

# Der Weg vom intransparenten Provisionsmodell hin zur transparenten Honorarberatung



Florian Schubiger

*Der Beratungsmarkt in der Finanzindustrie hat sich in den letzten zehn Jahren stark gewandelt. Dieser Prozess wird sich eher beschleunigen als verlangsamen. Kunden werden kritischer, Politiker sehen nach der Finanzkrise Handlungsbedarf und Regulierungsbehörden wollen sich an strengere internationale Standards anpassen. Nicht nur Finanzdienstleister, wie Banken und Versicherungen, müssen sich mit den neuen Gegebenheiten auseinandersetzen, auch für Kunden dürfte sich einiges verändern. Welche Unternehmen von den fundamentalen Anpassungen am meisten betroffen sind, kann noch nicht abschliessend beurteilt werden. Die aktuelle Situation genauer zu beleuchten und eine Prognose zu möglichen künftigen Entwicklungen zu wagen, lohnt sich aber für jedes Finanzdienstleistungsunternehmen.*

## Informationsasymmetrie zwischen Kunde und Berater

Finanzangelegenheiten sind kompliziert. Für viele Bank- und Versicherungskunden sind sie ein Buch mit sieben Siegeln. Sie suchen einen Spezialisten auf, weil das eigene Wissen nicht ausreicht. Nur wenige sind sich bei der Beraterwahl bewusst, dass es unterschiedliche Geschäfts- und Entschädigungsmodelle gibt. Sie wissen nicht, dass der Begriff Unabhängigkeit in Bezug auf die Beratertätigkeit nicht geschützt ist, dass im Hintergrund bei vielen Geschäften Provisionen fliessen und dass selbst Honorarberater nicht immer vollständig neutral agieren. Dieser Umstand hat weitreichende Folgen. Diese sind besonders ausgeprägt, weil in der Finanzbranche aufgrund intransparenter Strukturen und einem grossen Know-how-Gefälle zwischen Kunde und Berater ausgeprägte Informationsasymmetrien bestehen. Die wichtigsten treten in den folgenden Bereichen auf.

## Kosten von Dienstleistungen

Nur wenige Versicherungs- und Bankkunden wissen, wie hoch die offenen und versteckten Gebühren bei einzelnen Dienstleistungen wirklich sind. Die Gesamtkosten eines Wertschriftendepots sind selbst für interessierte Privatanleger nicht nachvollziehbar. Devisenspreads und Gebühren bei strukturierten Produkten sind nur zwei Stichwörter. Bei gemischten Lebensversicherungen, Leibrenten und anderen Versicherungslösungen bleibt dem Kunden ebenfalls verborgen, wie viel die Versicherungsgesellschaft unter dem Strich an Kosten verrechnet. Intransparente und mit Konkurrenzangeboten kaum vergleichbare Gebührenmodelle sind deshalb nicht die Ausnahme, sondern die Regel.

## Höhe von Provisionen

Oft wird Kunden in der Praxis nicht transparent kommuniziert, dass bei der Vermittlung von Versicherungen, Hypotheken und anderen Finanzprodukten Provisionen fliessen. Gerichtsprozesse zum Thema Provisionen bei Anlagefonds haben in den letzten Jahren gezeigt, wie stark die Vorstellungen einzelner Player in der Finanzbranche in punkto Transparenz von denjenigen der Kunden und der höchsten richterlichen Instanzen abweichen. Während die Finanzbranche die genaue Höhe von Provisionen vor ihren Kunden geheim halten will, verlangt das Bundesgericht die vollständige Offenlegung und Auszahlung an die Kunden. In vielen Bereichen, auch bei der Vermittlung von Versicherungen, herrscht weiterhin keine Transparenz bezüglich der Höhe bezahlter Provisionen. Kunden, welche den genauen Frankenbetrag geflossener Kickbacks anfragen, erhalten von vielen Anbietern keine oder nur allgemein formulierte Antworten.

## Der Autor

Florian Schubiger ist Mitgründer der auf neutrale Finanzberatung spezialisierten VermögensPartner AG.

### Informationen und potenzielle Risiken bei Finanzprodukten

Viele Anbieter versuchen gar nicht erst, transparente Finanzprodukte herzustellen. Einige Hedgefonds definieren beispielsweise nur ungenau, in welche Anlagekategorien und Finanzinstrumente sie investieren. Nicht selten wird auch eine «falsche» Sicherheit verkauft, weil gewisse Begriffe nicht korrekt verwendet werden. Auf 100 Prozent Kapitalschutz haben sich viele Anleger verlassen, durch die Lehman-Pleite haben sie trotzdem viel Geld verloren. Auch das oft gemachte Versprechen «Absolute Return» konnte bei etlichen Finanzinstrumenten nicht eingehalten werden. Aber nicht nur deshalb haben Kunden Mühe, Risiken und Renditechancen von Geldanlagen einzuschätzen. Es fehlen auch die statistischen Hilfsmittel, die Zeit und das Fachwissen zur detaillierten Beurteilung von Anlage-lösungen. Privatkunden müssen sich oft blind auf die Empfehlungen ihres Beraters verlassen, weil die Komplexität der empfohlenen Produkte (zu) hoch ist.

### Ausgestaltung der Verträge

Die Verträge zwischen Finanzdienstleistern und Kunden sind oftmals einseitig formuliert und in kompliziertem Juristendeutsch verfasst. Spezialisierte Anwälte sichern die Finanzbranche vor möglichen rechtlichen Risiken ab, während Privatkunden das Wissen und die finanziellen Mittel fehlen, um die Verträge zu hinterfragen. Weil die meisten Anbieter in der Branche ähnliche Vertragsklauseln verwenden, fehlt dem Kunden zudem die Wahlmöglichkeit. Die nur schwer verständlichen und unzähligen Vertragsbestandteile verleiten Anleger dazu, Verträge fast blind zu unterschreiben.

Informationsasymmetrien zwischen Berater und Kunde gibt es in vielen Branchen – bis zu einem gewissen Punkt suchen Konsumenten ja genau deshalb einen Spezialisten auf. Probleme können auftreten, wenn Berater ihr Fachwissen nicht bedingungslos für ihre Kunden einsetzen, sondern deren Vertrauen missbrauchen und auch Interessen anderer Stakeholder berücksichtigen. In besonderem Ausmass kann dies der Fall sein,

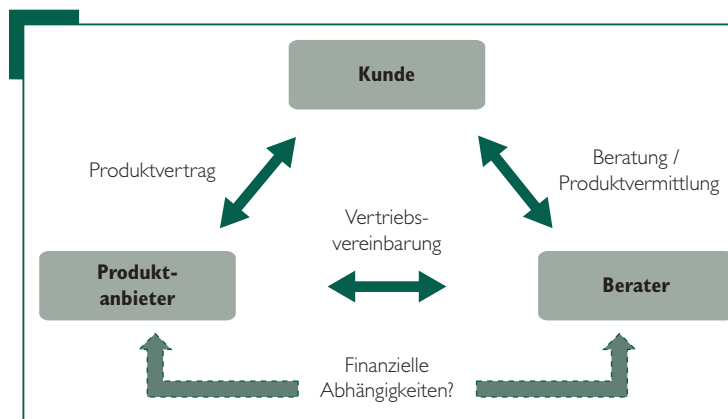


Abb. 1: Dreiecksverhältnis zwischen Kunde, Berater und Produktanbieter

(Quelle: VermögensPartner AG)

wenn durch finanzielle Anreize Abhängigkeiten geschaffen werden.

### Dreiecksverhältnis zwischen Kunde, Berater und Produktanbieter

In der Finanzberatung entstehen oft typische Dreiecksbeziehungen (Abbildung 1). Einerseits entsteht ein Verhältnis zwischen Kunde und Berater, zum Beispiel ein Auftragsverhältnis, andererseits kommt bei erfolgreicher Produktvermittlung auch ein Vertrag zwischen Kunde und Produktanbieter zustande. Weiter schliessen Beratungsunternehmen direkt mit Produktanbietern Vertriebsvereinbarungen oder andere Verträge ab. Diese Vereinbarungen sind sinnvoll, garantieren sie doch eine reibungslose Abwicklung und klare Rollenverteilung zwischen Produktanbieter und Berater. Davon profitieren auch die Kunden des Beraters.

### Potenzielle Interessenkonflikte durch finanzielle Verstrickungen

Problematisch kann das Dreiecksverhältnis dann werden, wenn der Berater seinen Informationsvorsprung nicht nur zu Gunsten seines Kunden einsetzt, sondern auch die Interessen von Produktanbietern berücksichtigt. Das kann dadurch gefördert werden, wenn Berater bei erfolgreicher Produktvermittlung Provisionszahlungen des Produktanbieters erhalten. Durch diese finanziellen Anreize kann ein gewisses Abhängigkeitsverhältnis entstehen. Für den Kunden hat diese

Ausgangslage gravierende Auswirkungen, weil zwischen ihm und den Produktanbietern keine Interessenharmonie besteht. Es ist beispielsweise hinlänglich bekannt, dass Produktanbieter vor allem gebührenintensive Produkte provisionieren, die ihnen selber hohe Gewinne versprechen.

Kann der Berater indirekt in Form lukrativer Provisionszahlungen an (zu hohen) Produktgebühren mitverdienen, entsteht der klassische und in der Schweizer Finanzbranche in den letzten Jahren viel diskutierte Interessenkonflikt zwischen Berater und Kunde. Weil intransparente und risikoreiche Finanzprodukte in der Praxis tendenziell höhere Provisionen an Berater auslösen als transparente Finanzlösungen mit tiefen Risiken, sind die Probleme von Provisionszahlungen vielschichtig. Einzelne Finanzexperten machen die falschen Anreizsysteme, die durch Provisionszahlungen entstehen können, sogar mitverantwortlich für die Finanzkrise (Stichwort US-Hypothekerverbriefungen).

### Unterschiedliche Positionierung je nach Unternehmensgrösse

Je nach Grösse eines Unternehmens sind die Möglichkeiten und die Notwendigkeit, wirklich unabhängige Beratung anzubieten, unterschiedlich. Auch die Chancen und Risiken einzelner Geschäftsmodelle sind je nach Unternehmensgrösse anders zu bewerten.

### **Grosse Unternehmen in der Finanzbranche**

Grosse Finanzdienstleistungsunternehmen sind heute in der gesamten Wertschöpfungskette tätig. Sie produzieren Finanzprodukte, beraten Kunden, machen Marketing und vertreiben ihre Produkte über eigene Vertriebsstrukturen. Diese Ausgangslage ist nicht optimal, um als Berater eines solchen Unternehmens unabhängig agieren zu können. Es bestehen finanzielle Anreize und interne Verkaufsziele, die vom Unternehmen vorgegeben werden. Wenn es gelingen sollte, die richtigen Rahmenbedingungen und eine dazu passende Unternehmenskultur zu etablieren, ist eine qualitativ hochstehende Beratung trotzdem möglich. Kommt hinzu, dass sich Kunden eines Grosskonzerns kaum von diesem beraten lassen, weil für sie bei der Beratung die Unabhängigkeit der Analyse das wichtigste Kriterium ist. Vielmehr dürfte Vertrauen in das Unternehmen und in dessen Produkte der entscheidende Faktor sein. Die Unabhängigkeit in der Beratung ist bei grossen Finanzdienstleistern eher weniger entscheidend und daher nachvollziehbarerweise selten ein zentrales Element der Marketingstrategie.

### **Kleinere und mittlere Unternehmen**

Ganz anders sieht die Situation bei den meisten kleinen und mittelgrossen Finanzdienstleistern aus. Unabhängigkeit wird beim Firmenauftritt von vielen ins Zentrum gestellt. Nicht selten wird der Begriff bei Produktvertriebsorganisationen oder anderen Finanzberatern aber arg strapaziert. Verantwortlich dafür sind kaum die einzelnen Berater, sondern die sich über Jahrzehnte etablierten Rahmenbedingungen, bei denen durch finanzielle Anreize Interessenkonflikte in der beschriebenen Dreiecksbeziehung auftreten können. Ein Berater mutiert so schnell zum Verkäufer, der neben den Interessen seiner Kunden auch diejenigen seines Arbeitgebers oder der Produkthersteller in seine Überlegungen mit einbezieht. Deshalb kann vor allem bei kleineren und mittelgrossen Unternehmen im Bereich der Beratung Handlungsbedarf festgestellt werden.

### **Honorarberatung als Teil der Wertschöpfungskette**

#### **Aufbrechen der Wertschöpfungskette**

Neutrale Beratung hat vor allem dann eine Chance, wenn die Vorteile gegenüber dem provisionsorientierten Produktvertrieb für Kunden nachvollziehbar sind. Dies ist möglich, wenn sich Unternehmen auf einzelne Bereiche der Wertschöpfungskette in der Finanzindustrie spezialisieren. Insbesondere bei kleineren Unternehmen dürfte das der Schlüssel zum Erfolg sein. Produktanbieter sollen die besten und kosteneffizientesten Finanzinstrumente herstellen. Neutrale und gut ausgebildete Berater analysieren diese Produkte kritisch und empfehlen ihren Kunden diejenigen mit dem besten Kosten-Nutzen-Verhältnis. Weil zwischen spezialisierten Beratern und Produktherstellern die beschriebene Informationsasymmetrie kaum vorhanden ist, haben in erster Linie transparente und qualitativ hochstehende Produkte eine Chance, in den Vertriebskanal eines Honorarberaters aufgenommen zu werden. Auch Produktanbieter müssen sich daher mittelfristig Gedanken über eine Neuausrichtung ihrer Produkte machen.

### **Neutrale Beratung als separate Dienstleistung**

Heute ist die spezialisierte Beratung bei vielen Unternehmen kein separater Teil des Kundenbetreuungsprozesses. Produktverkauf und Beratung sind oft wie siamesische Zwillinge miteinander verbunden. Von einem grossen Teil der Berater werden nur hauseigene Produkte oder solche von Vertriebspartnern empfohlen. Wenn Kunden merken, dass eine umfassende Betreuung wichtig ist und bei vielen Beratungsthemen keine Produkte im Vordergrund stehen sollten, kann neutrale Beratung als separater Teil der Wertschöpfungskette positioniert werden. Es liegt auf der Hand, dass diese Dienstleistung dann auch separat verrechnet werden kann.

### **Nutzen einer Honorarberatung für Kunden**

Bei einer Honorarberatung bezahlt der Kunde seinen Berater für sein Know-how und seinen Zeitaufwand. Im Gegenzug erhält dieser eine kompromisslos auf seine Interessen massgeschneiderte Beratung. Es kann umfassender beraten werden, weil auch Bereiche ausserhalb des Produktvertriebs analysiert werden können. Das Modell der ganzheitlichen Beratung, bei dem Steuern, Vorsorge, Geldanlagen, Kostenstrukturen und viele weitere Elemente neutral und aufeinander abgestimmt analysiert werden, verspricht einen deutlichen Mehrwert für den Kunden. Weil Honorarberater an keine Produktanbieter gebunden sind und auch mit solchen zusammenarbeiten können, die keine Provisionen bezahlen, können immer die Finanzinstrumente mit dem besten Kosten-Nutzen-Verhältnis selektiert werden.

### **Kostenfaktor Honorar**

Die meisten Honorarberater verrechnen heute einen Stundenaufwand von 150 bis 250 Franken. Die Verrechnung eines Honorars ist aber noch kein Garant dafür, dass im Hintergrund keine Provisionen fliessen. Wer zu einem Honorarberater geht, sollte sich die Offenlegung und Weiterreichung allfälliger Provisionen daher schriftlich bestätigen lassen. Ansonsten ist der Kunde doppelt benachteiligt: Er bezahlt ein Honorar sowie eine Provision und gleichzeitig ist die Beratung nicht frei von Interessenkonflikten. Ziel einer Beratung gegen Honorar muss es sein, mindestens die Kosten der Beratung durch qualitativ hochstehenden Wissenstransfer zu kompensieren. Möglich ist das bei fast jeder Ausgangslage. Nur schon Steuereinsparungen und die Reduktion der Produktkosten durch wirklich neutrale Analysen sind meist höher als das Honorar. Ein vertrauenswürdiger Honorarberater startet ein Beratungsprojekt nur, wenn der Nutzen für den Kunden höher ist als der verrechnete Aufwand.

### **Exkurs: Unfaire Kostenverteilung bei Provisionsberatung**

Provisionsberater beraten so lange kostenlos, bis sie ihren Kunden ein Finanzprodukt, zum Beispiel eine Lebensversicherung, ein strukturiertes Produkt oder einen Anlagefonds, verkaufen. Weil nicht jeder Kunde einen «Abschluss» tätigt, müssen die Beratungsgespräche ohne Verkaufserfolg von denjenigen Kunden quersubventioniert werden, die über den Berater ein Produkt kaufen und den Abschluss tätigen. Durch die Provision und indirekt durch die Produktgebühren wird also nicht nur die eigene, sondern auch «fremde» Beratung finanziert. Anders sieht es bei einer Honorarberatung ohne Provisionen aus. Weil im Stundenaufwand abgerechnet wird, bezahlt man genau die erbrachte Beratungsleistung. Meist wird ein Kostendach vereinbart, sodass der Kunde weiss, worauf er sich finanziell einlässt – es gibt keine Quersubventionierung.

### **Ein Blick in die Zukunft**

Kunden werden anspruchsvoller. Sie haben nicht nur dank des Internets viel bessere Informations- und Vergleichsmöglichkeiten. Kritische Medien leisten ebenfalls ihren Beitrag dazu, dass sie heute selektiver auswählen, von wem sie sich beraten lassen. Die kritischere Haltung vieler Kunden gegenüber der Finanzbranche und der Umstand, dass die Komplexität von Finanzdienstleistungen hoch ist, fördern ein Umdenken. Die Nachfrage nach unabhängiger Beratung gegen Honorar wird steigen. Daraus ergeben sich Chancen vor allem für kleinere und mittelgrosse Unternehmen. Sie können sich von den grossen Anbietern, die in der gesamten Wertschöpfungskette tätig sind, noch effektiver abheben und haben durch nachweisbare Unabhängigkeit ein greifbares Alleinstellungsmerkmal. Wenn sie sich für die Beratung nur von ihren Kunden bezahlen lassen, können sie die Abhängigkeit von Produktanbietern verringern.

### **Eine neue Generation von Beratern**

Es ist zu hoffen, dass sich in den nächsten Jahren eine neue Generation von Beratern durchsetzen wird. Diese wollen keine Produkte verkaufen, sondern sehen sich als Partner des Kunden – ähnlich wie ein Rechtsanwalt. Sie verhandeln mit Produktanbietern knallhart über Gebühren und andere Vertragsbestandteile einzig und alleine im Interesse ihrer Kunden. Für viele Finanzspezialisten ist es eine grössere Befriedigung, wirklich neutral zu beraten und sich für die Interessen ihrer Kunden einzusetzen als Finanzprodukte zu verkaufen. Dies dürfte den Wandel beschleunigen.

### **Anpassung an neue Rahmenbedingungen**

Eine Prognose abzugeben, wie der Finanzdienstleistungssektor in zehn Jahren aussehen wird, ist schwierig. Das hängt auch damit zusammen, dass viele Veränderungen durch die Politik und neue Regulierungsvorschriften geprägt sein werden. Der Wandel hin zu wirklich neutraler Beratung hat sich in den letzten Jahren aber bereits akzentuiert. Viele neu gegründete, bis jetzt noch eher kleine Beratungsunternehmen setzen auf Transparenz und verzichten auf Provisionen. Bei banknahen Dienstleistungen wie der Vermögensverwaltung ist dieser Prozess bereits weiter fortgeschritten als im Versicherungsgeschäft. Es haben sich aber auch Versicherungsbroker etabliert, die keine Provisionen mehr annehmen. Dieser Trend ist sowohl im Beratungsbereich der zweiten Säule (Unternehmenskunden) als auch bei klassischen unabhängigen Versicherungsberatern (Privatkunden) festzustellen.

### **Exkurs: Regulierungen nur bedingt sinnvoll**

Für einige Politiker, insbesondere in der EU und im angelsächsischen Raum, sind strengere Regulierungen das Mittel zur Lösung aller Probleme. Gesetze und Regulierungen sind nötig – ohne sie funktionieren weder die Wirtschaft noch die Finanzbranche als Teil davon. Sie können Skandale und Betrugsfälle in der Finanzbranche aber kaum verhindern und die

Qualität der Beratung wird durch sie nicht erhöht. Im Gegenteil: Sie können sogar kontraproduktiv wirken und für Kunden nachteilige Folgen haben.

Die Kosten der Regulierung tragen am Schluss die Kunden durch höhere Gebühren und Honorare. Einige Banken haben beispielsweise ihre Depotführungsgebühren erhöht und dies auch mit regulatorischen Mehrkosten begründet. Kunden, die sich Zeit nehmen, sich informieren und verantwortungsvoll entscheiden, dürfte dieser Umstand besonders stören. Sie werden gezwungen, ein Regulierungssystem mitzufinanzieren, obwohl sie es gar nicht in Anspruch nehmen möchten. Eine weitere Gefahr besteht darin, dass gewisse Unternehmen wegen des grossen administrativen Aufwands im Zusammenhang mit Regulierungen gewisse Retailkunden gar nicht mehr bedienen. Im Extremfall erhalten nur noch Superreiche eine individuelle Finanzberatung. Dieser Trend kann bereits in diversen EU-Ländern beobachtet werden. Strengere Regulierungen bedeuten für Unternehmen höhere Fixkosten. Das hat zur Folge, dass die Einstiegshürden für neue Unternehmen deutlich höher werden. Kleinere Unternehmen, die auf Individualität, Flexibilität und Kundennähe setzen, werden benachteiligt. Dadurch wird Innovation und eine schnelle Anpassung der Branche an sich verändernde Kundenbedürfnisse verlangsamt.

Bank- und Versicherungskunden müssen sich daher genau überlegen, ob sie einen streng regulierten Markt wollen, bei dem der Staat enge Leitplanken setzt und die Geschäftspraxis durch politische Entscheide geprägt ist, oder ob sie einen möglichst kompetitiven, innovativen Finanzsektor favorisieren, bei dem jeder Kunde selbstverantwortlich entscheiden kann, wie und von wem er sich beraten lassen möchte. Unter dem Strich bedeutet mehr Konkurrenz auch tiefere Kosten und bessere Qualität.

### Neue versus bestehende Beratungsunternehmen

Ein Grossteil der Finanzberatungsunternehmen arbeitet seit Jahren oder Jahrzehnten mit Provisionen. Bei vielen sind sich die Kunden dessen nicht bewusst oder es wurde ihnen verheimlicht. Bei etablierten Unternehmen entstehen drei Hauptprobleme bei der Umstellung auf volle Kostentransparenz ohne Provisionen:

- Finanzberater müssen bei der Umstellung auf reine Honorarberatung ihren langjährigen Kunden erklären, dass sie in der Vergangenheit versteckte Provisionen angenommen haben. Sie müssen aufklären, um überhaupt die Vorteile des neuen Konzepts aufzuzeigen. Einige Kunden könnten dadurch verunsichert werden und sich neu orientieren, falls die Vertrauensbasis aufgrund dessen verloren ging.
- Nach der Umstellung auf Honorarberatung müssen Berater von ihren Kunden deutlich höhere offene Honorare verlangen, um die gleichen Einnahmen zu generieren. Selbst wenn Anbieter auf einen Teil der Marge verzichten, werden sie die offiziellen Gebührentarife anheben müssen – zu gross war bei vielen Anbietern der Anteil der Provisionen an den Gesamteinnahmen. Das wird bei einigen Kunden ebenfalls für Unmut sorgen.
- Eine Umstellung wird auch im Bereich der Ausbildung der Berater erfolgen müssen. Die besten Verkäufer sind nicht unbedingt die besten Berater. Es ist Flexibilität und Lernwille nötig. Die Mentalität der Berater und die gesamte Geschäftsphilosophie müssen angepasst werden.

Es ist daher kein Zufall, dass Honorarberatung bis jetzt vor allem von jungen und eher kleineren Unternehmen angeboten wird. Unternehmen mit einem grossen Kundenstamm werden die bisherige Praxis der Entschädigung durch Provision so lange weiterführen, bis sie gesetzlich verboten wird oder bis der Kundenstamm so stark geschrumpft ist, dass die bestehenden Kunden weniger wichtig sind als die potenziellen zukünftigen Kunden, die man mit dem alten intrans-

parenten Modell nicht für sich gewinnen kann. Dass beide Geschäftskonzepte gleichzeitig, also das Provisionsmodell für bestehende und das reine Honorarmodell für neue Kunden bei ein und derselben Firma umgesetzt werden, ist nicht zu erwarten. Bei Veränderungen der Rahmenbedingungen kommt irgendwann der Zeitpunkt, wo jedes Unternehmen seine Strategie überdenken muss.

### Banken versus Versicherungen

Aktuell ist mit Provisionen noch gutes Geld zu verdienen. Kritischere Kunden, strengere Regulierungen oder weitere Gerichtsurteile könnten den rein provisionsorientierten Vertriebsunternehmen einen Strich durch die Rechnung machen. Bis jetzt sind Versicherungsgesellschaften und deren Vertriebsstrukturen noch weniger vom Thema Retrozessionen und Kickbacks betroffen als Banken. Wie der Bundesgerichtsentscheid im Jahr 2012 zum Thema Retrozessionen bei Anlagefonds erneut bewiesen hat, braucht es einen klaren höchstrichterlichen Entscheid oder Gesetze, um die Branche entschieden umzukrempeln. Die Finanzkrise hat diesbezüglich sicherlich beschleunigend gewirkt. In der Bankenbranche stellen immer mehr Institute auf retrozessionsfreie Entschädigungsmodelle um, der Wandel ist eingeleitet. Der Vertrieb von Versicherungsprodukten ist dagegen weiterhin auf ein System mit Provisionen ausgerichtet.

Versicherungsgesellschaften und Banken buhlen in vielen Bereichen um dieselben Kunden. Auch die Versicherungsbranche ist daher bereits jetzt indirekt von der neuen Transparenz und Konkurrenz betroffen. Und wenn aufgeklärte Kunden die Vorteile eines provisionsfreien Geschäftsmodells im Bankbereich erst einmal kennengelernt haben, fordern sie wahrscheinlich ähnliche Spielregeln im Versicherungsbereich. Auch die Versicherungsbranche sollte sich bewusst sein: Ein Wandel braucht Zeit und er ist besser umzusetzen, wenn er nicht aus einem Zwang heraus entsteht. Die Versicherungsbranche ist deshalb gut beraten, sich bereits jetzt eingehend mit dem Thema Honorarberatung zu befassen

und die Rahmenbedingungen zu überdenken.

### Ein Wandel schafft Vertrauen

Im Versicherungs- wie im Bankbereich wird in den nächsten Jahren zwischen Honorar- und Provisionsberatern eine gewisse Konkurrenz entstehen. Es ist zu hoffen, dass die Kunden weiterhin selber entscheiden können, welches Beratungsmodell ihnen besser zusagt. Informierte Kunden können mit den Vor- und Nachteilen beider Modelle umgehen und selbstverantwortlich entscheiden. Ein Verbot von Provisionen ist eine Extremvariante und entspricht nicht dem freiheitlichen Denken in der Schweiz. Zu begrüssen ist aber, wenn die Richtlinien bezüglich der Offenlegung von Provisionen verschärft werden.

Unternehmen, die gegenüber ihren Kunden Transparenz in allen Bereichen bieten, Interessenkonflikte durch organisatorische Massnahmen so gut wie möglich verhindern und eine qualitativ hochstehende Beratung anbieten, werden wachsen und neue, langfristige und zufriedene Kunden erhalten. Gleichzeitig werden sie keine Probleme mit Aufsichtsbehörden haben und auch die rechtlichen Risiken können deutlich reduziert werden. Ob diese Argumente ausreichen, damit der Grossteil der Anbieter auf die immer noch lukrativen Provisionen freiwillig verzichtet, wird erst die Zukunft zeigen. Im Sinne der gesamten Finanzbranche wäre dies eine Imageverbesserung, die langfristig Vertrauen schafft. Und Vertrauen ist ja bekanntlich das höchste Gut, wenn es um Beratung in Finanzangelegenheiten geht.