

- Vermögensverwalter stehen wohl bald vor der Wahl: Provisionen oder Honorar. Es läuft auf eine Mischform hinaus
- Mit Geldtipps per Video und einem klaren Geschäftsmodell wollen Institute näher an ihre Kunden heranrücken

KARSTEN SEIBEL
FRANKFURT/MAIN

Der Deutsche-Bank-Manager zeigt sich einsichtig. Ja, es gebe ein tief sitzendes Misstrauen der Menschen gegenüber ihrer Bank, dies werde sich auch nicht so schnell ändern, sagt Rainer Neske. „Der Bedarf an Beratung wird in den nächsten Jahren dennoch dramatisch steigen“, zeigt sich der Vorstand der größten deutschen Privatkundenbank, überzeugt. Mit den Marken Deutsche Bank und Postbank ist Neske verantwortlich für Wohl und Wehe von 24 Mio. Kunden. Dass die Betreuer in den Filialen wieder gefragt werden, führt er auf die dauerhaft niedrigen Zinsen und die zumindest bereits gefühlte Inflation zurück. Jeder Anleger muss sich mehr Gedanken machen, wie in den nächsten Jahren zumindest die Kaufkraft des Ersparnten erhalten werden kann.

Nicht nur bei der Deutschen Bank überlegt man, wie es gelingen kann, dass die Menschen trotz des grundsätzlichen Vertrauensschwunds gegenüber Finanzdienstleistern auch künftig auf den Rat der Kundenbetreuer hören. Selten war so viel Bewegung zu beobachten, fast hektisches Treiben: Es gibt Schulungsoffensiven für Berater, neue Dienstleistungsangebote wie Videoberatung am Abend oder Wochenende. Und über allem steht die Frage nach dem Bezahlssystem der Zukunft. Provision oder Honorar? Sollen Banken und Vermögensverwalter weiterhin Geld vom Hersteller für den Verkauf von Versicherungen und Fonds erhalten oder künftig doch eher direkt vom Kunden für die reine Beratungsleistung bezahlt werden?

Eine Antwort zeichnet sich irgendwo dazwischen ab. Für Druck sorgt derzeit weniger der Kunde. Dies zeigen nicht zuletzt die Ergebnisse einer vor kurzem veröffentlichten deutschlandweiten Befragung unter 1400 Bankberatern der Hochschule European Business School. Demnach sind die Kunden aus Sicht der Bankmitarbeiter zwar sehr viel misstrauischer im Gespräch. Sie sind auch bei den Kosten kritischer als vor zwei Jahren. Vier von zehn Mitarbeitern stellten zudem fest, dass für Kunden Ausgabeaufschläge bei Fonds und Abschlussprovisionen bei Versicherungen mittlerweile ein wichtiges Thema sind. Doch obwohl sich Verbraucher offensichtlich nicht mehr ganz so einfach etwas verkaufen lassen und wissen, dass auch die Beratung in einer Bank etwas kostet, wollen sie von Honorarberatung wenig wissen. Lediglich vier Prozent der Bankmitarbeiter gaben an, dass Kunden stark oder sehr stark danach fragten.

Dass sich dennoch etwas ändern wird, liegt an der Europäischen Kommission, die sich des Themas angenommen hat. Derzeit wird eine neue Richtlinie aus Brüssel unter dem Stichwort Mifid II heftig diskutiert. Darin ist zwar keine grundsätzliche Abschaffung von Provisionen vorgesehen. Vermögensverwalter aller Art müssen sich allerdings entscheiden, ob sie sich als unabhängig oder als abhängig bezeichnen wollen.

Demnach muss sich jeder, der mit einer von einzelnen Produktherstellern unabhängigen Beratung wirbt, auch tatsächlich eine große Palette mit Produkten verschiedenster Hersteller vorweisen und vor allem auf Mischmodelle bei der Vergütung verzichten. Er darf also keinerlei Gebühren oder Provisionen beispielsweise von Fondsgesellschaften oder Versicherern annehmen. Wer dagegen kein Hehl daraus macht, dass er von einem oder wenigen Produktanbietern abhängig ist, muss auch künftig nicht auf Vertriebsanreize der Hersteller, wie es so schön heißt, verzichten.

Noch ist unklar, ob es wirklich so kommt. Aber die meisten in der Branche gehen davon aus, dass es spätestens ab 2014 so sein wird. Für einen Stopp der Entwicklung sind die Anstrengungen in einzelnen Ländern wie Großbritannien und den Niederlanden bereits zu weit gediehen. Die Mifid-II-Richtlinie würde

Geldanlage ist mühsam: Den richtigen Weg zu finden, wird Kunden von Banken und Vermögensverwaltern nicht immer leicht gemacht



Wo lang zum guten Rat?

Die Finanzbranche sucht den besten Weg, um Anleger zurückzugewinnen

für alle Anlageberater gelten: für jene in Banken und bei Vermögensverwaltern.

„Etlche Institute stellen sich im Hintergrund bereits darauf ein“, sagt Ulrich Hoyer von der auf Finanzdienstleister spezialisierten Unternehmensberatung ZEB. Aktuelle Zahlungsströme würden genau analysiert – woher das Geld der Bank derzeit kommt, für welche Produkte in welchem Umfang Provisionen fließen. Honorarähnliche Strukturen müssen sich mit den aktuellen Quellen so vereinbaren lassen, dass auf der einen Seite nicht viele Erträge wegfallen, auf der anderen Seite aber auch die Kunden nicht mit hohen Stundensätzen vor den Kopf gestoßen werden müssen. Wozu die meisten Sparer schlicht nicht bereit sind, wie Umfragen zeigen. Geprüft werden dem Vernehmen nach höhere Depotgebühren – oder, falls ohnehin nicht mehr vorhanden, deren Wiedereinführung. Auch mit Gebüh-

ren, die von der Wertentwicklung des jeweiligen Depots abhängen, wird in den nächsten Jahren sehr viel stärker experimentiert werden. Ist die Beratung so gut, dass sich das Vermögen des Kunden tatsächlich mehr, soll auch die Bank oder der Vermögensverwalter daran verdienen.

Dies deckt sich mit Vorschlägen von Branchenkritikern. Hermann-Josef Tenhagen von der Stiftung Warentest sieht ein langfristig angelegtes Honorarmodell als dringend geboten an. Finanzdienstleister verkauften schließlich Güter, bei denen Kunden womöglich erst in fünf oder zehn Jahren wüssten, ob sie auch wirklich die versprochene Leistung brächten. „Bezahlung und Leistung müssen enger zusammengebracht werden“, sagt Tenhagen. Bei Lebensversicherungen belaufen sich die direkt am Anfang des Vertrags anfallenden Kosten schnell auf mehrere Tausend Euro. Auch wer 40.000 Euro in Investmentfonds anlegt, zahlt unter Umständen direkt einmal 2000 Euro Ausgabeaufschlag.

Bei vielen Vermögensverwaltern und im gehobenen Privatkundengeschäft der Banken gibt es heute schon pauschale Gebührenlösungen. Der Kunde muss zwischen 0,8 Prozent und 1,3 Prozent des Depotvolumens pro Jahr für die Betreuung des Vermögens zahlen. Wobei es auch Mischformen gibt, bei denen der Berater zusätzlich noch Provisionen von den Produktgebern kassiert. Wenn dies offen ausgewiesen wird, muss dies kein Problem sein. Weit weniger verbreitet als solche pauschalen Mandatslösungen sind Honorarmodelle mit Stundensätzen. Hier muss der genaue Umfang der Leistungen vorab zwischen Kunde und Berater besprochen werden. Das Erstgespräch ist in der Regel kostenfrei. Später wird nach Beratungszeit abgerechnet. Richtwert sind 150 Euro pro Stunde. Inklusive Vor- und Nachbereitung kommen schnell 600 Euro zusammen.

Neben dem Gebührenmodell der Zukunft und neuen Vorschriften durch die Politik treibt die Banken noch ein anderes Thema um: der Einfluss des Internets auf die Vermögensberatung. „Dank des Internets gibt es immer mehr Selbstentscheider unter den Kunden“, sagt Ralph Hientzsch, Geschäftsführer der Unternehmensberatung Consileon. Auch wenn die Zahl der Filialbesuche weiter zurückgehen werde, nutzen viele Kunden auch in Zukunft beide Kanäle parallel – online und offline. Dennoch müsse die Beratung „neu gedacht“ werden, „neu erlebbar“ sein, wie er sagt.

Die HypoVereinsbank (HVB) hat bereits vorgestellt, was sie darunter versteht. Sie erweitert ihr Online-Angebot durch Videoberatung per Internet. Der Kunde kann auch am Abend oder am Wochenende mit seinem Berater unter vier Augen sprechen. Das Angebot soll den HVB-Kunden demnächst zur Verfügung stehen. Auch in Filialen soll das Gespräch per Bildschirm an Einfluss gewinnen. Dort wird künftig bei Bedarf ein

Spezialist, etwa für Baufinanzierungen, zum Beratungsgespräch zugeschaltet.

Deutsche-Bank-Vorstand Neske sieht eine der größten Herausforderungen ebenfalls in der Nutzung des Internets. „Der Übergang des Beratungsgeschäfts in die neuen Medien gehört zu den Kernaufgaben der nächsten Jahre“, sagt er.

Auch in seinem Haus wird daran gearbeitet, wie der Kunde über Video digital beraten werden kann und was dies beispielsweise für die Arbeitszeiten der Berater bedeutet. Auch diese neuen Umgangsformen sollen das Vertrauen der Kunden zurückbringen. Die seit Januar 2010 obligatorischen Beratungsprotokolle

le tragen dazu seiner Meinung nach übrigens allein nicht bei. „Wir füllen bei der Deutschen Bank 100.000 Beratungsprotokolle pro Monat aus. Ein Maß für die Qualität der Beratung ist dies aber nicht“, so Neske. Für das Vertrauen sei dagegen viel Kernerarbeit bei der Beratung und den Produkten notwendig.

WAS KUNDEN BEACHTEN SOLLTEN

Gute Geldanlage macht Arbeit. Das fängt für den Verbraucher bei der Auswahl des geeigneten Beraters und der Frage nach dessen Bezahlung an. Wenn der Kunde nicht direkt ein Honorar zahlt, sollte er wissen, wie viel sein Gegenüber an welchen Produkten verdient. Dann kann der Anleger die Empfehlungen besser einschätzen. Seriöse Berater haben keine Probleme damit, offen Auskunft zu geben. Kritisches, selbstbewusstes Auftreten des Kunden ist auch im weiteren Verlauf des Gesprächs entscheidend. Gerät der vermeintliche Fachmann schon bei einfachen Nachfragen ins Schwimmen, ist Aufstehen und Gehen oft die beste Entscheidung. Das gleiche gilt, wenn auf eine schnelle Unterschrift gedrängt wird oder direkt Werbebroschüren auf dem Tisch landen mit „tollen neuen Produkten“. Neben Preisvergleichen im Internet können auch Online-Verbraucherempfehlungen bei der richtigen Anlageentscheidung helfen. Orientierung liefern beispielsweise die Ranglisten des Portals Whofinance.de.

Rang	Institute	Verbraucherempfehlung*
1.	MLP	4,74
2.	quirin bank	4,55
3.	Deutsche Bank	4,40
4.	Postbank	4,36
5.	Sparda-Banken	4,36
6.	Volks- und Raiffeisenbanken	4,12
7.	Sparkassen	4,08
8.	Commerzbank	3,89
9.	HypoVereinsbank AG	3,88
10.	Targobank	2,31

* Auf einer Skala von 1 (nicht empfehlenwert) bis 5 (Top Tipp).
Basis: 24.000 Kundenbewertungen
Stand: März 2012
QUELLE: WWW.WHOFINANCE.DE

