

## **Verbraucherschutz bei Finanzdienstleistungen im Bereich der geförderten Altersvorsorge**

Stand: 23.6.2010

### **1. Der Fokus des Verbraucherschutzes bei Finanzdienstleistungen sollte auf die Bedarfe der überwiegenden Mehrheit der Bevölkerung gerichtet werden.**

Die meisten Verbraucherschutzmaßnahmen der vergangenen Jahre (z. B. MiFid) orientierten sich eher am Bedarf einer Minderheit und gehen dabei ebenso wie viele geforderte (z.B. Honorarberatung und „Fact-sheets“) am Bedarf der Bevölkerungsmehrheit vorbei. So waren im Jahr 2008 in Deutschland lediglich 15,2% der Bürgerinnen und Bürger im Besitz von Aktien oder Aktienfonds. Dagegen besteht für jeden Bürger die Notwendigkeit, privat für das Alter vorzusorgen.

### **2. Neue Maßnahmen der Verbraucherpolitik sollten sich auf die (geförderte) Altersvorsorge konzentrieren.**

Das gilt besonders deshalb, weil für einen Großteil der Bevölkerung wenig Potential für's Sparen bleibt. So lag im Jahr 2007 bei 67% der rund 40 Millionen Haushalte in Deutschland das Nettoeinkommen unter 2.600 Euro und bei 29% unter 1.300 Euro im Monat.

### **3. Benötigt werden einfache, transparente und vergleichbare Produkte bei voller Transparenz der Kosten und des Chancen- / Risiken-Rasters**

Die Verbraucherkommission fordert volle Transparenz bei den Kosten, den Chancen und Risiken der Verträge, die Darstellung des regulären Vertragsablaufs bei alternativen Zinssätzen/Kapitalmarktsituationen sowie die zwischenzeitliche Entwicklung des Vertragsguthabens und des Garantiekapitals.

#### **4. Deckelung / Begrenzung der Kosten für Altersvorsorgeprodukte auf einen Prozentsatz der Einzahlungen**

Angesichts des engen finanziellen Spielraums der Bevölkerung fordert die Verbraucherkommission, dass für alle Altersvorsorgeprodukte vor Vertragsabschluss alle auf die Vorsorgesparer zukommenden Kosten / Belastungen ausgewiesen werden müssen. Dazu gehören auch Storno-, Freistellungs- und Anbieterwechselkosten. Nicht ausgewiesene Kosten / Belastungen müssten Vorsorgesparer dann nicht bezahlen.

Zur Vermeidung von Auswüchsen, und damit Vorsorgesparer die Chance und den Anreiz haben, auch mit verhältnismäßig geringen Beträgen für das Alter zusätzlich vorzusorgen, fordert die Verbraucherkommission zudem, die Kosten für alle Altersvorsorgeprodukte auf einen noch festzulegenden Prozentsatz der Einzahlungen oder einen festen, von der Produktart abhängigen Betrag zu begrenzen (zumindest, bis eine volle Kostentransparenz hergestellt ist).

#### **5. Schaffung eines Vorsorgekontos für die Altersvorsorge-Einzahlungen eines jeden Bürgers**

Derzeit gibt es eine Vielzahl von privaten, betrieblichen, geförderten und ungeförderten Vorsorgeprodukten.

Die Verbraucherkommission empfiehlt daher, die Schaffung eines transparenten, einfachen und kostengünstigen Vorsorgekontos zu prüfen. Zudem fordert die Verbraucherkommission die Möglichkeit zu schaffen, dass alle bestehenden Altersvorsorgeverträge kostengünstig in dieses Vorsorgekonto überführt werden können.

#### **6. Massive Bewerbung einer Checkliste zur Vorbereitung des Beratungsgesprächs**

Diese Maßnahme könnte vom Bundesverbraucherministerium unterstützt werden. Die Checkliste könnte als Faltblatt auf den Seiten des Ministeriums und der Länderministerien kostenlos herunterladbar sein.

## **7. Einführung eines Beratungsprotokolls in Verbindung mit Produktinformationsblättern**

Bisher ist das Beratungsprotokoll nur für Wertpapiergeschäfte verbindlich.

In Zukunft könnten auch Vorsorge- und Versicherungsprodukte im Bereich der geförderten Altersvorsorge mit Produktinformationsblättern versehen werden. Wichtig sind dabei erstens eine dem Charakter des Produkts Rechnung tragende Umfangsbegrenzung und zweitens Pflichtvorgaben für den Inhalt. Das Beratungsprotokoll wäre auf die Beratung mit Versicherungsprodukten übertragbar. Sehr wichtig sind die Vorgaben von Produktinformationsblatt und Beratungsprotokoll natürlich für den grauen Kapitalmarkt und alle nicht regulierten Produkte.

Um eine optimale Vergleichbarkeit von Produkten herzustellen, müssen die Produktinformationsblätter soweit wie möglich standardisiert werden.

## **8. Begrenzung der verkaufslenkenden Wirkung von Anreizsystemen**

Anreizsysteme der Finanzvermittlung müssen so gestaltet werden, dass sich die Empfehlung am Bedarf der Verbraucher ausrichtet. Provisionen müssen offen gelegt werden.

Es gibt schon bislang Honorarberatung, sie fristet aber eher ein Mauerblümchendasein. Mehr Honorarberatung würde sicherlich die Interessenkonflikte von Beratung und Verkauf vermindern. Ob aber ein Ausbau der Honorarberatung per se zu besseren Ergebnissen für die Kunden führt, ist nicht einfach wissenschaftlich zu belegen.

Denkbar wären auch konkurrierende Systeme wie auch sonst in der Marktwirtschaft üblich. Beide Beratungsformen sollten angeboten werden.

## **9. Erhöhung der Flexibilität der Beitragszahlung und des Anbieterwechsels bei Produkten der geförderten Altersvorsorge**

Eine pauschale Kostenobergrenze von beispielsweise 50 Euro für einen Produktwechsel könnte für alle geförderten Produkte eingeführt werden. Außerdem sollten die Vertriebskosten nicht gleich auf die gesamte Beitragssumme bis Rentenbeginn erhoben werden und mit den Beiträgen der ersten fünf Jahre verrechnet werden. Vielmehr sollte eine lineare Verteilung der Kosten angestrebt und daher nur in Prozent von jedem Beitrag berechnet werden.

## **10. Festlegung von Mindeststandards für die Ausbildung von Vermittlern von Finanzdienstleistungen sowie deren Registrierung**

Ähnlich wie im Versicherungsbereich sollte auch bei Beratung sowie Vermittlung und Verkauf von Finanzprodukten ein System mit klar definierten Geschäftsmodellen, notwendigen Qualifikationen und Absicherungen der Kunden (z.B. über Vermögensschadenshaftpflichtversicherungen) aufgebaut werden: Finanzberater, Finanzvermittler, Finanzmakler. Vielleicht ist es möglich einen Pass zu entwickeln, der die Ausbildungsnachweise beinhaltet. Oder man geht sogar so weit und entwickelt entsprechende Kammerberufe mit den dazugehörigen Regelungsmechanismen.

## **11. Bildung zum Umgang mit Geld und zum Finanz- und Vorsorgemanagement als Teil der Verbraucherbildung**

(Mehr) Bildung zum Umgang mit Geld und zum Finanz- und Vorsorgemanagement ist dringend notwendig.

Die schulische Institutionalisierung sollte sichern,

- dass es Fächer oder Fächerverbünde gibt, die Verbraucherbildung (auch von der Ausbildung der Lehrkräfte her) in ihr Curriculum integrieren.
- dass zentrale Inhaltsbereiche durch die jeweiligen Bildungspläne abgesichert sind und auch umgesetzt werden.
- dass ausreichend professionelles Lehrpersonal vorhanden ist.

Zukünftige Revisionen von Bildungsplänen und Ausbildungsstrukturen an den Hochschulen sollten dies berücksichtigen.