

Verbraucherschutz

Unverständliche „Beipackzettel“

Das Ziel, den Kunden mit den „Beipackzetteln“ zu Finanzprodukten verständliche Informationen zu den angebotenen Produkten an die Hand zu geben, wurde bisher offenbar trotz gesetzlicher Vorgaben nur bedingt erreicht. Die Produktinformationsblätter sind zwar vielleicht nicht ganz so unverständlich wie die Beipackzettel der Pharmaindustrie. Gut verständlich findet sie allerdings nur ein gutes Drittel der Kunden. Zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative Umfrage der Exameo GmbH – Europäisches Institut für

verständliche Information, Frankfurt am Main, vom März dieses Jahres.

Jeder Vierte der befragten Kunden hat aufgrund der mangelnden Verständlichkeit eigenen Angaben zufolge schon einmal den Abschluss verweigert. Noch bedenklicher ist vermutlich die Tatsache, dass knapp jeder fünfte Kunde trotz zu komplizierter Vertragsunterlagen einen Abschluss getätigt hat. Denn hier schlummert das Potenzial für spätere Unzufriedenheit. **Red.**