

## Anlageberatung

### Abschlussprovisionen: Vom Verbraucher verdrängt

Vergütungsstrukturen beim Vertrieb von Finanzdienstleistungen sind nach wie vor Gegenstand von Diskussionen. Wie hoch die umstrittenen Provisionen aber tatsächlich ausfallen, ist den meisten Verbrauchern gar nicht bewusst – und das, obwohl die Information darüber mit Produktinformationsblatt und Beratungsprotokoll verpflichtend eingeführt wurde. Zu diesem Ergebnis kommt eine im Dezember 2014 veröffentlichte Studie der European Business School, für die in der zweiten Jahreshälfte 2013 insgesamt 1041 bevölkerungsrepräsentativ ausgewählte Verbraucher befragt wurden.

Ein Großteil der Befragten hält demnach die Beratungsleistung nach wie vor für eine kostenlose Dienstleistung. Die übliche Höhe der Abschlussprovision/des Agios bei Beratung und Abschluss eines Aktienfonds-Sparplans konnten nur 11,4 Prozent der Probanden richtig angeben. Ein gutes Viertel bekannte sich dazu, dies nicht zu wissen, 62,9 Prozent schätzten die Provisionshöhe falsch ein. Bei der Frage nach der marktüblichen Abschlussprovision bei Abschluss einer fondsgebundenen Rentenversicherung fielen die Werte vergleichbar aus. Hier lagen 9,1 Prozent der Befragten richtig.

Interessanterweise gibt es dabei keine Korrelation zwischen der Einschätzung der eigenen finanziellen Allgemeinbildung beziehungsweise dem Nettogeldvermögen der Befragten und einer korrekten Einschätzung der Provisionshöhe. Diejenigen, die ihr allgemeines Wissen in finanziellen Angelegenheiten als sehr gut oder eher gut einschätzen, gaben zwar deutlich seltener an, darüber nicht Bescheid zu wissen. Dafür ist unter den vermeintlich gut Informierten der Anteil jener, die die Provisionshöhe falsch einschätzen, be-

trächtlich höher. Mit anderen Worten: Sie trauen sich zwar häufiger eine Einschätzung zu, liegen dafür aber umso häufiger falsch. Gleiches gilt für Anlegergruppen mit höherem Nettogeldvermögen.

Die öffentliche Diskussion um die Thematik wird damit in gewissem Sinne ad absurdum geführt: Sie hat zwar das Vertrauen in die Bankberatung insgesamt geschwächt, aber nicht dazu geführt, dass sich Bankkunden wirklich dafür interessieren, wie hoch die ach so geschmähten Provisionen eigentlich sind. Ein Vergleich zwischen Honorarberatung und jener auf Provisionsbasis ist damit kaum möglich. Natürlich kann man – wie von Verbraucherschützern gefordert – die Darstellung des „Beratungspreises“, sprich der Provision, in den ausgehändigten Unterlagen noch deutlicher herausheben. Doch was hilft das alles, wenn der Kunde sich letztlich gar nicht damit befasst – beziehungsweise die ihm zur Kenntnis gebrachten Informationen alsbald wieder vergisst? Den Kunden zwingen, dergleichen Angaben zu verinnerlichen, kann der Gesetzgeber nicht.

Der Paradigmenwechsel zu einer Beratung auf Honorarbasis wird vor diesem Hintergrund vielleicht doch nur mit der Brechstange, sprich einem Verbot der Provisionsberatung zu erreichen sein, mit all den bekannten möglichen Nebenwirkungen einer solchen gesetzgeberischen Entscheidung. Denn die bewusste Entscheidung zwischen dem einen oder anderen Modell setzt einen gründlichen Vergleich beider Modelle voraus. Aktuell sieht die Situation aber eher so aus, dass der Kunde zwar eine optimale, individuelle Beratung wünscht, dafür jedoch im Grunde weder Provisionen noch Honorar zahlen will. **Red.**