

Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 03.07.2011, Nr. 26, S. 41

Guter Rat für Ihr Geld

Immer Ärger mit Banken und Versicherungen: Viele Anlageberater taugen nichts. Und die guten sind schwer zu finden. Dieses Geld & Mehr Spezial widmet sich komplett dem Thema "Rat und Beratung".

Von Patrick Bernau

Gestern waren es die Dresdner Bank und die Citigroup, heute ist es die Deutsche Bank, morgen die Commerzbank. Unzufriedene Anleger sammeln sich und bereiten eine Klage vor, weil die Deutsche Bank ihnen Anteile an Riesenrädern verkauft hat, die enorme Verluste gebracht haben. Die Beratung sei schuld, monieren die Anleger. Es geht ihnen nicht nur mit der Deutschen Bank so. Der Anlegeranwalt Peter Mattil will demnächst gegen Commerzbank, Unicredit und andere Banken klagen, weil deren Berater Filmfonds verkauft hätten, deren Steuervorteil doch nicht so groß war wie gedacht.

Auch abseits aller großen Skandale haben die durchschnittlichen Bankkunden mit ihrer Anlageberatung keine Freude. In einer Umfrage der Europäischen Union schnitt im vergangenen Jahr keine Branche so schlecht ab wie die Geldanlage: Weder Transparenz noch Vertrauenswürdigkeit fanden die Europäer in irgendeiner anderen Branche schlechter. Mit Recht. Studien haben gezeigt, dass die Berater eben nicht immer dabei helfen, aus Geld mehr Geld zu machen - bei mancher Bank verdienen Kunden mit Berater weniger als ohne. Im täglichen Geschäft fällt das nicht auf, die Banken leben gut von der Intransparenz in ihrem Geschäft.

Doch es gibt auch bessere Banken. Und jetzt bekommen Kunden erstmals eine Chance, sie zu finden. Denn Forscher können inzwischen Wege aufzeigen, wie Kunden die guten von den schlechten Beratern unterscheiden können. Wie sie Beratern klarmachen, was sie wollen - und wie sie kontrollieren können, ob der Berater ihre Wünsche auch verwirklicht.

Das ist auch nötig, denn es geht um riesige Summen. Schon vor einigen Jahren hat die Universität Witten-Herdecke ausgerechnet, dass schlechte Beratung in Bank- und Versicherungsfragen die Deutschen jährlich 20 bis 30 Milliarden Euro kostet. Seitdem hat sich die Beratung nur in wenigen Banken nennenswert verbessert. Erst vor Wochen schimpfte die Aufsichtsbehörde wieder auf die Bankberater.

Die Situation ist kurios. Zwar hat sich bei den Kunden längst herumgesprochen, dass der Anlageberater der Bank kein "Bankbeamter" ist mit hoheitlichem Wohlwollen, sondern ein Verkäufer wie in anderen Branchen. Doch am Vertrauen zum eigenen Bankberater hat das oft nichts geändert. "Machen Sie, was Sie für richtig halten. Ich will es gar nicht wissen, es sind eh keine großen Beträge." Das sagt Finanzminister Wolfgang Schäuble zu seinem Bankberater bei der Volksbank Offenburg, wie er kürzlich im Interview erzählte. Eine Haltung, die viele Deutsche teilen und für die es gute Gründe gibt.

Denn bisher hat den Deutschen eine andere Haltung auch nicht geholfen. Gerne wären sie dem Bankberater gegenüber misstrauischer. Doch für Laien war das kaum zu schaffen. Wer seinen Berater kontrollieren wollte, der musste sich selbst einarbeiten - so weit, dass er fast keinen Berater mehr brauchte. Zu jedem Fonds und jedem Zertifikat gab es 100-seitige, kleingedruckte Wertpapierprospekte zu lesen. Der Kunde sollte schließlich verstehen, was er kauft: So hieß es, und auf diese Weise überließen die Banken die Arbeit dem Kunden.

Dass es so nicht geht, hat sich inzwischen herumgesprochen. Seit verganginem Freitag gilt, dass Banken ihren Kunden zu jedem Produkt ein zweiseitiges Informationsblatt mitgeben müssen, auf dem die wichtigsten Daten stehen müssen - und Verbraucherministerin Ilse Aigner lobt ihr Gesetz: "Der Beipackzettel ist ein wesentlicher Schritt für mehr Transparenz und Verbraucherschutz im Finanzwesen. Verbraucher haben erstmals Anspruch auf eine präzise und verständliche Auflistung von Kosten, Risiken und Rendite eines Anlageprodukts. Für die Finanzinstitute ist dies auch eine Chance für mehr Qualitätswettbewerb auf dem Markt." Die Idee dahinter ist allerdings immer noch die gleiche: Der Kunde soll seinen Berater selbst kontrollieren. Dieser Ansatz hilft dem Kunden wenig. "Der Anleger kann und will sich gar nicht tief mit der Materie auseinandersetzen", hat der Anlegeranwalt Peter Mattil erlebt. Zwar bekommen Bankkunden nach einer Anlageberatung jetzt manchmal 14 kleingedruckte Seiten an Beipackzetteln. Doch viele lesen das nicht. Schließlich können sie auch im Elektromarkt eine Waschmaschine kaufen und bekommen im Autohaus ein Auto, obwohl der Verkäufer von Provisionen lebt und sich die Kunden nicht in die Funktionsweise von Zündkerzen und Einspritzpumpen eingearbeitet haben.

In einem unterscheiden sich Autos und Anlageberatung allerdings: Die Anlage kann man nicht testen. In jedes Auto kann man sich hineinsetzen und eine Probefahrt machen - bei der Anlageberatung geht das kaum. Die Bank nimmt ihre Fonds nicht zurück. Im schlimmsten Fall hat der Kunde seine Altersvorsorge verloren.

Dabei gibt es Banken, deren Berater das Portfolio der Kunden tatsächlich verbessern, wie eine Untersuchung des Frankfurter Finanzprofessors Andreas Hackethal zeigt. Doch nicht mal diese Banken werben damit. Deshalb blieb für den Kunden bisher unklar, wie gut sein Berater tatsächlich war. Die Banken lebten hervorragend mit der Intransparenz. Selbst wenn ihre Berater schlecht waren - ihre Reputation war nicht in Gefahr.

Doch dann kam die Finanzkrise, Anleger verloren Geld - und spätestens seit dieser Zeit probieren die unterschiedlichsten Leute, die Beratung zu verbessern. Erste Banken versuchen selbst, ihre Beratung in den Griff zu bekommen. Die Deutsche Bank zum Beispiel hat einen "Chief Client Officer" installiert, der sich nur um die Interessen der Kunden kümmern soll. "Wir haben natürlich aus der Finanzmarktkrise auch gelernt", sagt dieser Manager, Christoph Bubmann. Dabei geht es auch um die Qualität der einzelnen Berater: "Wir unternehmen große Anstrengungen - beispielsweise in der Mitarbeiterqualifizierung -, um für unsere Kunden eine durchgehend hohe Beratungsqualität zu gewährleisten."

Gleichzeitig schreibt die Politik neue Formalitäten vor. Seit zwei Jahren verlangt ein Gesetz, dass es zu jeder Beratung ein Protokoll gibt. Damit hat die Regierung noch mehr Papier und einen neuen Streitgrund geschaffen. "Zum Teil zielen die Beratungsprotokolle der Banken mehr darauf ab, das Finanzinstitut rechtlich abzusichern, als darauf, den tatsächlichen Verlauf des Beratungsgesprächs wiederzugeben", schimpft Verbraucherministerin Aigner. "Das ist natürlich nicht im Sinne des Gesetzgebers. Hier sehe ich noch klaren Verbesserungsbedarf bei den Banken." In den vergangenen Wochen wurden zudem Beschwerden von betrogenen Kunden bekannt: Sie hatten die Blätter nicht gelesen - und stellten später fest, dass das Protokoll falsch war.

Verbraucherschützer hoffen auf die Honorarberatung. Sie soll die Interessenkonflikte der Bankberater verhindern, die sonst von Verkaufsprovisionen leben. In der Praxis aber sind bisher nur wenige Kunden zum Honorarberater gewechselt. Ein Versuch der Universität Frankfurt zusammen mit einem Online-Broker ergab sogar: Selbst wenn eine unparteiische Beratung kostenlos angeboten wird, nutzen sie nur fünf Prozent der Kunden.

Nicht mal die allgegenwärtigen Beratungstests helfen - dabei hat auch die Finanzaufsicht Pläne zu solchen Tests. Doch auf diese Weise lässt sich nur der Beratungsprozess prüfen: Stellt der Berater die richtigen Fragen? Ist er sorgfältig und hört dem Kunden zu? Klingt seine Empfehlung dann einigermaßen sinnvoll? Wenn der Berater vergisst, nach dem Gehalt zu fragen, dann gibt es schon Punktabzug. Abhängig davon, was die genauen Kriterien der Tester sind und an welchen Berater sie gerade kommen, ist mal die eine Bank vorne und mal die andere.

Doch mit all dem gutgemeinten Verbraucherschutz tappt man um das wahre Problem herum. Nie-

Fortsetzung auf Seite 42

mand kommt zum Bankberater, um sich dort wohl zu fühlen und einen Kaffee zu trinken. Keinem Kunden geht es darum, gesetzestreu nach seinem Gehalt gefragt zu werden oder neue Beratungsprotokolle zur Lektüre zu bekommen. Und auf welchem Weg der Berater sein Geld bekommt, ist den Anlegern im Grunde ihres Herzens schnuppe. Die meisten interessieren sich fürs Ergebnis: Sie wollen möglichst viel Rendite und dabei entsprechend ihrer eigenen Abwägung möglichst viel Sicherheit.

Wie sich so etwas messen lässt, zeigt wieder das Auto: Auch dort gibt es Dinge, die Käufer nicht selbst feststellen können, zum Beispiel ob es zuverlässig fährt und klimafreundlich ist. Doch inzwischen haben sich Standards gebildet, die auch solche Dinge transparent machen. Die Hersteller geben den CO₂-Ausstoß an, der ADAC zählt die Pannen. So kann jeder Interessent vor dem Kauf vergleichen, welches Auto für ihn das richtige ist.

Banker und Forscher arbeiten jetzt daran, auch Risiko und Rendite zwischen verschiedenen Beratern und Banken vergleichbar zu machen. An der Universität Frankfurt arbeitet Andreas Hackethal an einer Studie für das Verbraucherministerium: Sie soll zeigen, wie man den Nutzen der Bankberatung misst. "Solange das Preis-Leistungs-Verhältnis der Beratung nicht transparent ist, kann der Kunde sich nicht gut entscheiden", sagt er. Hackethal weiß: "Die wichtigste Aufgabe der Banken ist es, das Risiko für den Kunden zu steuern." Schließlich sei es den meisten Kunden deutlich wichtiger, dass sie nicht zu viel Geld verlieren, als dass sie etwas mehr Rendite herausholen. Umfragen von Fondsgesellschaften zeigen das immer wieder.

Doch gerade der Umgang mit dem Risiko funktioniert erst bei wenigen Banken. Bisher erfuhren die Kunden oft nicht viel mehr, als dass sie ihr Geld im Ausnahmefall komplett verlieren können. Aber das ist bei vielen Finanzprodukten so, und dieser Ausnahmefall kommt auch gelegentlich vor - nur wo das passiert, das kann vorher keiner sagen.

In manchen Anlageprodukten ist der Totalverlust aber wahrscheinlicher als in anderen. Dafür gab es bisher kaum verständliche Maße. Bis heute ziehen sich die meisten Banken auf die Risikoeinstufung nach dem Gesetz zurück, bei

der Anleger und Anlageprodukte in Risikoklassen eingeteilt werden - doch die reichen nicht aus, wie der Mannheimer Forscher Martin Weber immer wieder betont. In guten Börsenzeiten teilen sich Anleger in sehr hohe Risikoklassen ein, von denen sie dann in schlechten enttäuscht sind. Zudem sind die Risikoklassen von Bank zu Bank unterschiedlich definiert, Anleger können nichts vergleichen.

Der neue Beipackzettel für Finanzprodukte liefert zwar ein paar zusätzliche Angaben. Aber auch darin wird nur selten berücksichtigt, dass eine schlaue Aufteilung auf unterschiedliche Wertpapiere das Risiko des Portfolios deutlich senken kann - dabei wäre das die wichtigste Aufgabe eines Beraters.

Wie sich dieser Erfolg messen lässt, dazu haben Forscher inzwischen einen Ansatz. Dem Kunden hilft die Angabe, wie viel Geld er im Normalfall mindestens behält: Wenn er 10 000 Euro investiert, müssen das sicher 10 000 Euro bleiben - oder kann man für eine höhere Durchschnittsrendite auch das Risiko eingehen, dass es mal 9000 Euro oder gar nur 5000 werden? "Verbraucher sollten nicht in abstrakte Risikoklassen eingeordnet werden dürfen. Stattdessen sollte man über konkreten Verlust in Euro und Cent sprechen, die der Verbraucher bereit ist, in Kauf zu nehmen", empfiehlt Dorothea Mohn vom Bundesverband der Verbraucherzentralen. Dieses Maß allein kann üble Überraschungen wie die Lehman-Pleite in der Finanzkrise zwar nicht ausschließen, aber es gibt den Anlegern immerhin einen Anhaltspunkt. Hackethal ergänzt: Später sollten sich die Kunden zeigen lassen, dass die Schätzung akkurat war.

Reiche Kunden bekommen diese Zahlen bei vielen Banken schon seit einiger Zeit ausgerechnet, zum Beispiel bei Deutscher Bank und Hypovereinsbank. Doch für die Kleinanleger gibt es diesen Service bisher erst bei zwei Banken, wie eine mit der Universität Frankfurt konzipierte Umfrage unter Großbanken sowie ausgewählten Volksbanken und Sparkassen zeigt: erstens bei der Quirin-Bank, die sich als Honorarberater die Beratung vom Kunden bezahlen lässt. Und zweitens bei der Targobank. Das ist die ehemalige Citibank, die ihren Kunden Lehman-Zertifikate verkauft hatte. Dann wurde die deutsche Tochter von der französischen Genossenschaftsbank Crédit Mutuel übernommen, die das Beratungskonzept überarbeiten ließ.

Wer zwischen den beiden Banken wählt, sollte die Kosten berücksichtigen. Grundsätzlich sind Honorarberater wie die Quirin-Bank vor allem dann billig, wenn die Kunden mittlere oder große Vermögen haben - das beginnt etwas über 10 000 Euro, wie eine Vergleichsrechnung zeigt. Wenn dagegen nur ein kleines Depot zu strukturieren ist, sind die Kosten für die Honorarberatung hoch. Denn bei der Provisionsberatung von Targobank und anderen Banken zahlt der Kunde Gebühren an die Fonds, die sich an der Anlagesumme orientieren und als Provision an die Bank zurückfließen; bei kleinen Depots ist das relativ wenig. Dafür hat die Targobank in den vergangenen Jahren mit ihren Depots laut Angaben der Banken weniger Rendite erzielt. Beratungstests von Verbraucherschützern und Instituten zeigen, dass auch die Gespräche nicht immer optimal geführt werden.

Beide Banken haben ihre Qualität allerdings noch nicht über Jahrzehnte bewiesen. Wer das neue Konzept darum noch zu experimentell findet, dem bleibt der Blick auf die herkömmlichen Tests, mit denen die Gesprächsqualität der Berater geprüft wird. Die F.A.S. hat fünf Tests aus den vergangenen zwölf Monaten ausgewertet. Darin zeigt sich, dass Deutsche Bank und Sparkasse oft weit oben landen.

Auf jeden Fall sollten Anleger beim Gespräch in der Bank darauf achten, dass der Berater beim Gespräch das Computersystem der Bank benützt. Damit ist eine mögliche Fehlerquelle in der Beratung schon ausgeschaltet, denn im freien Gespräch kann ein schlechter Berater den Kunden leichter übers Ohr hauen als im strukturierten Prozess der Bank. Vor allem sollte sich niemand eine Versicherung aufschwätzen lassen, wenn er Geld anlegen will - Versicherungen sind nur für Risiken des allgemeinen Lebens da. Außerdem empfiehlt der Bamberger Finanzprofessor Andreas Oehler, zum Berater immer zu zweit zu gehen. "Dann hat man nicht nur einen Zeugen für das Gespräch, sondern gleich einen Sparringspartner, der hilft, die Anlage zu durchdenken." Es lohnt sich zudem, mehrere Banken auszuprobieren - "so wie man sich das auch beim Auto überlegt".

n (2010) ³⁾	
Gab es Beschwerden über Produkt/Anbieter? („Ja“ in %)	
1. Nicht-alkoholische Getränke	3 %
47. Bank-/Finanzberatung	20 %
Sind Sie zufrieden mit Produkt/Anbieter? (Skala 1-10)	
1. Bücher, Pressezeugnisse	8,1
50. Bank-/Finanzberatung	6,3
Source: (The Consumer Market's Scoreboard) / F. A. S. - Grafik: Walfen	