater §§ 34d, 34e GewO • Informations- und Beratungspflichten Vermittler und Berater
	Gesetz zur Reform des Versicherungsvertragsrechts	1.1.2008	• Weitgehende Wettbewerbsgerechtigkeit bei Informations- und Beratungspflichten zwischen Versicherungsunternehmen und Vermittlern, Ausnahme Fernabsatz
	Gesetz zur Umsetzung der Richtlinie (EU) 2016/97 vom 20.1.2016 über Versicherungsvertrieb und zur Änderung weiterer Gesetze	23.2.2018	• Allgemeine Wohlverhaltenspflichten • Weiterbildungspflicht der im Vertrieb Tätigen • Regeln zur Vermeidung von Interessenkonflikten, insb. bei Vergütungen • Spezielle Informations- und Beratungspflichten für Versicherungsanlageprodukte • Weitgehende Wettbewerbsgerechtigkeit im Fernabsatz • Regelungen zum Querverkauf • Festigung des Provisionsabgabeverbots • Förderung der Honorarberatung durch Erweiterung Rechte des Beraters (neu in § 34d GewO) auf Vermittlung, Durchleitungsgebot für Versicherer, Umstiegsmöglichkeit für Makler ohne Courtageverzicht
Finanzanlagen	Gesetz zur Novellierung des Finanzanlagenvermittler- und Vermögensanlagenrechts	1.1.2013	• Registrierungspflicht Finanzanlagenvermittler § 34f GewO • Erlaubnispflicht Finanzanlagenvermittler § 34f GewO • Informations- und Beratungspflichten Finanzanlagenvermittler • Regeln zur Vermeidung von Interessenkonflikten, insb. bei Vergütungen
	Gesetz zur Förderung und Regulierung einer Honorarberatung über Finanzinstrumente	1.8.2014	• Registrierungspflicht Honorar-Finanzanlagenberater § 34h GewO • Erlaubnispflicht Honorar-Finanzanlagenberater § 34h GewO
	Geplantes Gesetz zur Übertragung der Aufsicht über Finanzanlagenvermittler und Honorar-Finanzanlagenberater auf die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht	./.	• Neue Aufsichtsbehörde für Finanzanlagenvermittler § 34f GewO und Honorar-Finanzanlagenberater § 34h GewO • Gesetzentwurf wurde nicht verabschiedet

Immobiliardarlehen	Gesetz zur Umsetzung der Wohnimmobilienkreditrichtlinie und zur Änderung handelsrechtlicher Vorschriften	21.3.2016	• Registrierungspflicht Immobiliardarlehensvermittler und Honorar-Immobiliardarlehensberater • Erlaubnispflicht Immobiliardarlehensvermittler und Honorar-Immobiliardarlehensberater

Tabelle 11: Regulatorische Maßnahmen mit Schwerpunkt gewerberechtlicher Status; eigene Darstellung

Trotz gegensätzlicher politischer Anstrengungen: Provisionsvermittlung dominiert Honorarvermittlung

Der Fokus auf den Bezeichnungsschutz sowie teilweise weitreichende Fördermaßnahmen wie beispielsweise die Umstiegsmöglichkeit für Versicherungsvermittler zum Versicherungsberater ohne Verlust der bisherigen Provisionsansprüche[84] oder das Durchleitungsgebot für Provisionen im Fall fehlenden Nettotarifangebots[85] haben erkennbar bislang nicht dazu geführt, dass sich am grundsätzlichen Verhältnis zwischen Provisions- und Honorarvermittlung nennenswerte Veränderungen ergeben haben. Dies zeigen folgende Zahlen:

Gewerbebereich	Vermittler		Berater		Anteil Berater an Gesamt	
	1.1.2017	1.1.2021	1.1.2017	1.1.2021	1.1.2017	1.1.2021
Versicherungen (§ 34d GewO)	227.978	197.111	311	326	0,1%	0,2%
Finanzanlagen (§§ 34f, 34h GewO)	37.229	38.106	139	208	0,4%	0,5%
Immobiliardarlehen (§ 34i GewO)	21.486	54.756	694	675	3,1%	1,2%

Tabelle 12: Registrierte Vermittler und Berater nach Gewerbebereich; Quellen: Statistiken der DIHK Service GmbH zu den Vermittlerregistern; eigene Darstellung

Allerdings muss zumindest bei den Versicherungsvermittlern berücksichtigt werden, dass es kein Verbot für Versicherungsmakler gibt, ihre Tätigkeit gegen ein vom Kunden zu zahlendes, erfolgsabhängiges Honorar zu erbringen. Ein solches Honorarverbot war in der Vorbereitung des IDD-Umsetzungsgesetzes vorgeschlagen worden, wurde aber später verworfen, um die Idee des Honorarvertriebs dadurch nicht noch weiter zurückzudrängen. Zwar gibt es dazu keine amtlichen Statistiken, aber es ist davon auszugehen, dass ein Teil der Versicherungsmakler solche Entgeltgestaltungen aktiv ihren Kunden anbietet oder – vor allem im Industrieversicherungsgeschäft – umgekehrt von den Kunden dazu gedrängt wird. Die Marktbedeutung von Nettotarifen, die für diesen Vertrieb notwendig sind, ist jedoch bislang sehr gering und macht nur einen unteren einstelligen Prozentsatz des Neugeschäfts vorwiegend in der Lebensversicherung aus.[86]

In einer aktuellen Erhebung gaben 17 Versicherungsunternehmen und -konzerne an, in allen oder ausgewählten Versicherungssparten – meist der Lebensversicherung – Nettotarife anzubieten. Acht Versicherungsunternehmen gaben an, das Durchleitungsverfahren nach § 48c VAG bei der Vermittlung von Bruttotarifen durch Versicherungsberater zu unterstützen. Da zwei Antwortende beide Verfahren

[84] Vgl. § 156 Abs. 3 GewO
[85] Vgl. §§ 34d Abs. 2 S. 5-6 GewO; 48c VAG
[86] Vgl. Beenken et al. (2011), Beenken/Wende (2016), Beenken/Schradin (2021)

parallel anbieten, handelte es sich netto um 23 Versicherungsunternehmen und -konzerne, die mindestens entweder Nettotarife oder die Durchleitung anbieten. Diese repräsentieren immerhin fast die Hälfte des Marktes, gerechnet nach Marktanteil[87]:

	Versicherer mit Nettotarifen	Versicherer mit Durchleitung	Versicherer mit Nettotarifen und / oder Durchleitung
Kumulierter Marktanteil	38,3%	13,1%	45,7%

Tabelle 13: Kumulierter Marktanteil der Versicherer mit Nettotarifen und/oder Durchleitung; Quelle: Beenken/Schradin (2021), S. 23; eigene Darstellung

Hochgerechnet auf den Gesamtmarkt entfallen nur einstellige Promillesätze Anteil am Neugeschäft auf den Vertrieb von Nettotarifen. Es ist zwar eine Steigerung in den letzten zehn Jahren festzustellen, aber auf sehr geringer Basis.[88]

Sparte	2021	2016	2011[89]
Lebensversicherung	6,3‰	3,1‰	2,6‰
Krankenversicherung	1,8‰	0,1‰	-
Kompositversicherung	0,8‰	0,1‰	-

Tabelle 14: Hochgerechneter Marktanteil im Neugeschäft der Versicherungsunternehmen mit Nettotarifen; Quelle: Beenken/Schradin (2021), S. 23; eigene Darstellung

Provision oder Honorar; Beratung oder Vermittlung: vom Gesetzgeber nicht trennscharf normiert, vom Kunden nur schwer nachvollziehbar

Für die Kunden ist diese Trennung in Provisions- und Honorarberatung und -vermittlung ohnehin schwer nachzuvollziehen, wie die folgende Tabelle zeigt:

[87] Vgl. Beenken/Schradin (2021), S. 23
[88] Vgl. Beenken/Schradin (2021), S. 26
[89] Die Neugeschäftsanteile waren 2011 nur für die Lebensversicherung zu ermitteln.

Gewerbebereich	Vermittler		Berater	
	Provision	Honorar	Provision	Honorar
Versicherungen (§ 34d GewO)	• Regelfall	• Makler: Bei Vermittlung von Nettotarifen zulässig • Vertreter: In der Regel nicht mit Vertretervertrag vereinbar	• Annahmeverbot beim Nettotarif • Im Bruttotarif enthaltene Provision ist vom Versicherer an den Kunden durchzuleiten. Nicht verboten ist eine Angleichung des Honorars an die durchgeleitete Provision sowohl der Höhe als auch der Fälligkeit nach.	• Regelfall
Finanzanlagen (§§ 34f, 34h GewO)	• Regelfall	• Unabhängiger Vermittler: Zulässig • Gebundener Vermittler: In der Regel nicht mit Vertretervertrag vereinbar	• Grundsätzlich Annahmeverbot • Zulässig, wenn Finanzanlage nur mit Provision erhältlich • Auskehrungsgebot an den Kunden, allerdings ohne Sicherstellung einer vollständigen Transparenz für den Kunden oder einer regelmäßigen Überwachung der Pflichterfüllung durch eine Aufsichtsbehörde	• Regelfall
Immobiliardarlehen (§ 34i GewO)	• Regelfall	• Zulässig	• Annahmeverbot	• Regelfall

Tabelle 15: Vergütungsregelungen für Vermittler und Berater nach Gewerbebereich; eigene Darstellung

Eine völlig eindeutige Beschränkung auf ein Honorar liegt demnach beim Berater keineswegs vor. Der Versicherungsberater darf zwar keine Provisionen oder ähnliche Vergütungen annehmen. Allerdings kann er Versicherungen nicht nur zum Nettotarif, sondern auch zum Bruttotarif vermitteln und dann den Versicherer veranlassen, die enthaltene Vermittlungsvergütung (zu wesentlichen Teilen) an den Kunden durchzuleiten. Dies hat in fünf Jahresraten durch Verrechnung mit den Prämien zu erfolgen. Die Vertragsfreiheit erlaubt dem Versicherungsberater grundsätzlich, sein Honorar erfolgsabhängig zu gestalten und dabei den finanziellen Vorteil des Kunden durch die Durchleitungsregelung zum Maßstab zu nehmen.

Beispiel: Ein Versicherungsberater empfiehlt dem Kunden eine Lebensversicherung, in der 2.000 Euro durchleitungsfähige Provision enthalten ist. Er hat drei Möglichkeiten einer erfolgsabhängigen Honorargestaltung und der entsprechenden Bewerbung gegenüber dem Kunden:

- Der Berater verlangt 2.000 Euro Honorar, zu zahlen in fünf Jahresraten, und begründet dies damit, dass der Kunde diese 2.000 Euro an den Prämien wieder einspart, also „unter dem Strich nichts für die Beratung zahlt“.
- Der Berater verlangt 1.000 Euro Honorar, sofort zu zahlen, und begründet dies damit, dass er damit billiger als ein Versicherungsvermittler sei, denn bei dem seien 2.000 Euro Provision eingerechnet. Der Berater erlangt einen Wettbewerbsvorteil gegenüber dem Vermittler.

- Der Berater verlangt 3.000 Euro Honorar, zu zahlen in fünf Jahresraten, und begründet dies damit, dass der Kunde 2.000 Euro vom Versicherer in denselben Raten zurückerstattet bekommt und darüber hinaus seine Beratung 1.000 Euro wert sei. Der Kunde hält dies für ein faires Angebot, denn es wurde mit 3.000 Euro ein Preis-Anker gesetzt, dem ein gefühlt deutlich günstigerer Preis von 1.000 Euro gegenübergestellt wird.

Das Beispiel mag zwar durchaus für eine geringe Redlichkeit des Versicherungsberaters sprechen und hoffentlich fiktiv sein. Zahlreiche Gerichtsverfahren der Vergangenheit zu sogenannten Kostenausgleichsvereinbarungen oder Vermittlungsvergütungsvereinbarungen zeigen jedoch, dass ähnlich gelagerte Vertriebs- und Vergütungsmodelle alles andere als fiktiv sind. Es gibt keinen vernünftigen Grund anzunehmen, dass sich solche Praktiken nicht wiederholen können.

Zusammenfassend hat die deutsche Politik den Blick in den vergangenen Jahren einseitig auf die Frage der Vergütung verengt und implizit die Formel

*Beratungsqualität = **f** (Vertriebsweg, Vergütungsart)*

zugrunde gelegt, das heißt die Beratungsqualität als (allein) abhängig von Vertriebsweg und Vergütungsart angesehen. Mit Vertriebsweg gemeint ist die Unterscheidung grob in (vertraglich an Produktgeber) gebundene Vertriebe sowie von einzelnen Produktgebern unabhängige Vertriebe (Makler, Berater), mit Vergütungsart entweder die vom Vermittlungserfolg abhängige, ins Produkt einkalkulierte Provision (Courtage) oder das vom Kunden zu zahlende Honorar.

Diese Betrachtung ist zu eng und bezieht die im vorherigen Unterkapitel dargestellten Erkenntnisse aus der Dienstleistungstheorie nicht ein. Dabei ist die Stärkung der Potenzialqualität sowie der Prozessqualität ein zentraler Ansatz der europäischen Regulierung, und zwar keineswegs begrenzt auf einen bestimmten Vertriebsweg und eine bestimmte Vergütungsart.

Neue Wege: Ganzheitliche Beratungsprozesse

Einen anderen Weg weist die Normsetzung. 2019 wurde die DIN-Norm 77230 „Basis-Finanzanalyse für Privathaushalte“ veröffentlicht. Sie betrifft zwar nur einen kleinen Teil des gesamten Beratungsprozesses, nämlich den Wunsch- und Bedürfnistest und eine erste Priorisierung in Handlungsfelder. Die konkrete Produktauswahl und Produktgestaltung folgen erst danach, ebenso die laufende Betreuung. Aber die DIN-Norm 77230 stellt erstmals einen übergreifenden, ganzheitlichen Beratungsansatz der Versicherungs- und Finanzbranche dar, der, wenngleich nicht von allen Seiten und nicht uneingeschränkt geteilt, sich nicht von vornherein einseitig auf Versicherungs- oder Anlage- oder Finanzierungsprodukte beschränkt.

Ganzheitliche Beratungsprozesse gibt es zwar schon lange, allerdings bisher als eine Vielfalt von im Detail sehr unterschiedlichen Ansätzen. Banken, Sparkassen und Versicherungsgesellschaften haben solche Beratungskonzepte entwickelt und dabei Schwerpunkte in den Produktbereichen gesetzt, die ihren Absatzinteressen besonders nahekommen. Finanzvertriebe hingegen verwenden produktübergreifende Beratungskonzepte, oft getragen vom Finanzplanungsgedanken. Dieser will nicht nur die Ist-Situation des Kunden analysieren und verbessern, sondern dem Kunden eine finanzielle Lebensplanung ermöglichen, die von Vermögensaufbau, Vermögensverzehr und begleitender Existenzsicherung geprägt ist.[90]

[90] Vgl. Wackerbeck (2006), S. 45 ff.

3.3 Qualität der Finanzberatung in empirischen Untersuchungen

Fokus der meisten empirischen Untersuchungen zur Beratung: Prozessqualität

Die Qualität der Finanzberatung wird immer wieder auch von Interessengruppen untersucht. Dazu zählen Aktivitäten kommerzieller Marktforschungsinstitute, die beispielsweise im Auftrag von Finanzdienstleistern herausfinden wollen, welche Beratungsqualität ihre Mitarbeiter und Vermittler leisten. Auch dem Verbraucherschutz nahestehende Institutionen testen immer wieder die Beratungsqualität.

Die Untersuchungen folgen dabei keinen einheitlichen Standards und Modellen und sind schwer miteinander zu vergleichen. Zu den Gemeinsamkeiten gehört allerdings die methodische Herangehensweise, durch verdeckte Testkäufe („Mystery Shopping“) die Beratungsqualität zu testen. Diese Methode ist kostenaufwändig und nicht frei von Kritik. Zwar kann man damit ein „ehrliches“ Bild der Arbeit der getesteten Berater liefern, aber der Testkauf setzt eine Interaktion zwischen Testkunden und Beratern voraus, mit der die Testkunden das Testergebnis notwendigerweise beeinflussen. Damit ist die Objektivität und die Nachvollziehbarkeit der Testergebnisse beeinträchtigt, auch wenn man durch sehr einheitliche Fallgestaltungen (z.B. die vom Testkunden zu offenbarenden Informationen über Nachfragemotive, soziodemografische und -ökonomische Daten, bestehende Verträge) und eine Schulung der Testkunden versucht, den Interaktions-Bias zu vermeiden.

Einige Beispiele zeigen, wie vorsichtig die Interpretation vorzunehmen ist:

- Die Zeitschrift Finanztest testete 2008/2009 insgesamt 182 Versicherungsvertreter, die 26 verschiedene Versicherungsgesellschaften repräsentierten, im Durchschnitt also sieben Tests je Versicherer. Nachgefragt wurde von den Testkunden Schutz im Todesfall und bei Berufsunfähigkeit. Die Versicherer erhielten auf dieser Basis jeweils ein Testurteil (zwischen den Noten 2,8 und 3,9), was schon aufgrund der hohen Fehleranfälligkeit der (zu) kleinen Teilstichproben fragwürdig ist. Ins Testurteil flossen die Faktoren Bedarfsanalyse (15 Prozent Gewicht), vermittelter Versicherungsschutz (40 Prozent), Vollständigkeit der Kundeninformation (10 Prozent), Gestaltung der Kundeninformation (15 Prozent) und Umgang mit Gesundheitsfragen (20 Prozent) ein. Dies ist eine subjektive Gewichtung, die allerdings von der Zeitschrift transparent gemacht und von interessierten Lesern nach eigenen Gewichtungsvorstellungen umgerechnet werden kann.[91]
- Die Zeitschrift Finanztest testete 2020 Versicherungsmakler. Nachgefragt wurde von den Testkunden eine Beratung zu einem möglichen Wechsel aus der Gesetzlichen in die Private Krankenversicherung. Getestet wurden lediglich vier größere Maklervertriebe mit jeweils acht Testberatungen sowie eine nicht näher bezifferte Zahl von Tests bei einzelnen, kleineren Maklerbetrieben, deren Ergebnisse nicht veröffentlicht wurden. Mit Noten bewertet wurden die Pflichtinformationen als Versicherungsmakler, also die statusbezogene Erstinformation (zwischen den Noten 0,8 und 2,9), und die Beratungsqualität (zwischen den Noten 2,4 und 3,6). Die Übergabe der statusbezogenen Erstinformation ist in dieses zweite, bewertete Merkmal laut Erläuterungen nochmals eingeflossen, obwohl auch so schon die Wertung überaus ungleichgewichtig ist, denn für den Kunden ist weniger die statusbezogene Erstinformation (meist übergeben als Visitenkarte) als vielmehr die tatsächliche Beratungsleistung entscheidend. Im Weiteren sind in das Merkmal Beratungsqualität ohne Gewichtungsangaben die Gesprächseröffnung, die Analyse der Kundensituation, Informationen zur privaten Krankenversicherung und individuelle Beratung eingeflossen.[92] Eine Reproduzierbarkeit der Ergebnisse ist auf Basis dieser Angaben allein kaum möglich.
- Bei kommerziellen Tests spielen oft Bewertungsfaktoren wie die Atmosphäre in der Beratungssituation, Termintreue, Ungestörtheit der Beratung oder Sympathiefaktoren des Beraters eine hohe

[91] Vgl. Finanztest (2009), S. 62-67
[92] Vgl. Finanztest (2020), S. 82-87

Rolle, wohingegen fachliche Kriterien wie die Richtigkeit des Beratungsergebnisses vergleichsweise geringer gewichtet werden. Das ist für eine Analyse der Interaktionsqualität von hohem Wert, kann aber zu einem Sympathie-Bias führen – ein sympathischer, eloquenter Berater wird trotz fachlicher Fehler gut bewertet.

Ein Fokus solcher praktischen Forschungen liegt auf der Prozessqualität. Dagegen ist die Potenzialqualität nur eingeschränkt durch Testkunden zu bewerten. Bei der Ergebnisqualität kann typischerweise nur das Ergebnis der Beratung selbst bewertet werden, nicht jedoch das (langfristige) Ergebnis der Anlage bzw. der Versicherung.

3.4 Das Trennmodell

In der wissenschaftlichen Literatur werden verschiedene Hypothesen diskutiert, welche Faktoren auf die Beratungsqualität einen Einfluss haben. Bekannt geworden sind zum Beispiel die Marktversagens- versus die Qualitätshypothese.[93]

Marktunvollkommenheiten durch Informationsasymmetrien

Laut der Prinzipal-Agent-Theorie müssten Kunden eigentlich eine Präferenz für den unabhängigen Vermittler aufweisen, idealerweise einen vom Kunden selbst finanzierten Makler (Honorarmakler). Grund ist, dass der Makler als Agent des Kunden agieren wird. Der Angestellte bzw. der Handelsvertreter eines Finanzdienstleistungsinstituts tritt dagegen als Agent des Produktanbieters auf. Unter der Annahme nutzenmaximierenden Verhaltens müsste der ans Finanzdienstleistungsinstitut gebundene Angestellte bzw. Vertreter einseitig an den Interessenlagen des Produktgebers orientierte Beratung bieten und Vorschläge unterbreiten. Dagegen dürfte der Makler sich an den Interessen des Kunden ausrichten und objektivere Beratung anbieten.

Gerade der deutsche Markt ist ein Beispiel dafür, dass diese Theorie der Wirklichkeit nicht standhält. Es gibt weitaus mehr Versicherungsvertreter als Versicherungsmakler sowie weitaus mehr gebundene als ungebundene Finanzanlagenvermittler. Die Marktversagenshypothese versucht diese Evidenz mit einer Unvollkommenheit des Marktes zu erklären. Kunden unterliegen danach Informationsasymmetrien und können die Beratungsqualität nicht einschätzen. Nach der Qualitätshypothese dagegen müssten sich unabhängige Vermittler dann durchsetzen können, wenn sie eine gegenüber dem gebundenen Vermittler überlegene Beratungsqualität anbieten, obwohl ihre Kosten höher sind als diejenigen von Direktvertriebsformen.[94] Verschiedene empirische Belege aus dem deutschen Markt sprechen für die Qualitätshypothese.[95]

Allerdings betrachten diese Thesen den traditionellen Markt aus institutsgebundenen Vermittlern und den de jure unabhängigen Maklern. Wirtschaftlich gesehen stehen aber auch die Makler mehrheitlich in einem gewissen Abhängigkeitsverhältnis zu den Anbietern von Finanzdienstleistungen, weil sie üblicherweise von diesen durch Provisionen bezahlt werden.

Politische Skepsis: Schleichende Verabschiedung vom Trennmodell?

Das „Trennmodell“ unterstellt, dass eine komplette, institutionelle Trennung der „Herstellung“ der Finanzdienstleistungsprodukte sowie der Beratung und Vertrieb solcher Produkte die Qualität steigert, weil steuernde Einflüsse der Produktanbieter keine Rolle mehr in der Produktauswahlentscheidung

[93] Vgl. Berger et al. (1997)
[94] Vgl. Eckardt/Räthke-Döppner (2010), S. 670 f.
[95] Vgl. Eckardt/Räthke-Döppner (2010), S. 692; Trigo Gamarra (2007), S. 18

spielen können. Damit wird insbesondere der intrapersonale Rollenkonflikt zwischen dem „Berater“ und dem „Verkäufer“ vermieden.[96]

Die EU-Versicherungsvertriebsrichtlinie IDD legt möglicherweise eine prozessuale Trennung von „Beratung“ und von „Verkauf“ nahe, wenn man insbesondere die Artikel 18 und 20 IDD betrachtet: Versicherer und Vermittler sind danach gehalten, den Kunden zu informieren, ob sie eine Beratung anbieten. Obligatorisch sind nur die in Art. 20 Abs. 1 IDD beschriebenen „Standards für den Vertrieb ohne Beratung“, fakultativ kann die Beratung hinzukommen. Allerdings schließt die IDD in keiner Weise aus, dass ein und dieselbe Institution (Versicherungsunternehmen oder Versicherungsvermittler) sowohl die erwähnten Standards als auch die Beratung anbieten.

Auch die deutsche Regulierung hat sich von dem Trennmodell im Sinn einer personellen Trennung von Beratung und Verkauf entfernt. Wie weiter oben dargestellt, wurde der Versicherungsberater sogar näher an den Versicherungsvermittler herangeführt, indem 2018 beide in einen Paragrafen (§ 34d GewO) zusammengeführt und dem Versicherungsberater explizit die Vermittlung oder der Abschluss von Versicherungsverträgen erlaubt wurde.

Striktes Provisionsverbot sachlich und rechtlich nicht haltbar

Dagegen wird das Trennmodell von Teilen des institutionalisierten Verbraucherschutzes in der Diskussion gehalten. Gemäß der Marktversagenshypothese argumentieren sie, dass sich eine unabhängige Honorarberatung bisher nicht durchgesetzt habe, weil die Kunden „nicht bewerten können, welches Angebot besser ist“[97]. Insbesondere gebe es Fehlvorstellungen der Kunden, die eine Provisionsberatung für kostenfrei halten würden.[98]

Die empirische Forschung kann diese Annahme jedenfalls für Versicherungen nicht bestätigen. Danach wissen Kunden mit 60 Prozent Anteil mehrheitlich, dass in Versicherungsprämien Provisionen für die Vermittler enthalten sind. Lediglich 9 Prozent der Kunden schätzen die Höhe des Prämienanteils für Provisionen systematisch zu niedrig ein.[99]

Ein Provisionsverbot soll die Branche dazu zwingen, die Herstellung von und die Beratung zu Finanzdienstleistungen voneinander zu trennen.[100] Allerdings ist diese Position auch unter Verbraucherschützern nicht unumstritten. Der Bund der Versicherten beispielsweise fordert kein Provisionsverbot, allerdings einen durchaus empfindlichen Provisionsdeckel speziell in der Lebensversicherung, um Interessenkonflikte beim Vertrieb zu reduzieren.[101]

Bei einem strikten Provisionsverbot müsste zudem Anbietern von Finanzdienstleistungen untersagt werden, ihren Angestellten sowie ihren durch Handelsvertretervertrag verbundenen Vertretern die ihnen nach arbeits- bzw. nach handelsrechtlichen Bestimmungen zustehenden Vergütungen zu zahlen. Diese Studie kann keine detaillierte rechtliche Bewertung leisten, aber ein solcher Eingriff zum Beispiel in die Freiheit der Berufsausübung (Art. 12 Abs. 1 GG) dürfte kaum begründbar sein.[102] Insbesondere müsste stets zuerst ein Missstand empirisch nachgewiesen und sodann geklärt werden, ob es tatsächlich kein milderes Mittel zu seiner Beseitigung gibt.

„Gute Beispiele im Ausland“ sind mit Deutschland nicht vergleichbar.

[96] Vgl. Mensching (2002), S. 192 f.
[97] vzbv (2019), S. 2
[98] Vgl. vzbv (2017), S. 2
[99] Vgl. Beenken (2014), S. 49 ff.
[100] Vgl. vzbv (2017), S. 3
[101] Vgl. Bund der Versicherten (2019a), S. 22
[102] Vgl. Schafstädt (2015), S. 382 ff.

In den Stellungnahmen des Verbraucherzentrale Bundesverbands wird in diesem Zusammenhang auf „gute Beispiele“ im Ausland verwiesen.[103] Dabei werden allerdings europäische Länder wie Großbritannien und die Niederlande als Referenz aufgeführt, in denen es von Deutschland stark abweichende Marktstrukturen gibt. In beiden Ländern sind praktisch ausschließlich Versicherungs- und Finanzmakler und keine gebundenen Vertreter tätig[104], zudem beziehen sich die Provisionsverbote dort nur auf bestimmte kapitalbildende Produkte und nicht auf alle Versicherungs- und Finanzprodukte. Sollte Deutschland dem Vorbild folgen und die Provision lediglich Versicherungs- und Finanzmaklern für kapitalbildende Produkte verbieten, würde dies zu einer Wettbewerbsungerechtigkeit zwischen den Maklern und den in Deutschland bedeutenden gebundenen Vertrieben führen. Dies würde dem Ziel der Europäischen Richtlinien IDD und MiFID II einer Wettbewerbsgerechtigkeit zwischen den verschiedenen Vertriebswegen zuwiderlaufen. In der Folge könnten Versicherungs- und Finanzmakler ihre Unabhängigkeit aufgeben und sich einer Bindung zum Beispiel als Mehrfachvertreter unterwerfen, um weiterhin die bislang von allen Parteien – Kunden, Vermittler, Anbieter – gewohnte Provisionsberatung durchführen zu können. Das dürfte das Gegenteil dessen sein, was Verbraucherschützer vermutlich erreichen wollen.

Trennmodell führt zur Unterversorgung der Bevölkerung mit den richtigen Finanzprodukten.

Zudem stellt sich die Frage, wie ein Großteil der Bevölkerung mithilfe des Trennmodells erreicht und beraten werden kann. Dem strikten Trennmodell folgende Anbieter wie die Verbraucherzentralen sowie die dem Provisionsannahmeverbot unterliegenden Versicherungsberater und Honorar-Finanzanlagenberater sind von einer Marktdurchdringung derart weit entfernt[105], dass nicht zu erwarten ist, dass diese „Beraterlücke“ in absehbarer Zeit geschlossen werden kann. Das Ergebnis könnte dann die in Großbritannien diskutierte „Beratungslücke“ sein, die von Vertriebsformen wie Banken, Sparkassen, Arbeitgebern und Internetportalen mit nicht immer transparenten Strukturen und für den Kunden zu erkennender Motivation geschlossen wird. Analysen zeigen, dass gerade uninformierte Versicherungsnachfrager tendenziell auf (notwendigen) Versicherungsschutz verzichten und damit insgesamt die Wohlfahrt leidet.[106] Fehlende Vorsorge muss dann unter Umständen steuerfinanziert durch die Grundsicherung im Alter ausgeglichen werden.

Eine qualitativ hochwertige, wenn auch durch Provisionsinteressen motivierte Beratung würde dadurch zurückgedrängt werden. *Sonnenberg* sieht das Risiko sogar schon bei einer Offenlegung der zu zahlenden Provisionen: „Denn es besteht die nicht zu leugnende Gefahr, dass der Kunde bei Offenlegung der Vermittlervergütung nur auf die zu zahlende Courtage bzw. Provision achtet und in dem Bestreben bezüglich der Vermittlungsdienstleistung ein möglichst gutes Preis-/Leistungsverhältnis zu erzielen, weniger das Versicherungsprodukt an sich berücksichtigt.“[107] *Icha* macht unter Berufung auf ein Urteil des Landgerichts Berlin weiter auf das Problem einer möglichen „Nettoschuldenfalle“ aufmerksam, die bei vorzeitiger Kündigung von separaten Vergütungsvereinbarungen drohen kann.[108] Der handelsrechtliche Schicksalsteilungsgrundsatz – die Provision teilt das Schicksal der Prämie[109] – wird beim Trennmodell gerade aufgehoben. Der Kunde schuldet das Beratungshonorar auch dann, wenn er

[103] Vgl. vzbv: „Guten Beispielen folgen: Provisionsverbot in Großbritannien und Kanada“, Pressemitteilung vom 14.7.2017
[104] Vgl. BIPAR (2021)
[105] Vgl. auch Kap. 7.4.1 – lediglich 2 Prozent der Befragten haben sich in einer Verbraucherzentrale beraten lassen.
[106] Vgl. Zusammenfassung bei Schafstädt (2015), S. 221 f., Focht (2009), S. 145
[107] Sonnenberg (2013), S. 239
[108] Vgl. Icha (2014), S. 438
[109] Vgl. Schroeder (2015), S. 52 f.

durch welche Gründe auch immer sich vorzeitig entscheidet, eine empfohlene Versicherung wieder zu beenden.

4. Empirische Untersuchung der Kundenanforderungen

4.1 Forschungshypothesen

Die Studie hat bisher aufgezeigt, dass die Nachfrage nach Finanzdienstleistungen aus dem grundlegenden Bedürfnis der Kunden nach Sicherheit sowie verschiedenen Motiven wie insbesondere der Altersvorsorge und der allgemeinen Vermögensbildung entsteht. Allerdings verfügen Kunden überwiegend über eine geringe finanzielle Allgemeinbildung und sind daher überfordert, das vielfältige Angebot an Finanzdienstleistungen zu überblicken und angemessen zu bewerten. Zudem hemmen aus der Verhaltensforschung bekannte Verzerrungseffekte eine zielgerichtete Nachfrage auf Basis finanzrationaler Überlegungen, zum Beispiel die systematische Unterschätzung eines in der Zukunft liegenden Mittelbedarfs.

Gleichzeitig ist das Angebot vielfältig und wird von Produktgebern unterbreitet, die selten „das Ganze“ im Blick haben, sondern ihre jeweilige Finanzdienstleistung – z.B. Versicherungen, Sparanlagen, Fondsanteile, Sparpläne, Bausparverträge – bevorzugt anbieten wollen. Die Regulierung unterstützt diese Fokussierung auf einzelne Finanzdienstleistungsbereiche sowohl bei den Anbietern durch sektorale Erlaubnisse und oft das Verbot, jeweils fremde Finanzdienstleistungen selbstständig zu erbringen, als auch bei den Finanzberatern durch sektorale Gewerbeerlaubnisse. Daraus folgt die erste Forschungshypothese:

H1: Je näher die Beratung am Hersteller von Finanzdienstleistungen ist, desto einseitiger ist das Produktportfolio des Kunden zusammengesetzt.

Diese einseitige Produktempfehlung entspricht nicht den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden, die oft eher allgemeine Motive wie eine hinreichende Altersvorsorge, die Vermeidung von finanzieller Not durch existenzielle Ereignisse oder die Bildung von Vermögen für verschiedene Zwecke verfolgen. Für sie ist eine Finanzberatung nur dann gut, wenn sie nicht einseitig auf bestimmte Finanzdienstleistungsprodukte fokussiert ist und andere ausblendet. Erfahren sie später, dass es auch andere Finanzdienstleistungen gegeben hätte und diese unter Umständen relativ besser geeignet wären, ihre Wünsche und Bedürfnisse zu erfüllen, werden sie mit der erlebten Beratung unzufrieden sein. Daraus folgt als Forschungshypothese:

H2: Je näher die Beratung am Hersteller von Finanzdienstleistungen ist, desto unzufriedener ist der Kunde mit der Beratung.

Allerdings wird ein Kunde mit besserer Vorbildung diese Zusammenhänge durchschauen und im Sinne auch der gesetzlichen Regulierung und der Verbraucherschutzpolitik eine unabhängige Beratung bevorzugen. Daraus folgt die Forschungshypothese:

H3: Je besser die Vorbildung des Kunden, desto eher lässt er sich unabhängig beraten oder verzichtet auf Beratung.

Nicht nur die Bildung, sondern auch spezifische Vorkenntnisse des Kunden über Finanzmärkte und die dort angebotenen Finanzdienstleistungen lassen erwarten, dass Kunden auf eine unabhängige Beratung besonderen Wert legen oder sogar ganz darauf verzichten und sich selbst die nötigen Informationen für Finanzentscheidungen beschaffen. Dies entspricht auch dem regulatorischen Ansatz von IDD und MiFID II, im Rahmen der Eignungsprüfung gezielt „Kenntnisse und Erfahrungen des Versicherungsnehmers im Anlagebereich“ (§ 7c Abs. 1 S. 1 Nr. 1 VVG) bzw. „Kenntnisse und Erfahrungen des Anlegers in Bezug auf bestimmte Arten von Finanzanlagen“ (§ 16 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 FinVermV) zu erfragen. Daraus folgt als Forschungshypothese:

H4: Je besser die Vorkenntnisse des Kunden, desto eher lässt er sich unabhängig beraten oder verzichtet auf Beratung.

Auch Informationsquellen spielen eine wichtige Rolle für die Kenntnisse der Kunden über Finanzdienstleistungen. Es gibt eine Vielzahl von Informationsquellen, die sich je nach Urheber in der Abhängigkeit von einzelnen Finanzdienstleistungsarten und von einzelnen Unternehmen, in der Breite des verfolgten Ansatzes mit oder ohne Fokus auf einzelne Finanzdienstleistungen sowie im inhaltlichen Anspruch unterscheiden. Vor allem Anbieter von Altersvorsorgelösungen wie z.B. Versicherungsgesellschaften und Versicherungsvermittler verbinden die Informationen oft mit eigenen Angeboten, die online (z.B. Tarifrechner) und offline in der persönlichen Beratung erstellt werden. Teilweise wird Anbietern zudem unterstellt, dabei einen gewissen Druck auf Interessenten zum Abschluss einer Versicherung oder Erwerb einer Anlage auszuüben, beispielsweise aufgrund entsprechender Anreize und Vergütungen. Daraus folgt die Forschungshypothese:

H5: Je unabhängiger die Informationsquellen zur Altersvorsorge, desto unabhängiger ist der gewählte Beratungsweg.

Zusammenfassend soll die empirische Untersuchung Aufschluss darüber geben, ob jedenfalls aus Kundensicht eine institutionelle Trennung von Beratung zu und Angebot von Finanzdienstleistungen die Beratungsqualität erhöht.

4.2 Methodik und Stichprobe

Die empirische Erhebung wurde durch das Deutsche Institut für Vermögensbildung und Alterssicherung (DIVA) theoriebasiert entwickelt und durch das Marktforschungsinstitut Statista GmbH im Frühjahr 2021 durchgeführt. Sie erfolgte als Onlinebefragung in einem Access-Panel. Die Onlineerhebung ermöglicht eine zeitnahe, großzahlige und bundesweite Erhebung unter Entscheidern. Panels wiederum steigern die Qualität der Befragung, weil die Panel-Teilnehmer dem Panel-Betreiber bekannt sind. Im Gegensatz dazu können selbstadministrierte Zufallsstichproben unzuverlässig sein und Verzerrungen enthalten aufgrund besonderen Interesses am Thema der Erhebung.

Insgesamt wurden rund 2.000 Personen mit Wohnsitz in Deutschland und ab einem Alter von 18 Jahren befragt. Filterkriterium war, dass die Befragten innerhalb der letzten drei Jahre eine Beratung zu Finanzen oder Vorsorge im weiteren Sinn in Anspruch genommen haben und damit erwarten lassen, dass sie zum einen Erfahrungen mit der Beratung zu Finanzdienstleistungen einbringen können und zum anderen sich an diese im Zeitablauf noch erinnern können. Um eine Positivselektion von Personen mit besonderem Interesse an einer Befragung zur Finanzberatung auszuschließen, wurde den Teilnehmern vorab weder das Thema mitgeteilt noch durch die erste Filterfrage verdeutlicht, sondern eine Bandbreite verschiedenster Beratungsangebote über Finanzdienstleistungen hinaus erfragt.

Die Erhebung ist nach den Merkmalen Geschlecht, Alter sowie überwiegend nach der Verteilung auf die Bundesländer repräsentativ für die oben beschriebene Zielgruppe. Von der Gesamtbevölkerung kann dies leicht abweichen.

4.3 Stichprobenauswertung

(1) In der Stichprobe sind Männer gegenüber der Gesamtbevölkerung leicht überrepräsentiert (Abb. 9). Dies dürfte allerdings der Erfahrung entsprechen, dass bei Finanzentscheidungen teilweise immer noch traditionelle Rollenmuster in der Bevölkerung gelebt werden.

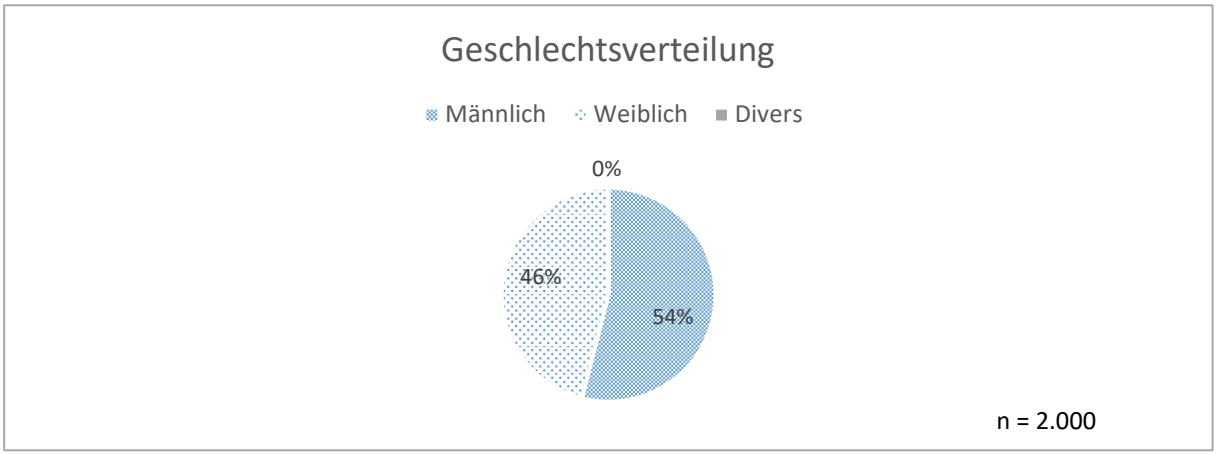

Abbildung 9: Stichprobe Geschlechtsverteilung

(2) Die Befragten sind im Durchschnitt[110] 46 Jahre alt, was recht genau den Bevölkerungsdurchschnitt widerspiegelt. Sie verteilen sich zudem recht gleichmäßig auf verschiedene Altersklassen (Abb. 10), die alle ein Interesse an Finanzberatung haben können, wenn auch bei den jüngeren Befragten eher zum Zweck des Aufbaus eines Alters- oder sonstigen Vermögens, bei den älteren Befragten eher zum Zweck der Verwertung des Vermögens.

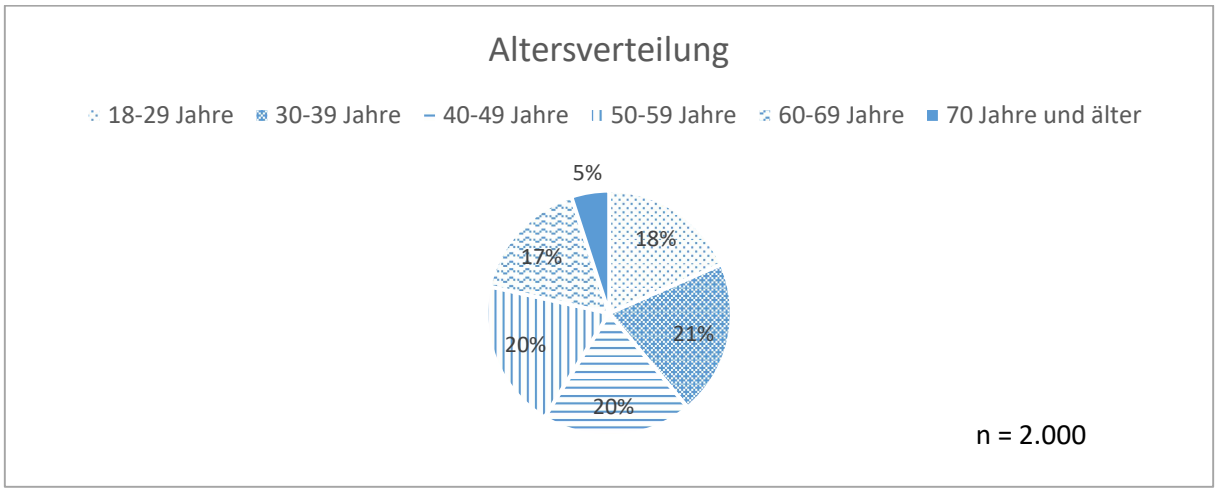

Abbildung 10: Stichprobe Altersverteilung

(3) Die Befragten verteilen sich ungefähr repräsentativ auf die Bundesländer (Abb. 11), wodurch die großen Bundesländer wie Nordrhein-Westfalen (20 Prozent), Bayern (15 Prozent) und Baden-Württemberg (12 Prozent) besonders stark vertreten sind. Vorgabe war, mindestens 50 Befragte

[110] Durchschnitt aus den Klassenmittelwerten sowie dem Klassenschwellenwert in der nach oben offenen Altersklasse.

aus jedem Bundesland in die Stichprobe aufzunehmen, was zu einer geringfügigen Aufstockung bei den kleinen Bundesländern führte.

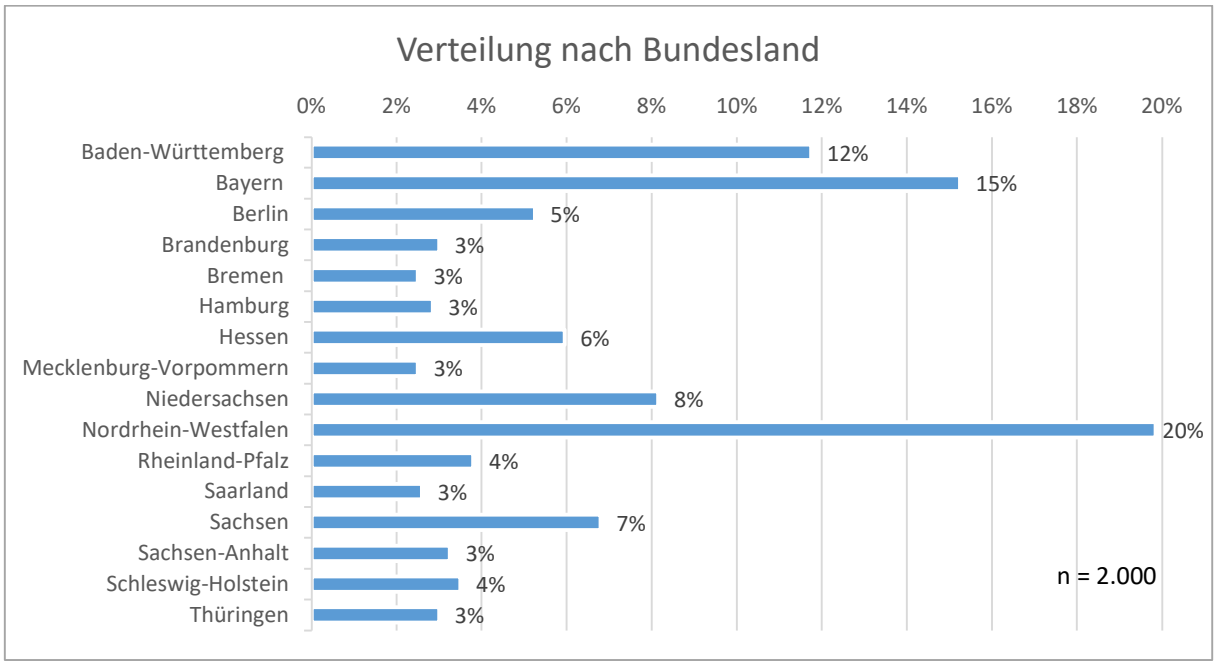

Abbildung 11: Stichprobe Verteilung nach Bundesland

(4) Jeder dritte Befragte verfügt über ein abgeschlossenes Studium, insgesamt 59 Prozent mindestens über eine Hochschulzugangsberechtigung (Abb. 12).

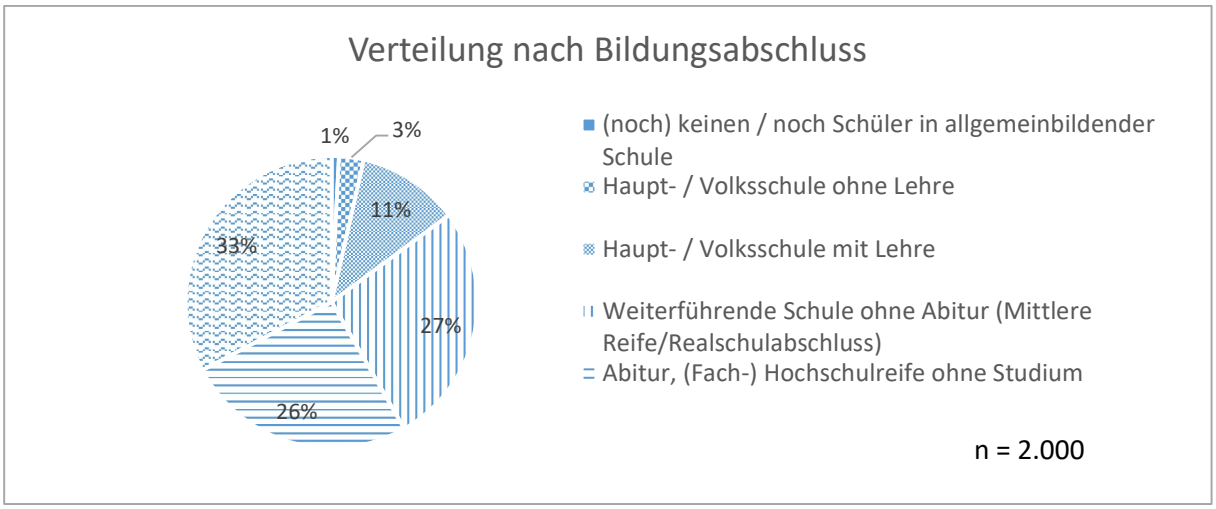

Abbildung 12: Stichprobe Verteilung nach Bildungsabschluss

(5) Gut die Hälfte der Befragten ist in Vollzeit beschäftigt, insgesamt 75 Prozent überhaupt beschäftigt. Dagegen sind 25 Prozent nicht berufstätig. (Abb. 13) Dabei gibt es wenig überraschend einen klaren Alterszusammenhang, so sind 17 Prozent der bis 65-Jährigen, aber 84 Prozent der ab 66-Jährigen nach eigenen Angaben nicht berufstätig.

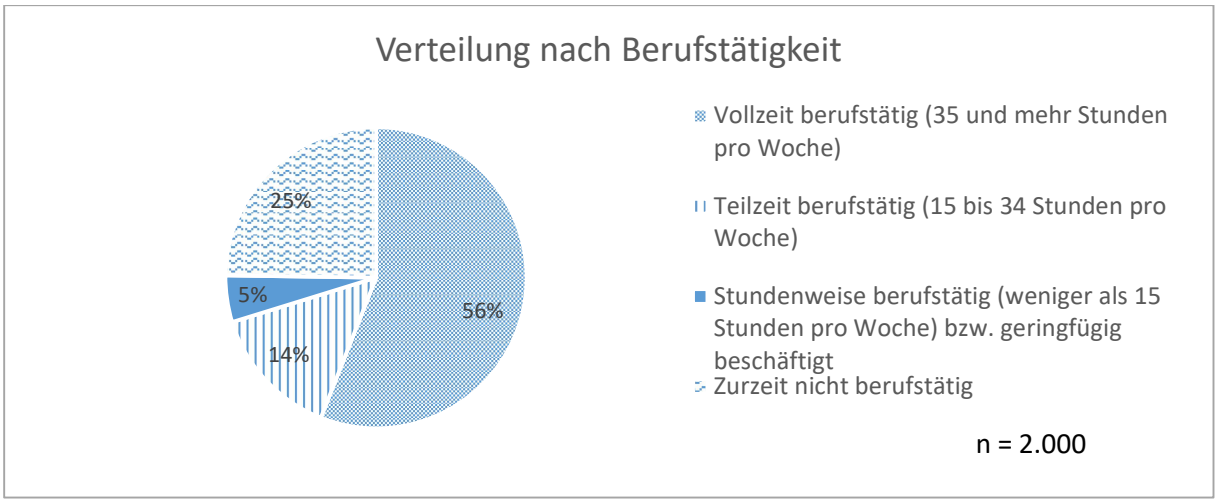

Abbildung 13: Stichprobe Verteilung nach Berufstätigkeit

(6) 68 Prozent der Umfrageteilnehmer sind verheiratet bzw. leben in Partnerschaft, 32 Prozent sind ledig oder leben nach Scheidung oder Tode des Partners allein (Abb. 14).

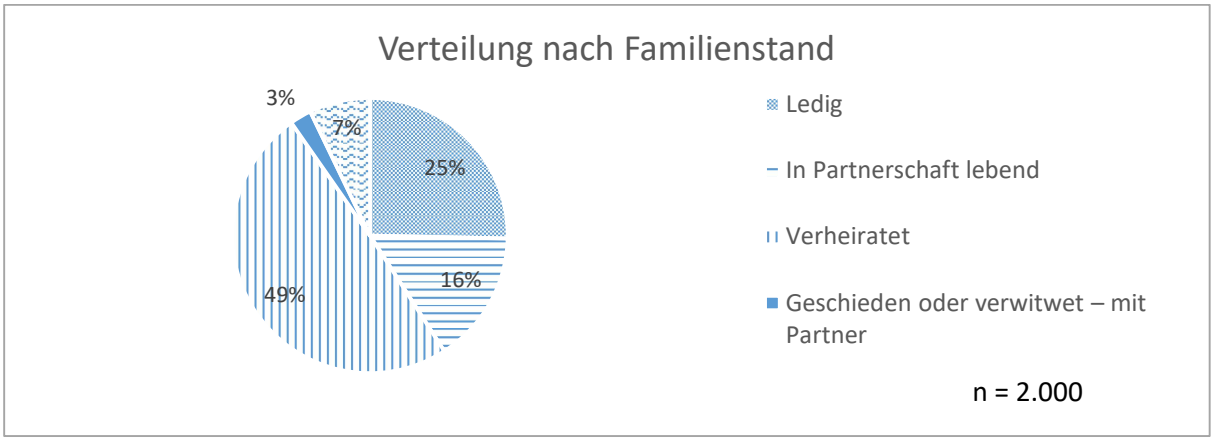

Abbildung 14: Stichprobe Verteilung nach Familienstand

(7) Durchschnittlich[111] leben 2,4 Personen in den Haushalten der Befragten. 23 Prozent leben in 1-Personen-Haushalten, weitere 38 Prozent in 2-Personen-Haushalten (Abb. 15).

[111] Durchschnitt mit dem Klassenschwellenwert der nach oben offenen, obersten Kategorie (5 Personen).

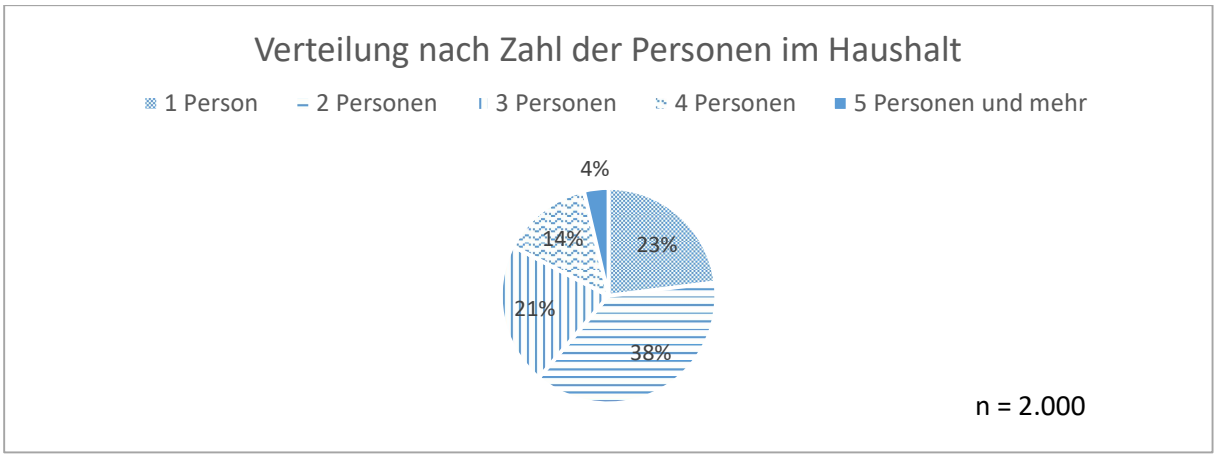

Abbildung 15: Stichprobe Verteilung nach Zahl der der Personen im Haushalt

(8) In 58 Prozent der Haushalte lebt kein Kind unter 18 Jahren, in weiteren 24 Prozent ein Kind. Die beiden oberen Klassen vier sowie fünf und mehr Kinder wurden nur ganz vereinzelt angegeben (Abb. 16).

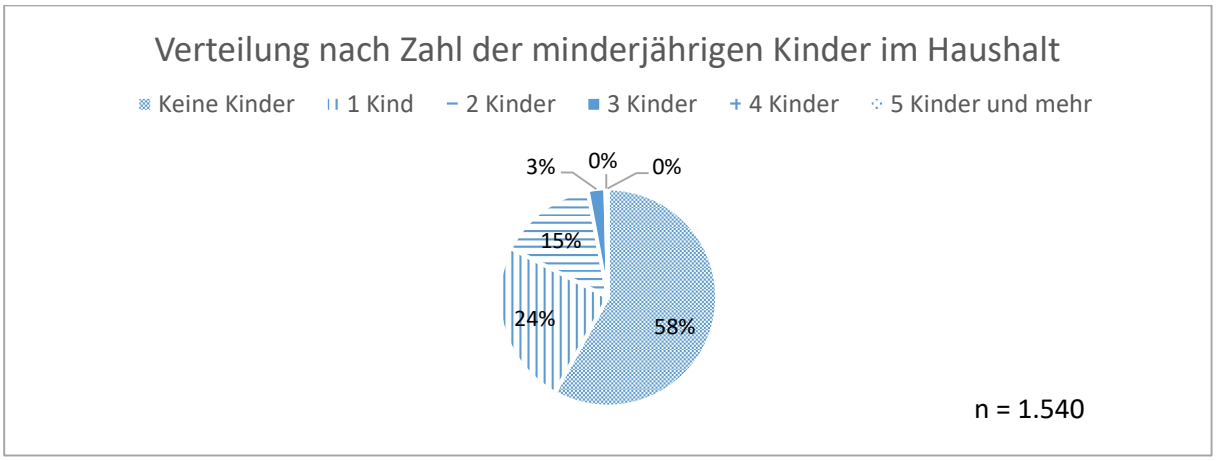

Abbildung 16: Stichprobe Verteilung nach Zahl der minderjährigen Kinder im Haushalt

Die Kreuztabelle (Tab. 16) zeigt zusätzlich, dass mindestens 96 Haushalte[112] offenbar nur einen Erziehungsberechtigten und mindestens ein minderjähriges Kind enthalten, sodass von knapp fünf Prozent Alleinerziehenden-Haushalten in der Stichprobe auszugehen ist.

[112] Die beiden Nennungen in der nach oben offenen, obersten Haushaltsklasse (5 und mehr Personen) können in dieser Hinsicht nicht eindeutig zugeordnet werden.

Q27 Kinder im Haushalt * Q26 Haushaltsgröße Kreuztabelle						
		Q26 Haushaltsgröße				Gesamt
		2 Personen	3 Personen	4 Personen	5 Personen und mehr	
Q27 Kinder im Haushalt	Keine Kinder	701	145	41	8	895
	1 Kind	63	257	42	13	375
	2 Kinder	0	26	189	9	224
	3 Kinder	0	0	3	37	40
	4 Kinder	0	0	0	4	4
	5 Kinder und mehr	0	0	0	2	2
Gesamt		764	428	275	73	1540

Tabelle 16: Kreuztabelle Haushaltsgröße und Anzahl minderjähriger Kinder im Haushalt

(9) Knapp ein Fünftel der Befragten wohnt in Großstädten ab 500.000 Einwohner, insgesamt 35 Prozent in Städten mit mindestens 100.000 Einwohner. In ausgesprochen kleinen Orten unter 5.000 Einwohner leben 17 Prozent der Teilnehmer (Abb. 17).

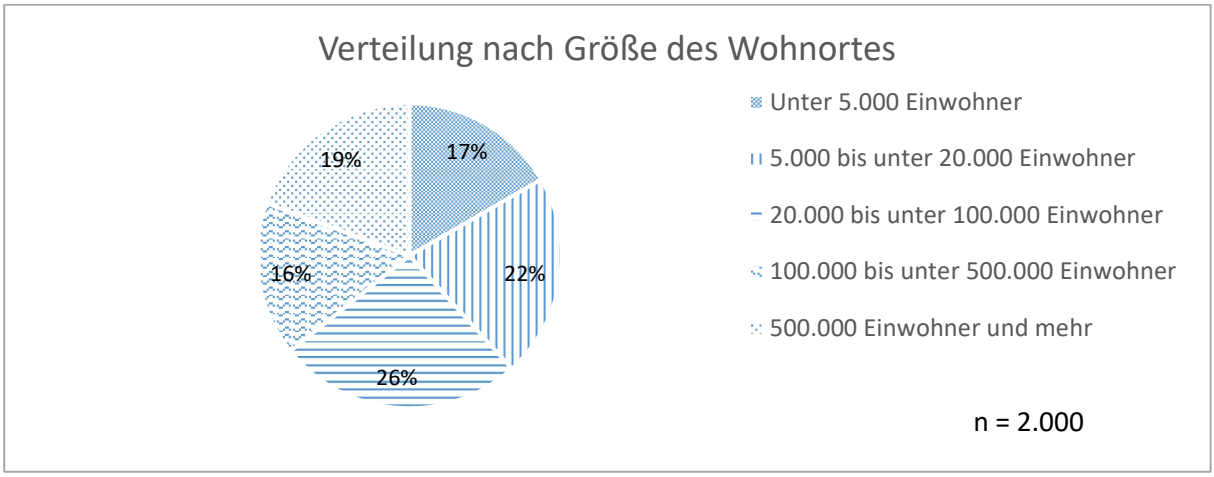

Abbildung 17: *Stichprobe Verteilung nach Größe des Wohnortes*

(10) Insgesamt fünf Prozent der Stichprobe sind Geringverdiener-Haushalte mit weniger als 1.000 Euro monatlich verfügbarem Nettoeinkommen, also Einkommen abzüglich Steuern und Sozialversicherungsbeiträgen. Weitere 17 Prozent weisen ein Nettoeinkommen zwischen 1.000 und unter 2.000 Euro auf. Umgekehrt verfügt jeder Zehnte über mindestens 5.000 Euro netto im Monat. Sechs Prozent der Befragten machten keine Angaben zu ihrem Einkommen (Abb. 18).

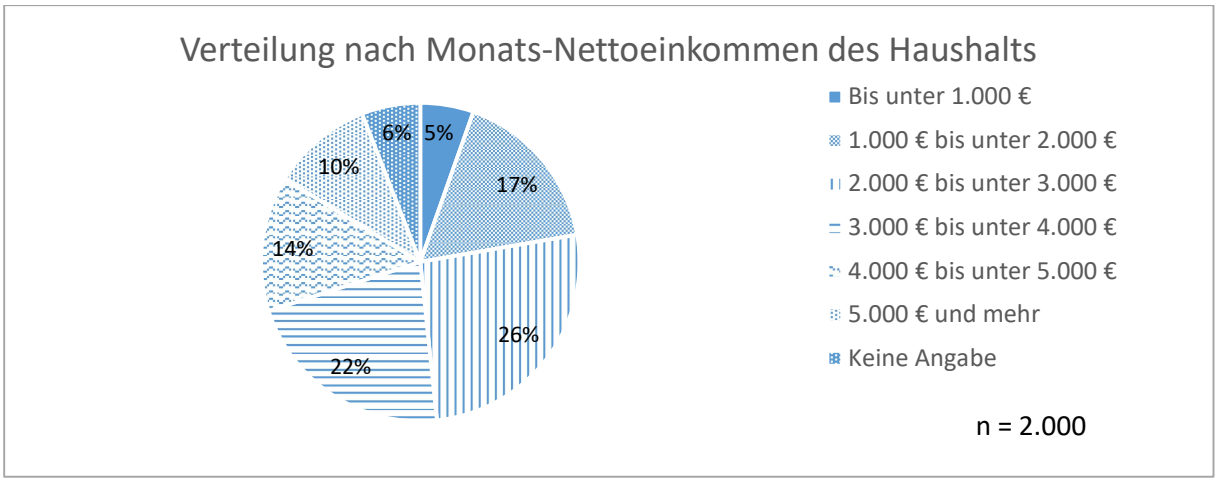

Abbildung 18: Stichprobe Verteilung nach Monats-Nettoeinkommen der Haushalte

(11) Das Haushaltsnettoeinkommen in der Stichprobe hängt mit folgenden soziodemografischen Merkmalen der Teilnehmer statistisch zusammen:

Merkmal	Signifikanter Gruppenunterschied[113]	Korrelation[114] r =	Interpretation
Geschlecht	Ja	-0,05	Unterschiede nach Geschlecht sind in der Stichprobe nicht statistisch signifikant.
Alter	Ja	-0,01	Unterschiede nach Alter sind in der Stichprobe nicht statistisch signifikant.
Größe des Wohnortes	Ja	0,06	Unterschiede nach Größe des Wohnorts sind in der Stichprobe nicht statistisch signifikant.
Höchster Bildungsabschluss	Ja	0,30	Je höher der Bildungsabschluss, desto relativ höher das Einkommen.
Berufstätigkeit	Ja	-0,26[115]	Je höher der Beschäftigungsumfang, desto relativ höher das Einkommen.
Haushaltsgröße	Ja	0,36	Je größer der Haushalt, desto relativ höher das Einkommen.
Kinder im Haushalt	Nein	0,00	Es gibt keinen signifikanten Unterschied nach Anzahl minderjähriger Kinder im Haushalt.
Familienstand	Ja	0,14[116]	Verheiratete und in Partnerschaft Lebende verfügen über ein höheres Einkommen als Alleinlebende.

Tabelle 17: Zusammenhang Haushaltsnettoeinkommen mit soziodemografischen Merkmalen in der Stichprobe; eigene Berechnungen

Beispielsweise ist das Haushaltsnettoeinkommen nach Geschlecht der Antwortenden kaum unterschiedlich mit durchschnittlich 3.100 Euro bei Männern und 2.900 Euro bei Frauen, was allerdings nicht

[113] Chi-Quadrat-Test mit einer zweiseitigen Signifikanz von mindestens <5 Prozent.
[114] Rang-Korrelationskoeffizient Spearman
[115] Die Variable wurde so codiert, dass der niedrigste Codewert 1 für die umfangreichste Berufstätigkeit (Vollzeit) und umgekehrt (keine Berufstätigkeit) vergeben wurde.
[116] Die Korrelation ist hier nur begrenzt aussagekräftig, weil die Familienstände nicht linear aufsteigend nach Vorhandensein von Partnern codiert sind.

das individuelle Einkommen der Antwortenden widerspiegelt, sondern lediglich die Verteilung in den Haushalten je nachdem, ob ein männliches oder ein weibliches Haushaltsmitglied den Fragebogen beantwortet hat. Nach Familienstand ist das Haushaltsnettoeinkommen besonders hoch bei Verheirateten (3.500 Euro) bzw. in Partnerschaft Lebenden (3.100 Euro), besonders niedrig bei geschieden bzw. verwitwet Alleinlebenden (2.100 Euro) und Ledigen (2.300 Euro). Geschieden bzw. verwitwet mit Partner Lebende (2.400 Euro) weisen ein geringfügig höheres Haushaltsnettoeinkommen auf.

Zusammenfassend handelt es sich bei dieser Stichprobe um einen repräsentativen Querschnitt desjenigen Teils der bundesdeutschen Bevölkerung, der volljährig sowie Zielgruppe dieser Umfrage ist. Es sind keine Ergebnisverzerrungen allein anhand einer einseitigen Auswahl der Teilnehmenden zu erwarten.

5. Ergebnisse der Untersuchung

5.1 Beratung zu Finanz- und Versicherungsprodukten

5.1.1 Beratungswege

Die Befragten gaben relativ am häufigsten an, durch eine Bank (24 Prozent) oder Sparkasse (20 Prozent) zu Finanzprodukten bzw. zur Altersvorsorge beraten worden zu sein. Weitere 28 Prozent wurden durch ein Versicherungsunternehmen oder einen Versicherungsvermittler beraten, elf Prozent durch einen Vermögensberater. Jeder Zehnte hat sich nach eigenen Angaben nicht beraten lassen, sondern sich ausschließlich selbst über Finanzprodukte bzw. über die Altersvorsorge informiert. Eher selten wurden Beratungswege wie Arbeitgeber, Verbraucherzentrale oder Sonstige gewählt (Abb. 19).

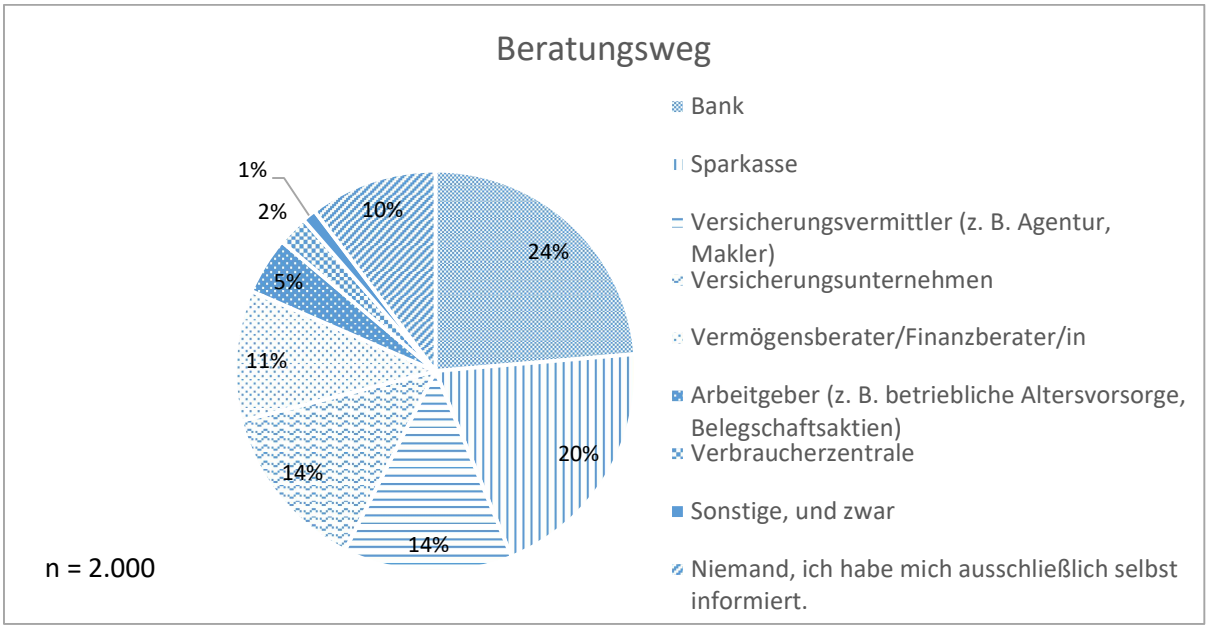

Abbildung 19: Beratungsweg für die Beratung zu Finanzprodukten bzw. zur Altersvorsorge

Die Wahl des Beratungsweges hängt zum Teil mit soziodemografischen und -ökonomischen Merkmalen zusammen, wie die nachfolgende Übersicht zeigt.

Merkmal	Signifikanter Gruppenunterschied[117]	Auffälligkeiten
Geschlecht	Nein	
Alter	Ja	Junge Kunden bevorzugen die Sparkasse, der Verzicht auf Beratung nimmt mit dem Alter zu.
Bundesland	Ja	Besonders häufig verzichten Kunden in Bremen und in Brandenburg auf eine Beratung.
Größe des Wohnortes	Nein	
Höchster Bildungsabschluss	Ja	Vermögensberater werden besonders oft (14%) von Personen mit Studienabschluss gewählt.
Berufstätigkeit	Ja	Mit abnehmender Berufstätigkeit wird zunehmend auf Beratung verzichtet. Vermögensberater werden vergleichsweise oft von Vollzeit-Berufstätigen gewählt.
Haushaltsgröße	Ja	1-Personen-Haushalt verzichten relativ häufiger auf eine Beratung. Die Beratungswege Vermögensberater und Verbraucherzentrale werden mit zunehmender Haushaltsgröße häufiger gewählt.
Kinder im Haushalt	Ja	Haushalte verzichten mit zunehmender Kinderzahl seltener auf eine Beratung.
Familienstand	Ja	Verheiratete verzichten relativ seltener auf eine Beratung.
Haushaltsnettoeinkommen	Ja	Mit zunehmendem Nettoeinkommen verzichten die Befragten seltener auf eine Beratung und wählen relativ häufiger eine Bank oder einen Vermögensberater als Beratungsweg.

Tabelle 18: Beratungsweg und Zusammenhang mit soziodemografischen und -ökonomischen Merkmalen

Insgesamt 32 Prozent der Befragten haben in den letzten drei Jahren die Beratungsstelle gewechselt, die sie zuvor genutzt hatten, das heißt entweder innerhalb eines Beratungswegs zum Beispiel wegen Filialschließung einer Bank oder in einen anderen Beratungsweg hinein. Ausschlaggebend war dafür am häufigsten Unzufriedenheit mit der bisherigen Beratung (12 Prozent), gefolgt von besseren Konditionen (11 Prozent) oder der Schließung einer Beratungsstelle (8 Prozent) (Abb. 20).

[117] Chi-Quadrat-Test mit einer zweiseitigen Signifikanz von mindestens <5%.

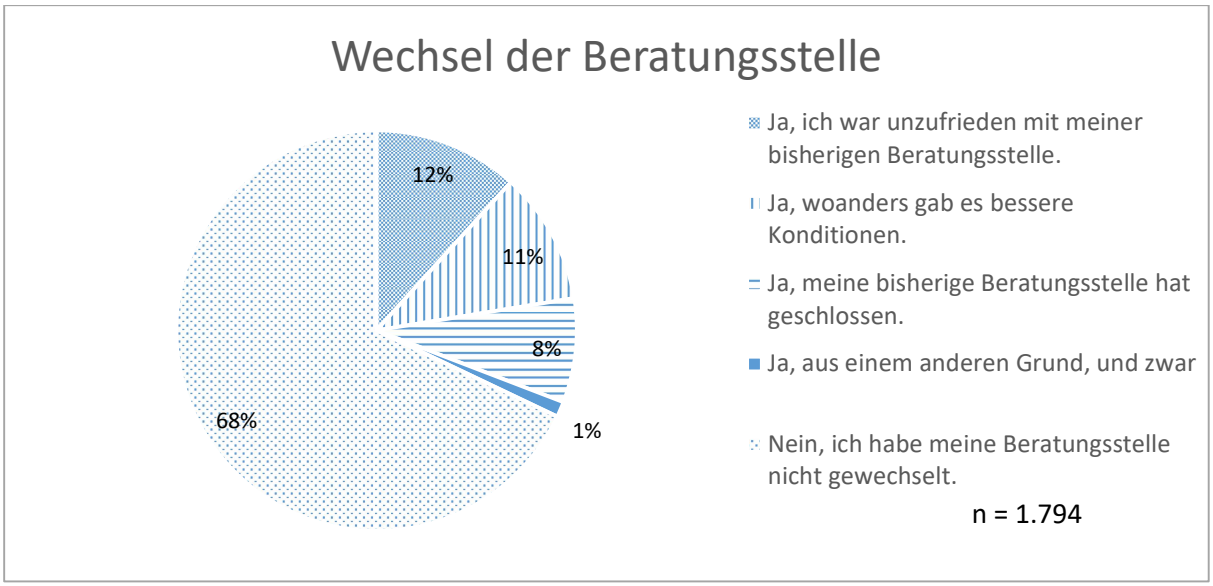

Abbildung 20: Wechsel der Beratungsstelle

Überschlägig lässt sich also sagen, dass jährlich rund 4 Prozent der Beratenen ihren Berater, ihre Beraterin wechseln, weil sie mit deren Leistungen unzufrieden sind. Dies ist eine solide, gesunde Wechselquote, die einerseits Stabilität und generelle Zufriedenheit und andererseits Wechselbereitschaft bei spezifischer Unzufriedenheit wiedergeben kann.[118]

Qualitätsbewusste, wechselbereite Kunden intensivieren den Wettbewerb und zwingen Anbieter und Vermittler zu hochwertigen Leistungen bei akzeptablen Preisen. Zugleich belegen Untersuchungen und Befragungen hohe Zufriedenheits- und Vertrauenswerte der Verbraucher.[119] Fehlverhalten und Missstände im Finanzsektor treten zudem kaum bei selbständigen Beratern und Vermittlern auf. Die öffentlichkeitswirksamen Finanzskandale der letzten Jahre wie Greensill Bank, S&K, Wirecard oder Cum-Ex waren nicht durch mangelhafte Finanzberatung, sondern durch Unzulänglichkeiten im Bereich von Banken, Wirtschaftsprüfern und deren ungenügender Aufsicht ausgelöst.

[118] Vgl. in Bezug auf Krankenversicherungen den Vergleich zwischen den Niederlanden, der Schweiz und Deutschland bei Heinemann, Stephanie; Greß, Stefan (2013), S. 269f.
[119] So z.B. auch die Befragungsergebnisse der ASSEKURATA Solutions im Rahmen ihrer Versicherer-Ratings; vgl. Lach (2021), S. 13f.

5.1.2 Beratung gegen Honorar

Insgesamt 13 Prozent der Befragten geben an, für die Beratung etwas bezahlt zu haben, 85 Prozent dagegen nicht (Abb. 21).

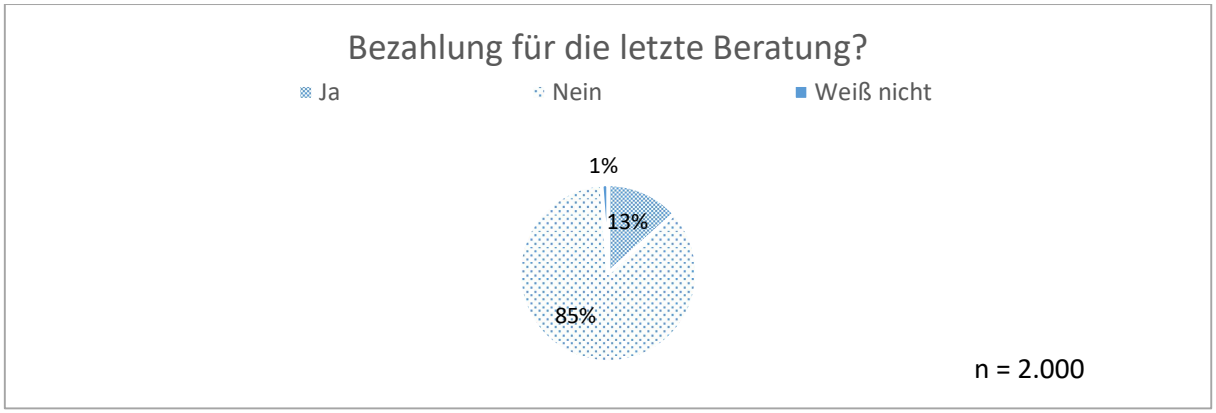

Abbildung 21: Bezahlung für die letzte Beratung

Diejenigen Befragten, die nach eigenen Angaben für die Beratung etwas bezahlt haben, machen zu 16 Prozent keine Angaben zur Höhe. Die Angaben variieren ansonsten zwischen weniger als 50 Euro (21 Prozent) bis hin zu 300 Euro und mehr (13 Prozent). Im Detail finden sich in dieser obersten Klasse Angaben bis zu 1.000 Euro (22 Nennungen) und darüber hinaus bis zu 5.000 Euro (8 Nennungen). Bei üblichen Stundensätzen um 100 bis 150 Euro kann man jedenfalls bei den Angaben unter 100 Euro (43 Prozent derjenigen, die Beratungsgebühren angeben) nicht davon ausgehen, dass eine typische Honorarberatung erfolgt sein kann (Abb. 22).

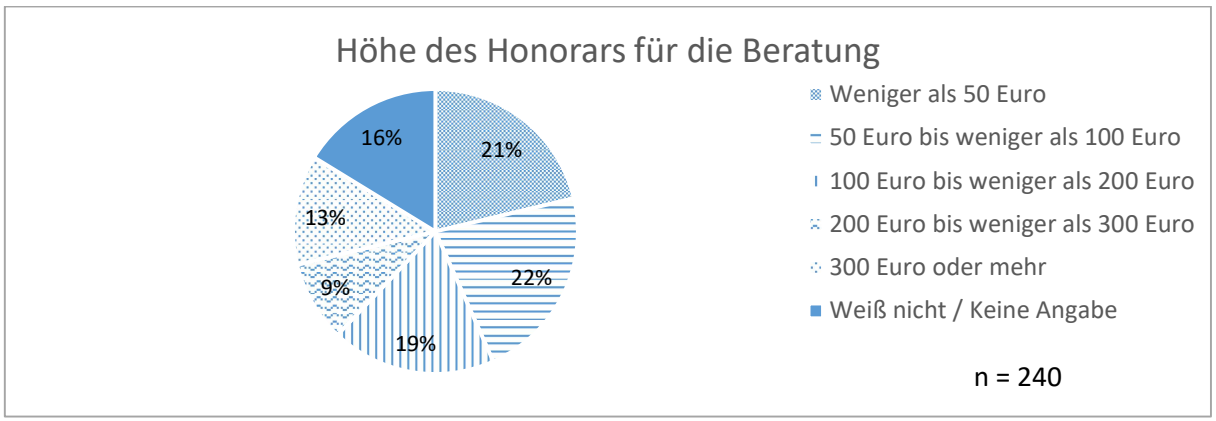

Abbildung 22: Höhe des Honorars für eine Beratung

Die Angaben sind deshalb nur eingeschränkt zu interpretieren. Das belegt auch eine Analyse der Angaben nach Beratungsweg. Entgegen den Erwartungen haben die Befragten in allen Beratungswegen mit einem kleineren Anteil angegeben, für die Beratung etwas bezahlt zu haben. Dabei kann es sich nicht immer um ein explizites Beratungshonorar handeln. Umgekehrt wäre allerdings regelmäßig bei einer Beratung in der Verbraucherzentrale, aber auch häufiger bei Versicherungsvermittlern und bei Vermögens- und Finanzberatern zu erwarten, dass tatsächlich Beratungshonorare gezahlt werden. Möglicherweise haben die Befragten auch andere Gebühren als eine Bezahlung der Beratung verstanden, beispielsweise Depotgebühren und Ausgabeaufschläge in der Bank und Sparkasse, Versicherungsprämien in der Versicherungsberatung oder Ähnliches.

Diese Unsicherheit in der Befragung könnte ein Hinweis darauf sein, dass trotz der seit über einem Jahrzehnt anhaltenden Bemühungen der Bundesregierungen, die sogenannte Honorarberatung als Alternative zum Provisionsmodell bekannt zu machen und zu etablieren, jedenfalls in den Köpfen der Kunden kaum angekommen ist.

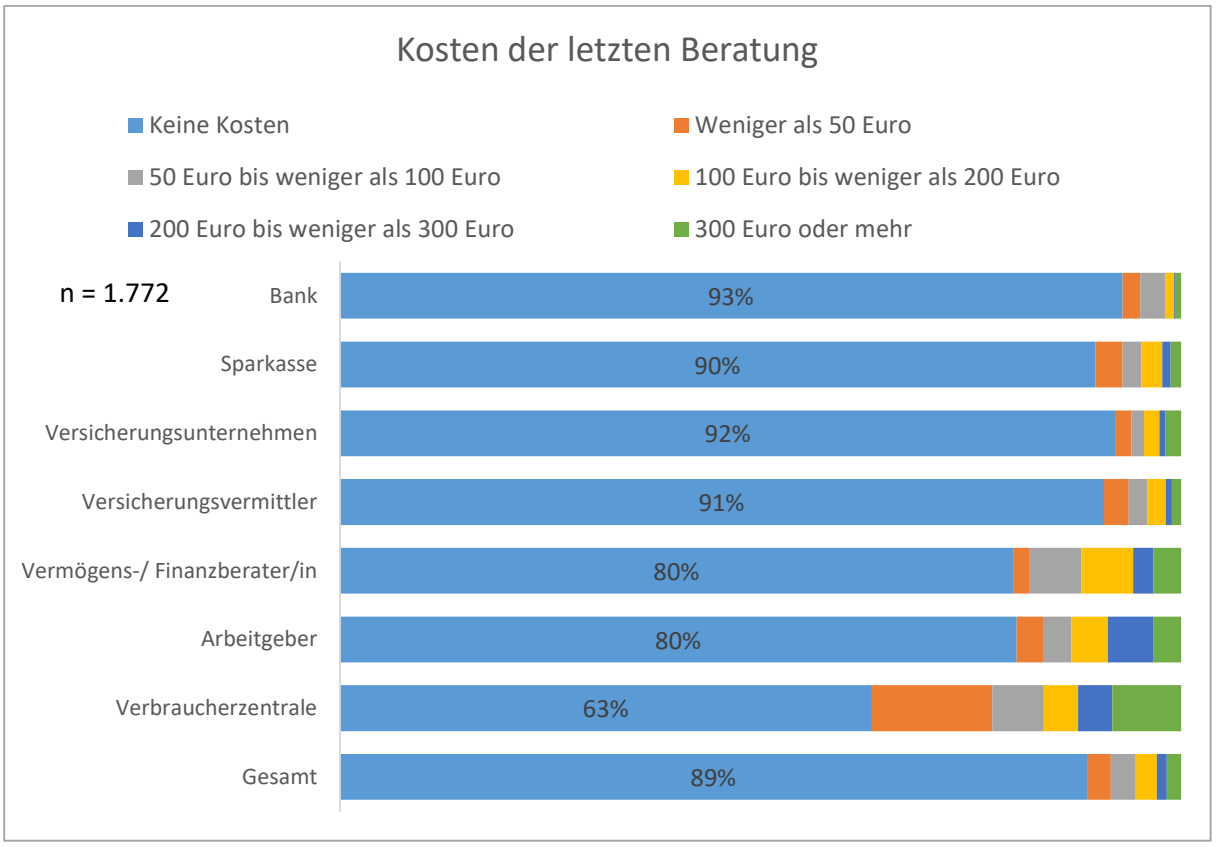

Abbildung 23: Kosten der letzten Beratung

	Bank	Sparkasse	Versicherungsunternehmen	Versicherungsvermittler	Vermögens-/ Finanzberater/in	Arbeitgeber	Verbraucherzentrale	Gesamt
Keine Kosten	93%	90%	92%	91%	80%	80%	63%	89%
Weniger als 50 Euro	2%	3%	2%	3%	2%	3%	14%	3%
50 Euro bis weniger als 100 Euro	3%	2%	1%	2%	6%	3%	6%	3%
100 Euro bis weniger als 200 Euro	1%	2%	2%	2%	6%	4%	4%	3%
200 Euro bis weniger als 300 Euro	0%	1%	1%	1%	2%	5%	4%	1%
300 Euro oder mehr	1%	1%	2%	1%	3%	3%	8%	2%

Tabelle 19: Kosten der letzten Beratung

5.1.3 Zufriedenheit mit Qualität und Umfang der Informationen

Die Befragten waren überwiegend mit der Beratung zufrieden, und zwar sowohl hinsichtlich der inhaltlichen Qualität als auch des Umfangs der Informationen, die sie während und nach dem Beratungsprozess erhalten haben.

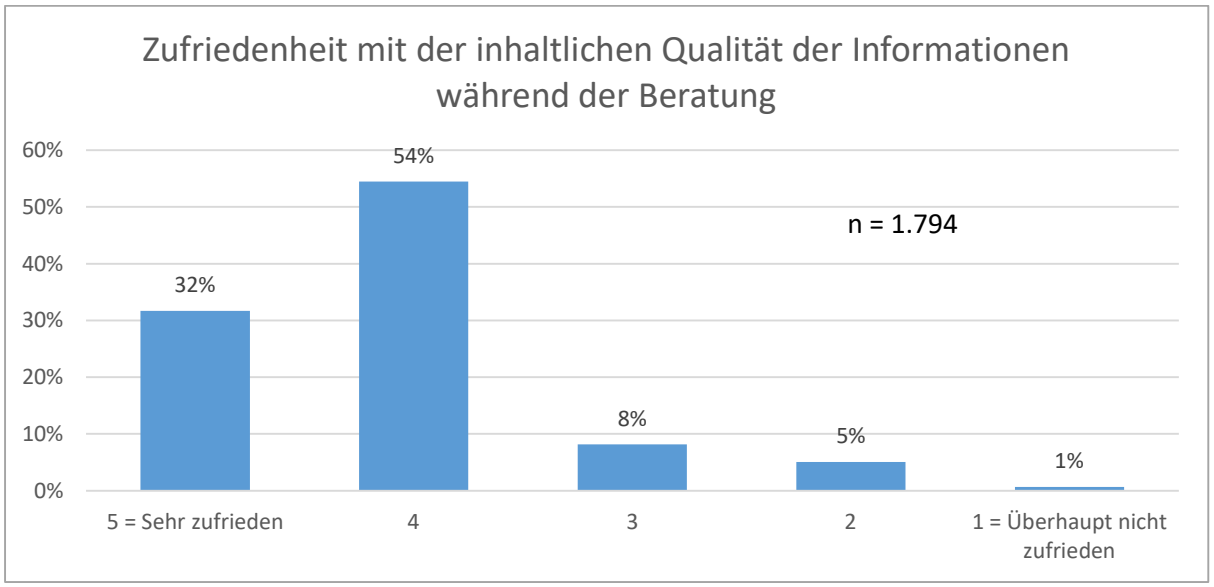

Abbildung 24: Zufriedenheit mit der inhaltlichen Qualität der Informationen in der Beratung

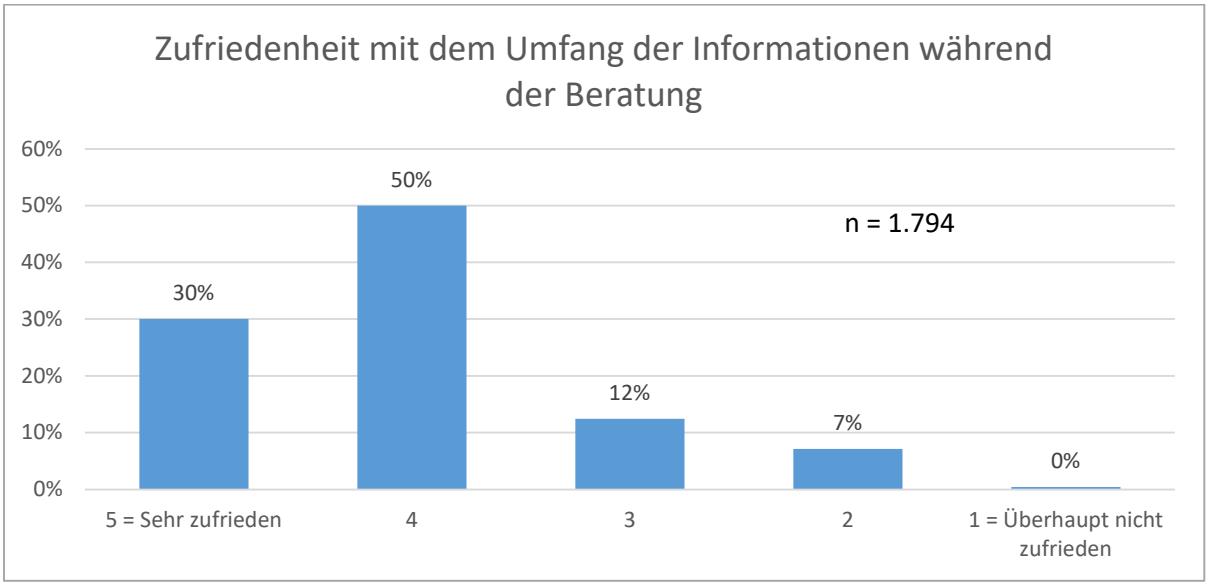

Abbildung 25: Zufriedenheit mit dem Umfang der Informationen in der Beratung

Dasselbe gilt auch für die Menge der Informationen, die während oder nach der Beratung gegeben wurden. Eine weitergehende Analyse zeigt zudem, dass es dabei keinen signifikanten Unterschied nach Beratungsweg gibt.

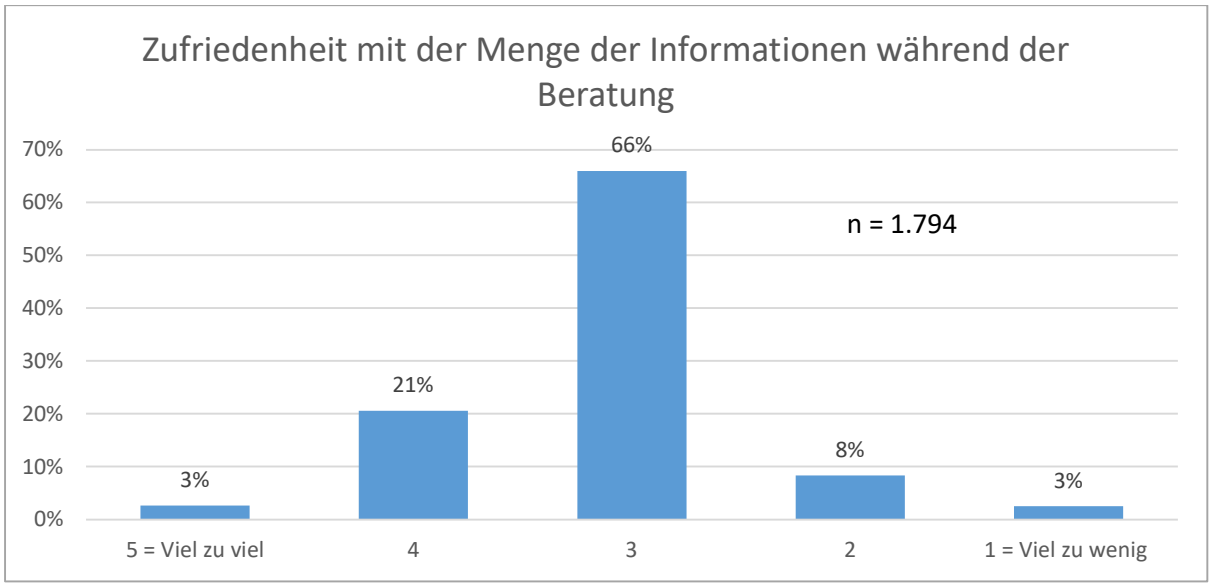

Abbildung 26: Zufriedenheit mit der Menge der Informationen in der Beratung

5.1.4 Erwartungen an Berater, Ablauf und Service

Die Befragten sollten ihre jeweils drei wichtigsten Erwartungen nennen, die sie an Berater in einer Finanzberatung haben. Am häufigsten mit 52 Prozent Anteil wurde genannt, dass der Berater zu den Wünschen und Bedürfnissen passende Angebote machen soll. Dabei soll eine umfassende Beratung erfolgen und nicht nur einzelne Produkte verkauft werden (44 Prozent). Die Befragten zeigen damit eine Präferenz für eine sektorübergreifende, ganzheitliche Finanzberatung. Vergleichsweise seltener gewünscht sind unter anderem die Vergleiche verschiedener Angebote am Markt (33 Prozent), die das Alleinstellungsmerkmal vor allem der Versicherungsmakler und der ungebundenen Finanzanlagenvermittler darstellen. Interessant ist die unterschiedlich starke Zustimmung zur Ausbildung (38 Prozent) und der laufenden Weiterbildung (21 Prozent), die im Versicherungsvertrieb einen Schwerpunkt der aktuellen Richtliniengeneration darstellt. Die Haltung der Befragten ist durchaus verständlich, denn sie setzen eine hinreiche Ausbildung voraus, es ist für sie nicht wichtig, wann und auf welchen Wegen diese im Einzelnen erworben wird.

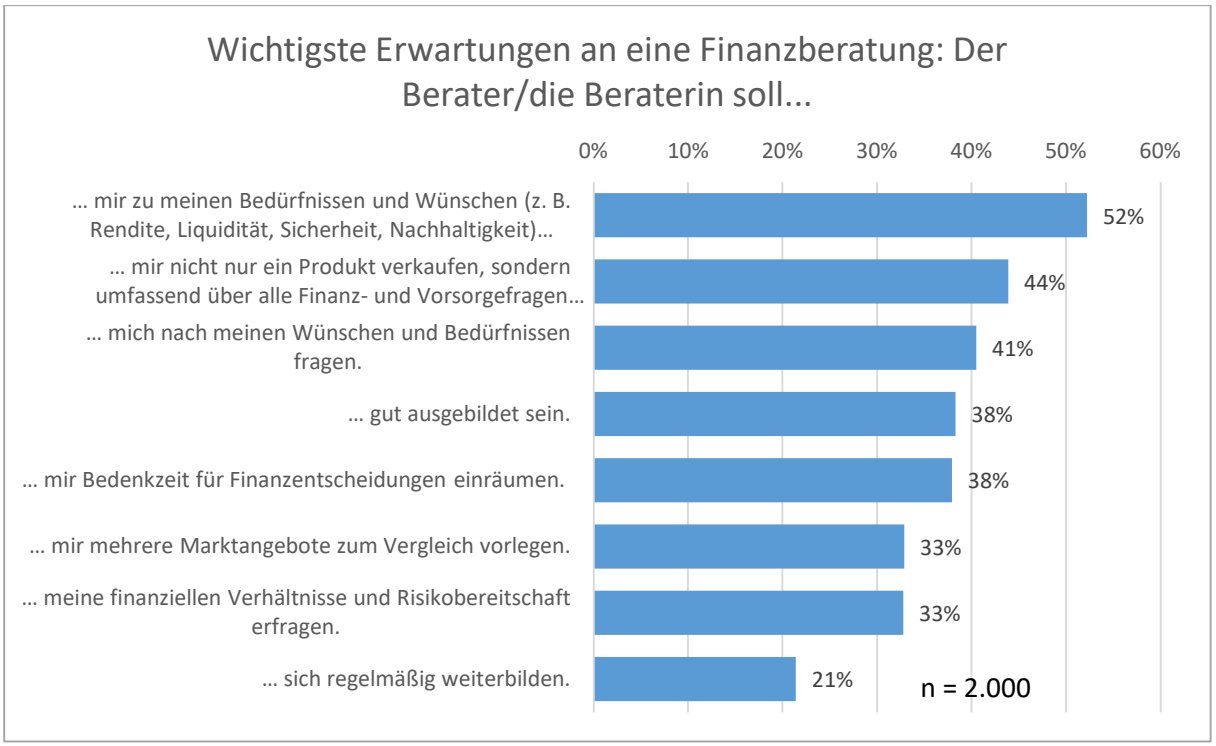

Abbildung 27: Wichtigste Erwartungen an eine Finanzberatung

Besonders wichtig ist den Befragten hinsichtlich von Ablauf und Service bei einer Beratung zu Finanzprodukten und Altersvorsorge vor allem die Unterstützung im Schadenfall, jedenfalls wenn es um Versicherungen geht (84 Prozent volle/überwiegende Zustimmung). Es folgt die Erwartung, jederzeit Fragen zu den erworbenen oder abgeschlossenen Finanz- und Versicherungsprodukten stellen zu können (81 Prozent).

Diese Erwartungshaltungen sind deshalb interessant, weil die Regulierung sich bislang im Wesentlichen auf den Verkauf von Versicherungen und Anlagen und die vorvertragliche Beratung fokussiert. Auch die Kritik durch Verbraucherschützer bezieht sich in der Regel auf Vorgehensweise und Kosten der vorvertraglichen Beratung und Vermittlung und blendet den Bedarf aus, fortlaufende Unterstützung insbesondere, aber nicht nur im Schadenfall zu bieten, die mit den kritisierten Kosten mit bezahlt werden. Ein ganz anderes Bild ergibt sich in dieser Hinsicht beispielsweise bei einer Beratung durch ausschließlich auf Beratung und nicht auf Vermittlung fokussierte Honorarberater und Verbraucherzentralen, die in jedem Einzelfall neu nachgefragt und bezahlt werden muss.

Etwas seltener gewünscht ist dagegen die regelmäßige Überprüfung der bestehenden Produkte auf ihre Passung zum Bedarf (72 Prozent) und noch seltener regelmäßig Vorschläge zu Finanz- und Versicherungsprodukten zu erhalten (54 Prozent).

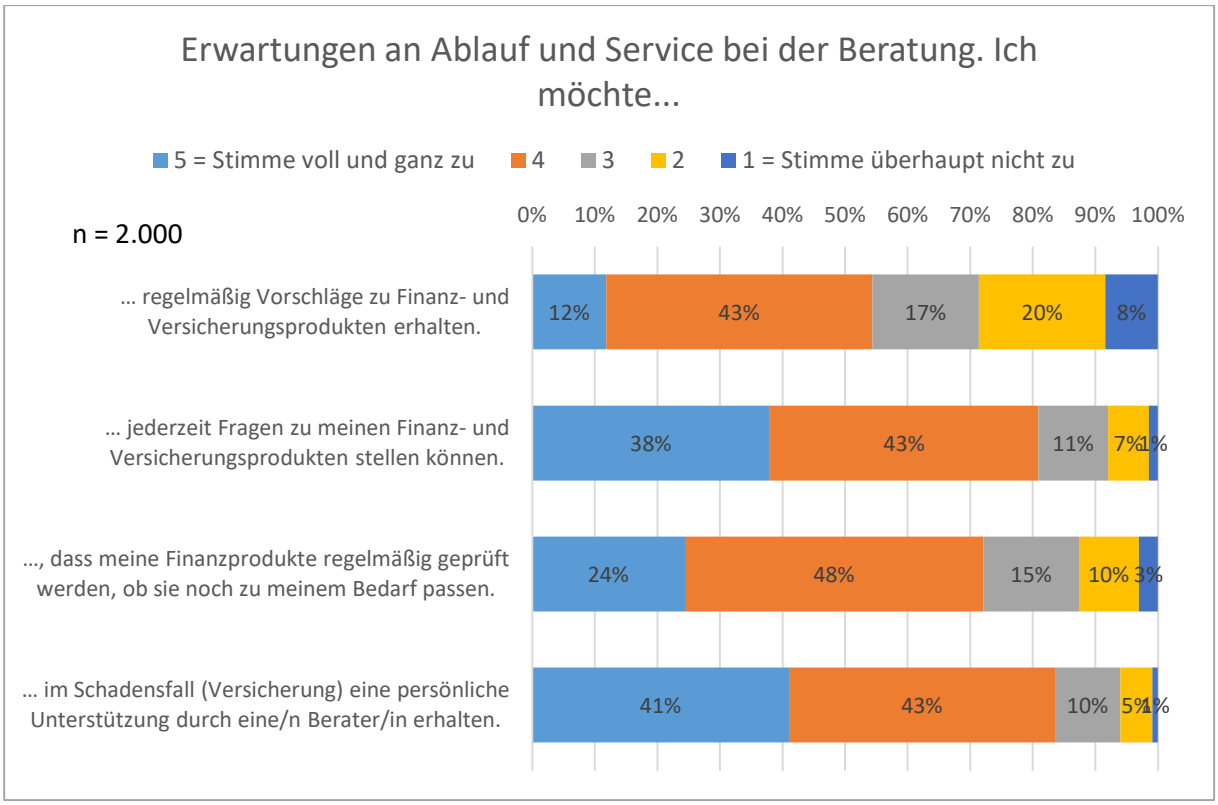

Abbildung 28: Erwartungen an Ablauf und Service in der Beratung

5.2 Informationsverhalten der Befragten

5.2.1 Eigene Finanzplanung

Die Befragten befassen sich eher seltener mit ihren eigenen Finanzen, beispielsweise indem sie sich über ihre Altersvorsorge und über Investitionsmöglichkeiten in Sparpläne, Fonds oder Aktien informieren. Eine wöchentliche Befassung geben nur 12 Prozent der Befragten an, dabei jeweils ähnliche viele eine monatliche (26 Prozent), vierteljährliche (27 Prozent) oder sogar nur jährliche (25 Prozent) Auseinandersetzung mit ihren Finanzen. Der Rest befasst sich damit noch seltener.

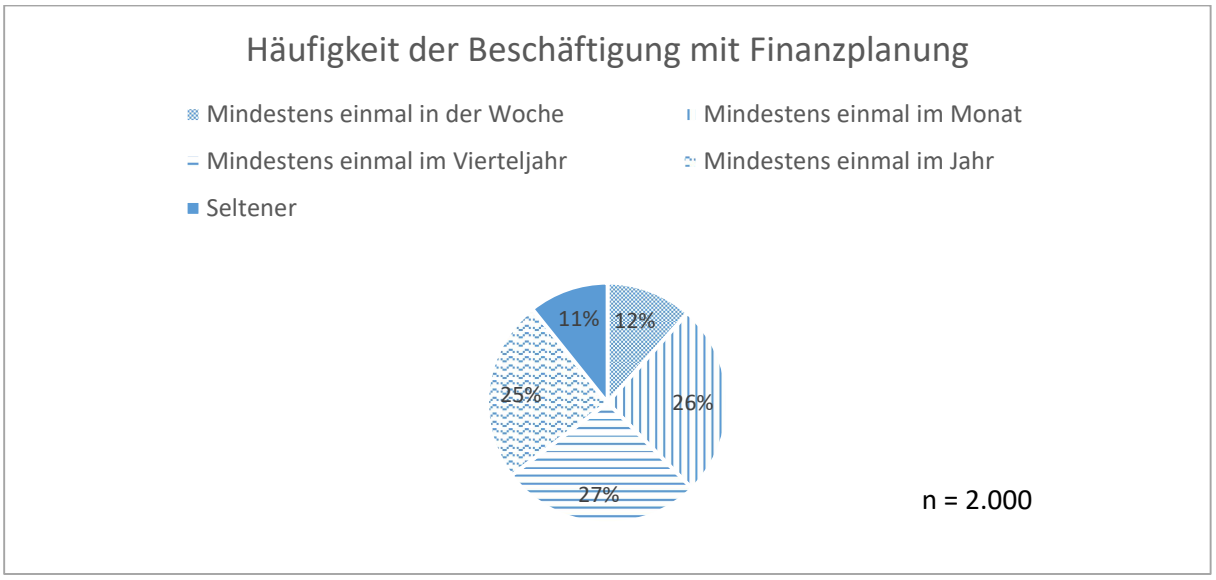

Abbildung 29: Häufigkeit der Beschäftigung mit der Finanzplanung

Besonders intensiv befassen sich Teilnehmer mit ihren Finanzen, die als Beratungsweg Verbraucherzentrale sowie Arbeitgeber angeben. Vergleichsweise häufig ist das zudem bei den Kunden von Vermögens-/Finanzberatern der Fall. Relativ am seltensten befassen sich Kunden von Versicherungsgesellschaften und Versicherungsvermittlern mit ihren Finanzen, was angesichts der Langfristigkeit der dortigen Anlagen nicht überrascht.

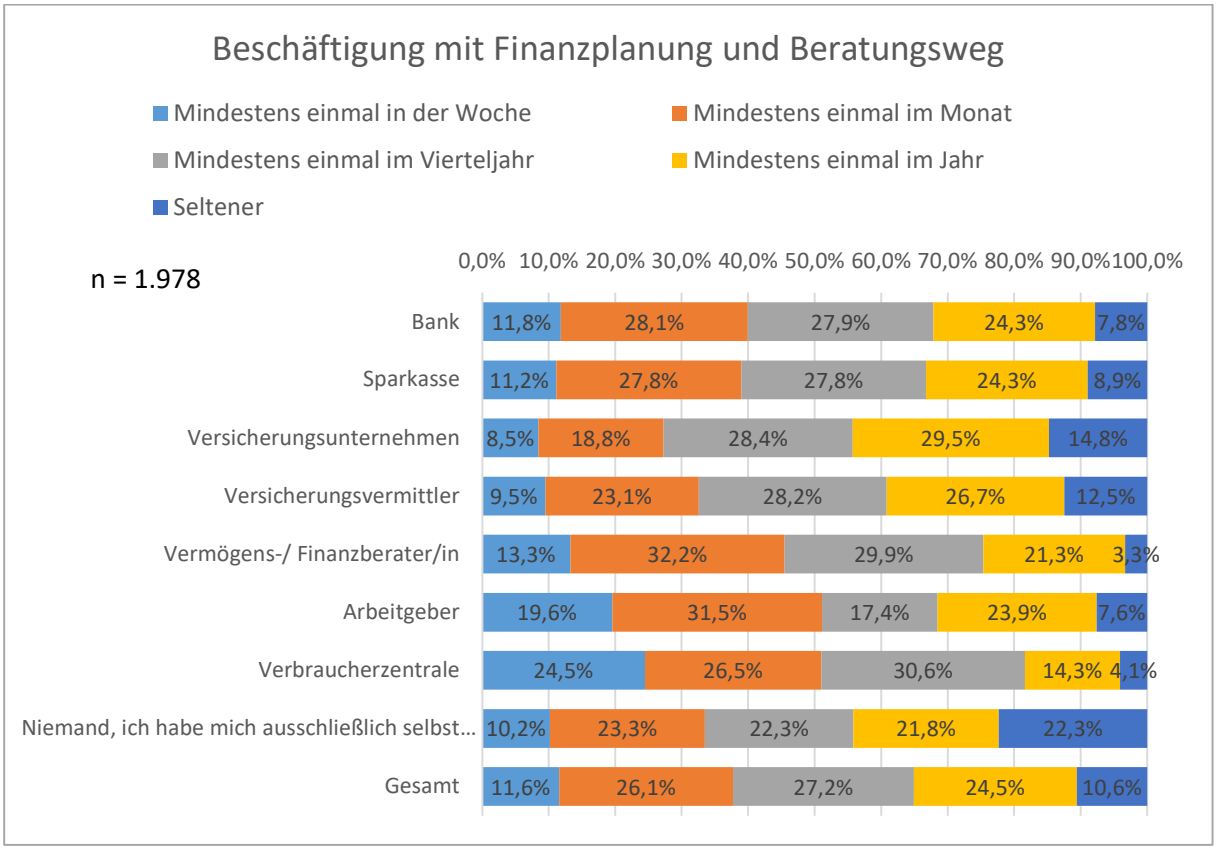

Abbildung 30: Beschäftigung mit Finanzplanung und Beratungsweg

5.2.2 Informationsquellen

Am häufigsten informieren sich die Befragten über Finanzprodukte und Angebote zur Altersvorsorge über Internetseiten (54 Prozent), gefolgt vom Versicherungs- oder Bankberater (45 Prozent). Auch Familie, Freunde und Bekannte (33 Prozent) spielen bei der Informationsbeschaffung eine wichtige Rolle. Eher selten werden Soziale Netzwerke (13 Prozent), Radio (8 Prozent) oder Robo-Advisor und Chatbots (3 Prozent) als Informationsquellen angegeben. Offensichtlich sind die Bemühungen gerade auch von Finanzdienstleistern, in sozialen Netzwerken aktiv zu werden, Influencer zu gewinnen oder moderne Selbstberatungssysteme anzubieten, noch nicht weit genug gediehen, um eine größere Reichweite zu entfalten.

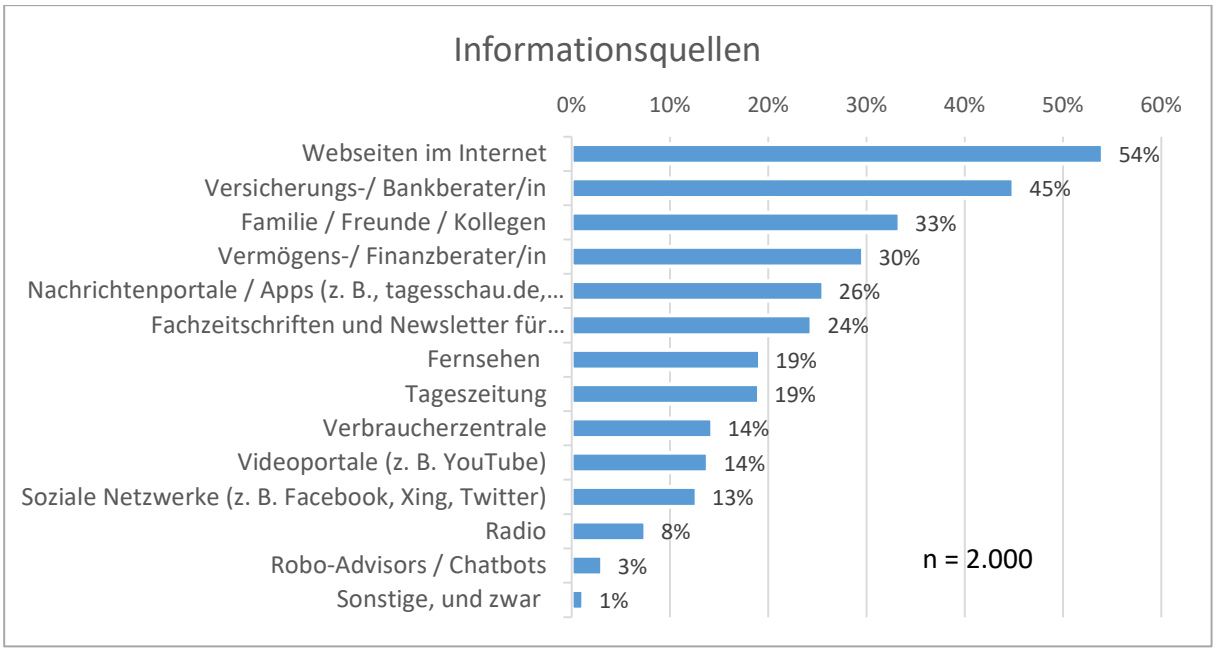

Abbildung 31: Informationsquellen

Der Versicherungs- oder Bankberater rückt weiter nach vorne, wenn nach der jeweils wichtigsten Informationsquelle gefragt wird, die die Finanzentscheidung beeinflusst hat (25 Prozent). Dazu wurden die Befragten gebeten, die verschiedenen Informationsquellen in eine Rangfolge zu bringen, hier wird nur der jeweilige Rang 1 gezeigt. Auf dem zweiten Platz folgen die Internetseiten (23 Prozent). Das kann ein Hinweis darauf sein, dass sich die sogenannten „RoPo-Kunden“ (oder: „hybride Kunden“), die zunächst online recherchieren und dann offline beim Berater bzw. Anbieter abschließen, noch dominieren. Allerdings gewinnen wohl die reinen Onlinekunden an Bedeutung, wohingegen die reinen Offline-Kunden abnehmen.[120]

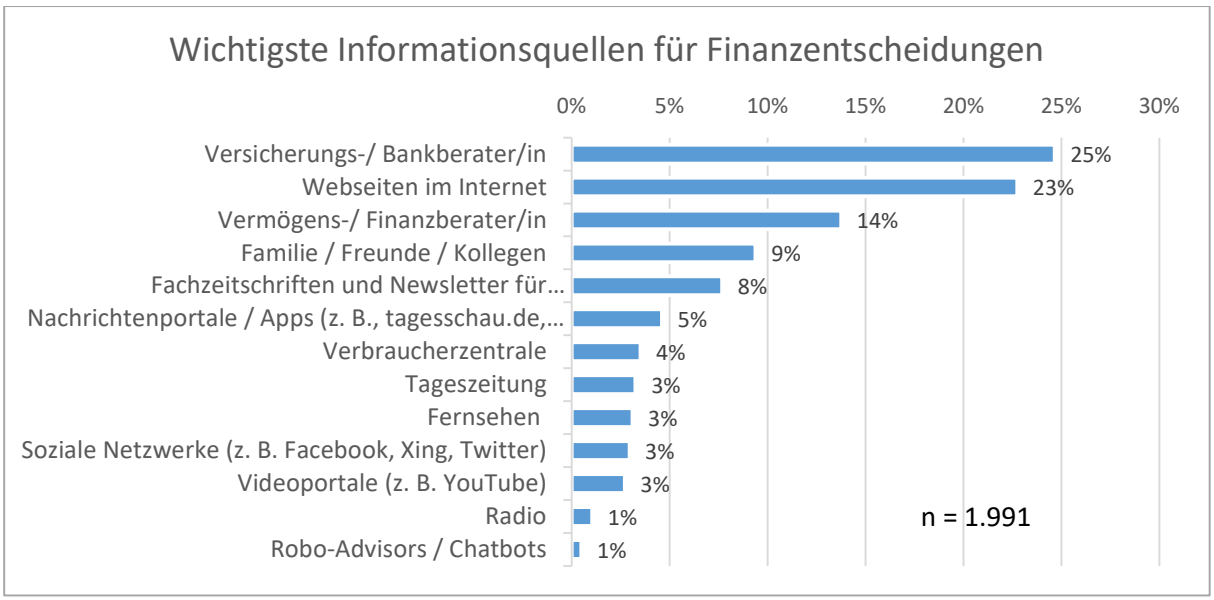

Abbildung 32: Wichtigste Informationsquelle für Finanzentscheidungen

[120] Vgl. GDV/GfK (2016), Folie 18

5.2.3 Eigene Kenntnisse

Ihre eigenen Kenntnisse über Finanzprodukte und Versicherungen schätzen die Befragten eher verhalten ein. Relativ am höchsten werden die Kenntnisse über Versicherungen und Bausparverträge, deutlich geringer dagegen über Fonds und Aktien eingeschätzt. In keinem Bereich allerdings traut sich mindestens die Hälfte der Teilnehmer zu, gute bis sehr gute Kenntnisse zu besitzen. Umgekehrt schätzen 37 Prozent der Befragten ihre Kenntnisse über Aktien als dezidiert schlecht ein, was angesichts der wachsenden Bedeutung einer Vermögensbildung durch Beteiligung am Produktivkapital im Angesicht niedriger oder sogar negativer Zinsen auf traditionelle Sparprodukte bedenklich ist. Ähnliches gilt für Fonds (35 Prozent mit dezidiert geringen Kenntnissen), wohingegen bei den rein unter Zinsgesichtspunkten eher problematischen Produkten Bausparverträge (27 Prozent) und Lebens-/ Rentenversicherungen (19 Prozent) der Anteil der schlecht Informierten relativ geringer ausfallen.

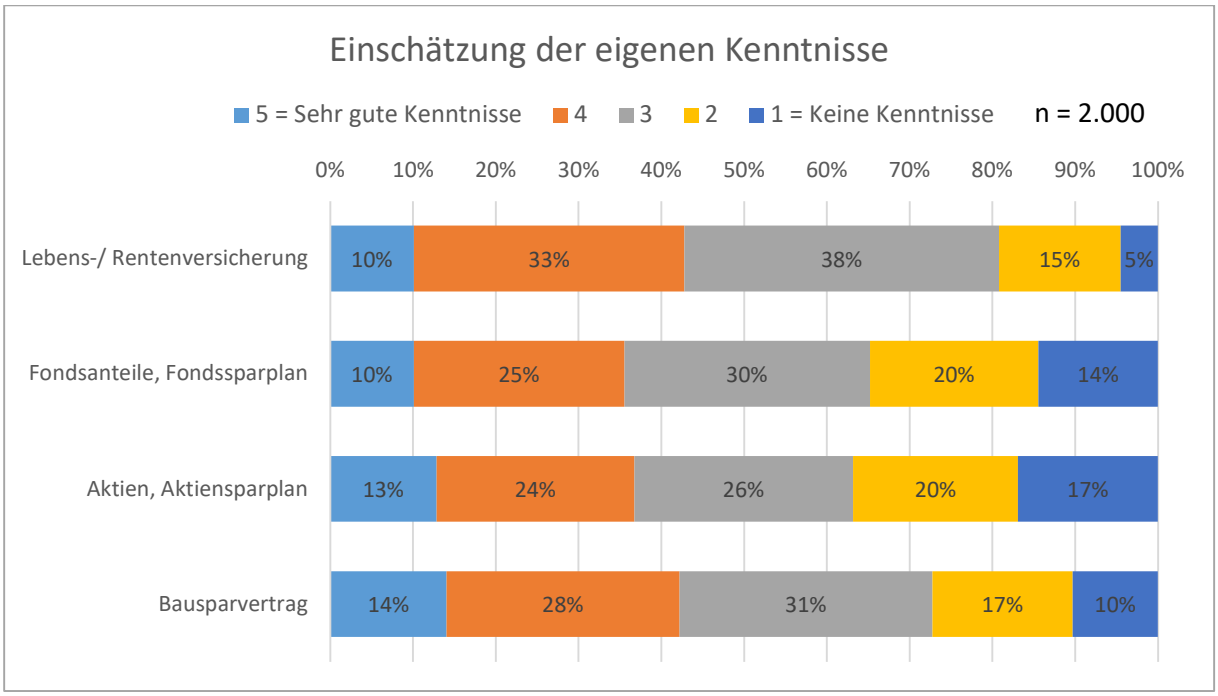

Abbildung 33: Einschätzung der eigenen Kenntnisse

5.3 Produktbesitz und Produktkauf

5.3.1 Produktbesitz der Befragten

Mit 56 Prozent und damit mit Abstand am häufigsten besitzen die Umfrageteilnehmer Lebens- oder Rentenversicherungen. Es folgen Fondsanteile bzw. Fondssparpläne (41 Prozent), Aktien und Aktiensparpläne sowie Bausparverträge (jeweils 37 Prozent). Fünf Prozent nennen sonstige Finanzprodukte, unter den Nennungen finden sich unter anderem:

- Immobilien (19 Nennungen)
- Tages-/Festgeld (17 Nennungen)
- Sparbuch (8 Nennungen)
- Gold (7 Nennungen)
- Bitcoin/Kryptowährungen (6 Nennungen).

Allerdings geben auch 12 Prozent an, derzeit keine Finanzprodukte zu besitzen.

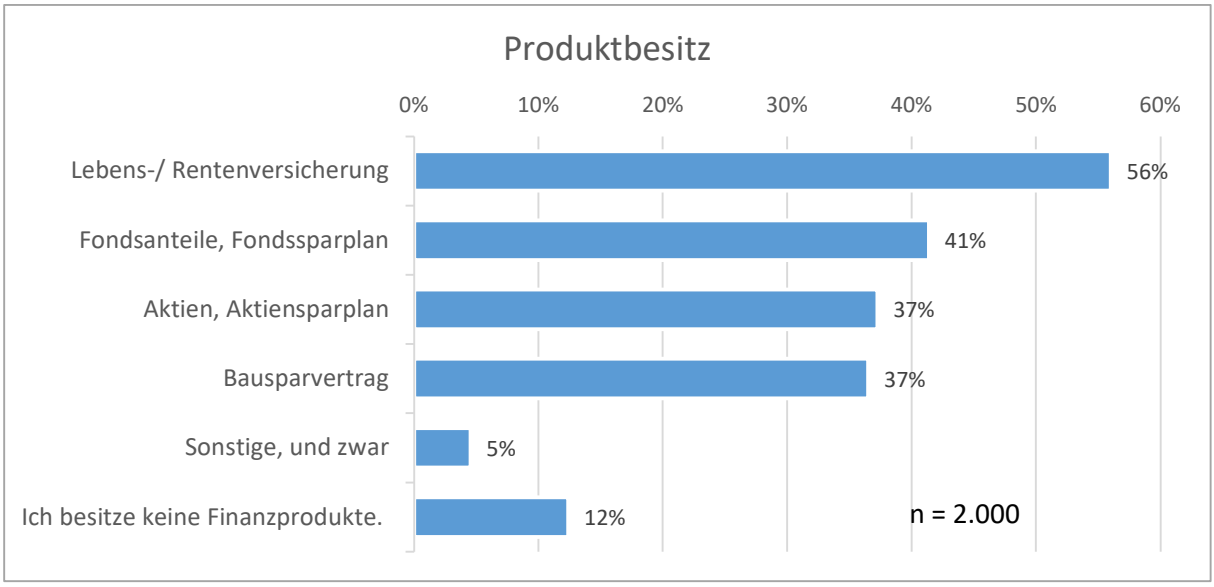

Abbildung 34: Produktbesitz der Befragten

5.3.2 Hauptziele langfristiger Geldanlage

Rund zwei Drittel der Befragten wollen mit der langfristigen Anlage bzw. Versicherungen ihre Altersvorsorge sichern. Erst deutlich dahinter kommen der allgemeine Vermögensaufbau sowie die Anlage von derzeit nicht benötigten Geldern (jeweils 45 Prozent). Weitere 30 Prozent wollen langfristig Anschaffungen wie zum Beispiel den Kauf einer Immobilie ermöglichen, was im Grunde auch der Altersvorsorge und dem Vermögensaufbau zuzurechnen ist. Immerhin jeder Vierte denkt auch an Vorsorge für Hinterbliebene. Damit sind die Nachfragemotive abgedeckt, die in den Kap. 3.2 und 3.3 dargestellt wurden.

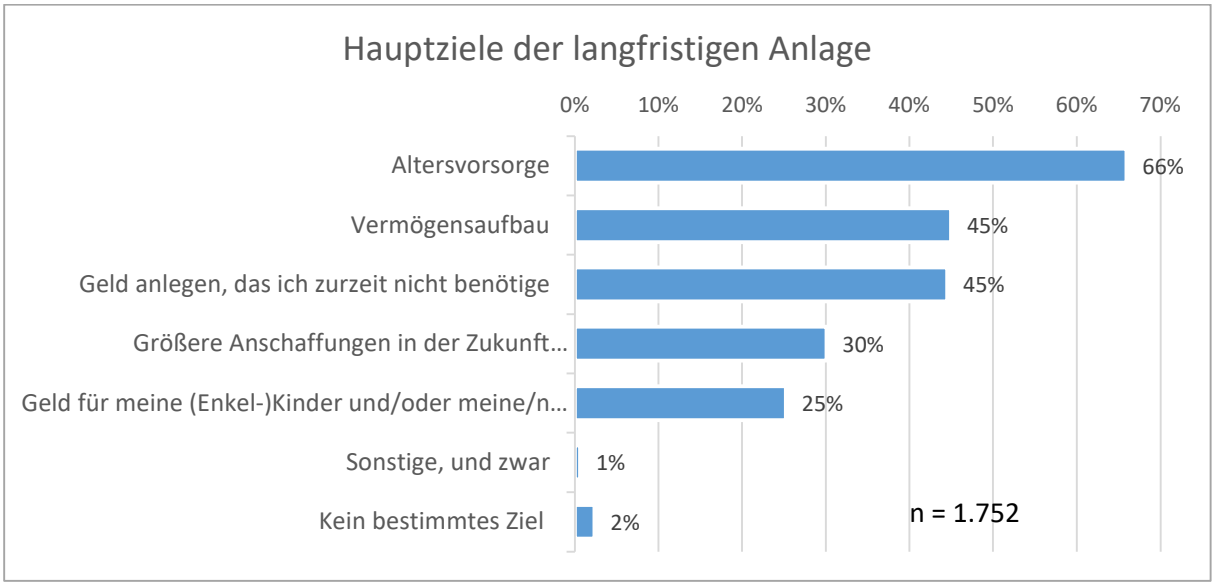

Abbildung 35: Hauptziele der langfristigen Anlage

Wichtig ist in diesem Zusammenhang, dass diese Ziele sich oft ergänzen bzw. überschneiden. Insofern ist es fraglich, ob der von der deutschen Politik in der Vergangenheit verfolgte Kurs sinnvoll war, nur Leibrentenversicherungen als „echte“ Altersvorsorge zu bewerten. Jedenfalls aus Sicht der Kunden ist das nicht so eindeutig von anderen Sparzielen zu trennen. Sie brauchen daher eine Beratung dahingehend, wie sie verschiedene Anlageziele mit der Vielfalt angebotener Finanzprodukte und Versicherungen sinnvoll erreichen können.

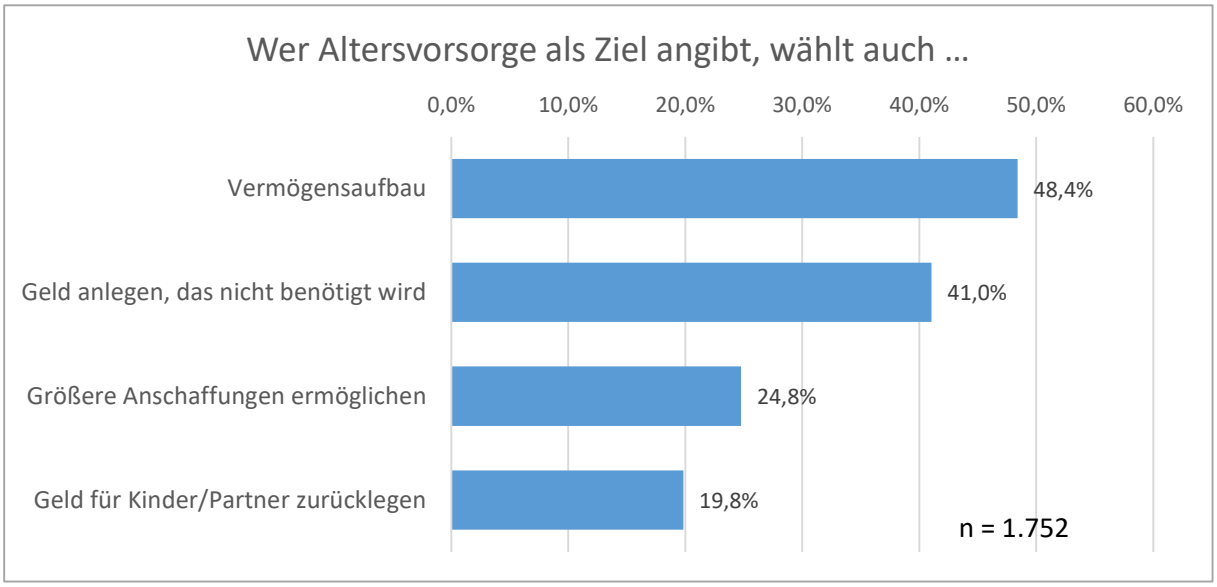

Abbildung 36: Überschneidung des Hauptziels Altersvorsorge mit anderen Zielen

5.3.3 Anforderungen an Finanz-/Vorsorgeprodukte: „Magisches Fünfeck“

Die Befragung bestätigt einmal mehr, dass die Kunden einen großen Wert auf die Sicherheit ihrer Anlagen legen. Unter den dem „Magischen Fünfeck“ der Anlage nachempfundenen, hier sechs Merkmalen sticht Sicherheit mit 39 Prozent Nennungen auf Rang 1 heraus. Erst mit weitem Abstand folgt Rendite (19 Prozent) sowie weitere Ziele wie Transparenz, niedrige Kosten (die letztlich in der Rendite mit abgebildet werden, aber von Verbraucherschützern besonders kritisch thematisiert werden), Liquidität und Nachhaltigkeit.

Das Thema Nachhaltigkeit (7 Prozent Nennungen auf Rang 6) dürfte allerdings in der Bedeutung wachsen, zumal die regulatorischen Anforderungen die Anbieter und Finanzberater zunehmend dazu bringen, dieses Thema bei den Kunden anzusprechen und in die Beratung einzubeziehen. Hier sollen Finanzindustrie und Finanzberater gesellschaftliche Zielsetzungen unterstützen, auch wenn dies nicht unmittelbar den eigenwirtschaftlichen Interessen dient. Auch das muss bei der anhaltend kritischen Diskussion über Kosten der Finanzdienstleistungen und ihrer Beratung berücksichtigt werden.

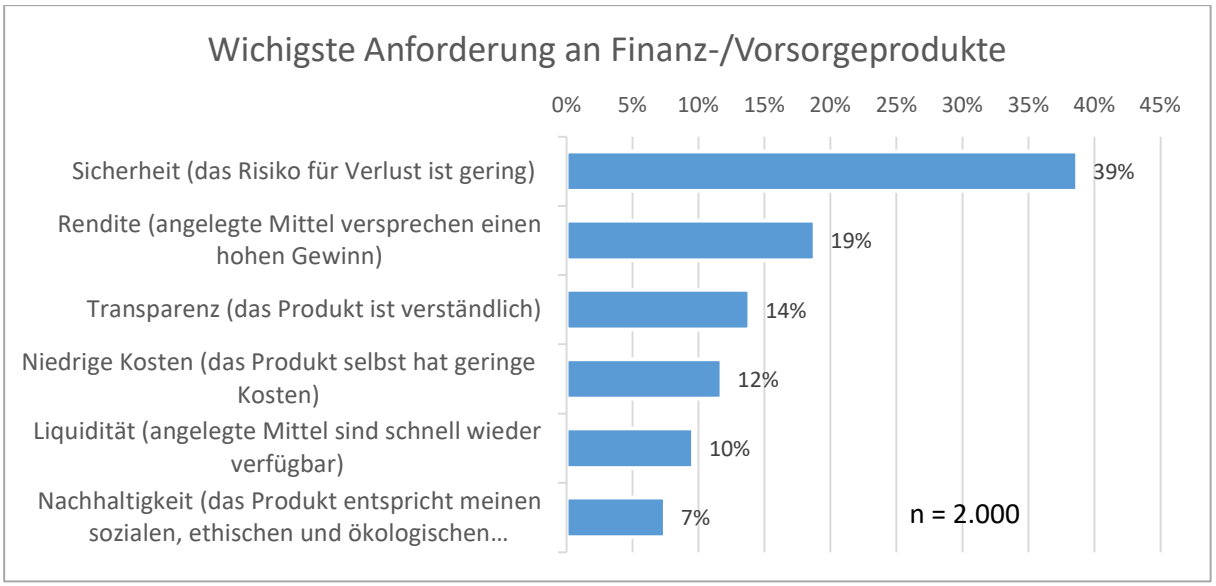

Abbildung 37: Wichtigste Anforderung an Finanz-/Vorsorgeprodukte

Die nachfolgende Korrelationsmatrix zeigt, welche Kosten-Nutzen-Abwägungen die Befragten gedanklich vornehmen. Wem beispielsweise Sicherheit wichtig ist, der ist relativ am stärksten bereit, Abstriche bei der Nachhaltigkeit und der Rendite hinzunehmen.[121] Wem Liquidität wichtig ist, der verzichtete reaktiv am ehesten auf Transparenz und niedrige Kosten sowie Nachhaltigkeit. Wer Rendite bevorzugt, geht dafür am häufigsten geringere Transparenz, Nachhaltigkeit und Sicherheit ein. Allerdings sind die Kosten-Nutzen-Abwägungen relativ schwach ausgeprägt, was zeigt, dass grundsätzlich den Kunden ein ausgewogener Mix besonders wichtig ist, nicht eine einseitige Maximierung eines Merkmals wie beispielsweise der Rendite oder umgekehrt der Sicherheit. Auch das spricht erneut für die Bedeutung einer qualifizierten Beratung, damit die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden optimal mit der Vielfalt der Produkte und ihrer individuellen Merkmalsausprägungen gematcht werden können.

[121] Gemessen an der Stärke des negativen r-Werts, der zwischen 0 und -1 schwankt.

Korrelationen								
			Sicherheit	Liquidität	Rendite	Niedrige Kosten	Transparenz	Nachhaltigkeit
Spearman-Rho	Sicherheit	Korrelationskoeffizient	1,000	-,146**	-,211**	-,131**	-,185**	-,225**
		Sig. (2-seitig)	.	,000	,000	,000	,000	,000
		n =	2000	2000	2000	2000	2000	2000
	Liquidität	Korrelationskoeffizient	-,146**	1,000	-,170**	-,213**	-,228**	-,212**
		Sig. (2-seitig)	,000	.	,000	,000	,000	,000
		n =	2000	2000	2000	2000	2000	2000
	Rendite	Korrelationskoeffizient	-,211**	-,170**	1,000	-,170**	-,255**	-,224**
		Sig. (2-seitig)	,000	,000	.	,000	,000	,000
		n =	2000	2000	2000	2000	2000	2000
	Niedrige Kosten	Korrelationskoeffizient	-,131**	-,213**	-,170**	1,000	-,238**	-,218**
		Sig. (2-seitig)	,000	,000	,000	.	,000	,000
		n =	2000	2000	2000	2000	2000	2000
	Transparenz	Korrelationskoeffizient	-,185**	-,228**	-,255**	-,238**	1,000	-,081**
		Sig. (2-seitig)	,000	,000	,000	,000	.	,000
		n =	2000	2000	2000	2000	2000	2000
	Nachhaltigkeit	Korrelationskoeffizient	-,225**	-,212**	-,224**	-,218**	-,081**	1,000
		Sig. (2-seitig)	,000	,000	,000	,000	,000	.
		n =	2000	2000	2000	2000	2000	2000
**. Die Korrelation ist auf dem 0,01 Niveau signifikant (zweiseitig).								

Tabelle 20: Korrelationsmatrix der Anforderungen an Finanz-/Versicherungsprodukte; eigene Berechnungen

5.3.4 Letzter Produktkauf: Produkt, Beratungsweg

Die Teilnehmer wurden nach dem zuletzt gekauften Produkt gefragt. Dies war die Aktie mit 28 Prozent Anteil, was aufgrund der hohen Handelsfrequenz bei Aktien nicht überrascht. Es folgten Fonds (26 Prozent) und Lebens-/Rentenversicherungen (24 Prozent). Unter sonstigen Nennungen findet sich eine ähnliche Auflistung unterschiedlicher Anlagen, aber auch von Versicherungen wie weiter oben aufgeführt.

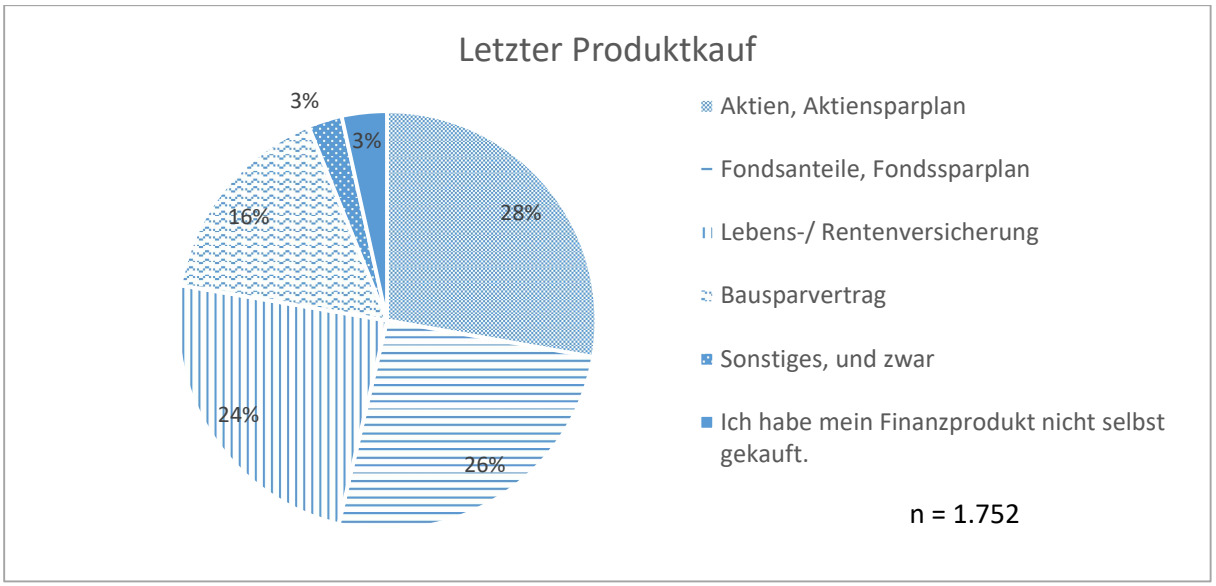

Abbildung 38: Letzter Produktkauf

Der Kauf erfolgte am häufigsten in der Bank (31 Prozent) oder Sparkasse (22 Prozent), was auch gut zu den am häufigsten gekauften Produkten Aktien und Fonds passt. Seltener erfolgte der Kauf beim Versicherungsunternehmen oder Versicherungsvermittler (zusammen 23 Prozent) oder dem Vermögens-/ Finanzberater (7 Prozent), sehr selten beim Arbeitgeber (3 Prozent). Schwer zu interpretieren sind die 12 Prozent, die angeben im Internet gekauft zu haben, denn das „Internet“ selbst ist nicht der Vertriebsweg, sondern die dahinterstehenden Betreiber der Webseiten. Das können Produktgeber, aber auch Vermittler sein. Nahezu keine Käufe haben nach Angaben der Teilnehmer in der Verbraucherzentrale (gerundet 0 Prozent) stattgefunden, was angesichts des Fokus dieser Einrichtungen auf reine Beratung ohne Vermittlung nachvollziehbar ist. Unter den sonstigen Angaben finden sich einige wenige weitere Anbieter wie zum Beispiel Bausparkassen (4 Nennungen).

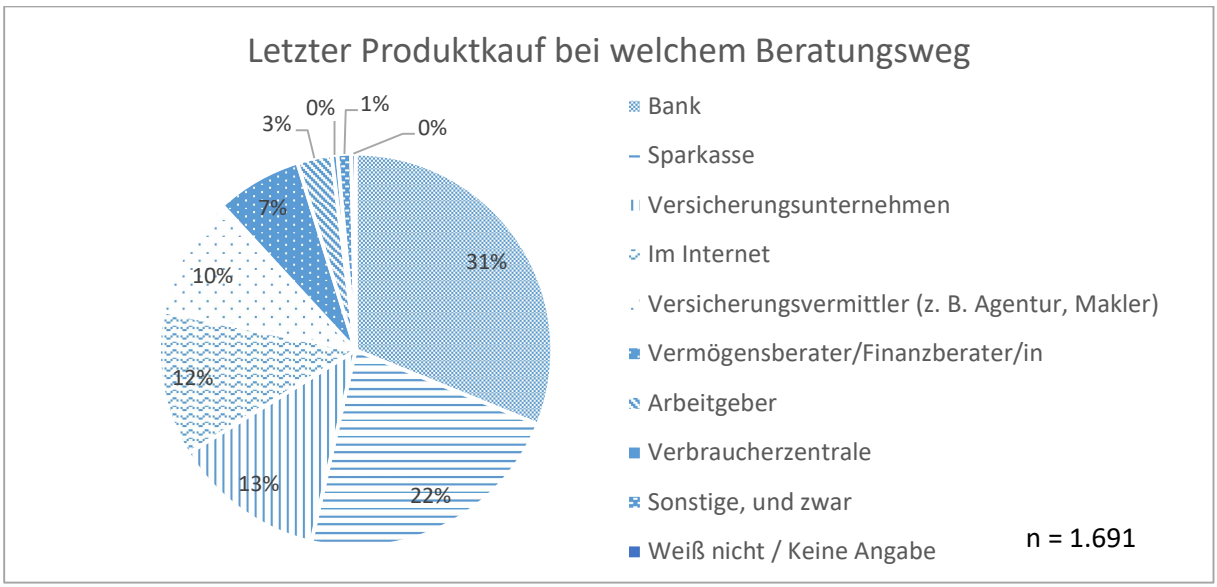

Abbildung 39: Letzter Produktkauf bei welchem Beratungsweg

5.3.5 Letzter Produktkauf: Bewertung der beratenden Person

Die erlebte Beratung wird anhand verschiedener Merkmale der Prozessqualität bewertet. Alle Detailbewertungen sind zu mindestens deutlich über 50 Prozent positiv ausgefallen. Relativ am höchsten ist die Zustimmung zu der Aussage, dass der Berater gut ausgebildet zu sein schien (71 Prozent). Ebenfalls hohe 69 Prozent geben an, dass nach ihren Wünschen und Bedürfnissen gefragt worden ist, die finanziellen Verhältnisse und Risikobereitschaft erfragt sowie, dass Bedenkzeit für die Entscheidung eingeräumt worden ist.

Ein Vergleich verschiedener Produkte vom Markt fand dagegen nicht durchgängig statt (55 Prozent), und auch bei beschränkter Beratungsgrundlage könnten mehrere Angebote zur Auswahl vorgelegt werden, was aber auch nur 58 Prozent der Befragten so erlebt haben. Immerhin 62 Prozent haben nicht das Gefühl vermittelt bekommen, dass ihnen nur ein Produkt verkauft werden soll. Ähnlich viele sehen mit 63 Prozent ihre Anlageziele aus dem „Magischen Fünfeck“ als erfüllt an. Und 67 Prozent geben an, das passende Finanzprodukt erhalten zu haben.

Allerdings zeigen sich auch Unsicherheiten in der Bewertung. Denn die jeweils fehlenden Prozentanteile gehen überwiegend auf das Konto der mittleren Bewertung, die weder gut noch schlecht ist und im Allgemeinen schwer zu interpretieren. Dezidiert unzufrieden sind dagegen nur 6 Prozent (Berater schien gut ausgebildet zu sein) und 14 Prozent (der Berater hat mir mehrere Angebote zum Vergleich vorgelegt).

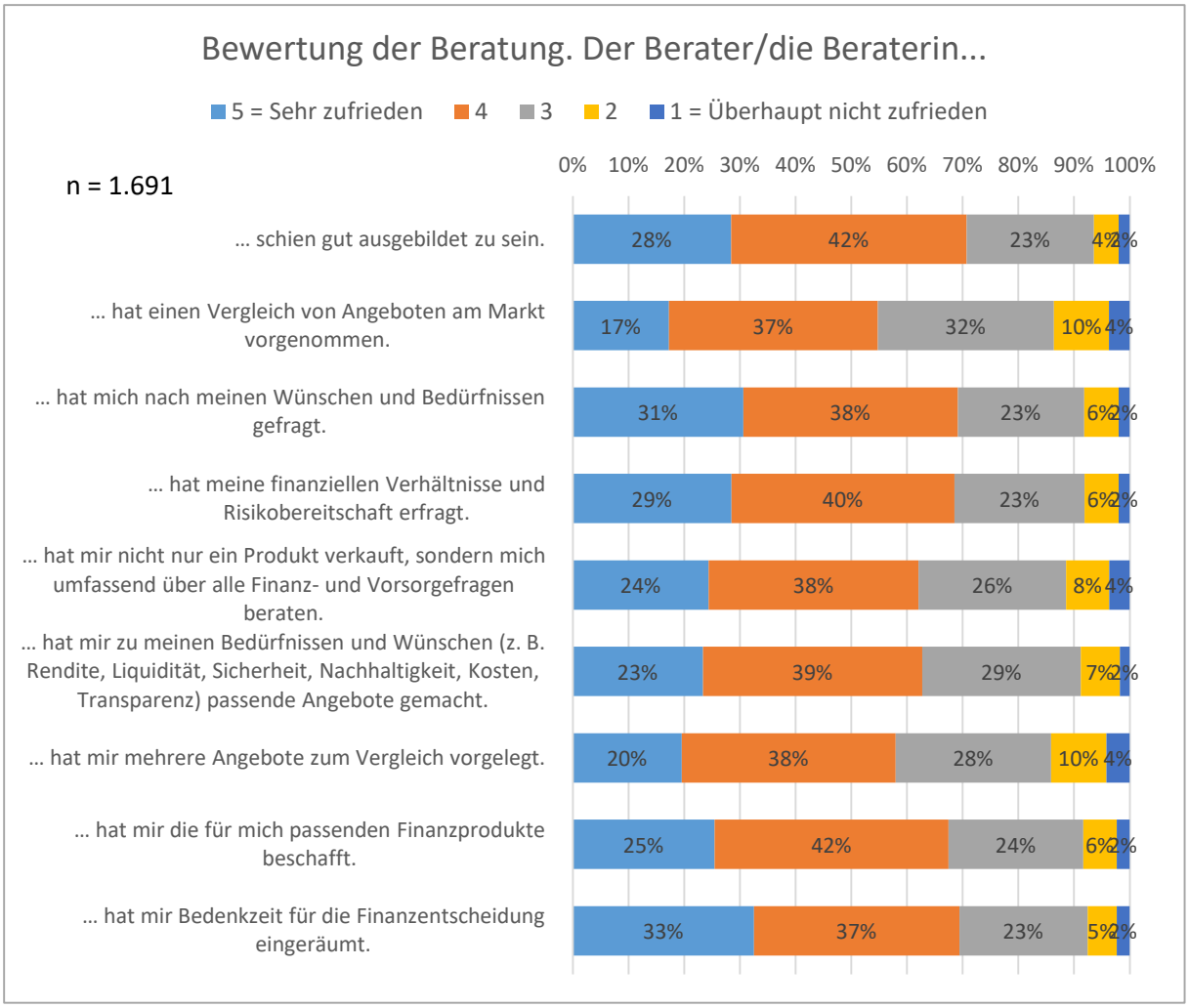

Abbildung 40: Bewertung der Beratung

Die Zufriedenheit unterscheidet sich nach dem Beratungsweg, über den das letzte Finanz- oder Versicherungsprodukt erworben wurde. Am schlechtesten schneidet der Arbeitgeber ab, der im Mittel eine um 0,32 Punkte schlechtere Bewertung auf der von 1 = überhaupt nicht zufrieden bis 5 = sehr zufrieden reichenden Skala erhält. Am kritischsten werden die Teilzufriedenheiten mit den Wünschen und Bedürfnissen entsprechenden Angeboten (-0,55 Punkte), Vorlage mehrerer Angebote (-0,50 Punkte) und Vergleich verschiedener Angebote vom Markt (-0,49 Punkte) beurteilt.

Kritischer als im Mittel bewertet wird auch der Kauf im Internet. Die Bewertung weicht gesamt um 0,26 Punkte nach unten ab. Im Detail schlechter fallen mit jeweils -0,33 Punkten auf: Ausbildung des Beraters, umfassende Beratung statt Produktverkauf sowie den Wünschen und Bedürfnissen entsprechende Angebote.

Überdurchschnittliche Bewertungen bekommen die Verbraucherzentralen (+0,20 Punkte insgesamt). Besonders positiv fällt den Befragten die Ausbildung der Berater auf (+0,47 Punkte), allerdings auch die Beschaffung passender Produkte, die eigentlich nicht zum Tätigkeitsspektrum einer Verbraucherzentrale zählt (+0,42 Punkte). Schlechter als im Durchschnitt fällt allerdings die Bewertung aus, ob der Berater nach den Wünschen und Bedürfnissen gefragt hat (-0,15 Punkte).

Die übrigen Abschlusswege weisen leicht über- oder im Fall der Versicherungsunternehmen leicht unterdurchschnittliche Bewertungen auf, aber im Bereich von unter 0,10 Punkten gesamt. Bei Versicherungsunternehmen fällt vor allem die kritische Bewertung eines Vergleichs von Angeboten vom Markt auf (-0,16 Punkten). Dies ist eher eine Stärke der Versicherungsvermittler (+0,20 Punkte) und der Vermögens- und Finanzberater (+0,18 Punkte).

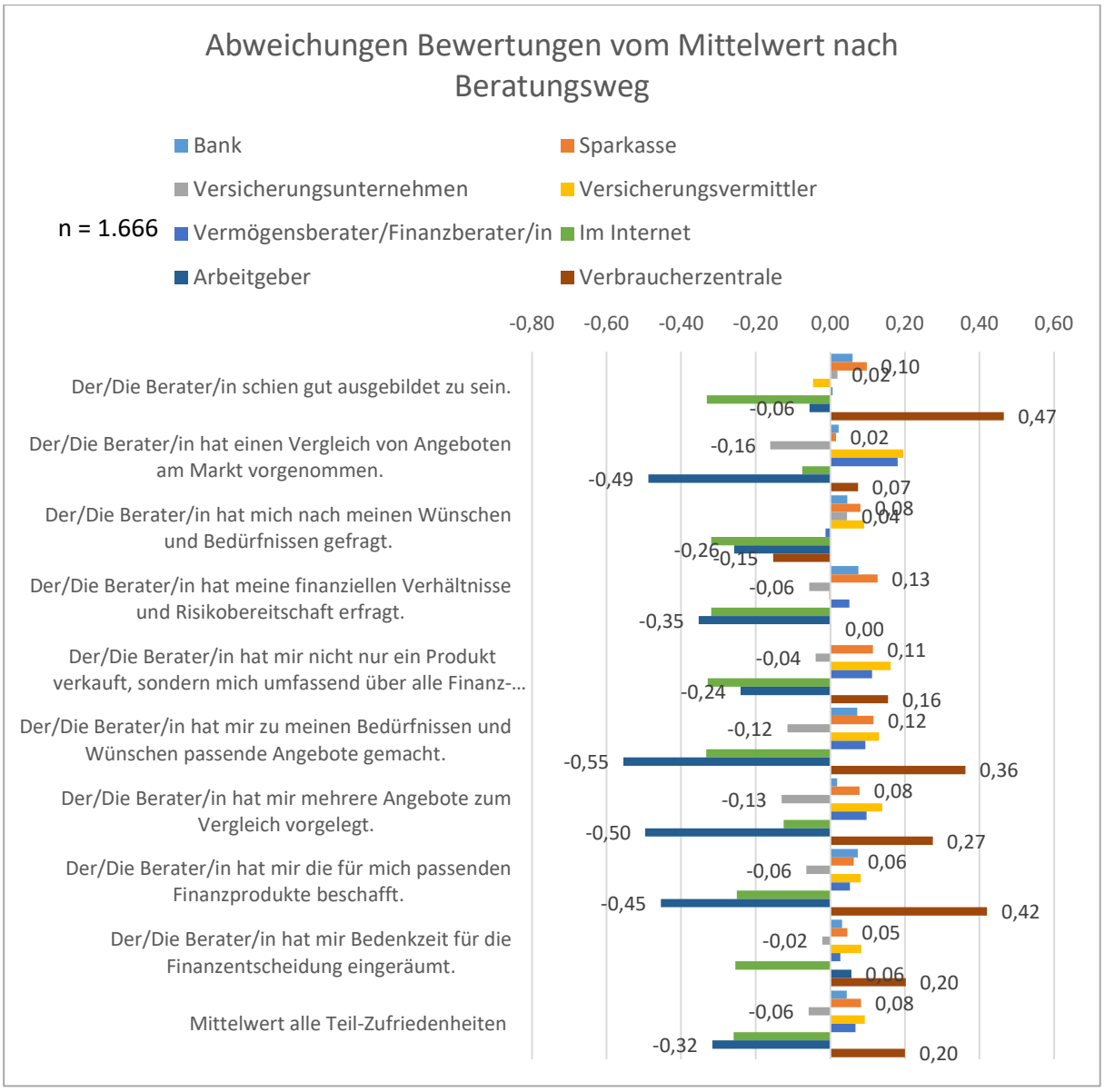

Abbildung 41: Abweichungen der Bewertungen der Beratungsleistung vom Mittelwert nach Abschlussweg

Produkt wurde erworben über… Bewertung:	Bank	Sparkasse	Versicherungsunternehmen	Versicherungsvermittler	Vermögens-/Finanzberater/in	Im Internet	Arbeitgeber	Verbraucherzentrale
Der/Die Berater/in schien gut ausgebildet zu sein.	0,06	0,10	0,02	-0,05	0,01	-0,33	-0,06	0,47
Der/Die Berater/in hat einen Vergleich von Angeboten am Markt vorgenommen.	0,02	0,02	-0,16	0,20	0,18	-0,08	-0,49	0,07
Der/Die Berater/in hat mich nach meinen Wünschen und Bedürfnissen gefragt.	0,05	0,08	0,04	0,09	-0,01	-0,32	-0,26	-0,15
Der/Die Berater/in hat meine finanziellen Verhältnisse und Risikobereitschaft erfragt.	0,08	0,13	-0,06	0,00	0,05	-0,32	-0,35	0,00
Der/Die Berater/in hat mir nicht nur ein Produkt verkauft, sondern mich umfassend über alle Finanz- und Vorsorgefragen beraten.	0,00	0,11	-0,04	0,16	0,11	-0,33	-0,24	0,16
Der/Die Berater/in hat mir zu meinen Bedürfnissen und Wünschen passende Angebote gemacht.	0,07	0,12	-0,12	0,13	0,09	-0,33	-0,55	0,36
Der/Die Berater/in hat mir mehrere Angebote zum Vergleich vorgelegt.	0,02	0,08	-0,13	0,14	0,10	-0,12	-0,50	0,27
Der/Die Berater/in hat mir die für mich passenden Finanzprodukte beschafft.	0,07	0,06	-0,06	0,08	0,05	-0,25	-0,45	0,42
Der/Die Berater/in hat mir Bedenkzeit für die Finanzentscheidung eingeräumt.	0,03	0,05	-0,02	0,08	0,03	-0,25	0,06	0,20
Mittelwert alle Teil-Zufriedenheiten	0,04	0,08	-0,06	0,09	0,07	-0,26	-0,32	0,20

Tabelle 21: Abweichungen der Bewertungen der Beratungsleistung vom Mittelwert nach Abschlussweg

5.3.6 Letzter Produktkauf: Beratungsprozess und Service

Der Beratungsprozess selbst und der Service werden sehr differenziert bewertet. Besonders positiv werden die Vorlage der Informationen und Bedingungen vor Abschluss (74 Prozent), das Produktinformationsblatt (72 Prozent), die Möglichkeit jederzeit Fragen zu stellen (74 Prozent) und das Angebot einer Folgeberatung bei Bedarf (75 Prozent) bewertet. Besonders kritisch dagegen fällt die Bewertung zu regelmäßigen Vorschlägen und zur Überprüfung der bestehenden Finanzprodukte und Versicherungen mit nur jeweils 49 Prozent Zufriedenen aus. Umgekehrt werden diese beiden Punkte von jeweils 19 Prozent der Befragten als besonders schlecht bewertet. Mit 61 Prozent Zustimmung liegen das Beratungsprotokoll und die Unterstützung im Schadenfall dazwischen, wobei beim Beratungsprotokoll auch auffällige 16 Prozent dezidiert unzufrieden sind.

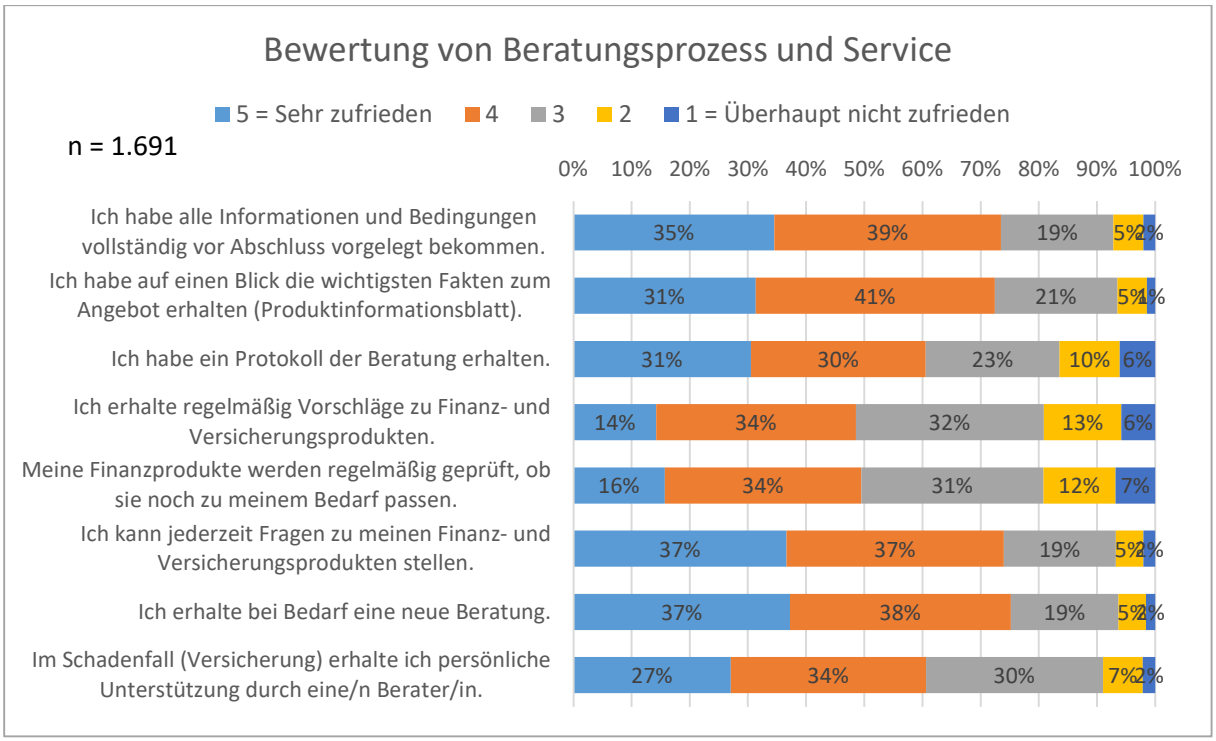

Abbildung 42: Bewertung von Beratungsprozess und Service

Beim Beratungsprozess und Service fallen erneut die Gesamtbewertungen für den Abschlussweg Arbeitgeber (-0,25 Punkte) und den Kauf im Internet (-0,21 Punkte) etwas schlechter aus. Beim Arbeitgeber gibt es vor allem Kritik am Beratungsprotokoll (-0,55 Punkte) und regelmäßigen Vorschlägen sowie Überprüfung der bestehenden Verträge und Anlagen (-0,43 bzw. -0,44 Punkte). Im Internetkauf fallen alle Teilzufriedenheiten schlechter aus als im Durchschnitt, relativ am stärksten beim Angebot einer erneuten Beratung im Bedarfsfall (-0,28 Punkte).

Die Verbraucherzentralen werden mit +0,17 Punkten leicht besser als der Durchschnitt bewertet. Besonders positiv fallen sie beim Beratungsprotokoll auf, was insofern erstaunlich ist, als einige Verbraucherzentralen aus prinzipiellen Erwägungen keine Beratungsprotokolle erstellen. Möglicherweise sind aber mitgegebene Vergleichsunterlagen und Informationen als „Beratungsprotokoll“ (miss-)verstanden worden. Sehr positiv werden auch regelmäßige Vorschläge zu Finanz- und Versicherungsprodukten bewertet (+0,49 Punkte). Besonders kritisch fällt die Bewertung aus, ob jederzeit Fragen gestellt werden können (-0,27 Punkte), hier macht sich das Geschäftsmodell der Verbraucherzentralen als reiner, jeweils zu bezahlender Beratung bemerkbar.

Banken, Sparkassen, Versicherungsunternehmen und Versicherungsvermittler liegen in ihren Bewertungen fast durchweg sehr nah am Durchschnitt. Positiv fallen naturgemäß Versicherungsvermittler im Bereich Schadenservice (+0,22 Punkte) auf. Das Gleiche gilt mit nur leichten Abstrichen für Vermögens- und Finanzberater.

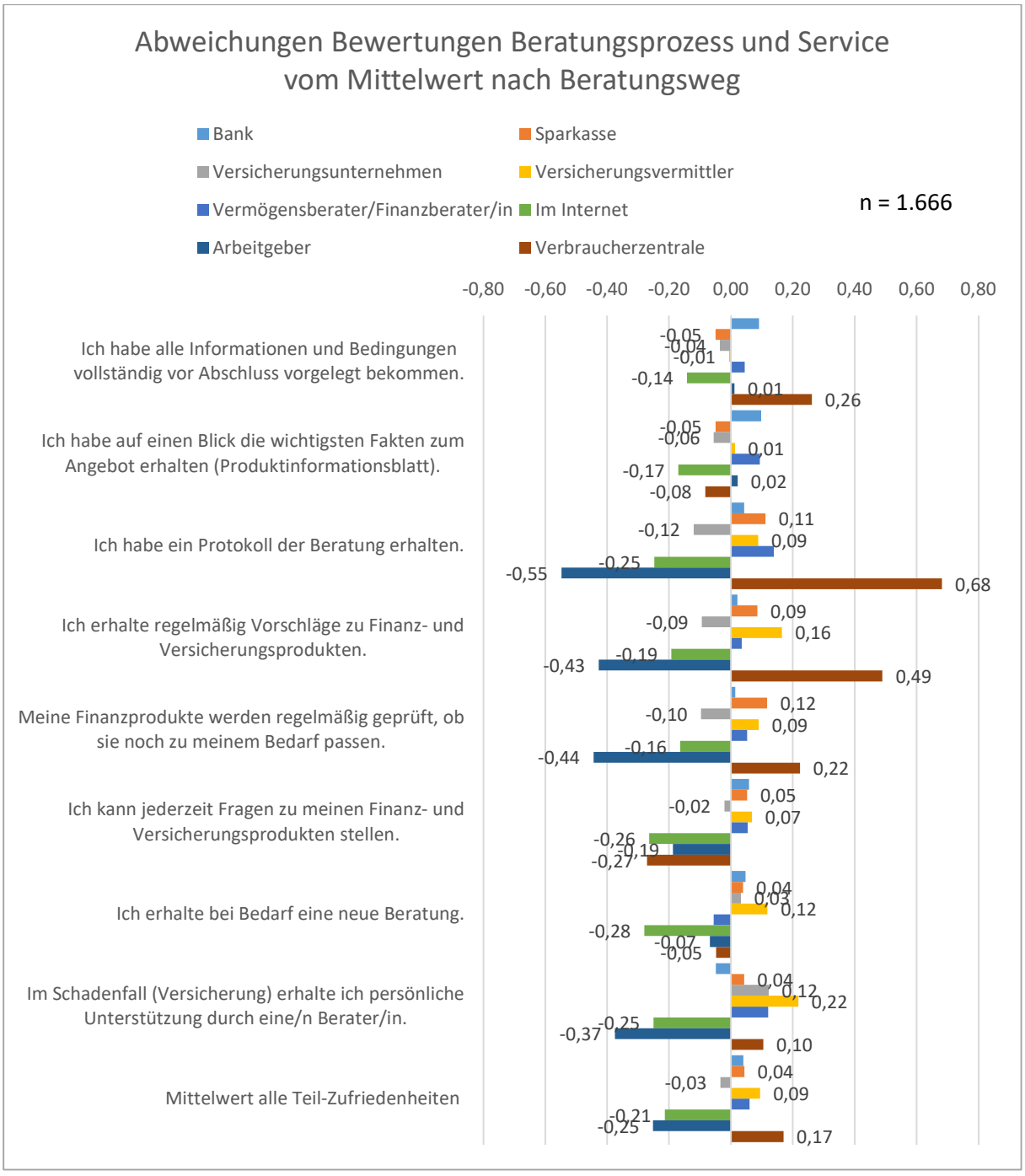

Abbildung 43: Abweichungen der Bewertungen des Beratungsprozesses und Service vom Mittelwert nach Abschlussweg

	Bank	Sparkasse	Versicherungsunternehmen	Versicherungsvermittler	Vermögens-/Finanzberater/in	Im Internet	Arbeitgeber	Verbraucherzentrale
Ich habe alle Informationen und Bedingungen vollständig vor Abschluss vorgelegt bekommen.	0,09	-0,05	-0,04	-0,01	0,05	-0,14	0,01	0,26
Ich habe auf einen Blick die wichtigsten Fakten zum Angebot erhalten (Produktinformationsblatt).	0,10	-0,05	-0,06	0,01	0,09	-0,17	0,02	-0,08
Ich habe ein Protokoll der Beratung erhalten.	0,04	0,11	-0,12	0,09	0,14	-0,25	-0,55	0,68
Ich erhalte regelmäßig Vorschläge zu Finanz- und Versicherungsprodukten.	0,02	0,09	-0,09	0,16	0,03	-0,19	-0,43	0,49
Meine Finanzprodukte werden regelmäßig geprüft, ob sie noch zu meinem Bedarf passen.	0,01	0,12	-0,10	0,09	0,05	-0,16	-0,44	0,22
Ich kann jederzeit Fragen zu meinen Finanz- und Versicherungsprodukten stellen.	0,06	0,05	-0,02	0,07	0,05	-0,26	-0,19	-0,27
Ich erhalte bei Bedarf eine neue Beratung.	0,05	0,04	0,03	0,12	-0,06	-0,28	-0,07	-0,05
Im Schadenfall (Versicherung) erhalte ich persönliche Unterstützung durch eine/n Berater/in.	-0,05	0,04	0,12	0,22	0,12	-0,25	-0,37	0,10
Mittelwert alle Teil-Zufriedenheiten	0,04	0,04	-0,03	0,09	0,06	-0,21	-0,25	0,17

Tabelle 22: Abweichungen der Bewertungen des Beratungsprozesses und Service vom Mittelwert nach Abschlussweg; eigene Berechnungen

Zusammenfassend zeigt sich eine durchaus hohe Zufriedenheit der Kunden sowohl mit der Beratung bei Kauf-/Abschluss von Finanz- und Versicherungsprodukten als auch beim Beratungsprozess und dem Service während der Vertragslaufzeit bzw. Anlagezeit. Im Detail wird deutlich, dass vor allem der Kauf beim Arbeitgeber und im Internet kritischer bewertet wird. Dies ist nachvollziehbar, weil hier in der Regel keine persönlichen Beratungen durch entsprechend ausgebildete Personen zu erwarten ist. Umgekehrt fällt die Zufriedenheit mit der Beratung sowohl durch Produktgeber als auch durch Vermittler und Berater höher aus.

Vorteile ergeben sich für Verbraucherzentralen daraus, dass ihr Geschäftsmodell die Unabhängigkeit von Produktangeboten sowie eine vermeintlich oder tatsächlich hohe Qualifikation der Berater als Alleinstellungsmerkmale besonders hervorhebt. Erfahrungsgemäß handelt es sich oft um Berater mit juristischem Studienabschluss, der in der Bevölkerung eine besondere Hochachtung genießt und im Ruf steht, anderen Ausbildungen überlegen zu sein. Dabei dürfte den Kunden nicht immer bewusst sein, dass im juristischen Studium keine Lerninhalte über Anlageberatung oder über die Bewertung

und das Handling von Versicherungen enthalten sind. Nicht einmal das spezielle Versicherungs- und Anlagerecht sind zwingende Studienbestandteile.

Dafür ergeben sich umgekehrt Vorteile in der laufenden Beratung und Betreuung, die zum Geschäftsmodell der Versicherungsvermittler und der Vermögens- und Finanzberater gehört. Insbesondere im Schadenfall bei Versicherungen punkten diese Vermittler mit ihrer in der Vergütung bereits enthaltenen Unterstützung. Dass diese Bewertungen nicht noch deutlicher ausfallen, wird auch daran liegen, dass nicht jeder Kunde regelmäßig Schadenerfahrungen sammelt – zum Glück.

5.4 Hypothesenüberprüfung

Die Forschungsfrage dieser Studie ist, ob eine institutionelle Trennung von Beratung zu und Angebot von Finanzdienstleistungen die Beratungsqualität für die Nachfrager von Finanzdienstleistungen für den Kunden von Vorteil ist. Dieses „Trennmodell“ wird in der Literatur und vor allem in Stellungnahmen der Lobbyorganisationen des Verbraucherschutzes vertreten.[122] Dazu wurden in Kapitel 4.1 Forschungshypothesen aufgestellt, die nun getestet werden.

5.4.1 Breite des Produktportfolios

H1: Je näher die Beratung am Hersteller von Finanzdienstleistungen ist, desto einseitiger ist das Produktportfolio des Kunden zusammengesetzt.

Um die Hypothese untersuchen zu können, werden zunächst die Beratungswege, die die Befragten angeben, hinsichtlich ihrer Nähe zur „Herstellung“ der Finanzdienstleistungen geclustert. Besonders nah sind die Finanzdienstleistungsinstitute selbst, das sind hier Banken, Sparkassen und Versicherungsunternehmen, auch wenn sie wie im Fall von Aktien und von Investmentfonds (auch) als Händler dieser Anlageformen auftreten und Depotverwaltungen oder Versicherungsanlageprodukte anbieten.

Ebenfalls nah an den „Herstellern“ sind die mit den Finanzdienstleistungsinstituten verbundenen Versicherungsvermittler, auch wenn es eine Unschärfe gibt, weil sich darunter auch dezidiert unabhängige Versicherungsmakler befinden. Allerdings gibt es in Deutschland weitaus mehr Versicherungsvertreter (76,5 Prozent Anteil) als Versicherungsmakler (23,5 Prozent Anteil), zudem sind Versicherungsmakler häufig schwerpunktmäßig eher im gewerblichen und industriellen Versicherungsgeschäft und seltener als direkte Wettbewerber der Vertreter im Privatkunden-Massengeschäft tätig. Die Arbeitgeber werden hier hinzugerechnet, weil sie in der Regel nur mit einem oder einigen sehr wenigen Versicherungsunternehmen oder sonstigen Finanzdienstleister eng kooperieren.

Etwas weiter von den „Herstellern“ entfernt, aber noch durch ein Vermittlungsinteresse mit ihnen verbunden sind die Vermögens- und Finanzberater. Auch hier gibt es Unschärfen, weil manche dieser Berater tatsächlich unabhängig im Sinne eines Maklers sind und nur im Kundenauftrag tätig werden, andere wiederum an einzelne Finanzdienstleister vertraglich gebunden sind. Für Kunden ist das erfahrungsgemäß eher schwer einzuschätzen.

Das „Trennmodell“ leben dagegen diejenigen Befragten, die entweder eine Verbraucherzentrale als ihren Beratungsweg angeben oder ganz auf (institutionalisierte) Beratung verzichten und die Selbstberatung wählen.

[122] Siehe Kap. 6.3

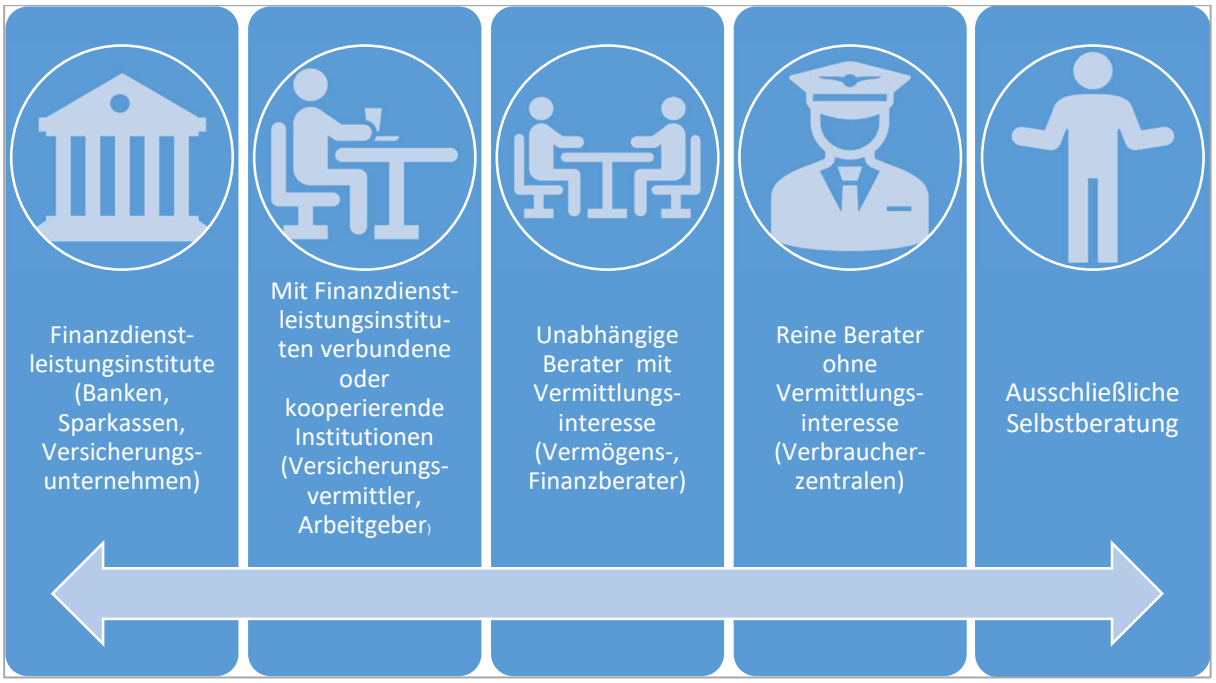

Abbildung 44: Unabhängigkeits-Cluster nach der Nähe zur Finanzdienstleistungsinstituten; eigene Darstellung

Die Nähe zu Finanzdienstleistungs-Instituten führt zu einer Einseitigkeit im Produktbesitz, wie die nachfolgende Grafik zeigt. Kunden, die direkt bei Finanzdienstleistungsinstituten oder bei den mit ihnen verbundenen Vermittlern beraten werden, fallen durch überdurchschnittlich hohen Besitz von Versicherungen auf. Die anderen Anlageformen sind eher untergewichtet vertreten.

Allerdings gilt dasselbe umgekehrt auch für diejenigen Kunden, die das „Trennmodell“ leben. Sowohl die von Verbraucherzentralen als auch die selbst beratenen Kunden sind mit besonders wenigen Finanzprodukten ausgestattet, und dies auch besonders unausgewogen.

Relativ am besten ausgestattet und am ausgewogensten ist das Portfolio an Finanzprodukten bei den Kunden der Vermögens- und Finanzberater. Fast keiner der Kunden hat gar keine Finanz- und Versicherungsprodukte. Lebens-/Rentenversicherungen, Fonds und Aktien sind nahezu gleichgewichtig in den Portfolien vorhanden. Insbesondere die hohe Ausstattung mit Aktien ist hilfreich angesichts der langanhaltenden Niedrig- oder sogar Negativphase, in der mit traditionellen Anlageformen keine nennenswerten Renditen mehr zu erzielen sind.

Die Hypothese H1 muss im Ergebnis verworfen werden.

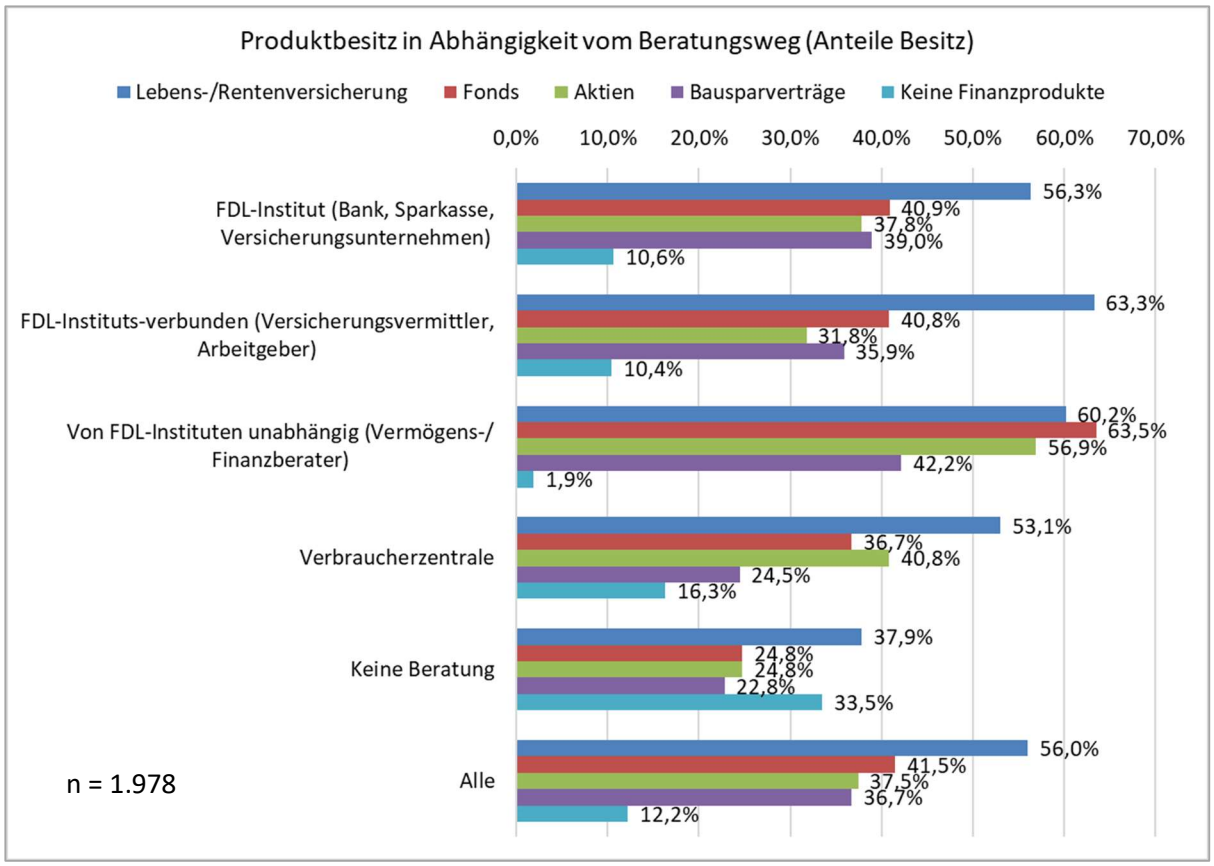

Abbildung 45: Hypothese 1, Produktbesitz nach Unabhängigkeits-Cluster

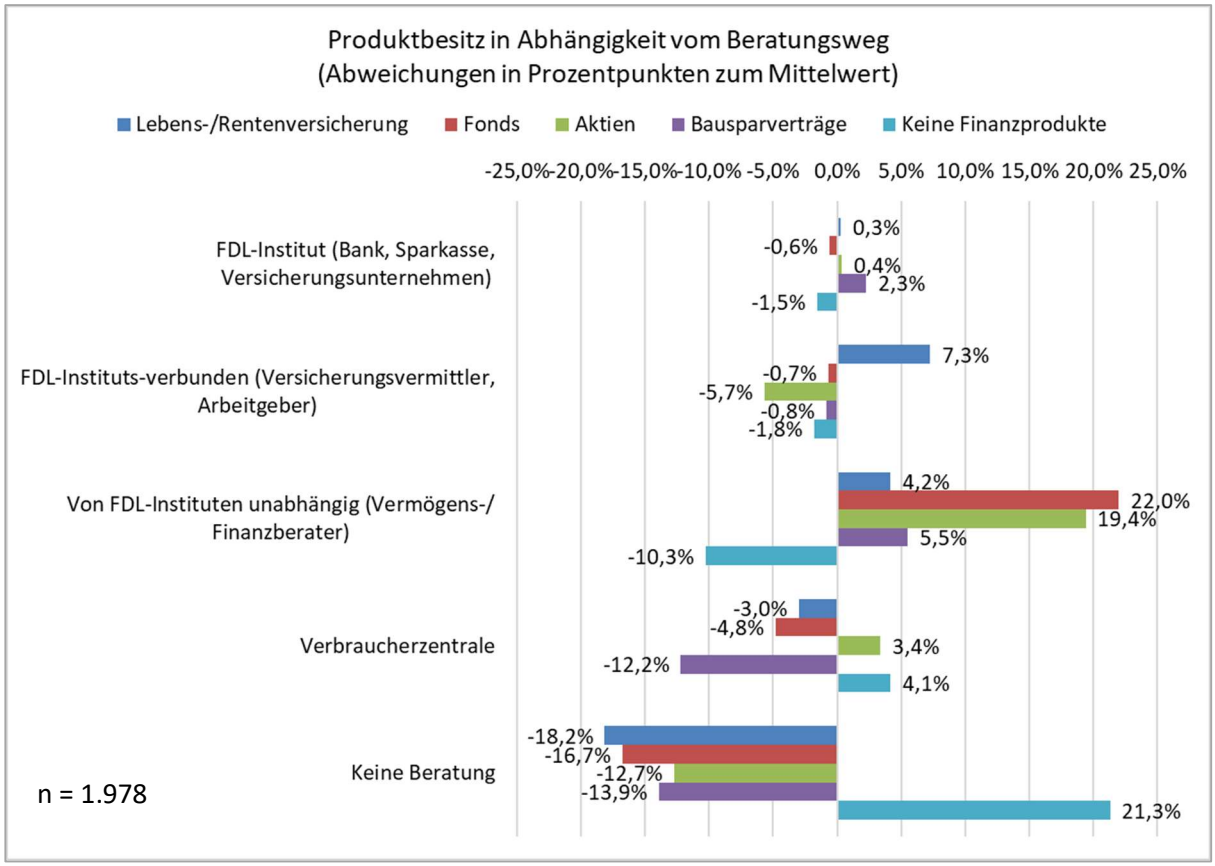

Abbildung 46: Hypothese 1, Produktbesitz nach Unabhängigkeits-Cluster (Abweichungen vom Mittelwert)

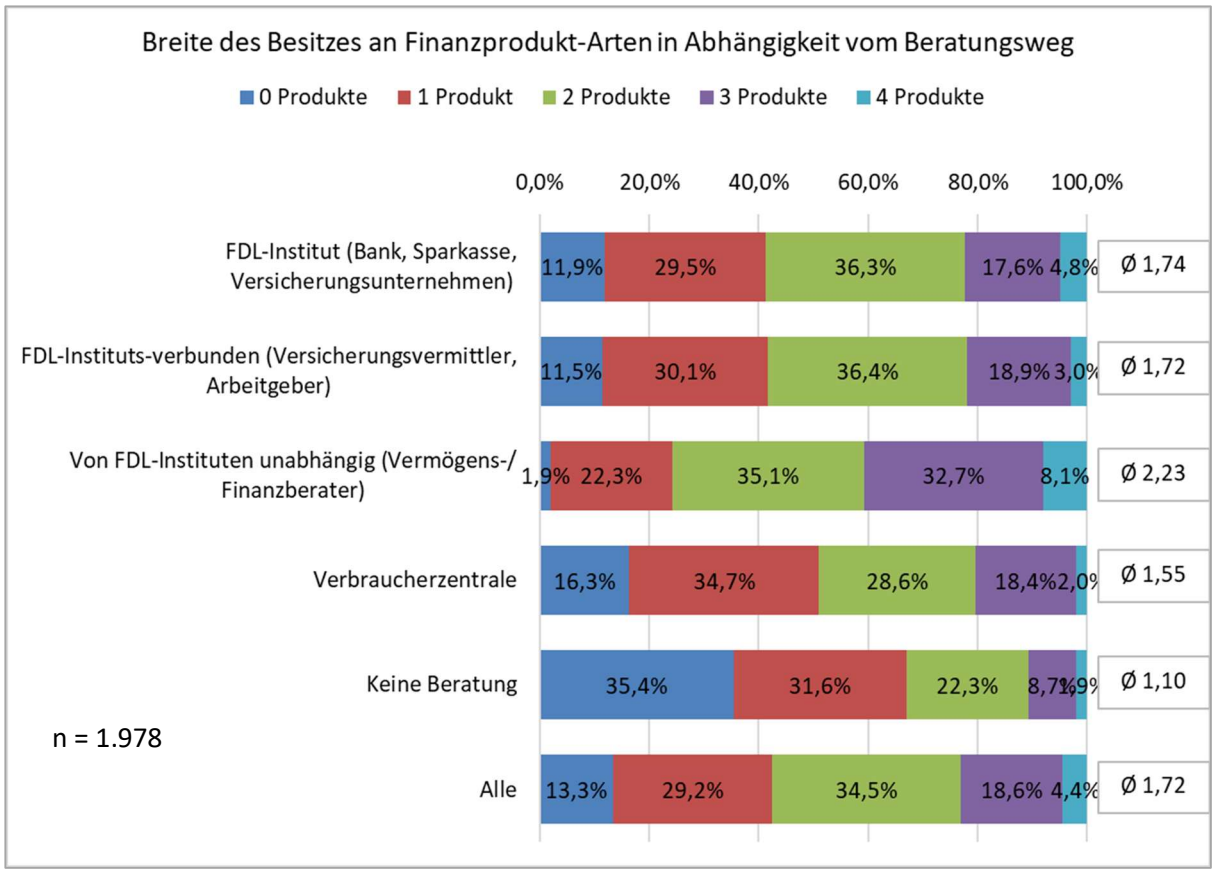

Abbildung 47: Hypothese 1, Breite des Besitzes an Finanzprodukt-Arten nach Unabhängigkeits-Cluster

5.4.2 Zufriedenheit mit dem Trennmodell

Wenn die dem „Trennmodell“ zugrundeliegende Trennhypothese zutrifft, müsste die Beratung ohne Beeinflussung durch Produktgeber oder durch Vermittler mit Provisionsinteressen im Ergebnis zu einer größeren Zufriedenheit der Kunden führen. Vor allem eine fehlende Forschheit in der Verfolgung von Absatzinteressen und geringes Interesse an einer fortlaufenden Betreuung nach Verdienst einer „hohen“ Abschlussprovision sollten sich in den Zufriedenheitswerten der Kunden spiegeln.

H2: Je näher die Beratung am Hersteller von Finanzdienstleistungen ist, desto unzufriedener ist der Kunde mit der Beratung.

Tatsächlich zeigen die nachfolgenden Grafiken, dass es nahezu keine statistisch signifikanten Unterschiede zwischen den nach Unabhängigkeit geclusterten Beratungswegen gibt, was die Zufriedenheit der Kunden angeht. Insbesondere ist nicht erkennbar, dass die Kunden, die dem „Trennmodell“ folgen, signifikant zufriedener mit ihrem Beratungsweg wären.

Die Hypothese H2 ist damit zu verwerfen.

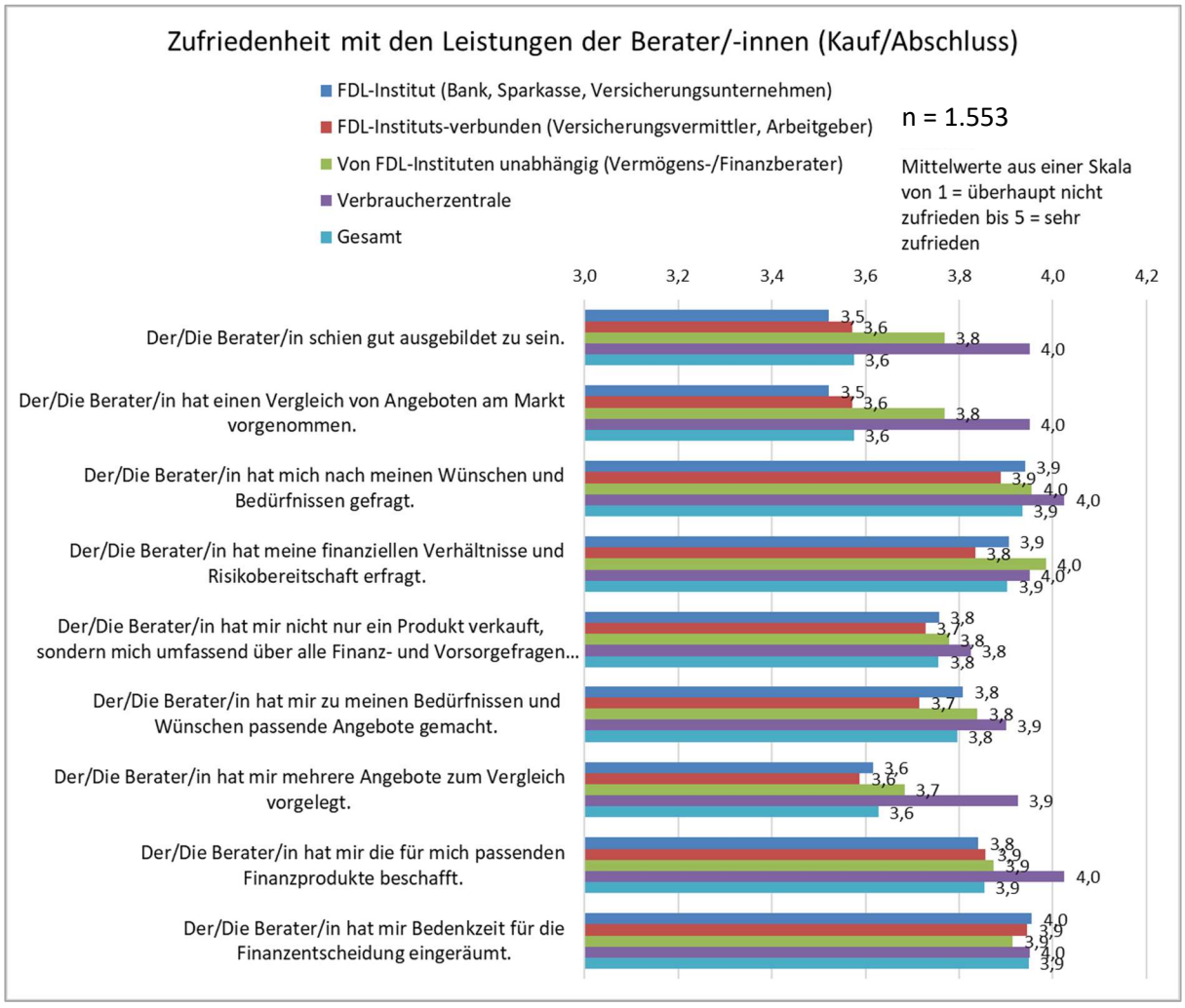

Abbildung 48: Hypothese 2, Zufriedenheit mit den Leistungen der Berater nach Unabhängigkeits-Cluster

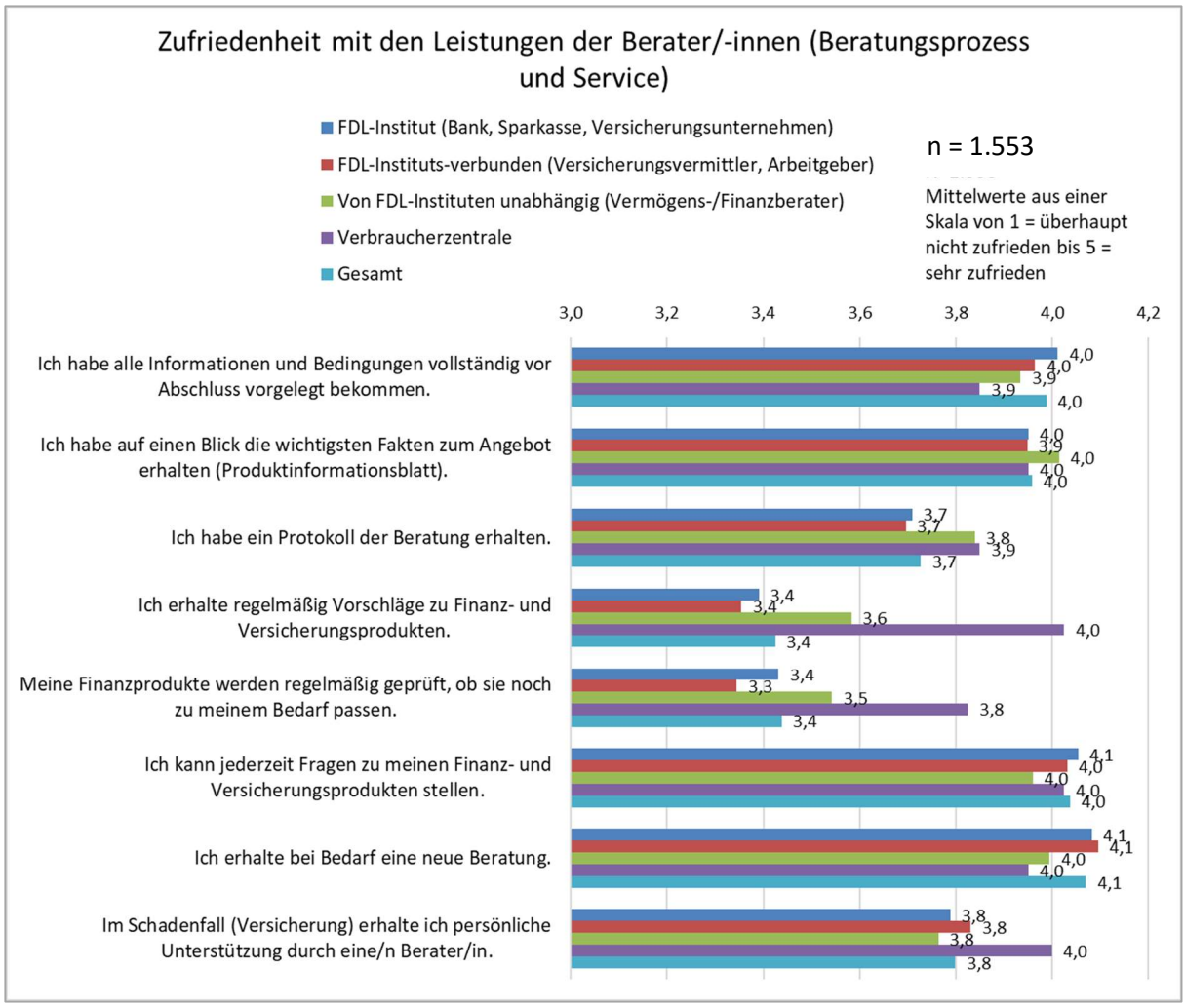

Abbildung 49: Hypothese 2, Zufriedenheit mit Beratungsprozess und Service nach Unabhängigkeits-Cluster

5.4.3 Einfluss der Verbraucherbildung

Kunden mit höherer Vorbildung müssten das „Trennmodell“ für attraktiv halten, weil sie leichter als andere Kunden in der Lage sind, die Interessenlagen beim Vertrieb von Versicherungen und Anlagen zu erkennen und zu bewerten. Sie müssten deshalb besonderen Wert auf eine Unabhängigkeit der Beratung legen oder gleich ganz auf eine solche verzichten, weil sie sich selbst in der Lage sehen die relevanten Informationen zu beschaffen.

H3: Je besser die Vorbildung des Kunden, desto eher lässt er sich unabhängig beraten oder verzichtet auf Beratung.

Die nachfolgende Grafik zeigt, dass Kunden mit höherer Vorbildung, wenn, dann auffallend häufiger den Vermögens-/Finanzberater als Beratungsweg wählen. Ansonsten ist die Verteilung der Vorbildung sowohl bei den Kunden mit besonderer Nähe zu Finanzdienstleistungsinstituten als auch mit der besonderen Ferne durch institutionell getrennte Beratung oder Verzicht auf Beratung in etwa gleich.

Insofern ist die H3 überwiegend zu verwerfen.

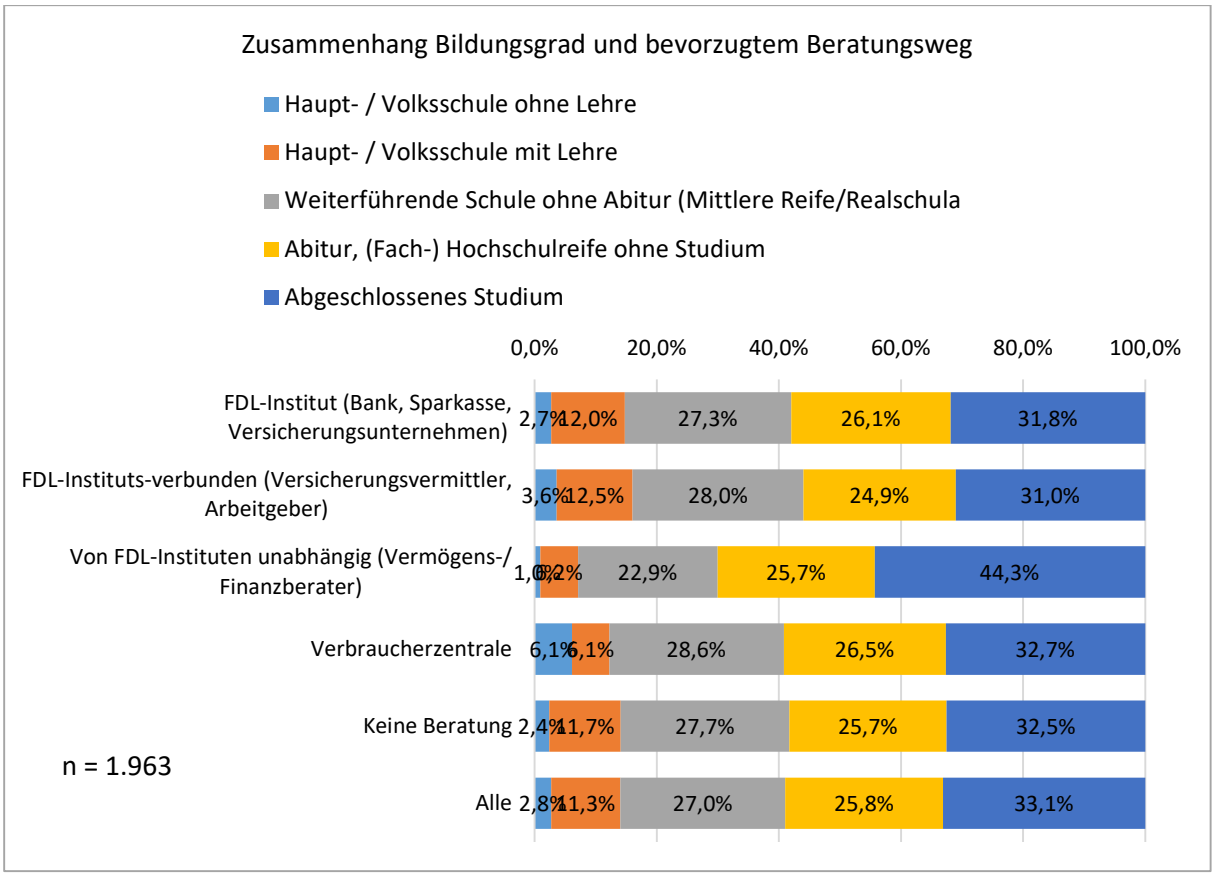

Abbildung 50: Hypothese 3, Zusammenhang zwischen Bildungsgrad nach Unabhängigkeits-Cluster

5.4.4 Einfluss von Vorkenntnissen

Die Vorbildung der Kunden könnte möglicherweise weniger aussagekräftig sein als die tatsächlichen Vorkenntnisse über Finanzdienstleistungen. So wird vereinfacht gesagt ein studierter Sportlehrer nicht allein aufgrund seines Studienabschlusses mehr über Finanzdienstleistungen wissen als ein nach der mittleren Reife zum Bankkaufmann ausgebildeter Anleger. Es dürfte in diesem Fall wohl genau umgekehrt sein. Daher soll hier auch noch einmal getestet werden, ob die Vorkenntnisse dazu führen, dass Kunden zunehmend zum „Trennmodell“ neigen.

H4: Je besser die Vorkenntnisse des Kunden, desto eher lässt er sich unabhängig beraten oder verzichtet auf Beratung.

Die nachfolgende Grafik zeigt, dass es leichte, aber signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen gibt. Im Durchschnitt am höchsten schätzen Kunden ihre Vorkenntnisse ein, die von Vermögens- und Finanzberatern sowie von Verbraucherzentralen beraten werden. Etwas geringer sind sie bei den durch FDL-Institute oder ihnen verbundene Institutionen Beratenen, am geringsten bei denen, die auf Beratung verzichten.

Die Hypothese lässt sich damit teilweise bestätigen.

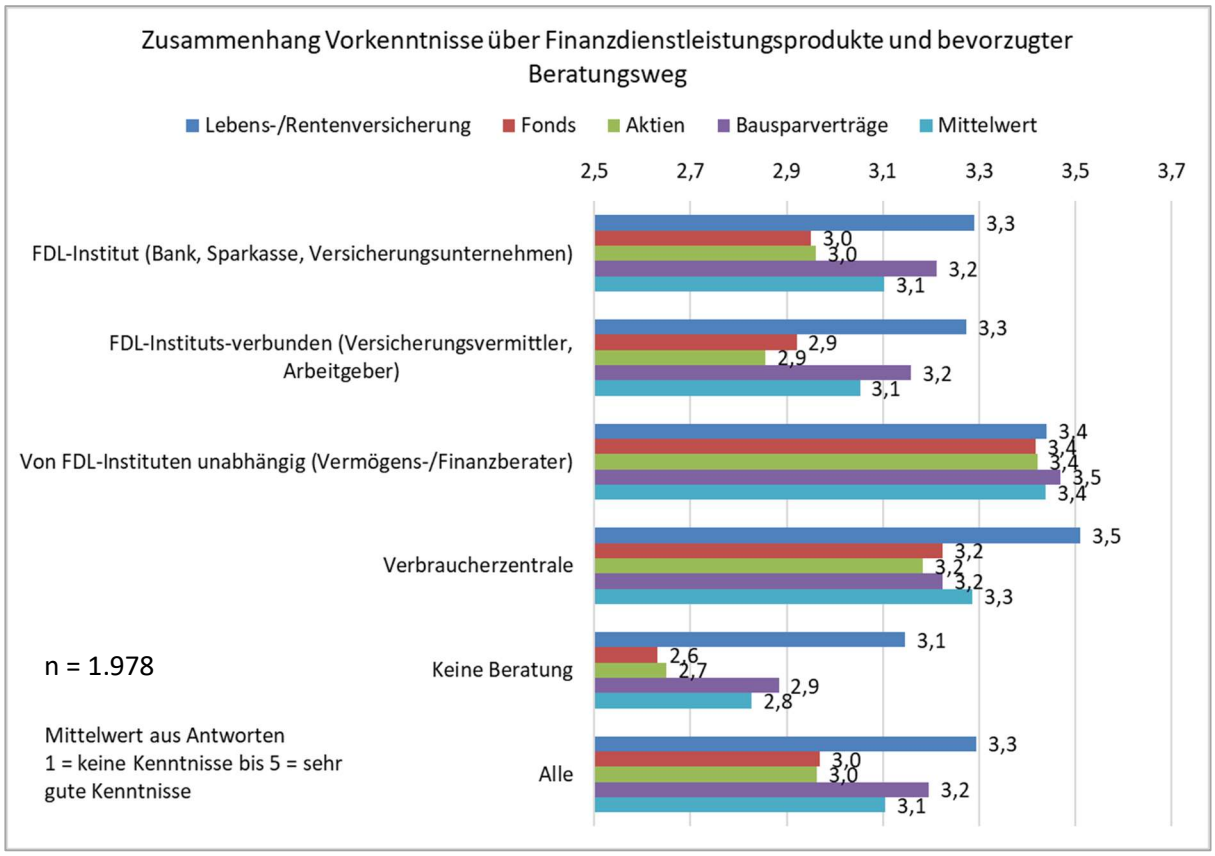

Abbildung 51: Hypothese 4, Vorkenntnisse über Finanzdienstleistungsprodukte nach Unabhängigkeits-Cluster

5.4.5 Einfluss der Informationsquellen

Neben den Vorkenntnissen können auch die Informationsquellen zur Altersvorsorge und Finanzanlage einen Einfluss darauf haben, ob das „Trennmodell“ zur Anwendung kommt.

H5: Je unabhängiger die Informationsquellen zur Altersvorsorge, desto unabhängiger ist der gewählte Beratungsweg.

Um die Hypothese untersuchen zu können, werden die erfragten Informationsquellen danach geclustert, wie nah oder fern sie den Finanzdienstleistungsinstituten sind und damit erwarten lassen, interessengeleitet zu sein. Die beiden Extreme sind auf der einen Seite die Finanzdienstleister und die Vermittler und Berater mit Verkaufsinteressen auf der einen Seite und unabhängige Fachquellen wie Fachzeitschriften, Newsletter oder Informationen der Verbraucherzentralen auf der anderen Seite. Dazwischen stehen eher unspezifische Informationsquellen mit einer Nähe zu Anbietern und Vermittlern wie der Familien- und Freundeskreis, Webseiten, Soziale Netzwerke oder Robo-Advisor, die Empfehlungen letztlich zu einzelnen Anbietern geben werden. Unabhängiger, aber eher unspezifisch sind Informationsquellen wie allgemeine journalistische Medien, die zwar nicht einseitig Verkaufsinteressen folgen, aber keine spezifische Beratung und Empfehlung geben können.

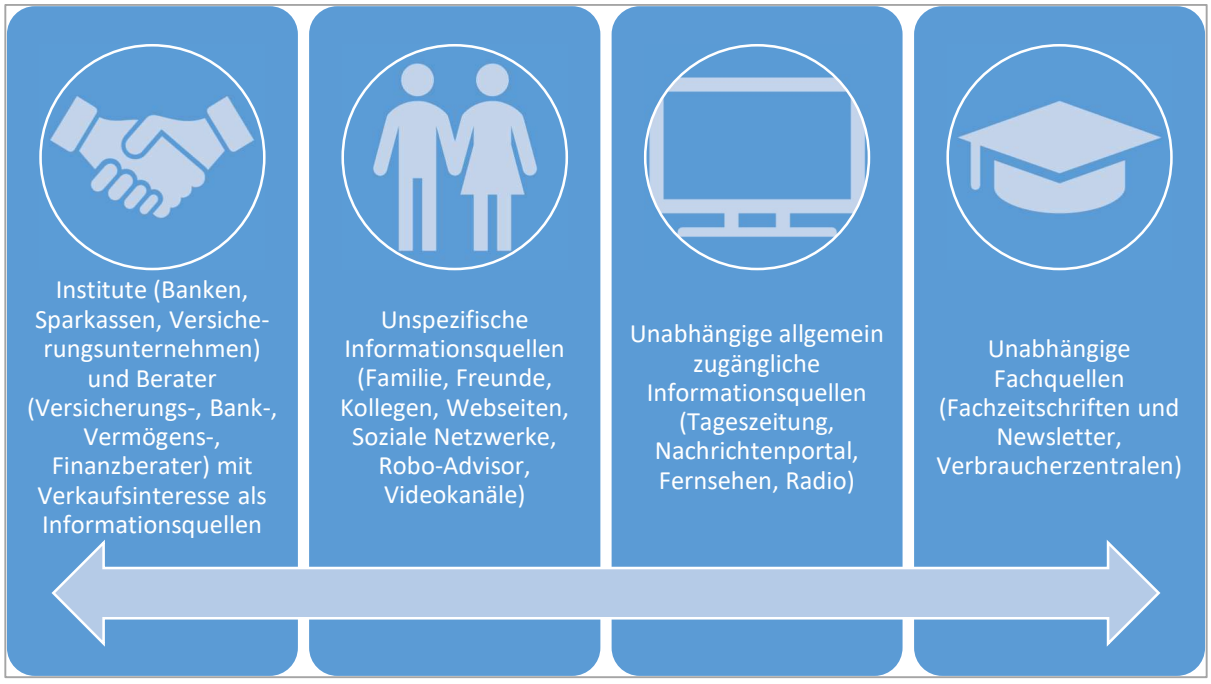

Abbildung 52: Hypothese 5, Clusterung der Informationsquellen nach Grad der Unabhängigkeit; eigene Darstellung

Die nachfolgende Grafik zeigt den Zusammenhang zwischen der Mediennutzung und den geclusterten Beratungswegen. Es gibt tatsächlich signifikante Unterschiede im Informationsverhalten der Befragten nach bevorzugtem Beratungsweg. Erwartungsgemäß informieren sich Kunden, die Finanzdienstleistungsinstitute oder deren Vermittler und Berater nutzen, vorrangig über diese. Verbraucherzentralen-Kunden umgekehrt informieren sich vorwiegend über die Verbraucherzentralen und über Fachzeitschriften, nutzen aber dennoch auch institutsabhängige Quellen. In allen Gruppen nahezu gleich stark ist die Nutzung unspezifischer Informationsquellen wie den eigenen Familien- und Freundes-/Kollegenkreis, Webseiten, soziale Medien etc. zu beobachten. Auffallend wenig informiert halten sich diejenigen Kunden, die auch angeben, keine Beratung in Anspruch zu nehmen.

Die Hypothese kann damit nur teilweise bestätigt werden.

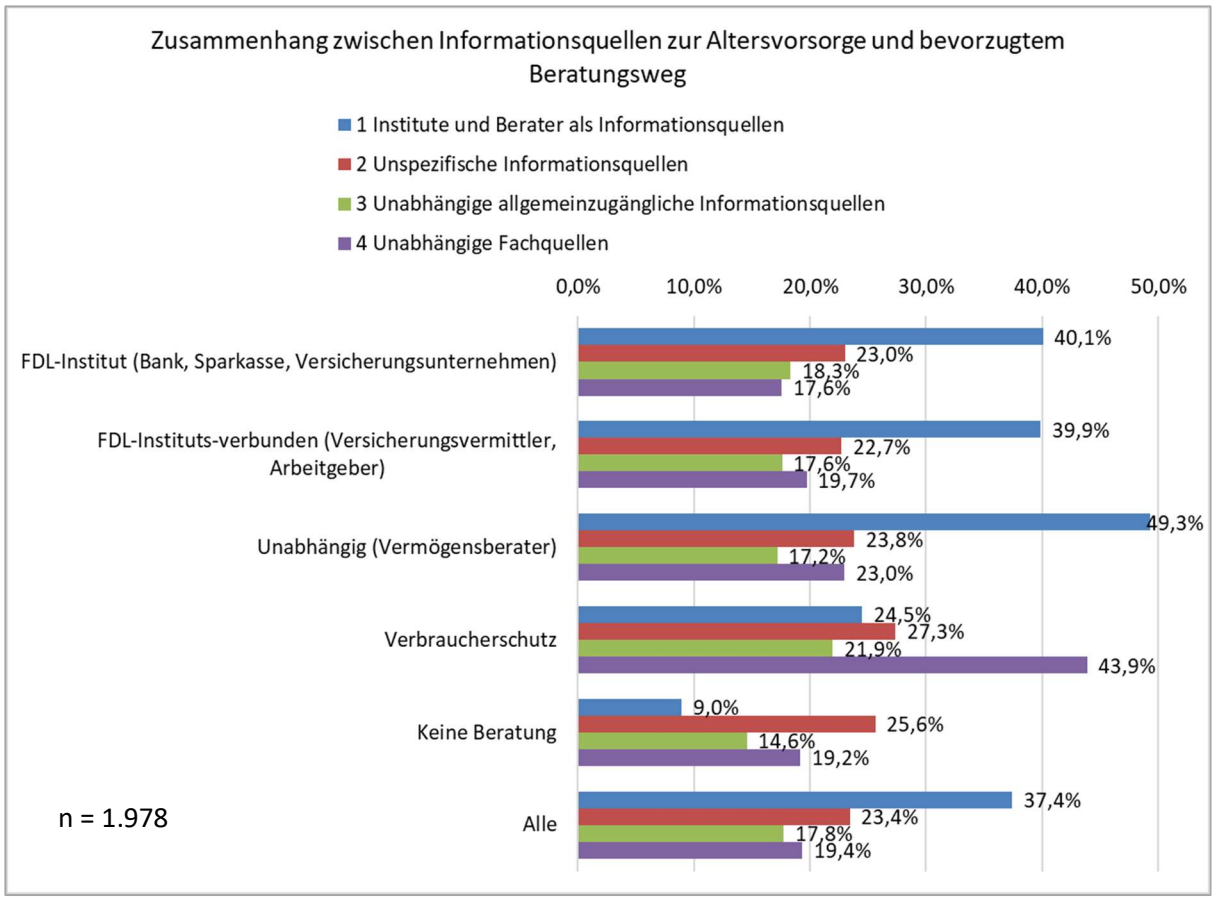

Abbildung 53: Hypothese 5: Nutzung von Informationsquellen nach Unabhängigkeits-Cluster

5.4.6 Zusammenfassende Übersicht der Hypothesenüberprüfung

Hypothese	Ergebnis	Empirische Befunde
H1: Je näher die Beratung am Hersteller von Finanzdienstleistungen ist, desto einseitiger ist das Produktportfolio des Kunden zusammengesetzt.	Die Hypothese H1 wird verworfen.	Weder sind die Produktportfolios der Kunden einseitiger, noch sind die Kunden unzufriedener, wenn die Beratung näher an den Hersteller von Finanzprodukten rückt. Relativ am besten ausgestattet und am ausgewogensten ist das Portfolio an Finanzprodukten bei den Kunden der Vermögens- und Finanzberater.
H2: Je näher die Beratung am Hersteller von Finanzdienstleistungen ist, desto unzufriedener ist der Kunde mit der Beratung.	Die Hypothese H2 wird verworfen.	Es gibt nahezu keine statistisch signifikanten Unterschiede zwischen den nach Unabhängigkeit geclusterten Beratungswegen, was die Zufriedenheit der Kunden angeht. Insbesondere ist nicht erkennbar, dass die Kunden, die dem „Trennmodell“ folgen, signifikant zufriedener mit ihrem Beratungsweg wären.
H3: Je besser die Vorbildung des Kunden, desto eher lässt er sich unabhängig beraten oder verzichtet auf Beratung.	Die Hypothese H3 wird überwiegend verworfen.	Kunden mit höherer Vorbildung wählen häufiger den Vermögens-/Finanzberater als Beratungsweg. Ansonsten ist die Verteilung der Vorbildung sowohl bei den Kunden mit besonderer Nähe zu Finanzdienstleistungsinstituten als auch mit der besonderen Ferne durch institutionell getrennte Beratung oder Verzicht auf Beratung in etwa gleich.
H4: Je besser die Vorkenntnisse des Kunden, desto eher lässt er sich unabhängig beraten oder verzichtet auf Beratung.	Die Hypothese H4 wird teilweise bestätigt.	Es gibt leichte, aber signifikante Unterschiede. Im Durchschnitt am höchsten schätzen Kunden ihre Vorkenntnisse ein, die von Vermögens- und Finanzberatern sowie von Verbraucherzentralen beraten werden. Etwas geringer sind sie bei den durch FDL-Institute oder ihnen verbundene Institutionen Beratenen, am geringsten bei denen, die auf Beratung verzichten.
H5: Je unabhängiger die Informationsquellen zur Altersvorsorge, desto unabhängiger ist der gewählte Beratungsweg.	Die Hypothese H5 wird teilweise bestätigt.	Es gibt signifikante Unterschiede im Informationsverhalten der Befragten nach bevorzugtem Beratungsweg. Kunden, die Finanzdienstleistungsinstitute oder deren Vermittler und Berater nutzen, informieren sich vorrangig über diese. Umgekehrt informieren sich Verbraucherzentralen-Kunden vorwiegend über die Verbraucherzentralen und über Fachzeitschriften, nutzen aber auch institutsabhängige Quellen. In allen Gruppen nahezu gleich stark ist die Nutzung unspezifischer Informationsquellen wie den eigenen Familien- und Freundes-/Kollegenkreis, Webseiten, soziale Medien etc. Für wenig informiert halten sich Kunden, die angeben, keine Beratung in Anspruch zu nehmen.

6. Handlungsempfehlungen

Die Studie zeigt im Ergebnis, dass eine institutionelle Trennung von Beratung und dem Verschaffen von Finanzprodukten weder von den Kunden gewünscht ist noch einen besonderen Nutzen verspricht. Im Gegenteil, es besteht die Gefahr einer einseitigen Ausstattung mit Finanzprodukten und damit einer unausgewogenen, unzureichenden Vermögensplanung und Vermögensgestaltung.

Am schlechtesten versorgt sind Kunden, die ganz auf Beratung verzichten. Hier muss der Sozialstaat mit wesentlich größerer Wahrscheinlichkeit Versorgungslücken im Alter auffangen als selbst bei denjenigen Personen, die sich einseitig von Produktgebern oder mit diesen eng verbundenen Vermittlern beraten lassen. Relativ am ausgewogensten ist das Portfolio bei denjenigen Kunden, die sich von Vermögens- und Finanzberatern beraten und die passenden Produkte vermitteln lassen.

Das von der Bundesregierung seit mehreren Legislaturperioden verfolgte Konzept einer unabhängigen Honorarberatung durch einen Bezeichnungsschutz sowie durch Vergütungsverbote gegenüber Anbietern für die Honorarberater wird von den Kunden nicht als Alternative zum gewohnten Weg der Beratung und Verschaffung von Finanzprodukten angesehen. Ein Zwang zur Honorarberatung, wie ihn die Partei Bündnis 90/Die Grünen im Bundestagswahlkampf 2021 forderte, geht damit an den Interessen der Kunden vorbei und schadet letztlich dem Sozialstaat. Erfahrungen aus dem europäischen Ausland zeigen, dass am Ende vermögende Kunden profitieren, aber weniger vermögende Kunden keine qualifizierte Beratung mehr erhalten und gezwungen sind, sich selbst zu informieren und Entscheidungen ohne Unterstützung zu treffen. Das Ergebnis einer schlechteren Versorgung mit geeigneten Finanzprodukten wird in dieser Studie belegt. Das ist sozial unausgewogen und fiskalisch problematisch, wenn man die heute schon sehr hohe Belastung öffentlicher Haushalte durch Lasten des Sozialausgleichs bedenkt.

Sinnvoller erscheinen deshalb folgende Ansatzpunkte:

Die finanzielle Allgemeinbildung muss endlich verbessert werden.

Dazu bedarf es eines Bundesländer-übergreifenden Konsenses, dass die finanzielle Allgemeinbildung Bestandteil der Schulbildung in allen weiterführenden Schulformen sowie in allen Hochschulen sein sollte. Weiter bedarf es eines Konsenses, dass finanzielle Allgemeinbildung nicht mit gesellschaftspolitischen Diskussionen über Vorteilhaftigkeit von Wirtschaftssystemen ideologisch überfrachtet wird, sondern ausschließlich dem Ziel dient, Schülerinnen und Schüler auf ein selbstbestimmtes Leben vorzubereiten, zu dem Finanzentscheidungen und Grundwissen über deren Tragweite dazugehören. Entsprechende Weiterbildungen für Lehrerinnen und Lehrer sind notwendig, ebenso die Entwicklung von Lehrmaterialien. Auch diese sollten weltanschaulich neutral gehalten werden.

Kunden sollen frei zwischen Provisions- und Honorarberatung entscheiden können.

Künstliche Trennmodelle von Beratung und Vermittlung von Finanzprodukten sind ausschließlich freiwillig und ohne zwanghaftes Eingreifen in einen funktionierenden Markt zulässig. Kunden sollten im freien Wettbewerb entscheiden können, wem sie vertrauen und welches Vergütungsmodell sie bevorzugen. Insbesondere sind einseitige, ideologisch begründete Maßnahmen wie Provisionsverbote oder unangemessene Provisionsdeckelungen abzulehnen.

Provisionsberatung ist sozial ausgewogener als Honorarberatung.

Insbesondere sind einseitige Förderungen einer Honorarberatung abzulehnen. Der sozialpolitische Nutzen der Provision sollte wieder stärker in den Vordergrund gerückt werden. Provisionen sind sozial ausgewogener als aufwandsabhängige Honorare, weil sie weniger vermögende Kunden geringer belasten als vermögende Kunden. Dagegen belasten aufwandsbezogene Honorare vermögende Kunden wesentlich weniger, die wenig vermögende Kunden aber viel mehr als die (in die Prämie einkalkulierte)

Provision. Zudem sollte das ungleich stärkere Verhandlungsgewicht beachtet werden, das Produktgeber gegenüber Vermittlern bei der Provisionsverhandlung aufbringen können als umgekehrt die einzelnen Kunden gegenüber einem Honorarberater. Eine einseitige Diskriminierung der Provision ist daher abzulehnen.

Ein Zuviel an Information führt zu weniger Informiertheit des Kunden.

Die von der Regulatorik verfolgte Idee, Kunden durch eine umfassende Informationspflicht zu besseren Entscheidungen zu verhelfen, hat zu Übertreibungen geführt. Dadurch ist ein „zu viel“ an Informationen entstanden, das im Ergebnis zu weniger Informiertheit der Kunden führt. Deshalb sollten die Informationsvorschriften kritisch überprüft und auf ein vertretbares Maß reduziert werden. Ein Beispiel sind die Informationsvorschriften des § 7 VVG bei Versicherungen, bei denen teilweise weit mehr als 100 eng beschriebene Seiten an Versicherungsbedingungen kombiniert mit einem kurzen und knappen Produktinformationsblatt zu einer erschlagenden Menge an schwer verständlichen Informationen führt. Die Wahrscheinlichkeit, dass ein Kunde diese Informationen wahr- und ernst nimmt, ist viel geringer, als wenn er vorvertraglich nur – dafür aber prägnant – mit dem Produktinformationsblatt vertraut gemacht würde.

Literatur

Anger, Christina; Plünnecke, Axel; Schüler, Ruth-M. (2019): Bildungsmonitor 2019 – Ökonomische Bildung und Teilhabechancen. Studie im Auftrag der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM), in: Institut der deutschen Wirtschaft Köln; online auf iwkoeln.de

ASSEKURATA Solutions GmbH (2016): Einfluss der Vermittlerregulierung auf die private Altersvorsorge der deutschen Bevölkerung, Köln o.J. (2016)

ASSEKURATA Solutions GmbH (2019), : Beratungsqualität in der Lebensversicherung. Fehlanreize aus überhöhten Abschlussprovisionen?, Köln, o.J. (23.7.2019)

Beck, Hanno (2014): Behavioral Economics, Wiesbaden 2014

Beenken, Matthias (2014): Wahrnehmung der Vergütung in der Versicherungsbranche aus Kundensicht, Studie im Auftrag der Bayerischen Beamten Versicherungen (die Bayerische) in Kooperation mit der FGM GmbH, Dortmund 2014

Beenken, Matthias (2017): Bis 23. Februar neue Vergütungsmodelle, in: Versicherungsmagazin Aktuell vom 22.5.2017; www.versicherungsmagazin.de/rubriken/branche/bis-23-februar-neue-verguetungssysteme-1953080.html

Beenken, Matthias; Brühl, Bernhard; Pohlmann, Petra; Schradin, Heinrich R.; Schroeder, Nina; Wende, Sabine (2011): Nettotarifangebot deutscher Versicherungsunternehmen im Privatkundengeschäft, Institutsmitteilung 1/2011 des Instituts für Versicherungswissenschaft an der Universität zu Köln, https://ivk.uni-koeln.de/fileadmin/wiso_fak/versicherung_institut/documents/Mitteilungen/m_1_2011.pdf

Beenken, Matthias; Groß-Engelmann, Markus; Kersten, Frank; Esselmann, Frank (2015): Beratungsqualität in der Versicherungsvermittlung, in: Zeitschrift für Versicherungswesen, Heft 9/2015, S. 277-280

Beenken, Matthias; Ritzerfeld, Daniel; Schwanekamp, Jochen: Qualitätsmängel in der unabhängigen Verbraucherberatung, in: Zeitschrift Versicherungswirtschaft, Heft 16/2010, S. 1149-1152

Beenken, Matthias; Sandkühler, Hans-Ludger (2018): Das neue Versicherungsvertriebsrecht, München 2018

Beenken, Matthias; Schradin, Heinrich R. (2021): Nettotarifangebot deutscher Versicherungsunternehmen, Institutsmitteilung 1/2021 des Instituts für Versicherungswissenschaft an der Universität zu Köln, https://ivk.uni-koeln.de/sites/versicherung_institut/documents/Mitteilungen/Institutsmitteilung_1_2021_final.pdf

Beenken, Matthias; Teichler, Maximilian (2019): Mängel in der Umsetzung der IDD und praktische Folgen, in: Zeitschrift r+s recht und schaden, 2019, 241-248

Beenken, Matthias; Wende, Sabine (2016): Nettotarifangebot deutscher Versicherungsunternehmen, Institutsmitteilung 1/2016 des Instituts für Versicherungswissenschaft an der Universität zu Köln, https://ivk.uni-koeln.de/sites/versicherung_institut/documents/Mitteilungen/m1_2016.pdf

Berberich, Simon Che (2016): Der lange Abschied von den Dorf-Sparkassen, Focus online, 4.4.2016

BIPAR (2021) (European Federation of Insurance Intermediaries, Hrsg.): BIPAR Report, Figures on insurance intermediaries in Europe, Update January 2021, Brüssel 2021

BMELV (2009) (Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz) (Hrsg.): Qualitätsoffensive Verbraucherfinanzen, Thesenpapier zur Qualität der Finanzberatung und Qualifikation der Finanzvermittler, Berlin, 1.7.2009

BMELV (2011) (Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz) (Hrsg.): Qualitätsoffensive Verbraucherfinanzen, Eckpunkte für eine gesetzliche Regelung des Berufsbildes der Honorarberatung, Berlin, Juli 2011

Brandstetter, Barbara (2015a): Die gesetzliche Rentenversicherung – besser als ihr Ruf, in faz.net, aktualisiert am 22.03.2015

Brandstetter, Barbara (2015b): Die gesetzliche Rentenversicherung ist für Ältere unschlagbar, in faz.net, aktualisiert am 08.11.2015

BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN (2021): Deutschland. Alles ist drin. Bundestagswahlprogramm 2021

Bund der Versicherten (2019a): Stellungnahme des Bund der Versicherten e. V. (BdV) zum Referentenentwurf des Bundesministeriums der Finanzen: Entwurf eines Gesetzes zur Deckelung der Abschlussprovision von Lebensversicherungen und von Restschuldversicherungen, 6.5.2019

Bund der Versicherten (2019b): Das Kopfkissen – die bessere Riester-Rente? Die wahre Rendite der versicherungsförmigen Riester-Rente, Kurzstudie, Hamburg 2019

Bund der Versicherten (2021): Infoblatt – Kapitallebensversicherung, https://www.bundderversicherten.de/files/merkblatt/47-kapitalleben.pdf [9.3.2021], Hamburg 2021

Bundesverband Deutscher Vermögensberater (BDV): „Richtlinien für die Berufsausübung“ und „Grundsätze für die Kundenberatung“; Broschüre zum Download auf www.bdv.de

CDU/CSU (2021): Das Programm für Stabilität und Erneuerung. Gemeinsam für ein modernes Deutschland. (Programm zur Bundestagswahl 2021)

Destatis (2019) (Statistisches Bundesamt, Hrsg.): Bevölkerung im Wandel, Annahmen und Ergebnisse der 14. Koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung, Wiesbaden 2019

Deutsches Institut für Altersvorsorge (2021): Private Altersvorsorge mit Aktien, zuletzt abgerufen am 8.4.2021 von https://www.dia-vorsorge.de/fokus/1x1-der-altersvorsorge/private-altersvorsorge-mit-aktien/

DIVA (2021) – Deutsches Institut für Vermögensbildung und Alterssicherung: Deutscher Geldanlage-Index Winter 2020/21, Chartbook der Tandemumfrage, online auf diva.de

DIN (2019) (Deutsches Institut für Normung, Hrsg.): DIN 77230 Basis-Finanzanalyse für Privathaushalte, DIN 77230:2019-02, Berlin 2019

Eckardt, Martina; Räthke-Döppner, Solvig (2010): The Quality of Insurance Intermediary Services – Empirical Evidence for Germany, in: The Journal of Risk and Insurance, Vol 77, No. 3, S. 667-701, 2010

EIOPA (2020) (Hrsg.): EIOPA 1st annual Report on administrative Sanctions and other Measures under the Insurance Distribution Directive (IDD), Frankfurt/Main 2020

EIOPA (2021): Survey on the application of the Insurance Distribution Directive (IDD). Der Fragebogen ist nicht mehr einsehbar. Für Ende 2021 plant die EIOPA die Veröffentlichung der Befragungsergebnisse in einem “Report on the Application of the IDD”, vgl. www.eiopa.europa.eu/document-library/survey/survey-application-of-insurance-distribution-directive-idd_en

Erlei, Mathias; Leschke, Martin; Sauerland, Dirk (2007): Neue Institutionenökonomik, 2. Aufl., Stuttgart 2007

FDP (2021): Nie gab es mehr zu tun. Wahlprogramm der Freien Demokraten. (Programm zur Bundestagswahl 2021)

Finanztest (2009): Masse statt Klasse, Heft 10/2009

Finanztest (2020): Guter Rat ist selten, Heft 12/2020

Focht, Uwe (2009): Einfluss von Maklern und Wettbewerb auf Industrieversicherungsmärkten, Karlsruhe 2009

Freiberger, Harald (2020): Grabesruhe in der Filiale, Süddeutsche Zeitung, SZ.de 14.11.2020

Freiling, Jörg; Reckenfelderbäumer, Martin (2010), Markt und Unternehmung, 3. Aufl. Wiesbaden 2010

GDV/GfK (2016) (Hrsg.): Die digitale Versicherung – was Kunden wollen, Repräsentative Befragung 2016, hrsg. von Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V./GfK, Berlin 2016

Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV): „Verhaltenskodex für den Vertrieb“ inklusive Prüfungsergebnissen auf www.gdv.de

Goeke, Oskar (2012) (Hrsg.): Alternative Zinsgarantien in der Lebensversicherung, Proceedings zum 2. FaRis & DAV-Symposiums am 1. Juni 2012, Köln

Habschick, Marco; Evers, Jan (2008): Anforderungen an Finanzvermittler – mehr Qualität, bessere Entscheidungen, Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Hamburg 2008

Hagen, Kornelia; Kleinlein, Axel (2011): Zehn Jahre Riester-Rente: Kein Grund zum Feiern, DIW Wochenbericht 47/2011

Heinemann, Stephanie; Greß, Stefan (2013): Regulierter Wettbewerb in den Niederlanden – Eine Zwischenbilanz, in: Jacobs, Klaus; Schulze, Sabine (Hrsg.): Die Krankenversicherung der Zukunft. Anforderungen an ein leistungsfähiges System, Berlin 2013, S. 263 – 283, als PDF verfügbar auf www.wido.de/fileadmin/Dateien/Dokumente/Publikationsdatenbank/wido_ges_kv_der_zukunft_0818.pdf

Heuser, Michael (2020): DIVA-Briefing 05/2020: Die gesetzliche Rente nach Corona: Unsicherer denn je?, Briefing 05/2020 Deutsches Institut für Vermögensbildung und Alterssicherung (DIVA), online auf diva.de

Heuser, Michael (2021a): Millennials – Eine gefährdete Generation?, Briefing 03/2021 Deutsches Institut für Vermögensbildung und Alterssicherung (DIVA), online auf diva.de

Heuser, Michael (2021b): Staatsfonds für die Altersvorsorge?, Briefing 02/2021 Deutsches Institut für Vermögensbildung und Alterssicherung (DIVA), online auf diva.de

Icha, Aline (2014): Die Nettopolice, Karlsruhe 2014

Johnson, Eric J.; Hershey, John; Meszaros, Jaqueline; Kunreuther, Howard (2009): Framing, Probability Distortions, and Insurance Decisions, in: Kahneman/Tversky: Choices, Values, and Frames, 10. Aufl., New York 2009

Kahneman, Daniel; Knetsch, Jack L.; Thaler, Richard H. (2009a): Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias, in: Kahneman/Tversky: Choices, Values, and Frames, 10. Aufl., New York 2009

Kahneman, Daniel; Ritov, Ilona; Schkade, David (2009b): Economic Preferences or Attitude Expressions?, in: Kahneman/Tversky: Choices, Values, and Frames, 10. Aufl., New York 2009

Kahneman, Daniel; Rosenfield, Andrew M.; Gandhi, Linnea (2016): Noise, How to Overcome the High, Hidden Cost of Inconsistent Decision Making, in: Harvard Business Review, Oct. 2006

Karau, Torsten (2015): Qualitätsmessung in der Versicherungsvermittlung, Lohmar Köln 2015

Lach, Helge (2021): Evaluierung: Hält die IDD, was sie versprochen hat?, in: Zeitschrift für Versicherungswesen 01/2021, S. 12 - 20

Larisch, Merten (2020) von der Verbraucherzentrale Bayern e.V. in Focus Online vom 8.1.2020: Freiwillige Zahlung in die gesetzliche Rente: Auf diese Punkte müssen Sie achten

Leinert, Johannes (2004): Finanzieller Analphabetismus in Deutschland: Schlechte Voraussetzungen für eigenverantwortliche Vorsorge, o.O. 2004 (Bertelsmann Stiftung Vorsorgestudie 25); online auf bertelsmann-stiftung.de

(DIE) LINKE (2021): Zeit zu handeln! Für soziale Sicherheit, Frieden und Klimagerechtigkeit. Wahlprogramm zur Bundestagswahl 2021

Loewenstein, George; Prelec, Drazen (2009): Anomalies in Intertemporal Choice, in: Kahneman/Tversky: Choices, Values, and Frames, 10. Aufl., New York 2009

Maslow, Abraham H. (1943/2019): A Theory of Human Motivation, New Delhi 2019; originally published in Psychological Review, 50 (1943), 370-396

Meffert, Heribert; Bruhn, Manfred; Hadwich, Karsten (2018): Dienstleistungsmarketing, 9. Aufl. 2018, Wiesbaden

Mensching, Christopher (2002): Verbraucherschutz durch Berufsregelungen für Versicherungsvermittler, Karlsruhe 2002

Mischel, Walter (2014): The Marshmallow Test, Mastering Self-Control, New York 2014

OECD (2018): Launch: Results of the OECD PISA 2018 financial literacy assessment of students (zur Zusatzoption ‘Financial Literacy’ des Programme for International Student Assessment (PISA)); www.oecd.org/daf/fin/financial-education/launch-pisa-financial-literacy-results-2018.htm

Oehler, Andreas (2011): Bei Abschluss: Verlust?, Das Ende vom Anfang einer Vorsorge: Milliardenschäden durch fehlgeleitete Abschlüsse von Kapitallebens- und Rentenversicherungen, Bamberg 2011

Richter, Andreas; Ruß, Jochen; Schelling, Stefan (2016): Verstehen Versicherer ihre Kunden? Was man aus der modernen Verhaltensökonomie lernen kann, Working Paper, München/Ulm 2016

Ruß, Jochen; Schelling, Stefan (2018): Bedarfsgerecht, aber unbeliebt, Nutzen und Akzeptanz der lebenslangen Rente, Ulm 2018

Schafstädt, Christian (2015): Das Spannungsverhältnis zwischen Provisionsberatung und Honorarberatung im Versicherungsmarkt, Karlsruhe 2015

Schroeder, Nina (2015): Die Vergütung von Versicherungsmaklern, Hamburg 2015

Sonnenberg, Marcus (2013): Vertriebskostentransparenz bei Versicherungsprodukten, Karlsruhe 2013

SPD (2021): Das Zukunftsprogramm. Wofür wir stehen. Was uns antreibt. Wonach wir streben. (Programm zur Bundestagswahl 2021)

Steul-Fischer, Martina (2003): Risikoverhalten privater Kapitalanleger, Wiesbaden 2003

Stiftung Warentest (2021): Riester-Rente im Überblick – Versicherung, Sparplan, Fondspolice, Online vom 4.1.2021 auf www.test.de/Riester-Rente-im-Vergleich-Versicherung-Sparplan-Fondspolice-4910361-5229449/

Teichler, Maximilian (2018): Die Versicherungs-Vertriebsrichtlinie (IDD) erfolgreich umsetzen, Freiburg 2018

Thaler, Richard H. (2009): Mental Accounting Matters, in: Kahneman/Tversky: Choices, Values, and Frames, 10. Aufl., New York 2009

Thelen, Peter (2018): Hessen treibt Debatte um „Deutschlandrente“ für alle voran, in: Handelsblatt vom 22.3.2018

Trigo Gamarra, Lucinda (2007): Does the Product Quality Hypothesis Hold True? – service Quality Differences between Independent and Exclusive Insurance Agents, Working Paper Nr. 76, Rostock 2007

Tversky, Amos; Kahneman, Daniel (2009): Loss Aversion in Riskless Choice, in: Kahneman/Tversky: Choices, Values, and Frames, 10. Aufl., New York 2009

vzbv (2019) (Verbraucherzentrale Bundesverband, Hrsg.): Europäische Provisionsverbote & deutsche Fehldarstellungen, Berlin 2019

Wackerbeck, Philipp (2006): Private Finanzplanung bei Versicherungsunternehmen, Bad Soden/Ts. 2006

Wikipedia (2021): „Homo oeconomicus“, zuletzt abgerufen am 08.04.2021

Anhang: Empirische Befragung – Design und Fragebogen

Fragebogenentwicklung: Deutsches Institut für Vermögensbildung und Alterssicherung (DIVA)
Durchführung der Befragung: Statista

Methode: Befragung via online Access-Panel
Stichprobengröße: n=2.000
Land: Deutschland
Zielgruppe: Personen ab 18 Jahren in Deutschland, die in den letzten 3 Jahren eine Finanz-/ Vorsorgeberatung (im weiten Sinne) in Anspruch genommen haben
Stichprobe: repräsentativ nach Geschlecht und Alter für die o. g. Zielgruppe (auf Basis von national-repräsentativen Startern); mind. n=50 je Bundesland
Befragungszeitraum: Februar 2021

Programming instructions

**SP:*	*Einfachnennung (single pick)*
**MP:*	*Mehrfachnennung (multi pick)*
**RD:*	*Randomisierung der Items (randomization)*
**MA:*	*Matrixabfrage (matrix)*
**OQ:*	*Offene Abfrage (open question)*
**NQ:*	*Offene, numerische Abfrage (numeric question)*
**SC:*	*Bewertung auf einer Skala (scale)*
**RA:*	*Sortierung nach Wertigkeit oder Bedeutung (ranking)*
**DD:*	*Drop-down-Liste (drop down)*
**EX:*	*Sobald die Exklusivoption ausgewählt wird, werden bei der Frage alle anderen Auswahl-optionen ausgegraut. Die Befragten können keine weiteren Angaben in dieser Frage tätigen. (exclusive)*
[SCREENOUT]	*Ausfilterung, keine Zugehörigkeit zur Zielgruppe*
[END OF INTERVIEW]	*Ende des Interviews*

1. Soziodemografie & Screening

Q1) Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an. **SP*

1. Männlich
2. Weiblich
3. Divers

Q2) Wie alt sind Sie? _____ Jahre

Q3) In welchem Bundesland leben Sie? **SP*

1. Baden-Württemberg
2. Bayern
3. Berlin
4. Brandenburg
5. Bremen
6. Hamburg

7. Hessen
8. Mecklenburg-Vorpommern
9. Niedersachsen
10. Nordrhein-Westfalen
11. Rheinland-Pfalz
12. Saarland
13. Sachsen
14. Sachsen-Anhalt
15. Schleswig-Holstein
16. Thüringen

Q4) In welchen der folgenden Bereiche haben Sie innerhalb der letzten drei Jahre eine Beratung in Anspruch genommen bzw. sich selbst Informationen beschafft? **MP, *RD*

1. Versicherungen (z. B. Lebens-/ Rentenversicherung)
2. Finanzprodukte (z. B. Fonds, Aktien, Bausparverträge)
3. Mobilfunkanbieter (z. B. Anbieterwechsel)
4. Steuern (z. B. Hilfe bei der Steuererklärung)
5. Recht (z. B. bei Unterhaltszahlungen, Bußgeldverfahren, Kündigungen)
6. Beziehung (z. B. Ehe-/ Paarberatung)
7. In keinem der genannten Bereiche **EX, *immer an letzter Position*

[SCREENOUT: Befragte, die weder eine Beratung über Finanzprodukte oder Altersvorsorge in Anspruch genommen haben noch sich selbst informiert haben (Code 1 und Code 2 in Q4 nicht ausgewählt)]

2. Beratung über Finanz- und Vorsorgeprodukte

In der folgenden Befragung geht es um Ihre Erfahrungen und Meinungen rund um das Thema Finanz- und Vorsorgeprodukte. Damit gemeint sind alle Angebote zum langfristigen Vermögensaufbau, z. B. Sparpläne, Fonds und Aktien, oder Angebote zur Altersvorsorge, z. B. Lebens- oder Rentenversicherungen; nicht gemeint sind Giro- oder Tagesgeldkonten.

Q5) Sie haben angegeben, dass Sie innerhalb der letzten drei Jahre eine Beratung in Bezug auf Finanzprodukte bzw. Altersvorsorge in Anspruch genommen bzw. sich selbst informiert haben. Wenn Sie an Ihre letzte Beratung denken, wer hat Sie beraten? **SP, *RD*

1. Bank
2. Sparkasse
3. Versicherungsunternehmen
4. Versicherungsvermittler (z. B. Agentur, Makler)
5. Vermögensberater/Finanzberater/in
6. Arbeitgeber (z. B. betriebliche Altersvorsorge, Belegschaftsaktien)
7. Verbraucherzentrale
8. Sonstige, und zwar _____ **OQ, *immer an vorletzter Position*
9. Niemand, ich habe mich ausschließlich selbst informiert. **immer an letzter Position*

Filter: Befragte, die eine Beratung in Anspruch genommen haben (Q5!=9)

Q6) Haben Sie für diese letzte Beratung etwas bezahlt? **SP*

1. Ja
2. Nein
3. Weiß nicht

Filter: Befragte, die für die Beratung bezahlt haben (Q6=1)

Q7) Wie viel haben Sie für diese Beratung bezahlt? **NQ*

1. _____ Euro
2. Weiß nicht / Keine Angabe **EX*

Filter: Befragte, die eine Beratung in Anspruch genommen haben (Q5!=9)

Q8) Wie zufrieden waren Sie mit den Informationen, die Sie während und nach dem Beratungsprozess erhielten in Bezug auf …? **MA*

Spalten:

1. 1. 1 = Überhaupt nicht zufrieden
2. 2. 2
3. 3. 3
4. 4. 4
5. 5. 5 = Sehr zufrieden

Zeilen:

1. … die inhaltliche Qualität
2. … den Umfang (weder zu viele noch zu wenige Informationen)

Filter: Befragte, die eine Beratung in Anspruch genommen haben (Q5!=9)

Q9) Nochmals zum Umfang der Informationen, die Sie während und nach dem Beratungsprozess erhielten: War es für Ihren Bedarf zu wenig, zu viel oder genau die richtige Menge an Informationen? **SP*

1. 1 = Viel zu wenig
2. 2
3. 3
4. 4
5. 5 = Viel zu viel

Filter: Befragte, die eine Beratung in Anspruch genommen haben (Q5!=9)

Q10) Haben Sie in den letzten drei Jahren Ihre Beratungsstelle (z. B. Bank, Sparkasse, Versicherung, Vermittler, Vermögensberater/Finanzberater/in, Verbraucherzentrale) gewechselt? **SP*

6. Ja, meine bisherige Beratungsstelle hat geschlossen.
7. Ja, ich war unzufrieden mit meiner bisherigen Beratungsstelle.
8. Ja, woanders gab es bessere Konditionen.
9. Ja, aus einem anderen Grund, und zwar _____.
10. Nein, ich habe meine Beratungsstelle nicht gewechselt.

Q11) Jetzt geht es um Ihre allgemeinen Erwartungen an eine Finanzberatung: Welches sind die drei wichtigsten Erwartungen, die Sie bezüglich der Beratungsleistung im Bereich Finanzprodukte und Altersvorsorge haben? **MP, *max. 3, *RD*

Der/Die Berater/in soll …

1. … gut ausgebildet sein.

2. … sich regelmäßig weiterbilden.
3. … mir mehrere Marktangebote zum Vergleich vorlegen.
4. … mir nicht nur ein Produkt verkaufen, sondern umfassend über alle Finanz- und Vorsorgefragen beraten.
5. … meine finanziellen Verhältnisse und Risikobereitschaft erfragen.
6. … mich nach meinen Wünschen und Bedürfnissen fragen.
7. … mir zu meinen Bedürfnissen und Wünschen (z. B. Rendite, Liquidität, Sicherheit, Nachhaltigkeit) passende Angebote machen.
8. … mir Bedenkzeit für Finanzentscheidungen einräumen.

Q12) Und wie gut treffen die nachfolgenden Aussagen auf Ihre Erwartungen an den Ablauf und Service bei einer Beratung im Bereich Finanzprodukte und Altersvorsorge zu? **SC (Slider), *RD*

Skala:

1. 1 = Stimme überhaupt nicht zu
2. 2
3. 3
4. 4
5. 5 = Stimme voll und ganz zu

Aussagen:

Ich möchte …

1. … regelmäßig Vorschläge zu Finanz- und Versicherungsprodukten erhalten.
2. … jederzeit Fragen zu meinen Finanz- und Versicherungsprodukten stellen können.
3. …, dass meine Finanzprodukte regelmäßig geprüft werden, ob sie noch zu meinem Bedarf passen.
4. … im Schadensfall (Versicherung) eine persönliche Unterstützung durch eine/n Berater/in erhalten.

3. Informationsbeschaffung, Quellen und Kenntnisse bei der Finanzplanung

Q13) Wie häufig nehmen Sie sich Zeit für Ihre Finanzplanung (d. h. informieren sich über Ihre Altersvorsorge oder Investitionsmöglichkeiten wie Sparpläne, Fonds und Aktien)? **SP*

1. Mindestens einmal in der Woche
2. Mindestens einmal im Monat
3. Mindestens einmal im Vierteljahr
4. Mindestens einmal im Jahr
5. Seltener

Q14) Wie informieren Sie sich über Finanzprodukte und Angebote zur Altersvorsorge? **MP, *RD*

1. Webseiten im Internet
2. Tageszeitung
3. Fachzeitschriften und Newsletter für Finanzthemen
4. Soziale Netzwerke (z. B. Facebook, Xing, Twitter)
5. Nachrichtenportale / Apps (z. B., tagesschau.de, spiegel.de, t-online.de)
6. Familie / Freunde / Kollegen
7. Bankberater/in, Versicherungsberater/in

8. Vermögensberater/Finanzberater/in
9. Robo-Advisors / Chatbots
10. Videoportale (z. B. YouTube)
11. Fernsehen
12. Radio
13. Verbraucherzentrale
14. Sonstige, und zwar _____ *OQ, *immer an letzter Position

Filter: Befragte, die mehr als eine Informationsquelle nutzen (Count Q14>1)

Q15) Sie nutzen mehrere Quellen, um sich über Finanzprodukte und Angebote zur Altersvorsorge zu informieren. Welche Informationsquelle beeinflusst Ihre Finanzentscheidungen am stärksten?
*Bitte ordnen Sie die nachfolgenden Informationsquellen nach ihrer Relevanz, die diese bei Ihrer Entscheidung hat. *RA, *RD*

1. Webseiten im Internet
2. Tageszeitung
3. Fachzeitschriften und Newsletter für Finanzthemen
4. Soziale Netzwerke (z. B. Facebook, Xing, Twitter)
5. Nachrichtenportale / Apps (z. B. tagesschau.de, spiegel.de, t-online.de)
6. Familie / Freunde / Kollegen
7. Bankberater/in, Versicherungsberater/in
8. Vermögensberater/Finanzberater/in
9. Robo-Advisors / Chatbots
10. Videoportale (z. B. YouTube)
11. Fernsehen
12. Radio
13. Verbraucherzentrale

Q16) Wie schätzen Sie Ihre persönlichen Kenntnisse über die folgenden Bereiche ein? *MA
Spalten:

1. 1 = Keine Kenntnisse
2. 2
3. 3
4. 4
5. 5 = Sehr gute Kenntnisse

Zeilen:

1. Lebens-/ Rentenversicherung
2. Fondsanteile, Fondssparplan
3. Aktien, Aktiensparplan
4. Bausparvertrag

4. Besitz und Kauf bzw. Abschluss von Finanz- und Vorsorgeprodukten

Q17) Welche Finanzprodukte zum langfristigen Vermögensaufbau oder zur Altersvorsorge besitzen Sie? *MP, *RD

1. Lebens-/ Rentenversicherung
2. Fondsanteile, Fondssparplan
3. Aktien, Aktiensparplan
4. Bausparvertrag
5. Sonstige, und zwar _____ *OQ, *immer an vorletzter Position
6. Ich besitze keine Finanzprodukte. *EX, *immer an letzter Position

Filter: Befragte, die Finanzprodukte besitzen (Q17<>6)

Q18) Was sind die Hauptziele, die Sie langfristig mit Ihren Finanz-/ Vorsorgeprodukten verfolgen? Bitte nennen Sie Ihre drei wichtigsten Ziele. *MP, *max. 3, *RD

1. Altersvorsorge
2. Größere Anschaffungen in der Zukunft ermöglichen (z. B. Immobilienkauf)
3. Geld anlegen, das ich zurzeit nicht benötige
4. Vermögensaufbau
5. Geld für meine (Enkel-)Kinder und/oder meine/n Partner/in zurücklegen
6. Sonstige, und zwar _____ *OQ, *immer an vorletzter Position
7. Kein bestimmtes Ziel *EX, *immer an letzter Position

Q19) Welche Faktoren sind Ihnen bei Finanz-/ Vorsorgeprodukten besonders wichtig?
*Bitte ordnen Sie die nachfolgenden Faktoren nach ihrer Wichtigkeit. Positionieren Sie dabei den für Sie wichtigsten Faktor ganz oben in der Liste und sortieren Sie die anderen Faktoren gemäß ihrer Wichtigkeit absteigend. *RA, *RD*

1. Sicherheit (das Risiko für Verlust ist gering)
2. Liquidität (angelegte Mittel sind schnell wieder verfügbar)
3. Rendite (angelegte Mittel versprechen einen hohen Gewinn)
4. Niedrige Kosten (das Produkt selbst hat geringe Kosten)
5. Transparenz (das Produkt ist verständlich)
6. Nachhaltigkeit (das Produkt entspricht meinen sozialen, ethischen und ökologischen Überzeugungen)

Filter: Befragte, die Finanzprodukte besitzen (Q17<>6)

Q20) Wenn Sie an Ihren letzten Kauf bzw. Abschluss im Bereich Finanzprodukte und Angebote zur Altersvorsorge denken: Welches Produkt haben Sie zuletzt gekauft bzw. abgeschlossen? *SP

1. Lebens-/ Rentenversicherung
2. Fondsanteile, Fondssparplan
3. Aktien, Aktiensparplan
4. Bausparvertrag
5. Sonstiges, und zwar _____ *OQ
6. Ich habe mein Finanzprodukt nicht selbst gekauft.

Filter: Befragte, die Finanzprodukte selbst gekauft haben (Q20<>6)

Q21) Bei wem haben Sie Ihr letztes Finanz-/ Vorsorgeprodukt gekauft bzw. abgeschlossen? *SP

1. Bank
2. Sparkasse
3. Versicherungsunternehmen
4. Versicherungsvermittler (z. B. Agentur, Makler)

5. Vermögensberater/Finanzberater/in
6. Im Internet
7. Arbeitgeber (z. B. betriebliche Altersvorsorge, Belegschaftsaktien)
8. Verbraucherzentrale
9. Sonstige, und zwar _____ **OQ*
10. Weiß nicht / Keine Angabe

Q22) Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Aspekten in Bezug auf die Beratungsleistung, wenn Sie an Ihren letzten Kauf bzw. Abschluss eines Finanz-/ Vorsorgeproduktes denken? **SC (Slider)*

Skala:

1. 1 = Überhaupt nicht zufrieden
2. 2
3. 3
4. 4
5. 5 = Sehr zufrieden

Aussagen

Der/Die Berater/in…

1. … schien gut ausgebildet zu sein.
2. … hat einen Vergleich von Angeboten am Markt vorgenommen.
3. … hat mich nach meinen Wünschen und Bedürfnissen gefragt.
4. … hat meine finanziellen Verhältnisse und Risikobereitschaft erfragt.
5. … hat mir nicht nur ein Produkt verkauft, sondern mich umfassend über alle Finanz- und Vorsorgefragen beraten.
6. … hat mir zu meinen Bedürfnissen und Wünschen (z. B. Rendite, Liquidität, Sicherheit, Nachhaltigkeit, Kosten, Transparenz) passende Angebote gemacht.
7. … hat mir mehrere Angebote zum Vergleich vorgelegt.
8. … hat mir die für mich passenden Finanzprodukte beschafft.
9. … hat mir Bedenkzeit für die Finanzentscheidung eingeräumt.

Q23) Und wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Aspekten in Bezug auf den Beratungsprozess und Service, wenn Sie an Ihren letzten Kauf bzw. Abschluss eines Finanz-/ Vorsorgeproduktes denken? **SC (Slider)*

Skala:

1. 1 = Überhaupt nicht zufrieden
2. 2
3. 3
4. 4
5. 5 = Sehr zufrieden

Aussagen

1. Ich habe alle Informationen und Bedingungen vollständig vor Abschluss vorgelegt bekommen.
2. Ich habe auf einen Blick die wichtigsten Fakten zum Angebot erhalten (Produktinformationsblatt).

3. Ich habe ein Protokoll der Beratung erhalten.
4. Ich erhalte regelmäßig Vorschläge zu Finanz- und Versicherungsprodukten.
5. Meine Finanzprodukte werden regelmäßig geprüft, ob sie noch zu meinem Bedarf passen.
6. Ich kann jederzeit Fragen zu meinen Finanz- und Versicherungsprodukten stellen.
7. Ich erhalte bei Bedarf eine neue Beratung.
8. Im Schadenfall (Versicherung) erhalte ich persönliche Unterstützung durch eine/n Berater/in.

5. Weitere Soziodemografie

Abschließend möchten wir Ihnen noch einige Fragen zu Ihrer Person stellen.

Q24) Welchen Schul- / beruflichen Bildungsabschluss haben Sie bisher erreicht? **SP*

1. (noch) keinen / noch Schüler in allgemeinbildender Schule
2. Haupt- / Volksschule ohne Lehre
3. Haupt- / Volksschule mit Lehre
4. Weiterführende Schule ohne Abitur (Mittlere Reife/Realschulabschluss)
5. Abitur, (Fach-) Hochschulreife ohne Studium
6. Abgeschlossenes Studium

Q25) Sind Sie zurzeit berufstätig? **SP*

1. Vollzeit berufstätig (35 und mehr Stunden pro Woche)
2. Teilzeit berufstätig (15 bis 34 Stunden pro Woche)
3. Stundenweise berufstätig (weniger als 15 Stunden pro Woche) bzw. geringfügig beschäftigt
4. Zurzeit nicht berufstätig

Q26) Wie viele Personen (Sie selbst eingeschlossen) leben in Ihrem Haushalt? **SP*

1. 1 Person
2. 2 Personen
3. 3 Personen
4. 4 Personen
5. 5 Personen und mehr

Filter: Befragte, die nicht alleine leben (Q26 >1)

Q27) Wie viele Kinder (unter 18 Jahren) leben in Ihrem Haushalt? **SP*

1. Keine Kinder
2. 1 Kind
3. 2 Kinder
4. 3 Kinder
5. 4 Kinder
6. 5 Kinder und mehr

Q28) Wie ist Ihr Familienstand? **SP*

1. Ledig

2. In Partnerschaft lebend
3. Verheiratet
4. Geschieden oder verwitwet – mit Partner
5. Geschieden oder verwitwet – ohne Partner

Q29) Wie würden Sie Ihren Wohnort beschreiben? **SP*

1. Großstadt
2. Stadtrand einer Großstadt
3. Kleinstadt
4. Dorf/Land

Q30) Wie groß ist der Ort, in dem Sie wohnen? **SP*

1. Unter 5.000 Einwohner
2. 5.000 bis unter 20.000 Einwohner
3. 20.000 bis unter 100.000 Einwohner
4. 100.000 bis unter 500.000 Einwohner
5. 500.000 Einwohner und mehr

Q31) Wie hoch ist das monatliche Netto-Einkommen Ihres Haushalts, d. h. nach Abzug von Steuern und Sozialversicherungsbeiträgen? **SP*

1. Bis unter 1.000 €
2. 1.000 € bis unter 2.000 €
3. 2.000 € bis unter 3.000 €
4. 3.000 € bis unter 4.000 €
5. 4.000 € bis unter 5.000 €
6. 5.000 € und mehr
7. Keine Angabe

ENDE

Autoren der Studie

Prof. Dr. Matthias Beenken, Fachhochschule Dortmund; Kontakt: matthias.beenken@fh-dortmund.de

Prof. Dr. Michael Heuser, Deutsches Institut für Vermögensbildung und Alterssicherung / Fachhochschule der Wirtschaft (FHDW) in Marburg; Kontakt: michael.heuser@diva.de

unter Mitarbeit von: **Diana Lehr**, Studentin des Master-Studiengangs Business Consulting an der Hochschule Harz; Bachelor-Absolventin des Studiengangs Finanzvertrieb an der Fachhochschule der Wirtschaft (FHDW) in Marburg

Deutsches Institut für Vermögensbildung und Alterssicherung (DIVA)

Das Deutsche Institut für Vermögensbildung und Alterssicherung (DIVA) ist das Forschungsinstitut des Bundesverbands Deutscher Vermögensberater (BDV) und Hochschulinstitut der Fachhochschule der Wirtschaft (FHDW). Es veröffentlicht jeweils zweimal jährlich einen Geldanlage-Index und Altersvorsorge-Index, die Einstellungen der Menschen in Deutschland zu diesen Finanzfragen messen. Die Indizes basieren auf den DIVA-Tandemumfragen, repräsentativen Doppelbefragungen von Endverbrauchern einerseits und Vermögensberatern andererseits. Wissenschaftlicher Direktor ist FHDW-Professor Dr. Michael Heuser. Veröffentlichungen des DIVA und weitere Informationen unter www.diva.de.

Kontakt

Prof. Dr. Michael Heuser, Wissenschaftlicher Direktor
Deutsches Institut für Vermögensbildung und Alterssicherung
Bahnhofstraße 23 | 35037 Marburg
06421 59078-11 | michael.heuser@diva.de | www.diva.de