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

Kurzfassung

DIVA
Deutsches Institut für
Vermögensbildung und Alterssicherung

Deutsches Institut für
Vermögensbildung und Alterssicherung

Schriftenreihe des Deutschen Instituts für Vermögens-
bildung 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

Provisions- oder Honorarberatung – Was erwarten die Kunden?

Empirische Studie zur Finanzberatung in Deutschland

Ausgangsüberlegungen; Problemkontext

Finanzberatung in Deutschland ist heute gut und kundengerecht aufgestellt. Von der EIOPA in einem IDD-Konsultationsverfahren 2021 definierte Indikatoren für Qualitätsdefizite der Beratung wie die Anzahl von Falschberatungen, Beschwerden und Gerichtsverfahren oder die Anzahl der Rückabwicklungen (Versicherungs-Stornos) zeigen für Deutschland: Die Zahlen zu Fehlverhalten und Missständen 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.

Der stete Anstieg der Beratungsqualität für Finanzdienstleistungen ist nicht zuletzt auch 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. 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.

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

Auftrag und Zielsetzung der 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 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?

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 werden, 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.

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 vermögenden 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 Informationen 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 Zuviel 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.

Zur Studie

Auftrag, Forschungsfrage

In Politik, Wissenschaft und Praxis wird die Frage diskutiert, ob eine institutionelle Trennung des Angebots von Finanzdienstleistungsprodukten und der diesbezüglichen Beratung der Kunden zu einer besseren Beratungsqualität für die Nachfrager führt. Im Frühjahr 2021 beauftragte das Deutsche Berufsbildungswerk Vermögensberatung e.V. (DBBV) das Deutsche Institut für Vermögensbildung und Alterssicherung GmbH (DIVA) und namentlich die Autoren dieser Studie, die Thesen und Zusammenhänge dieses sogenannten „Trennmodells" theoretisch und empirisch zu überprüfen. Die Forschungsfrage der Studie lautete: Verbessert die institutionelle Trennung von Beratung zu und Angebot von Finanzdienstleistungen die Beratungsqualität für die Nachfrager von Finanzdienstleistungen?

Empirische Untersuchung

Auf Basis der Forschungsfrage und von theoretischen Überlegungen führte das Marktforschungsunternehmen Statista im Auftrag des DIVA im Frühjahr 2021 eine repräsentativen Onlinebefragung durch. 2.000 Entscheider ab 18 Jahren aus privaten Haushalten in Deutschland, welche in den letzten 3 Jahren eine Finanz-/ Vorsorgeberatung erhalten haben, wurden nach ihren Einstellungen, Erwartungen und Erfahrungen mit Finanzberatung und den verschiedenen Akteuren im Markt der Finanzdienstleistungen befragt.

Langfassung

Die Langfassung der Studie kann auf www.diva.de abgerufen werden.

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 (DIVA)
Bahnhofstraße 23 | 35037 Marburg
06421 59078-11 | michael.heuser@diva.de | www.diva.de