

+ Kapitalanlage + Versicherung + Investment + Finanzierung + Betrieb +

VERTRIEBSERFOLG 2021

**Zukunftsweisende Perspektiven und Strategien
für Vermittler und Berater!
Innovative, ausgezeichnete Produkte
und Dienstleistungen**



Sichere Dir jetzt Deinen Anteil am e-Commerce von morgen!

Zwei der wohl größten Wachstumsmärkte
unserer Zeit bieten Dir einmalige Chancen.

Erfahre mehr über Mondo und den Mondo community coin:



Dein Ticket
für Dienstag,
10.00 Uhr

zoom.us/j/96349125691



Dein Ticket für
Donnerstag,
19.00 Uhr

zoom.us/j/99390870884

Die Webinare finden jeden Dienstag, 10.00 Uhr und jeden Donnerstag, 19.00 Uhr statt.

Für individuelle Beratung steht Ihnen unseren Vertriebsleiter
Niels Brüggmann unter 04562 / 266 27 22 zur Verfügung.

EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,

jeder neue Lockdown bedeutet eine zunehmende Verlagerung der Arbeit ins Homeoffice. „Diese Situation verändert den Alltag von Beratern wie Kunden gleichermaßen, was auch neue Chancen eröffnet“, sagt Sabine Said, Executive Vice President von Moventum S.C.A. „Digitale Unterstützung ist dabei notwendig, kann aber nie Selbstzweck sein.“ Gut 30 Prozent der Berater haben während der Pandemie-Krise ihren Umsatz gesteigert. Bei weiteren rund 50 Prozent blieb der Umsatz gleich, lediglich ein Fünftel gab sinkende Umsätze an. Das sind die Ergebnisse nicht repräsentativer Umfragen zum Stimmungsbild unter Beratern.

Mit der Transparenzverordnung geht Europa einen weiteren Schritt beim wichtigen Zukunftsthema Nachhaltigkeit. Diese trat nun am 10. März EU-weit in Kraft. Heute werden bereits dreistellige Milliardenbeträge in nachhaltigen Geldanlagen verwaltet. Nun soll das Thema als Teil des EU-Aktionsplans für ein nachhaltiges Finanzsystem regulatorisch fest im Finanzmarkt verankert werden. Dies hat auch Auswirkungen auf die Vermittler.

Kommt der Provisionsdeckel für die Vermittlung von Lebensversicherungen doch noch? Welche Themen die Kunden der Finanzberater am meisten bewegen? Welche Maklerpools favorisieren Vermittler? Wie können Berater und Makler an zwei der wohl wachstumsstärksten Märkte unserer Zeit partizipieren? Wie können Makler ihre Nachfolge optimal gestalten? Wie Vermittler im Onlinemarketing erfolgreich sein können? Kundenberatung der Zukunft: Wie wollen Makler nach Corona arbeiten? Wie geht Klimaschutz und Geldanlage in einem Produkt?

Antworten auf diese und viele weitere spannende Themen finden Sie auf den nächsten Seiten dieser Ausgabe von „Vertriebserfolg 2021“.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre mit aktuellen Entwicklungen, Studien, Umfragen, News und rechtlichen Themen rund um den Vertrieb in der Versicherungs- und Finanzbranche.

Viel Erfolg!

Ihr Team vom FinanzBusinessMagazin.de

**Aktuelle Informationen unter www.FinanzBusinessMagazin.de
und www.wmd-brokerchannel.de**

VERTRIEB

- 6 Kommt der Provisionsdeckel für die Vermittlung von Lebensversicherungen doch noch?
- 8 Welche Themen die Kunden der Finanzberater am meisten bewegen
- 10 Maklernachfolge: Einfach und doch die beste Lösung
Interview mit **Andreas W. Grimm**, *Geschäftsführer, Resultate Institut für Unternehmensanalysen und Bewertungsverfahren GmbH*
- 13 Informationen über Nachhaltigkeit werden für Vermittler Pflicht
- 14 Vermittler:innen mit Blockchain-Technologie erfolgreich
Interview mit **Albert Hild**, *Geschäftsführer, Mondo Blockchain GmbH* und **Niels Brüggemann**, *Vertriebsleiter, BCI Business Community Marketing & Sales GmbH*
- 17 Beschwerdequote über Vermittler abermals gesunken
- 17 Unabhängige VermittlerInnen konnten 2020 trotz Corona-Krise Gewinn und Umsatz erhöhen
- 18 FPSB erstellt Praxisleitfaden für die Finanzberatung schutzbedürftiger Personen
- 19 Vermittlerschwund abgebremst
- 19 AfW: Funktionierende Aufsicht über Versicherungs- und Finanzanlagenvermittler bestätigt
- 20 Banken bleiben führend beim Absatz privater Altersvorsorgeprodukte
- 21 Risikoanalysen von KMU mit DIN-Norm 77235 werden bald möglich
- 22 Poolradar 2020: Die 9. Maklerpoolstudie von BrunotteKonzept
- 23 BiPRO-Standards, MVP & Co.: Sind Maklerpools Treiber der Digitalisierung?
- 26 Online-Marketing für Finanzdienstleister: Was Berater viel zu wenig nutzen
- 28 Wussten Sie dass es ungefähr fünfmal so viel kostet einen neuen Kunden zu gewinnen, als einen Bestandskunden zu behalten?
- 31 Finanzberater in der Kundenberatung: Kundenerwartungen besser einschätzen und kommunizieren
- 32 Das wichtigste für Finanzdienstleister 2021
- 34 Videoberatung bei Baufinanzierungen: Gekommen um zu bleiben
- 35 Arbeitskreis Finanzvermittlung und Nachhaltigkeitsfaktoren gegründet

INVESTMENT

- 36 Was Solvium Capital für Anleger und Vermittler so attraktiv macht
Interview mit **André Wreth**, *Geschäftsführer, Solvium Capital GmbH & Solvium Capital Vertriebs GmbH*
- 40 Klimaschutz und Geldanlage in einem Produkt
Interview mit **Roman Teufel**, *Geschäftsführer, Deutsche Lichtmiete Vertriebsgesellschaft für ethisch-ökologische Kapitalanlagen mbH*
- 42 Verifort Capital HC1: Beteiligung am langfristig attraktiven Markt für Pflegeimmobilien
Interview mit **Rauno Gierig**, *Geschäftsführer, Chief Sales Officer (CSO), Verifort Capital Group GmbH*
- 44 „Es gibt nicht den einen Weg“
Interview mit **Christian Grall**, *Geschäftsführer, PROJECT Vermittlungs GmbH*
- 46 „Erfolg braucht sichere Fundamente“
Interview mit **Jörg S. Walter**, *Geschäftsführer, IVM GmbH*
- 48 Mit verfeinerter Angebotspalette in ein erfolgreiches Investmentjahr 2021
Interview mit **Dirk Fischer**, *Geschäftsführer, Patriarch Multi-Manager GmbH*
- 51 Studie: Welche Rolle werden digitale Währungen in Zukunft spielen?
- 52 Studie: Die Sparweltmeister sparen sich arm
- 54 Homeoffice als Chance

- 55 Testen Sie sich selbst: Welcher Investment-Typ sind Sie?
- 56 Berater kommen gut durch die Pandemie-Krise
- 57 k-mi Platzierungszahlen 2020: Moderater Rückgang im Corona-Jahr
- 58 Bilanz 2020: Gut beraten trotz Corona mit leichten Zuwächsen

VERSICHERUNG

- 60 Widerruf der Lebensversicherung ist bares Geld wert
*Interview mit **Daniel Kappes**, Geschäftsführer, CEO, Lawtechgroup GmbH*
- 62 Trends in der Lebensversicherung – Ergebnisse einer Vermittler-Umfrage
- 63 Krisenjahr 2020 machte pauschaldotierte Unterstützungskassen zum Erfolgsmodell
- 64 Wünsche an die BAV: Sicherheit, Rendite – einmal alles, bitte!
- 65 Wichtige Urteile und Gesetzgebungsverfahren aus 2020 zur Insolvenz und Folgen für die bAV
- 67 Makler und Mehrfachagenten weiterhin führend beim bAV-Vertrieb
- 68 Umfrage: Altersvorsorge? Vermittler schlägt Sprachassistent!
- 69 So erleben VEMA-Makler die Annahmepolitik der BU-Versicherer
- 71 Kundenberatung der Zukunft: So wollen Makler nach Corona arbeiten
- 72 Zufriedenheit mit Vermittlern erreicht höchsten Wert
- 73 Neugeschäft und Vertriebswege in der Lebensversicherung – Banken profitieren am stärksten vom Zuwachs im Markt

BILDUNG

- 74 FPSB Deutschland reagiert mit neuem Zertifikat auf stark steigenden Beratungsbedarf bei der privaten Vermögensnachfolge
- 76 Klarer Trend zu Online- Lernen bei Weiterbildung der Versicherungsbranche
- 77 DIHK/BaFin: Anforderungen an die IDDWeiterbildung werden präzisiert

RECHT

- 78 VSH-Versicherungssumme reicht oft nicht
- 79 Konkrete Handlungsempfehlungen zur OFF-VO („Nachhaltigkeits-VO“) und die Fragen zur Vermeidung der Maklerhaftung
- 86 Vermittler: Umsetzung der EU-Transparenzverordnung zum 10.3.2021
- 86 Doppelbesteuerung der Rente – Warum sich nachrechnen lohnt
- 88 Versicherungsvertrieb on nudging – Die Bewältigung der EUNachhaltigkeitsregulierung
- 94 Schlichtungsstelle für gewerbliche Versicherungs-, Anlage und Kreditvermittlung: Fallzahlen konstant auf niedrigem Niveau
- 95 P&R Container- Vermittlerhaftung der Banken bestätigt!
- 98 Makler können aufatmen- BGH bestätigt D&O-Versicherungsschutz für Zahlung nach Insolvenzreife
- 99 „Geschäftskunden-Norm“ DIN 77235 auf der Zielgeraden

IMPRESSUM

- 59 Impressum

Kommt der Provisionsdeckel für die Vermittlung von Lebensversicherungen doch noch?

Und wann und wie erfolgt die im Koalitionsvertrag beschlossene Übertragung der Finanzanlagenvermittler unter die Aufsicht der Bundesanstalt für Finanzaufsicht (BaFin)? Der AfW-Hauptstadtgipfel fahndete bei Finanzpolitikern nach einer finalen Antwort auf diese und andere wesentliche Regulierungsfragen.



Quelle: © Song_about_summer - AdobeStock.com

Führende Finanzexperten von CDU, SPD und FDP äußerten sich auf dem 17. Hauptstadtgipfel des AfW Bundesverband Finanzdienstleistung e. V. in Berlin zum Stand aktueller Regulierungsvorhaben der Koalition und stellten sich den Fragen der geladenen Branchenvertreter.

Wann kommt die BaFin-Aufsicht?

Im Koalitionsvertrag festgeschrieben, hat der Referentenentwurf zur Übertragung der Finanzanlagevermittler unter die Aufsicht der BaFin bereits die ersten Hürden genommen, wurde dann aber aufgrund großer Einwände vorerst gestoppt. „Der Normenkontrollrat etwa hat kritisiert, dass man keinerlei Alternativen geprüft hat, man hat die Bedenken der Fachleute einfach so weggewischt“, sagte Dr. Carsten Brodesser, CDU-Mitglied im Finanzausschuss.

Der letzte Kompromissvorschlag, eine schrittweise an Bedingungen gekoppelte Übertragung der Vermittler in Gruppen bis zum Jahr 2024, sei gescheitert. 80 Prozent der Kosten – etwa durch die

Einrichtung von 280 neuen Vollzeitstellen bei der BaFin – würden nämlich im Vorfeld vollständig und nicht schrittweise anfallen. „Diese Kosten kann man nicht lediglich einem Teil aufbürden, nämlich den rund 9.000 Vermittlern der ersten geplanten Übertragungsstufe. Wie es nun weitergeht, ist noch offen“, sagte Brodesser.

Der CDU-Politiker betonte zudem, dass die Verbraucherschützer weiterhin auf eine volle Übertragung aller Finanzanlagevermittler zur BaFin drängen werden und danach wohl auch die Versicherungsvermittler im Blick haben. „Ich hätte da größte Bedenken, eine Vollübertragung werde ich mit allen Kräften bekämpfen“, so Brodesser.

Neue Regierung wird entscheiden

Lothar Binding (SPD), Mitglied im Finanzausschuss und finanzpolitischer Sprecher der SPD-Fraktion, schloss eine Verschiebung um ein bis zwei Jahre nicht aus, da momentan auch aufgrund der Corona-Krise sehr viele andere Gesetzesvorhaben vorrangig zu behandeln seien. Es gebe daher

noch keinen neuen Zeitplan. Die SPD befürwortet eine einheitliche Regulierung durch die BaFin.

Die vom AfW Bundesverband errechneten großen Gebührenerhöhungen durch die BaFin-Aufsicht stellte Binding in Frage. Es gebe unterschiedliche Einschätzungen. „Das Finanzministerium hat einen glaubhaften Durchschnittswert von rund 1.000 Euro pro Vermittler ermittelt. Die Mehrheit der betroffenen Vermittler wird damit logischerweise weniger zahlen. Im Vergleich zu heute werden die Mehrkosten für Finanzanlagenvermittler auf jeden Fall erträglich sein“, versicherte Binding. „In der Branche kolportierte Angaben von 4.000 Euro für einzelne Anlagevermittler könne auf Fachebene niemand nachvollziehen – dazu fehlt noch eine klare Berechnungsgrundlage der Branchenvertreter.“

Frank Schäffler, wie die beiden Politikerkollegen, Mitglied im Finanzausschuss des Bundestags, lehnte die Übertragung auf die BaFin komplett ab. Der FDP-Politiker sah die Aufsichtsleistung der

BaFin „nicht immer auf Höhe der Zeit, das ist auch eine Frage der Führung in dieser Behörde.“ Dies zeige auch der Skandal um das BaFin-überwachte Unternehmen Wirecard. „Grundsätzlich neue Regelungen zu schaffen halte ich für falsch, daher ist der Untersuchungsausschuss zu Wirecard wichtig, denn mögliches organisatorisches Fehlverhalten innerhalb der BaFin muss erst untersucht werden. Dann kann man entscheiden, ob man mit dem bestehenden Personal weitere Reformen umsetzt“, so Schäffler.

Provisionsdeckel bleibt aufgeschoben

Auch das andere große Regulierungsvorhaben, die Einführung einer Deckelung der Provisionen für Lebensversicherungen und Restschuldversicherungen, scheint zunächst gestoppt. FDP-Politiker Schäffler meinte, der Provisionsdeckel werde in dieser Legislaturperiode wohl keine Rolle mehr spielen. „Allerdings wird eine mögliche schwarz-grüne Regierung das Thema nach der Wahl Ende 2021 sicherlich wieder auf die Agenda setzen. Ein erneutes Aufbäumen der Branche wird dann erforderlich sein“, prognostizierte Schäffler. Für Restschuldversicherungen forderte Frank Schäffler anstelle eines Provisionsdeckels eine „Abkühlphase“. Für einen verbesserten Verbraucherschutz solle ähnlich wie in Großbritannien eine verpflichtende zeitliche Entkoppelung zwischen dem Abschluss von Kredit- und Restschuldversicherungsabschluss eingeführt werden.

Hier pflichtete auch CDU-Kollege Brodessa bei. Allerdings müsste

für die Restschuldversicherung ein doppelter Provisionsdeckel eingeführt werden. So würden einerseits die überwiegend bei den Banken bestehenden Provisionsexzesse beschnitten und andererseits wäre sichergestellt, dass die Beratung weiterhin über alle in Frage kommenden Risiken erfolgen würde. Der CDU-Vorschlag sieht vor, maximal 2,5 Prozent für die Provision und zusätzlich maximal 50 Prozent Verwendung der Prämie für die Provisionen einzuräumen. Den Provisionsdeckel für die Lebensversicherung bezeichnete Brodessa hingegen als „Schwachsinn im geplanten Modell“.

SPD-Finanzexperte Binding sprach davon, dass beim Provisionsdeckel in der Regierungskoalition ein Kompromiss denkbar sei, der darin bestehen könnte, nur eine alleinige Regelung für die Restschuldversicherung umzusetzen. Aber auch hier gebe es derzeit keinen konkreten Zeitplan.

Der Einsatz für die Vermittler geht weiter

„Wir haben die Bestätigung erhalten, dass unsere fundierten und klar formulierten Argumente in der Politik gehört werden und zu Änderungen im Sinne der existen-

ziellen Belange der freien Vermittler führen, auch wenn dies bisweilen mühsame und langfristige Prozesse sind“, zog Frank Rottenbacher, Vorstand des AfW Bundesverband Finanzdienstleistung, ein positives Fazit der Veranstaltung. Weder der Provisionsdeckel für Lebensversicherungen noch die Verlagerung der Aufsicht für die Finanzanlagevermittler sind bislang umgesetzt worden. Von der nächsten Bundesregierung müsse man aber mit der Wiederaufnahme dieser problematischen Regulierungsvorhaben rechnen, daher werde der AfW seine Arbeit am Puls der politischen Entscheider weiter fortführen.

Der 17. AfW-Hauptstadtgipfel fand als hybride Veranstaltung unter strengen Corona-Hygienebestimmungen am 18. November im Berliner Hotel Bristol statt. Während Vertreter von rund 25 AfW-Fördermitgliedunternehmen vor Ort waren, konnten weitere geladene Branchenexperten die Vorträge online verfolgen und sich ebenfalls mit Fragen aktiv an der Veranstaltung beteiligen. Gleichzeitig erhielten die Finanzexperten von SPD, FDP und CDU wertvolle Informationen aus der Beratungspraxis der Branchenvertreter.

Autor: www.bundesverband-finanzdienstleistung.de



Quelle: © successphoto - AdobeStock.com

Welche Themen die Kunden der Finanzberater am meisten bewegen

Welche Themen über die Auswirkungen der Pandemie hinaus sind für die Finanzbranche künftig am wichtigsten? Diese Frage stellte die unabhängige Finanzberatungsgesellschaft Plansecur ihren rund 100 Beratern. Das Ergebnis lässt an Eindeutigkeit nichts zu wünschen übrig: Zwei Drittel der Experten stufen die anhaltende Niedrigzinspolitik und ihre Folgen als größte Herausforderung für die nächsten Jahre ein. Weitere Erkenntnisse der Umfrage sind im "Plansecur-Report: Finanzbranche 2021" zusammengefasst.

Umwelt- und Klimaschutz halten 46 Prozent der Finanzprofis für das herausragende Thema der Finanzbranche in naher Zukunft. Weitere 45 Prozent räumen der Neo-Ökologie immerhin einen gewissen Stellenwert ein. "Immer mehr Anlegern ist es wichtig, dass ihre Investitionen nicht nur ökonomisch, sondern eben auch ökologisch durchdacht sind", erklärt Plansecur-Geschäftsführer Johannes Sczegan.

Weiteres laut Umfrage großes Thema ist die Digitalisierung in ihren unterschiedlichen Ausprägungen. So halten drei Viertel der Finanzfachleute sogenannte "Silver Surfer", also gegenüber der Digitalisierung aufgeschlossene Senioren, für eine zusehends wichtigere Zielgruppe in der Beratung. Die Hälfte der Finanzprofis ist überzeugt, dass künftig der Einsatz Künstlicher Intelligenz zur Verbesserung der Beratungsqualität beitragen kann. 54 Prozent vertreten die Auffassung, dass neue Finanz-

technologie-Firmen – FinTechs – in Zukunft an Bedeutung gewinnen werden gegenüber dem klassischen Bankwesen. Bei den Vertriebswegen für Finanzprodukte wird die Digitalisierung ebenfalls eine stärkere Rolle spielen, sind 38 Prozent fest überzeugt. Über 80 Prozent der Befragten begrüßen, dass die Einstiegshürde für Verbraucher in ein Beratungsgespräch durch die Digitalisierung niedriger wird.

"Die Digitalisierung bietet für Finanzberater enorme Chancen", ist Johannes Sczegan überzeugt. Der Plansecur-Chef begründet: "Über Apps und Videochats können Interessenten viel leichter einen Berater finden und Kontakt aufnehmen." Eine Ablösung der Finanzprofis durch Roboterberatung befürchtet der Plansecur-Geschäftsführer nicht. "Im Gegenteil sind Menschen aus Fleisch und Blut als Ansprechpartner im Dschungel der digitalen Informationsüberflutung gefragter als je zuvor", weist Johannes Sczegan auf Erfahrungen in der Corona-Krise hin, und fragt: "Finanz- und Lebensplanung hängen oft eng zusammen. Und wer will schon sein Leben auf Algorithmen aufbauen?"

Über 90 Prozent der Berater werden eigenen Angaben zufolge von ihren Kunden zumindest teilweise als eine Art "Lebenslotse" verstanden. Mehr als die Hälfte (53 Prozent) führen laut Umfrage sehr persönliche Kundengespräche weit über bloße Finanztransaktionen hinaus. Daher wird ein enges Vertrauensverhältnis zwischen Finanzberater und Kunde in Zukunft noch wichtiger sein als

heute schon, sind sich 94 Prozent der Befragten sicher.

Plansecur hat im Rahmen der Umfrage auch das Thema Provisions- versus Honorarberatung hinterfragt. Im ersten Fall ist die Beratung für den Kunden kostenfrei; sofern er ein Finanzprodukt erwirbt, fließt dafür aus dem Kaufpreis eine Provision an den Berater. Im zweiten Fall hingegen muss der Kunde vorab für die Beratung bezahlen, unabhängig davon, ob diese zu einem Resultat führt oder nicht. 62 Prozent der Plansecur-Berater plädieren "unbedingt" für das Provisionsmodell, weitere 26 Prozent halten es für besser als den Honoraransatz.

Das Argument: Leidtragende einer Abschaffung der Provisionsberatung wären in erster Linie Verbraucher mit einem geringen oder mittleren Einkommen, die sich selbst ein Honorar von wenigen Hundert Euro für eine Beratung nicht leisten können. "Das würde gerade diejenigen Menschen, die Hilfe etwa bei ihrer Altersversorgung besonders dringend benötigen, praktisch von der Finanzberatung abschneiden. Das wäre mit der allseits erhobenen politischen Forderung, die Menschen sollten sich selbst über die staatliche Rente hinaus auch privat um ihre Altersversorgung kümmern, unvereinbar", fasst Plansecur-Chef Johannes Sczegan zusammen.

Autor: www.plansecur.de



KLIMASCHUTZ
MIT RENDITE



Nachhaltig ökologisch und wirtschaftlich: Wachstumsmarkt Light as a Service

LED-Beleuchtung ist eine Schlüsseltechnologie für weniger Stromverbrauch und **mehr Klimaschutz**. Mit Light as a Service wird daraus ein Zukunftsmarkt mit großem Potenzial.

Spezialisiert auf die Herstellung und Vermietung sowie als Vollsortimenter hochwertiger LED-Beleuchtung, bieten wir Industrie, Handel und öffentlichen Auftraggebern ein umfassendes Portfolio. Unsere Kunden profitieren von einer optimalen Lichtsituation, **sparen Beleuchtungskosten und CO₂-Emissionen**.

Mit über 600 erfolgreich realisierten Projekten ist die Deutsche Lichtmiete® **die Nr. 1 für Light as a Service** in Europa. Werden Sie Teil dieses Erfolgs und setzen Sie nachhaltig auf Klimaschutz.

Interessiert? Ausführliche Information und Online-Zeichnung unter www.lichtmiete-anleihe.de

Maklernachfolge: Einfach und doch die beste Lösung

Andreas W. Grimm

Geschäftsführer

Resultate Institut für Unternehmensanalysen
und Bewertungsverfahren GmbH



Als im Frühjahr 2020 das Resultate Institut seine Maklernachfolge-Lösung „Resultate Select“ auf den Markt brachte, war der Ansatz nicht nur neu, sondern extrem wirkungsvoll: Inhaber von Maklerbeständen sollten auf eine einfache, schnelle und vor allem kostengünstige Weise die wirtschaftlich bestmögliche Lösung für ihren Maklerbestand finden, wenn sie diesen im Rahmen einer Altersnachfolge verkaufen wollen. Das FinanzBusinessMagazin verlieh dem Resultate Institut damals den Finanz-BusinessPreis für Innovation. Zwischenzeitlich hat das Resultate Institut die Version 2.0 seiner Lösung entwickelt und führt sie gerade in den Markt ein. Ein Grund mehr, die Neuerungen etwas genauer anzusehen.

Der selbst formulierte Anspruch ist sehr hoch:

Wer über die Methode „Resultate Select“ des Münchener Resultate Instituts seinen Maklerbestand verkauft, soll sicher sein können, dass er unter den einschlägigen Bestandskäufern in Deutschland keinen weiteren finden wird, der bereit ist, einen besseren Preis zu bezahlen, als den, den das Resultate Institut bereits über sein Käufernetzwerk ermittelt und dem Bestandsinhaber angeboten hat.

Maklerrente, Bestandsrente, Bestandsverkauf gegen Einmalzahlung oder Ratenzahlung. Es tummeln sich zwischenzeitlich unzählige Bestandskäufer im Markt. Die Käufer, die mehrfach Bestände übernehmen, kaufen diese meist über standardisierte Vertragswerke und Konditionen, sogenannte Kaufmodelle. Manche Anbieter solcher Kaufmodelle ist zutiefst seriös, mancher fair und mancher entpuppt sich hinterher dann doch als Schnäppchenjäger, der zwar über ein gutes

Marketing verfügt, bei dem der Makler allerdings deutlich mehr erwartet hat, als er dann tatsächlich realisieren kann. Man spricht dann gerne auch von "Missverständnissen". Das hilft dem möglicherweise enttäuschten Bestandsverkäufer dann aber auch nicht weiter.

Der Bestandsverkauf ist schon organisatorisch, rechtlich und strategisch kein ganz einfaches Thema, schließlich geht es meistens nicht nur um eine betriebswirtschaftliche Übung. Viele Makler haben ihr Maklerunternehmen über Jahrzehnte mit viel Herzblut aufgebaut und betrieben. Da fällt die Geschäftsaufgabe oder Geschäftsübergabe in vielen Fällen nicht leicht. Der Wunsch nach einer harmonischen Übergabe, bei der sich der Bestandsinhaber vertrauensvoll vom Käufer führen lassen kann und irgendwann einen mehr als fairen Kaufpreis erhält, ist mehr als nachvollziehbar. Das Feilschen um das eigene Lebenswerk fällt vielen Maklern schwer. Am liebsten würden

sie eine solche Situation vermeiden – und dennoch einen möglichst guten, risikoarmen Kaufpreis erzielen.

Genau an dieser Stelle setzt Resultate Select an:

Die Kunden des Resultate Instituts sollen in die komfortable Situation kommen, sich nicht mehr selbst um mögliche Bestandskäufer bemühen zu müssen und schon gar nicht mehr hart auf hart verhandeln oder abwägen zu müssen, welches Modell denn nun wirklich das richtige sein könnte.

Der Bestandsinhaber überlässt dem Resultate Institut im Rahmen einer Selbstauskunft die wesentlichen Kennzahlen zum Maklerbestand und erteilt einige wichtige Auskünfte zur bisherigen Geschäftspraxis. So kann das Institut eine möglichst genaue Prognose erstellen, wie sich der betreffende Maklerbestand vor, während und nach der Übergabe an einen potenziellen Bestandskäufer verhalten wird. Auf Basis dieser Prognose kann das Institut nunmehr für jeden einzelnen Bestandskäufer und jedes einzelne Kaufmodell, das das Institut im Resultate Select Rechner implementiert hat, berechnen, welche Vergütungsbestandteile dem verkaufenden Makler zu welchem Zeitpunkt voraussichtlich zufließen werden. Auf dieser Basis kann der Makler dann entscheiden, ob er das empfohlene Kaufmodell annehmen will oder nicht.

Der Resultate Select Rechner hat nun einige wichtige Neuerungen erhalten, die den Bestandsinhaber in seiner Entscheidungsfindung zusätzlich unterstützen können:

- Indikativer Steuerrechner mit Berücksichtigung sonstiger Einkommensverhältnisse
- Erweiterte Risikobewertung zur Einschätzung der Bestandsentwicklung in den Folgejahren
- Zusätzliche Kaufmodelle unterschiedlichster Fristigkeiten und Fälligkeiten
- Erweitertes Portfolio: Sowohl für Versicherungs-, Baufinanzierungs- als auch Finanzanlagebestände können geeignete Kaufmodelle identifiziert werden.
- Erweitertes Netzwerk potenzieller Bestandskäufer und noch mehr Kaufmodelle

Resultate Select bringt einem Bestandsinhaber einige wichtige Handlungsoptionen, die er sich normalerweise nur mit sehr großem Zeitaufwand erschließen würde.

So vergleicht der Rechner die Zahlungsströme von Modellen gegen Einmalkaufpreis, ratierlichem oder variablen Kaufpreis und verschiedenste Rentenmodelle. Gerade für unentschlossene Makler bietet Resultate Select die Möglichkeit, gegen eine sehr geringe Gebühr sofort die bestmögliche Lösung zu identifizieren.

Da viele der Kaufmodelle auch perspektivisch auswählbar sind, können auch Makler, die nicht sofort aufhören wollen, eine Lösung finden, wie Sie ihr unternehmerisches Risiko abgeben können, ohne auf den Spaß in der Beratung verzichten zu müssen.



Quelle: © SFIO CRACHO - AdobeStock.com

Der neue indikative Steuerrechner berücksichtigt nun auch sonstige zu versteuernde Einkünfte. Das ist deshalb wichtig, weil bei vielen Modellen wie Maklerrenten die Steuerlast erheblich von den sonstigen steuerpflichtigen Einkünften des Maklers oder seines Ehepartners abhängen.

Das wichtigste ist allerdings die Tatsache, dass über den Barwertvergleich nach Steuern der Makler ziemlich sicher sein kann, dass er das für ihn wirtschaftlich attraktivste Modell wählen wird. Und sollte er dann doch einmal nicht zugreifen wollen, kann er von der Geld-zurück-Garantie gebrauch machen. Wenn beispielsweise sich dann doch noch ein Mitarbeiter findet, der den Betrieb unbedingt weiterführen möchte.

Von unschätzbarem Wert ist das Resultate Select Modell auch in den Fällen, in denen Makler nicht so richtig Lust haben, sich mit den Vor- und Nachteilen verschiedener Kaufmodelle zu beschäftigen. Resultate Select fragt die Präferenzen des Maklers und die wichtigen Rahmenbedingungen

ab und kann so automatisch die richtigen Modelle priorisieren. Das ist beispielsweise auch dann wichtig, wenn der Makler nicht bereits bei allen Kunden eine aktuelle Maklervereinbarung und Datenschutzvereinbarung abgeschlossen hat.

Gerade dann ist es wichtig, dass der Makler einen Käufer findet, der ihn mit der Bestandsübertragung nicht alleine lässt, sondern ihn tatkräftig und DSGVO-konform bei der Bestandsübertragung unterstützt. Deshalb lässt das Resultate Institut nur Bestandskäufer zu, die einen solchen Übertragungsservice anbieten. Das ist deshalb wichtig, weil sehr viel Makler technisch oder logistisch überfordert sind, bei allen Kunden die erforderlichen Dokumente beizubringen und diesen nach zu telefonieren, wenn diese nicht reagieren.

Wer mit dem Gedanken spielt, seinen Bestand über Resultate Select zu übertragen, wird überrascht sein, wie schnell die Prozesse ablaufen. Von der Freigabe des Datenerhebungsbogens durch den Bestandsinhaber dauert es in der Regel nur 3 Arbeitstage, bis der Makler ein indikatives An-

gebot für den Verkauf seines Bestands vorliegen hat. Und spätestens 14 Tage nach der Annahme des Angebots liegen dem Makler üblicherweise die Vertragswerke als verbindliches Angebot vor. Auch wer es eilig hat, findet also bei Resultate Select ohne Qualitätsverlust die bestmögliche Lösung.

So bleibt das Fazit: Resultate Select bietet allen Maklern, die ihren Maklerbestand kostengünstig und ohne größere Mühe übertragen wollen, eine einfache und unspektakuläre Lösung, die sich genau passend zur Lebensplanung des Maklers umsetzen lässt.

Mehr Informationen zu Resultate Select finden Sie unter: <https://www.resultate-select.de>

Sollten Sie sich mit dem Gedanken tragen, Ihren Bestand veräußern zu wollen, können Sie gerne auch eine vertrauliche Erstberatung buchen, um ihre Handlungsoptionen und Ihre Überlegungen mit einem Fachmann zu teilen:

<https://www.resultate-institut.de/kontakt/> ■



Quelle: © Gorodenkoff - AdobeStock.com

Zum Autor:

Andreas Grimm ist Mitbegründer des Resultate Instituts in München. Der Branchenexperte bewertet mit seinen Kollegen bundesweit Maklerbestände und -unternehmen und verhilft ihren Inhabern zu einem erfolgreichen Bestandsverkauf oder zu einer gelungenen Unternehmensnachfolge.

Unternehmen:

Resultate Institut für Unternehmensanalysen
und Bewertungsverfahren GmbH
Landwehrstr. 61
80336 München

Telefon: 089/943964000

Informationen über Nachhaltigkeit werden für Vermittler Pflicht

Trotz der immensen Belastungen durch die Corona-Pandemie müssen ab dem 10. März 2021 Versicherungskaufleute, die drei und mehr Mitarbeiter beschäftigen, bei der Vermittlung von Versicherungsanlageprodukten ihren Kunden Informationen über die Erfüllung von Nachhaltigkeitszielen geben. Dies sieht die EU-Verordnung „über nachhaltigkeitsbezogene Offenlegungspflichten im Finanzdienstleistungssektor“ (Nr.2019/2088) vor. Sie soll helfen, die EU-Nachhaltigkeits- und Umweltziele auch im Finanz- und Versicherungssektor EU-weit zu erreichen.

„Wir sind verwundert über diese neuen und umfangreichen Informationspflichten, die nun auf

die Vermittler zukommen“, sagt Michael H. Heinz, Präsident des Bundesverbandes Deutscher Versicherungskaufleute (BVK). „Die EU-Bürokratie verkennt die derzeitigen Corona-bedingten Einbußen und Beschränkungen unserer Branche. Zudem muss die Vermittlerbranche erst einmal all die Regulierungen der letzten Jahre stemmen und umsetzen. Und jetzt sollen wir unseren Kunden noch erklären, ob die von uns vermittelten Produkte den EU-Nachhaltigkeitszielen entsprechen.“

Die EU-Transparenzverordnung zwingt Vermittler und Produktanbieter vorvertraglich bei allen Versicherungsanlageprodukten, also z. B. fondsgebundenen Versicherungen und kapitalbil-

denden Lebensversicherungen, auszuweisen, ob und wie die Investitionen Nachhaltigkeitskriterien und Umweltschutzaspekte berücksichtigen. Dazu gehören auch Bewertungen von Risiken und ihre Effekte auf die Rendite der Finanzprodukte. Auch wenn Versicherungsvermittler Nachhaltigkeitsrisiken als nicht relevant erachten, sind sie verpflichtet, eine klare und knappe Begründung hierfür zu liefern, wobei sie auf die Informationen der Produktanbieter angewiesen sind. All diese Informationen sind auf den Internetseiten der betroffenen Vermittlerbetriebe zu veröffentlichen, so dass sie Kunden bereits bei der Geschäftsanbahnung oder vor Geschäftsabschluss zur Verfügung stehen.

„Obwohl eine Taxonomie, also eine Klassifikation der EU was konkret unter Nachhaltigkeit zu verstehen ist, noch aussteht, müssen wir Vermittler schon damit arbeiten“, kritisiert BVK-Präsident Heinz die EU-Vorgaben. „Um den Versicherungskaufleuten hierbei zu helfen, haben wir in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Matthias Beenken von der Fachhochschule Dortmund eine Checkliste veröffentlicht. Anhand dieses Leitfadens können Betroffene sehen, ob und inwiefern sie von dieser EU-Transparenzverordnung betroffen sind. Diese Checkliste bieten wir allen Interessierten zum freien Download auf der BVK-Website (www.bvk.de) an.“

Autor: www.bvk.de



Quelle: © metamorworks - AdobeStock.com

Vermittler:innen mit Blockchain-Technologie erfolgreich

Seit 2019 ist die BCI Business Community International GmbH mit Sitz in Grömitz an der Ostsee, Deutschland, mit ihrer Marke Mondo am Markt stark aktiv. Die Geschäftszweige reichen von eCommerce bis hin zu nachhaltigen digitalen Produkten. Die Mondo Blockchain GmbH, ein Unternehmen innerhalb der Markenwelt Mondo, betreibt eCommerce auf der Blockchain und ist Emittent eines eigenen Mondo Community Coins. Albert Hild, Geschäftsführer der Mondo Blockchain GmbH, seit vielen Jahren in der digitalen Welt und im Kryptobereich unterwegs sowie Niels Brüggemann, Vertriebsleiter der BCI Business Community Marketing & Sales GmbH stehen im Interview Rede und Antwort über die Chancen blockchainbasierter eCommerce-Entwicklungen und den Performancemöglichkeiten für Vermittler in Deutschland und weltweit.



Albert Hild

Geschäftsführer

Mondo Blockchain GmbH

Albert Hild ist seit 2021 Geschäftsführer der Mondo Blockchain GmbH und verantwortet neben der Entwicklung der blockchainbasierten eCommerce-Technologie auch die Herausgabe des Mondo Community Coins. Albert Hild ist Informatiker und Experte für digitale und kryptische Werte.

FBM: Herr Hild, warum ist eine Blockchain elementar für den Erfolg einer dezentralen Einkaufsplattform und wovon ist die Mondo Blockchain GmbH überzeugt in diesem Zusammenhang?

Albert Hild: Ganz einfach: die Blockchain ist die sicherste Technologie zur Übertragung von Werten. Sie ersetzt zudem zentrale, monopolistische Strukturen und schafft damit mehr Sicherheit und Transparenz. Diese Merkmale bedeuten letzten Endes große Vorteile für den Endkunden, da er genau sehen kann, wer seine erworbenen Artikel produziert, transportiert und verkauft hat.

Wir sind der Überzeugung, dass die Blockchaintechnologie bei Anwendung im eCommerce-Bereich zu neuen, spannenden Geschäftskonzepten führen wird und natürlich - sogar noch wichtiger - den Endkund:innen große Einkaufsvorteile bieten kann.

FBM: Was ist das Besondere an dem Mondo Community Coin, Herr Hild?

Albert Hild: Der Mondo Community Coin ist einer der ersten Token aus Deutschland, der sich dem Thema eCommerce verschrieben hat.

Warum heißt er dann Community Coin? - möchte man fragen. Das ist eben Teil unserer Vision. Wir wollen mit diesem Token eine dezentral aufgebaute eCommerce-Plattform schaffen, die Produzenten, Lieferanten, Händler, Consumer usw. miteinander verbindet und ohne zentralen Mittelsmann handeln lässt. Dies bündelt die Kraft der Community zu einem neuen und einzigartigen eCommerce-Konzept.

FBM: Wie stehen die Erfolgsaussichten, Herr Hild, für Kunden, die sich einen Mondo Community Coin kaufen?

Albert Hild: Sehr gut! Aktuell können Interessierte für unter einem Euro unseren Coin kaufen. Wir sind ein junges Start-up-Unternehmen aus dem Bereich der Finanztechnologie und wachsen in den Bereichen eCommerce, eBanking und wir schaffen neue digitale Werte. Wer in unserer ständig veränderten Welt versteht, dass die eCommerce- und Kryptowelle schon lange kein Geheimtipp mehr ist, der ist sicherlich gut bedient, an unserer Wachstumsstory teilzuhaben.



FBM: Welche Werte bildet der Mondo Community Coin ab? Ist dieser mit Bitcoin oder anderen bekannten Kryptowährungen wie Ether etc., Ihrer Meinung nach Herr Hild, vergleichbar?

Albert Hild: Nein, wir sind nicht vergleichbar. Wir sind ein Projekt made in Germany und wir haben ein ganz klares Ziel: den eCommerce mit der Blockchaintechnologie zu verbinden. Der Mondo Community Coin ist daher ein sogenannter Utility-Token auf ERC-20 Basis und nicht als Währung zu verstehen. Er eröffnet den Inhaber:innen dieser Coins Vorteile auf unseren Portalen.

Da unser Coin auf der public Ethereum Blockchain generiert ist, wird er natürlich auch handelbar. Hier haben wir ein sogenanntes Vesting-Model eingeführt, damit nicht alle Coins sofort in den Handel geraten und große Kursschwankungen verursachen. Dieses Vesting-Model gibt die Coins Monat für Monat automatisch frei und sie können dann im ganzen Ethereum-Netzwerk bewegt und eingesetzt werden.

Niels Brüggemann

Vertriebsleiter

BCI Business Community Marketing & Sales GmbH

Niels Brüggemann ist seit Herbst 2020 der Vertriebsleiter Deutschland, Österreich, Schweiz der BCI Business Community Marketing & Sales GmbH und für den Aufbau und die Entwicklung des B2B-Vertriebsweges mit Handelsvertretern in den deutschsprachigen Ländern zuständig. Er ist selbst seit über 30 Jahren erfolgreich im Bereich der Kundenberatung im Private Wealth Management unterwegs.

FBM: Warum passt Mondo Shopping als ideales Produkt auch für Vermittler:innen im Finanzdienstleistungsbereich, Herr Brüggemann?

Niels Brüggemann: Ganz einfach: wir leben in der Zeit des eCommerce, der Digitalisierung und es entwickeln sich neue Werte, Bezahlssysteme und vieles mehr. Gerade deswegen ist es für Vermittler:innen attraktiv, den Kund:innen Produkte an die Hand zu geben, die einfach zu verkaufen sind und auch den Nerv der Zeit treffen. Viele Kund:innen verstehen, dass sich die Welt verändert hat und immer digitaler wird. Aus diesem Grund haben Vermittler:innen ein neues

Betätigungsfeld und die Menschen reflektieren darauf sehr stark.

FBM: Was sind die Vorteile Ihrer Ansicht nach, Herr Brüggemann, für Geschäftskund:innen von Vermittler:innen?

Niels Brüggemann: Alle Geschäftskund:innen, die Waren und Dienstleistungen anzubieten haben, können bei uns online einen Shop mieten. Und das für sehr kleines Geld. Alle Einzelhändler:innen, die sich nicht in unserer Welt bewegen, die coronabedingt ihr Geschäft nicht öffnen können, haben aktuell ein Problem. Dieses können wir lösen,

indem diese bei uns kostengünstig einen Shop eröffnen und auch international unser Netzwerk nutzen können...

FBM: Welche Voraussetzungen brauchen Versicherungsmakler:innen und Finanzdienstleister:innen für die Vermittlung von Mondo-Dienstleistungen und den Mondo-Coin, Herr Brüggmann?

Niels Brüggmann: Keine, außer dass sie verkaufen können.

Unsere Dienstleistung ist quasi ein Gutscheingeschäft und kein Finanzgeschäft. Unseren Mondo Community Coin können Vermittler:innen verkaufen, die sich mit uns identifizieren und die wir in unserer Fachberaterschulung ausbilden. Wir möchten, dass unsere Vermittler:innen beim Verkauf alle die gleiche Sprache sprechen.

FBM: Was bieten Sie Vermittler:innen noch Besonderes im Zuge der BCI Business Community Marketing & Sales GmbH an, Herr Brüggmann?

Niels Brüggmann: Wir bieten über die aufgeführten Dienstleistungen hinaus noch weitere Möglichkeiten, über unsere Schwester- und Partnerfirmen für die Finanzdienstleistungsvermittlung, insbesondere ein Haftungsdach für die Vermittlung von Vermögensanlagen an. Darüber hinaus vergüten wir unseren Vertrieb für die Tätigkeit überdurchschnittlich gut.



Quelle: © kasto - fotolia.com

FBM: Wie kommen Makler:innen und Vermittler:innen, die sich für Mondo interessieren bei Ihnen, Herr Brüggmann, an weitere Informationen?

Niels Brüggmann: Wir machen 2x die Woche, jeweils dienstags um 10.00 Uhr und donnerstags um 19.00 Uhr eine Unternehmenspräsentation und laden dazu ein! Die Plätze sind auf 10 Personen limitiert, um die Qualität der Veranstaltung zu gewährleisten. Zusätzlich bieten wir Workshops und Fachberaterschulungen an. Melden Sie sich gern direkt und verbindlich bei mir unter: +49 4562 2662722 an.

Alternativ freuen wir uns über eine E-Mail unter: karriere@bci-sales.com, falls Sie ein erstes unverbindliches Infopakete von uns erhalten möchten.

<https://mondo.guide/> ■



Quelle: © Sergey Nivens AdobeStock.com

Beschwerdequote über Vermittler abermals gesunken

Schlichtungsstelle verzeichnet nur zulässige 93 Fälle im letzten Jahr

Auch in 2020 lagen die Beschwerden über Versicherungsvermittler auf einem äußerst niedrigen Niveau, wie der kürzlich veröffentlichte Tätigkeitsbericht des Versicherungsombudsmann ausweist. Gerade einmal 298 Versicherungsnehmer beschwerten sich über Vermittler (2019: 261), bei einem gesamten Beschwerdeaufkommen von 17.413 (2019: 16.928).

„Allerdings beurteilte die Schlichtungsstelle nur 93 (2019: 115) Beschwerden als zulässig“, infor-

miert der Präsident des Bundesverbandes Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) Michael H. Heinz. „Auf alle Beschwerden des letzten Jahres bezogen ergibt das gerade einmal einen Anteil von nur 0,53 Prozent (2019: 0,67 %). Im Jahresvergleich ist das abermals eine Abnahme.“

Aufgrund der seit Jahren verschwindend niedrigen Beschwerdequoten sieht sich der BVK darin bestätigt, dass der Berufsstand ehrbar ist und Kunden die Expertise und

Fairness ihrer Versicherungsvermittler sehr zu schätzen wissen. Dies reflektiert auch das BVK-Berufsbild.

„Das niedrige Beschwerdeaufkommen über uns illustriert außerdem Jahr für Jahr unsere Anerkennung durch die Kunden und bestärkt uns in unserem sozialpolitischen Auftrag der Absicherung für Millionen Kunden“, sagt BVK-Präsident Heinz.

Autor: www.bvk.de

Unabhängige VermittlerInnen konnten 2020 trotz Corona-Krise Gewinn und Umsatz erhöhen

Trotz der Corona-Krise konnten VersicherungsmaklerInnen und unabhängige FinanzdienstleisterInnen (mit Zulassung nach Paragraf 34 f Gewerbeordnung) im Jahr 2020 ihren Gewinn um über 8% und ihren Umsatz um 11% steigern. Diese Werte ergeben sich aus dem 13. AfW-Vermittlerbarometer, an dem im November 2020 über 1.250 VermittlerInnen teilgenommen hatten.

Im Durchschnitt erzielten unabhängige VermittlerInnen im Jahr

2020 einen Gewinn von 59.850 €. Dieser Wert aus dem aktuellen AfW-Vermittlerbarometer liegt damit 4.850 € über dem Vorjahreswert. Dennoch bleiben mehr als die Hälfte der VermittlerInnen (55%) unter einem Gewinn von 50.000€ pro Jahr und nur 16% der Befragten geben einen Gewinn von über 100.000 € an.

„Die Erhöhung des durchschnittlichen Gewinns resultiert daraus, dass kleine und unrentablere Vermittlerbüros aufgeben oder von

größeren Unternehmen übernommen werden, die dann effizienter mit den Beständen arbeiten können. Hinzu kommt, dass durch den vermehrten Einsatz digitaler Technik viele Prozesse optimiert wurden. Die Digitalisierung führte zu mehr Effizienz, besserer Kundenkommunikation und damit in der Breite zu weiter guten Umsätzen.“, so Rottenbacher weiter.

Gefragt wurde auch nach der Höhe der jährlichen Umsätze. Diese erhöhten sich im Vergleich zu den

Vorjahreswerten um 11% auf nun ca. 120.000€.

„Im Schnitt sind die unabhängigen VermittlerInnen bisher erstaunlich gut durch die Corona-Krise gekommen. Viele VermittlerInnen sind in der Krise proaktiv auf ihre Kunden zugegangen, haben Flagge gezeigt und Hilfe angeboten.



Das ist das Ergebnis schneller und flexibler Anpassung an die neuen Rahmenbedingungen sowie harter Arbeit“, sagt AfW-Vorstand Frank Rottenbacher.

Am 13. AfW Vermittlerbarometer haben im November 1.250 VermittlerInnen online teilgenommen, davon waren 47% AfW-Mitglieder. 92% der TeilnehmerInnen waren VersicherungsmaklerInnen, 66% haben eine Erlaubnis gemäß § 34f GewO.

Autor: www.bundesverband-finanzdienstleistung.de

FPSB erstellt Praxisleitfaden für die Finanzberatung schutzbedürftiger Personen

Es ist vielfach noch ein Tabuthema: Wie sollen Finanzberater mit Kunden umgehen, die rechtlich zwar als entscheidungsfähig gelten, tatsächlich aber aus verschiedenen Gründen und individuellen Umständen besondere Unterstützung benötigen?



Ein Tabuthema ist es auch deshalb, weil die Gefahr besteht, dass diese schutzbedürftigen Personen aufgrund individueller Dispositionen möglicherweise anfällig sind für finanzielle Nachteile oder gar finanziellen Missbrauch. Um solche Risiken auszuschließen und Finanzplanern Hilfestellung bei der Beratung dieses speziellen Personenkreises zu geben, hat der Financial Planning Standards Board Deutschland e.V. (FPSB Deutschland) einen Leitfaden veröffentlicht, der maßgeblich vom FPSB Europe, dem Zusammenschluss aller europäischen FPSB-Netzwerkpartner, initiiert wurde.

Ein wichtiges Motiv für die Initiative ist es, dass Regulierungsbehörden weltweit zunehmend besorgt über die finanzielle Ausbeutung schutzbedürftiger Bevölkerungsgruppen

sind. „Der Praxisleitfaden zielt deshalb darauf ab, das Verständnis für die verschiedenen und zum Teil speziellen Fragestellungen im Zusammenhang mit der Beratung von schutzbedürftigen Personen zu verbessern“, erläutert FPSB-Vorstandsvorsitzender Prof. Rolf Tilmes. „Gleichzeitig wollen wir damit FPSB-Professionals unterstützen, damit sie ihren ethischen und beruflichen Verpflichtungen bei der Beratung schutzbedürftiger Personen gerecht werden können.“

Die Gründe für die Schutzbedürftigkeit sind vielfältig. Geringe Lese-, Schreib-, Rechen- oder Finanzkenntnisse gehören ebenso dazu wie Sprachbarrieren, eine Scheidung, der Tod des Ehepartners oder eines geliebten Menschen sowie Demenz oder andere psychische Erkrankungen. Und selbst

ein großer finanzieller Gewinn, etwa beim Lotto oder durch eine Erbschaft, kann einen Menschen ein Stück weit aus der Bahn werfen, so dass er als schutzbedürftig angesehen werden kann.

„Hier gilt es im Sinne qualitativ hochwertiger professioneller Beratung, besonders aufmerksam, sensibel und kundenorientiert zu agieren“, betont Prof. Tilmes, der neben seiner Vorstandstätigkeit auch Academic Director Finance & Wealth Management an der EBS Executive School, Oestrich-Winkel, ist.

Ganz wichtig dabei: Der Praxisleitfaden kann und will nicht alle möglichen Fragen und Probleme, die in einer bestimmten Situation auftreten können, adressieren. Zudem sollen damit auch nicht neue Standards geschaffen werden, um staatliche oder behördliche Verpflichtungen in einem bestimmten Gebiet zu ersetzen. „Der Praxisleitfaden ist gedacht als Ergänzung, aber nicht als Ersatz, zu bestehenden nationalen Gesetzen und Vorschriften“, verdeutlicht Prof. Tilmes. Autor: www.fpsb.de

Vermittlerschwund abgebremst

Ein langjähriger Trend scheint gebrochen: Denn erstmals seit langem erhöhte sich die Zahl der Exklusivvermittler um 664 innerhalb des letzten Quartals 2020, wie das Versicherungsvermittlerregister ausweist.

„Das ist trotz der Corona-Pandemie eine erfreuliche Tendenz zum Jahresende“, konstatiert Michael H. Heinz, Präsident des Bundesverbandes Deutscher Versicherungskaufleute (BVK). „Dennoch kämpft unser Berufsstand mit Abwanderung, denn in 2020 verloren wir insgesamt 1.051 Exklusivvermittler

und 324 Versicherungsmakler. Das zeigt, dass die Belastungen und Kontakteinschränkungen durch die Pandemie nicht spurlos an unserem Berufsstand vorübergegangen sind.“

Der BVK beklagt seit langem, dass die regulatorischen Beanspruchungen für den Berufsstand zunehmen und den Versicherungsvermittlern erschwert wird, ihrem sozialpolitischen Auftrag der Absicherung ihrer Kunden nachzugehen. Dies ist vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und eines größeren Be-

ratungsbedarfs für die Altersvorsorge bedenklich.

Schließlich ist es der Berufsstand der Versicherungskaufleute, der sich dem Berufsbild der Ehrbarkeit und Fairness gegenüber seinen Kunden verpflichtet sieht. Versicherungsvermittler begleiten ihre Kunden im überwiegenden Maße lebenslang und stehen ihnen bei wichtigen Entscheidungen der Risikoversorge und Absicherung qualifiziert beratend zur Seite. Sie bilden damit einen Grundpfeiler des Wohlstands in Deutschland. Autor: www.bvk.de

AfW:

Funktionierende Aufsicht über Versicherungs- und Finanzanlagenvermittler bestätigt

Die Europäische Aufsichtsbehörde für das Versicherungswesen und die betriebliche Altersversorgung EIOPA hat einen Bericht veröffentlicht. Darin geht es für den Betrachtungszeitraum seit IDD-Anwendungsbeginn Anfang 2018 bis Ende 2019 um erfolgte Sanktionen und sonstige Maßnahmen gegen Versicherungsvermittler in den einzelnen Staaten der EU.

Überraschendes Ergebnis: Aus damals noch 31 Mitgliedsstaaten wurden nur in 8 Staaten über-

haupt Sanktionen gemeldet, einschließlich Deutschland. Von den 1923 gemeldeten Sanktionen wurden allein 1588 – also mehr als $\frac{3}{4}$ – allein in Deutschland ausgesprochen. Verstöße, welche sanktioniert wurden, waren u.a. fehlende Vermögensschadenshaftpflichtversicherung, fehlender Nachweis der erforderlichen Qualifikation oder Weiterbildung, fehlender Nachweis der Zuverlässigkeit oder von geordneten Vermögensverhältnissen. Für den AfW sind die Zahlen weder erschreckend hoch, noch

zufriedenstellend niedrig. „Für uns zeigt das Ergebnis aber eines: Die Aufsicht über die Versicherungsvermittler funktioniert. Die zuständigen IHK sorgen dafür, dass in Deutschland europaweit das mit Abstand strengste Aufsichtsregime herrscht.“ so Norman Wirth, geschäftsführender Vorstand des Bundesverband Finanzdienstleistung AfW.

In der Diskussion um eine Übertragung der Aufsicht hin zur Wirecard-belasteten BaFin und

weg von den IHKen und Gewerbeämtern kam seitens des Verbraucherzentrale Bundesverband (VZBV) in Richtung der IHKen der Vorwurf, sie seien durch ihre „Doppelrolle“ als Aufsicht und Interessenvertreter nicht unabhängig und schufen Raum für

Interessenkonflikte. „Unabhängig davon, dass das ein klarer Angriff auf das bewährte Kammersystem insgesamt in Deutschland ist, zeigen die Zahlen der EIOPA auch, dass am Vorwurf des Interessenskonfliktes gegen die IHKen nichts, aber auch gar nichts, dran ist.“, so

Wirth ergänzend.

Der AfW befürwortet eine einheitliche Aufsicht über die Versicherungsvermittler und Finanzanlagenvermittler bei den IHKen und lehnt eine Verlagerung zur BaFin ab.

Autor: www.bundesverband-finanzdienstleistung.de

Banken bleiben führend beim Absatz privater Altersvorsorgeprodukte

Banken bleiben der wichtigste Vertriebskanal für private Altersvorsorgeprodukte (pAV) in Deutschland. Sie verfügen 2019 mit einem Anteil von 36 Prozent über den größten Teil am Neugeschäftsvolumen nach APE, vor den Einfirmenvermittlern (32) und Maklern/Mehrfachagenten (27). Dies zeigt die detaillierte Betrachtung nach Produktgruppen der Willis Towers Watson Vertriebswegestudie 2019 zur deutschen Lebensversicherung.

Insgesamt lösten die 86 in der Studie analysierten Lebensversicherer im Jahr 2019 ein Neugeschäft in Höhe von 6,6 Milliarden Euro nach APE ein – ein Plus von einer Milliarde Euro im Vergleich zum Vorjahr. Davon erzielten

pAV-Produkte 4,2 Milliarden Euro – nach 3,5 Milliarden Euro in 2018.

Einfirmenvermittler bei laufenden Beiträgen vorn

Bei Unterscheidung nach laufenden und einmaligen Beiträgen zeigt sich die deutliche Führungsposition der Kredithäuser mit 44 Prozent Anteil jedoch nur bei den Einmalbeiträgen. Bei laufenden Beiträgen hingegen liegen Einfirmenvermittler mit 43 Prozent vorn, gefolgt von Maklern und Mehrfachagenten (29) und Banken (24). „Banken kennen die hohen liquiden Mittel ihrer Kunden und die Lebensversicherer bieten in der jetzigen Nullzinsphase dafür attraktive Produkte“, sagt Henning Maaß, für die Studie

verantwortlicher Berater bei Willis Towers Watson. „Bei laufenden Beiträgen allerdings haben die Banken 2019 sogar geringfügig weniger Neuzugang in der pAV erzielen können als noch 2018. Die Einfirmenvermittler konnten 2019 bei laufenden Beiträgen hingegen 95 Millionen Euro mehr Neuzugang in der pAV einlösen als in 2018.“

pAV mit signifikanter Steigerung beim Neuzugang

Die Bedeutung der pAV für die Branche hat 2019 nochmals zugenommen. Der APE-Neuzugang stieg von 3,5 Milliarden Euro im Vorjahr auf 4,2 Milliarden Euro in 2019. „Die anderen Produktgruppen haben zwar ebenfalls



Quelle: © metamorworks/AdobeStock.com

zugelegt, aber nicht in dem hohen Maße wie die pAV, deren Anteil von 62 auf 65 Prozent gestiegen ist“, erläutert Maaß. Einmalbeiträge konnten sogar um 37 Prozent auf 24,5 Milliarden Euro zunehmen. „Erfreulich ist auch die Steigerung des Neuzugangs bei den laufenden Beiträgen um acht Prozent auf 1,8 Milliarden Euro. Dies zeigt, dass die Lebensversicherer mit ihren Produktangeboten die Bedürfnisse der Kunden treffen“, so Maaß weiter.

pAV bleibt mit Abstand bedeutendste Produktgruppe im Vertrieb

Die Bedeutung der pAV für den Lebensversicherungsvertrieb bleibt sehr hoch, wie auch der Blick auf die pAV-Anteile der drei größten Vertriebswege zeigt: „Die pAV konnte 2019 bei den Einmalbeiträgen ihre überragende Bedeutung bei den Einfirmenvermittlern sowie bei den Maklern und Mehrfachagenten

sogar noch auf 94 Prozent bzw. 95 Prozent ausbauen. Da Banken verhältnismäßig viel Todesfallversicherungen gegen Einmalbeitrag verkaufen, ist der pAV-Anteil dort mit 88 Prozent etwas geringer“, erläutert Maaß. „Bei laufenden Beiträgen konnten nur Einfirmenvermittlern den pAV-Anteil auf 52 Prozent steigern, während sich deren Bedeutung bei den beiden anderen Vertriebswegen auf 39 Prozent bzw. 55 Prozent verringerte.“

Autor: www.willistowerswatson.com

Risikoanalysen von KMU mit DIN-Norm 77235 werden bald möglich

Der Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) fördert die Erarbeitung der DIN-Norm 77235 für die „Risikoanalyse für Freiberufler, Gewerbetreibende, Selbstständige und klein- und mittelständische Unternehmen (KMU)“. Diese ist jetzt auf der Zielgeraden, da der DIN-Normen-Arbeitsausschuss eine Fassung erarbeitet hat.

Die künftige DIN-Norm 77235 fördert mit ihrer systematischen und umfassenden Risikoanalyse eine professionelle Finanzberatung von Gewerbetreibenden und KMUs. Dabei werden u.a. auch betriebswirtschaftliche Schwachstellen identifiziert. Auf der Grundlage einer solchen DIN-orientierten Diagnose könnten dann die Adressaten mit Hilfe von Vermittlern ihre betriebswirtschaftlichen und unternehmerischen Risiken minimieren. Damit wäre ein wesentlicher Beitrag zur Stabilisierung von Geschäftsmodellen von KMU, Gewerbetreibenden und Freiberuflern gegeben.

„Der BVK ist als Unternehmerverband an der Solidität des Mittelstandes als dem wirtschaftlichen Herzen Deutschlands sehr interessiert“, sagt BVK-Präsident Michael H. Heinz. „Insofern freut es mich, dass mein Präsidiumskollege Andreas Vollmer die Expertise des einzigen Vermittlerverbandes in den DIN-Arbeitsausschuss als akkreditiertes Mitglied eingebracht hat.“

„Mit der DIN-Norm 77235 können wir einen effektiven Beitrag leisten, die Qualität der Beratung gegenüber den KMU deutlich zu erhöhen“, informiert BVK-

Vizepräsident Vollmer. „Trotz der erschwerten Bedingungen durch die Corona-Pandemie haben wir es seit 2019 in vielen virtuellen Sitzungen zwischen den beteiligten Verbänden und Bankenvertretern geschafft, zügig voran zu kommen. In den kommenden Wochen wird nun der Norm-Entwurf anhand einiger echter Realfälle getestet und seine Eignung geprüft.“

Im Folgeschritt werden die Ergebnisse ausgewertet und eventuell noch letzte Änderungen vorgenommen. Ab voraussichtlich April 2021 wird dann der Norm-Entwurf veröffentlicht. Damit beginnt die Einspruchsfrist, in der alle Marktteilnehmer Gelegenheit haben, sich den Entwurf der neuen DIN-Norm 77235 anzuschauen und diesen zu kommentieren. Die etwaigen Einsprüche wird der Arbeitsausschuss voraussichtlich im Juni 2021 bearbeiten. Mit der finalen Veröffentlichung der Norm ist dann im September dieses Jahres zu rechnen.

Autor: www.bvk.de



Quelle: © metamorworks - AdobeStock.com

Poolradar 2020:

Die 9. Maklerpoolstudie von BrunotteKonzept

Zum 9. Mal hat BrunotteKonzept Maklerpools, Verbünde, Plattformen und Maklerdienstleister unter die Lupe genommen. An der umfangreichen Befragung nahmen in diesem Jahr 29 Unternehmen teil. Bonus-Thema 2020 ist der „Stresstest Corona“.



Quelle: © v.poth - AdobeStock.com

Vor einem Jahr klingelten bei Maklerpools, Verbünden, Plattformen und Maklerdienstleistern die Kassen. Viele der befragten Unternehmen konnten 2019 nicht nur den Umsatz steigern, sondern auch ihren Gewinn. Dieser wuchs in Summe um stolze 62 % auf 32,4 Mio. Euro. Das ist ein Ergebnis der 9. Maklerpoolstudie von BrunotteKonzept. 29 Unternehmen haben Antworten zu insgesamt 60 Fragen beigesteuert.

Die Studie zeigt: Größe zahlt sich aus. Allein die drei Top-Unternehmen vereinigen mehr als 400 Millionen Euro Umsatz auf sich. An der Spitze steht Fonds Finanz (178 Mio. Euro), gefolgt von Netfonds (114 Mio. Euro) und Jung, DMS & Cie. (111 Mio. Euro).

Umsatz oder Courtage?

In der Berichterstattung zu Maklerpools werden die Begriffe Umsatz und Provisionen (Courtage) meist synonym verwendet. Aber stimmt das tatsächlich? BrunotteKonzept wollte es genau wissen und hat erstmals nach der Zusammensetzung der Erlöse gefragt. Das Ergebnis: Courtagen sind zwar fast immer die wichtigste, aber

nicht die einzige Erlösquelle. Vergütungen von Produktgebern, Lizenzgebühren für Software und Backoffice-Dienstleistungen stocken die Einnahmen auf.

Nur jeder dritte Euro Courtage wird noch mit dem Neugeschäft verdient. Studienautorin Sabine Brunotte sieht darin eine Folge der veränderten Produktschwerpunkte. „In den letzten Jahren konnten wir eine deutliche Verlagerung weg von Lebens- und Krankenversicherungen hin zum Kompositgeschäft beobachten. Hier wirken sich Einschnitte bei der Vergütung aus, aber auch die geringere Attraktivität kapitalgedeckter Altersvorsorge“, erläutert Brunotte. Das Investmentgeschäft wirke stabilisierend auf die Einnahmen. Je breiter Unternehmen aufgestellt seien, umso besser könnten sie Schwankungen und Sondereinflüsse kompensieren.

Pools und Verbünde, die ihre Vertriebspartner möglichst umfassend servizieren und damit binden wollen, bedienen in der Regel eine breite Produktpalette. Bis auf einen Anbieter umfasst das Portfolio der befragten Unternehmen mindestens drei

Produktkategorien. Ausbaupläne gibt es vor allem für das Versicherungsgeschäft, dokumentieren die Antworten.

Vertriebspartner

Noch immer stellen Versicherungs- und Finanzanlagenvermittler die klassische Zielgruppe für Maklerpools und Verbünde. Keines der befragten Unternehmen will auf sie verzichten. Allerdings beschränken sich nur vier ausschließlich auf Versicherungsmakler. Die anderen kooperieren mit mindestens einer weiteren Vermittlergruppe, häufig Finanzmakler und Vertriebe. Die mit Abstand meisten Vertriebsvereinbarungen meldet der Maklerpool Fonds Finanz (27.000), gefolgt von Jung, DMS & Cie. (16.000). Hinter einer Vertriebsvereinbarung können mehrere Vermittler stehen. In Summe meldeten die befragten Unternehmen fast doppelt so viele Vermittler wie Vertriebspartner (gesamt 185.000).

Stabile Personalausstattung

Allen Digitalisierungserfolgen zum Trotz: Die Beschäftigtenzahlen von Maklerpools & Co.

bleiben stabil. Das spricht für einen Ausbau ihrer Services. Wie in den Vorjahren ist Fonds Finanz mit 380 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern größter Arbeitgeber unter den Pools, gefolgt von Jung, DMS & Cie. (277). Die Netfonds Gruppe konnte ihre Belegschaft innerhalb eines Jahres von 185 auf nunmehr 250 Beschäftigte ausbauen.

Stresstest Corona

Ein Schwerpunkt des PoolRadar 2020 widmet sich den Auswirkungen und Konsequenzen der Corona-Pandemie für Branche, Vermittler und Dienstleister. Die Antworten zeigen: Die meisten Teilnehmer sehen sich für die Herausforderungen gut gewappnet. Kein einziges Unternehmen

prognostiziert einen Umsatzrückgang. Auch das Geschäftsmodell bleibt zumeist unangetastet. Oberste Priorität genießt jetzt die vertriebliche Unterstützung der Partner. Diese geht einher mit zusätzlichen Investitionen in Digitalisierungsprojekte.

Vertriebspartner würden sich angesichts der Herausforderungen zu größeren Einheiten zusammenschließen, prognostizieren die Befragten. Für Vermittler mit Schwerpunkt Personenversicherung werde es schwer. Einen Lichtblick verspricht die zunehmende Digitalisierung. Diese werde die Produktivität von Vermittlern erhöhen.

Die befragten Unternehmen lassen ihre Vertriebspartner auch jetzt

nicht im Regen stehen. Neben dem Standardangebot Weiterbildung sind viele bereit, Courtagerrückforderungen bei Bedarf zu stunden. Sogar Liquiditätshilfen kommen für zwölf Unternehmen in Betracht. Zusätzliche Vertriebskampagnen können dazu beitragen, Einschnitte bei Umsatz und Ertrag abzumildern.

Weitere Aspekte der Untersuchung sind betriebswirtschaftliche Kennzahlen, Anforderungen an und Services für Vertriebspartner, Produktpalette, Deckungskonzepte, Risikovorfragen und Ausschreibungen, Kostenmodelle, MVP/CRM, BiPRO-Normen, IT-Standards und -Services, PSD-2-Services sowie kostenlose und kostenpflichtige Softwareangebote.

Autor: www.brunottekonzept.de

BiPRO-Standards, MVP & Co.: Sind Maklerpools Treiber der Digitalisierung?

Maklerpools werden ihrer Schlüsselrolle bei der Digitalisierung der Versicherungs- und Finanzvermittlung nur zum Teil gerecht. Einige fordern von Versicherern mehr BiPRO-Standards ein, als sie selbst bedienen. Mit eigenen Angeboten können sie MVP-Hersteller unter Druck setzen. Das sind einige Ergebnisse der aktuellen Maklerpoolstudie von BrunotteKonzept.

Die technische Performance von Maklerpools und Verbünden ist ein Schlüssel zur Digitalisierung der Branche. Als Mittler in der Prozess-



kette kommt ihnen die Aufgabe zu, digital empfangene Informationen der Produktgeber ebenfalls digital an ihre Vertriebspartner weiterzugeben. Nehmen Pools und Verbünde diese Herausforderung an? Werden sie dieser gerecht? Und

welche Rolle spielen dabei Normen und Standards? Die aktuelle Maklerpoolstudie von BrunotteKonzept liefert die Antworten. Dafür wurden insgesamt 29 Unternehmen befragt.

BiPRO-Standards: Bis zum Vermittler?

Entscheidend für den Digitalisierungserfolg sind vor allem Verfahren, die das Management von Dokumenten und Schriftverkehr sowie die Aktualisierung von Bestandsdaten unterstützen. Gerade hier schlummerten noch im-

mer erhebliche Rationalisierungspotenziale, konstatiert Michael Franke, Experte für Maklerprozesse und Co-Autor der Maklerpoolstudie von BrunotteKonzept: „Die Prozessqualität von Pools ist weiterhin ausbaufähig. Trotz zunehmender Digitalisierung kommen viele Fortschritte beim Makler nicht an.“

Zwar verlangten 20 von 29 Studien-

mate Regelungen sucht man vergebens. Am weitesten verbreitet ist aktuell noch immer die Tabelle im EXCEL- oder CSV-Format, dicht gefolgt von PDF. Die BiPRO-Norm 43.7 (Vermittlerabrechnung) bedienen derzeit nur fünf Unternehmen. In der Breite handelt es sich also um individuelle Lösungen, die zwar inhaltlich und technisch oft kom-

Daten normgerecht aufzubereiten und bereitzustellen. Verlangt der Vermittler automatisiert aktuelle Daten, könne er auf das hausinterne System verwiesen werden.

Für Unternehmen, deren Vermittler einen Schwerpunkt im Anlagengeschäft setzen, sei der Bedarf für ein MVP weniger naheliegend als für Dienstleister des klassischen Versicherungsmaklers, erläutert Franke. Nach seinen Beobachtungen steigt der Druck auf traditionelle MVP-Hersteller: „Erstens stehen sie vor der Herausforderung, nachgefragte technische Verfahren und Prozesse möglichst schnell und reibungslos zu integrieren. Zweitens versuchen Pools zunehmend, ihnen das Wasser abzugraben und in die eigenen Angebote umzuleiten. Auch Versicherer setzen auf Vermittlerbindung und bieten mittlerweile ein kostenloses CRM. Und drittens haben Insellösungen kaum noch Überlebenschancen. Gefragt sind webbasierte Ökosysteme einschließlich Beratungsprozess, Bedarfsermittlung, Vergleichs- und Angebotssoftware“, fasst Michael Franke seine Beobachtungen zusammen.

Neben Digitalisierung und Standards beleuchtet die aktuelle Maklerpoolstudie betriebswirtschaftliche Kennzahlen, Anforderungen an und Services für Vertriebspartner, Produktpalette der Pools, Deckungskonzepte, Risikovorabfragen und Ausschreibungen, Kostenmodelle, PSD-2-Services, kostenlose und kostenpflichtige Softwareangebote sowie Alleinstellungsmerkmale von Maklerpools, Verbünden und weiteren Maklerdienstleistern. Autoren der Studie sind Sabine Brunotte, Hamburg, www.brunottekonzept.de und Michael Franke, Düsseldorf, www.insuranceconsult.de.

Autor: www.brunottekonzept.de



teilnehmern Daten und Dokumente nach BiPRO-Norm 430.4 (vertragsbezogene Geschäftsvorfälle). Aber nur jedes zweite Unternehmen beliefere seine eigenen Vertriebspartner ebenfalls mit Norm-gerechten Daten. Bei allen anderen finde die technische Prozesskette beim Pool ihr Ende.

Etwas weniger brisant ist die Lage für Makler bei Verbünden mit Direktanbindungs-Philosophie. Hier kann der Versicherer die Daten direkt an den Vermittler liefern. Ein weiteres Fazit der Studie: Für Produktgeber, die den Marktzugang über Pools suchen, sind zentral wichtige BiPRO-Normen keine Kür, sondern Pflichtprogramm.

Abrechnungsdaten: Individuelle Lösungen dominieren (noch)

In der Regel reichen Pools das Geschäft ihrer Vertriebspartner bei den Produktgebern ein. Im Gegenzug liefern sie Vermittlern mehr oder weniger detaillierte Abrechnungsdaten – bei Bedarf auch für ganze Strukturen. Nor-

patible Informationen liefern, sich im Aufbau aber unterscheiden und deshalb im Vermittlerbüro manuellen Anpassungsaufwand auslösen können.

Bestandsführungssystem: Das Pfund in der Prozessqualität – oder nur Ventil?

Elf von 29 Unternehmen bieten Vermittlern ein proprietäres Bestandsführungssystem (MVP). Dahinter steckt nicht selten der Versuch, auf diese Weise das eigene Ökosystem zu kompletieren. Warum setzen die Pools offenbar weniger auf die Integration gut eingeführter, marktgängiger Systeme?

„Ein eigenes MVP-System bietet die Chance, Daten und Prozesse perfekt zu verzahnen und auf diese Weise hohe Prozessqualität zu erzielen“, weiß Michael Franke. Aber das sei nur ein Aspekt. „Zudem entfaltet ein Pool-MVP eine erhebliche Bindungswirkung. Damit steigt die Austrittshürde für Vermittler“, so Franke. Außerdem erspare das eigene MVP möglicherweise auch den Aufwand,



Der neue Healthcare-
Immobilienfonds
»Verifort Capital HC1«
ist in Platzierung!

»Investieren Sie mit uns in Zukunftsmärkte.«

Das Emissionshaus Verifort Capital hat seinen neuen Immobilienfonds (AIF) für Privatanleger im Bereich Healthcare platziert.

Mit unserem neuen Fonds »Verifort Capital HC1« bieten wir Anlegern die Möglichkeit, sich am Zukunftsmarkt von Immobilien im Pflegebereich zu beteiligen. Aufgrund der demografischen Entwicklung richten wir bewusst den Blick auf diesen stark wachsenden Zukunftsmarkt und investieren in Immobilien aus den Bereichen stationäre Pflegeheime, betreutes Wohnen sowie Tages- und ambulante Pflege in Deutschland. Als Beteiligungs- und Immobilienunternehmen stehen wir mit unserem Investmentansatz für Verlässlichkeit, Transparenz und Werthaltigkeit.

Die wichtigsten Fakten zum Fonds

- Mindestbeteiligung 5.000 € zzgl. Ausgabeaufschlag von 5 %
- Vierteljährliche Ausschüttung in Höhe von 4,75 % p. a. vor Steuern (Prognose)
- Wir, die Verifort Capital, investieren selbst einen Betrag von 1,6 Mio. €

Erfahren Sie mehr über unsere neuesten Aktivitäten auf LinkedIn und Xing oder besuchen Sie uns auf:

www.verifort-capital.de



Verifort Capital

Online-Marketing für Finanzdienstleister:

Was Berater viel zu wenig nutzen

Finanzdienstleister wollen ganz viel im Online Marketing auf die Beine stellen. Jedoch zeigt die Tendenzumfrage der JURA DIREKT Akademie noch mächtigen Nachholbedarf bei Kompetenzen und Konsequenzen. Die aktuelle Tendenzumfrage der JURA DIREKT Akademie zeigt: Online Marketing für Finanzdienstleister ist den Befragten sehr wichtig, findet aber kaum statt und soll selbst machbar sein. Knapp 71 Prozent sind auf mehreren Social Media Kanälen aktiv, rund 68 Prozent betreuen ihre Website selbst, gut 61 Prozent haben Google MyBusiness eingerichtet. Immerhin. Aber nur knapp 13 Prozent haben einen YouTube Kanal und lediglich 10 Prozent nutzen Videomarketing.

Online Marketing für Finanzdienstleister: Kompetenzen dünn

Viele Finanzdienstleister und Versicherungsmakler sind Solo-Selbstständige oder haben maximal Auszubildende oder Teilzeitkräfte beschäftigt. Sie sind quasi Einzelkämpfer, die neben Ihrem Kerngeschäft auch alle unterneh-

merischen Aufgaben bewältigen müssen. Je nach Erfahrung und Kompetenzen läuft das dann mehr oder weniger erfolgreich. Das trifft besonders auf das Online Marketing für Finanzdienstleister zu.

Wenig Kompetenzen im Online-Marketing aber viel vor

„Wirklich problematisch“, so Jürgen Zirbik von der JURA DIREKT Akademie, „sind die teilweise schmalen Kompetenzen in Positionierung, Vermarktung und Online-Marketing.“ Im Schnitt schätzen die Befragten ihre Kompetenzen Online-Marketing für Finanzdienstleister auf einer 10er-Skala mit vier ein. Gleichzeitig setzen über 80 Prozent Ihre Hoffnungen verstärkt auf Online-Aktivitäten. Jürgen Zirbik weiter: „Das passt hinten und vorne nicht zusammen.“

Online Content Marketing kaum auf dem Schirm

Webseiten sind beim Online Marketing für Finanzdienstleister obligatorisch, Landingpages kaum

bekannt. Fast ein Drittel der Befragten veröffentlicht aktuell keine Inhalte online und rund 42 Prozent möchten das künftig tun. Über die Hälfte der Befragten Finanzdienstleister planen das also nicht. Sie verkennen, dass gerade das ein Mittel zum Expertenaufbau ist. Dabei wollen über 80 Prozent ihren Expertenstatus ausbauen – die Frage ist allerdings: Ja wie denn?

Themen der Finanzdienstleistung sind gesucht

Nach Rechtenschutzversicherung beispielsweise suchen monatlich 110.000 Menschen, nach privater Krankenversicherung über 60.000, Zahnzusatz- über 90.000 und nach Reiserücktrittsversicherung knapp 91.000 Personen bei Google im Internet.

Menschen suchen nicht nur Werbeinformationen und Angebote. Sie wollen auch Fragen beantwortet haben und suchen echte Experten. Google wirft zu jedem Begriff aus der Finanzdienstleistung duzende Fragen aus, zu denen Menschen nach Antworten suchen.

Online-Aufklärung macht Finanzdienstleister zu erkennbaren Experten

Leider liefert kaum ein Berater diese über Google gesuchten Informationen. Jedenfalls nicht online und systematisch. Nur knapp 13 Prozent der Befragten



Quelle: © sitthiphong - AdobeStock.com

betreiben einen Blog, produzieren Videos oder nutzen Online PR-Portale. Und bei den 13 Prozent ist die Frage offen, wie professionell und wirkungsvoll sie das tun. Nur 12 Prozent der Befragten (n=33) produzieren Videos für YouTube.

Videomarketing bringt Berater schnell an die Spitze

Stellen Sie sich vor, Sie veröffentlichen jede Woche ein 8-15 Minuten Video zu einem gesuchten Thema aus Ihrem Spezialgebiet. Das dauert anfangs drei Stunden, später eine Stunde. Über Werkzeuge dazu können Sie weitgehend kostenfrei verfügen.

Sie veröffentlichen diesen Video-Content auf fünf bis sieben Kanälen. Beispielsweise über YouTube, Facebook, LinkedIn, Twitter, Xing, Vimeo, Ihrem Blog und in Themengruppen. Zusätzlich versenden Sie ihn an Ihre Bestandskunden und ab und zu in Artikelform an Online PR-Portale und die regionale Presse. Insbesondere dann, wenn ein Versicherungsthema in den Medien gerade hochschwapt. Kritische Berichterstattung dazu gibt es ausreichend.

Nach rund drei bis sechs Monaten schauen sich diese Videos mehrere hundert Menschen an. Wenn Sie für 50 Euro YouTube Werbung zu einzelnen Videos machen, werden das mehrere tausend Personen. Das funktioniert bestens, wir setzen das selbst in der Praxis um.

Die wichtigsten Business-Ziele mit einem Tool erreichen?

Wenn Finanzdienstleister nur mit konsequentem Videomarketing in ihr Online-Marketing einsteigen, multiplizieren sich die Chancen, Business-Ziele zu erreichen. Zu den von den Befragten am häufigsten genannten Zielen gehören Kunden gewinnen, Bestand aktivieren,

Bekanntheit und Expertenstatus steigern – nicht überraschend und gar nicht so schwer:

- Knapp 84 Prozent wollen die Bekanntheit steigern und Expertenstatus aufbauen
- Über 87 Prozent möchten durch Online-Marketing neue Kunden gewinnen
- Fast 50 Prozent geben an, dadurch ihren Bestand aktivieren zu wollen
- Wie Sie in drei Monaten gute Online Marketing Resultate erzielen

Sieben Empfehlungen zu Online-Marketing für Finanzdienstleister verhelfen zu zählbaren Business-Ergebnissen:

- Holen Sie sich Basis-Wissen zu Web-Auftritt und Online-Marketing – z.B. über Videokurse
- Klären Sie Ihre persönlichen Firmenziele bezüglich Online-Marketing – z.B. mit Business Coaching
- Erstellen Sie ein kurzes und klares Konzept und starten Sie mit Content-Marketing (Aufklärung zu Ihren Kompetenzthemen mit Google Suchanfragen-Check)
- Entscheiden Sie sich für ein Tool zum Start – wir empfehlen Videomarketing
- Nutzen Sie Tools, die Sie später selbst bedienen und umsetzen können
- Setzen Sie das eine Tool konsequent mit Unterstützung von Online-Praktikern um – z.B. JURA DIREKT Akademie
- Setzen Sie das eine Tool nach 6 Monaten selbst um und weiten Sie dann Online Marketing für Finanzdienstleister auf weitere Tools und Maßnahmen aus

Laut dem Video-Dienstleister Blynk schauen 64 Prozent aller Internetnutzer Videos. Das tun sie lieber als Texte zu lesen oder Bilder anzusehen. "Für die Zukunft des Beratergeschäfts ist es essenziell auf Online Marketing für Finanzdienstleister zu setzen", so Jürgen Zirkbik, "Video ist eine gute Idee. Berater können auch mit anderen Bereichen wie Social Media oder Blog loslegen.

Autor: www.juradirekt-akademie.com

Wussten Sie dass es ungefähr fünfmal so viel kostet einen neuen Kunden zu gewinnen, als einen Bestandskunden zu behalten?

Und, dass eine erhöhte Kundenbindung Ihr Unternehmen bis zu 75 % profitabler machen kann?

Darum mein Plädoyer für die Bestandskunden!

- sie kaufen regelmäßig
- ca. 70 % empfehlen Ihr Unternehmen weiter
- sie sind bereit höhere Preise zu bezahlen, da sie von Ihrem Produkt bzw. Ihrem Service bereits überzeugt sind
- sie sind offener für Upselling und Cross Selling

Gerade in stagnierenden Märkten verlieren Unternehmen im Schnitt gleich viele Bestandskunden, wie sie Neukunden hinzugewinnen. Daher steht die Jagd nach Neukunden in vielen Unternehmen an erster Stelle, Abschluss- und Neukundenbonifikationen sprechen hier für sich.

Ich erlebe in meiner täglichen Praxis immer wieder, dass 90 % der Kampagnen Neukundengewinnung zum Ziel haben. Auf die Frage, wie es denn um die Bestandskunden bestellt sei, herrscht meistens irritiertes Schweigen. Diese Taktik alleine ist jedoch riskant und teuer und wird Ihre Umsätze und Gewinne auf Dauer nicht gewährleisten.

Selbstverständlich sind Neukunden wichtig, denn sie sind die Bestandskunden der Zukunft. Jedoch muss jeder Neukunde von Ihrem Angebot überzeugt werden, Ihr Außendienst muss unter Umständen mehrere Besuche machen und ist längere Zeit mit der Beantwortung von offenen Fragen und Preis-schlachten beschäftigt.

Bei einem Bestandskunden ist das nicht nötig, je länger sich Kunde und Kundenbetreuer kennen, desto effizienter die Abwicklung.

Loyale Kunden werden Ihr Unternehmen auch weiterempfehlen, d.h. Sie können Ihre Ergebnisse bei reduziertem Budget enorm steigern, denn „empfohlene Interessenten“ feilschen meistens nicht um jeden Euro.



Quelle: © WrightStudio - AdobeStock.com

Die Beziehung zu Kunden ist in unserer kurzlebigen Zeit natürlich brüchiger geworden, Produkte und Leistungen austauschbarer, und Loyalität muss sich verdient werden.

Genauso, wie Sie auf Neukunden aus sind, ist es Ihr Mitbewerber auch. Und schon wird aus Ihrem Bestandskunde ein Neukunde – aber nicht für Ihr Unternehmen.

Warum verlieren Unternehmen Bestandskunden?

In der Kurzfassung: Mangelndes Interesse und Respekt. Nichts ist tödlicher, als einen Bestandskunden wie Firmeninventar zu behandeln.

Während bestehende Kunden oft auf einen Rückruf oder ein Angebot warten müssen, wird der Neukunde umschwärmt.

Oder: der bestehende Betreuer ist weg, dessen Kunden werden nicht mehr laufend betreut und somit adieu laufender Umsatz.

Verlorene Kunden haben auch unangenehme Wahrheiten parat, etwas, dass Siegertypen im Verkauf gar nicht hören wollen. So kann es kommen, dass Ihre Verkäufer sich für Neukunden ins

Zeug werfen, aber hochprofitable Bestandskunden ziehen lassen, da sie es unter ihrer Würde halten, einem Kunden „nachzulaufen“.

Dabei ist es relativ simpel, Bestandskunden zu halten!

- Customer service is not a department. It's an attitude.



Anders gesagt: Bieten Sie ausgezeichneten Kundenservice!

Nach einer Studie haben 82 % der Befragten schon einmal ihr Verhältnis mit einem Unternehmen wegen schlechtem Kundenservice beendet. Und 79 % haben ihre negativen Erfahrungen an andere weitererzählt.

- Priorisieren Sie Ihre Bestandskunden und seien Sie erreichbar
- Gerade bei Problemen ist eine schnelle Kontaktmöglichkeit ein klarer Wettbewerbsvorteil.
- Bleiben Sie in Kontakt und sagen Sie auch mal „Danke“!
- Regelmäßige „Service-Calls“ werden als Interesse wahrgenommen – aber bitte nicht inflationär anwenden!
- Überlegen Sie sich laufende Aktionen speziell für Ihre Bestandskunden, überlegen Sie sich personalisierte Angebote (jawohl – Cross- und Upselling!)
- Lassen Sie im Jahresrhythmus

externe Kundenzufriedenheitsumfragen durchführen.

Und setzen Sie das Feedback in die Tat um!

Wenn möglich beschränken Sie sich auf die wichtigsten 10 Punkte und nehmen Sie die Ergebnisse ernst – eine sinkende Zufrieden-

heit wird rasch mit sinkenden Umsätzen bestraft.

Was also tun wenn der Bestandskunde weg ist? Reaktivierung!

Zugegeben, einen Kunden zurückzuholen wird im Marketing nicht unbedingt als die günstigste Alternative angesehen, aber immer noch günstiger als Neukundengewinnung. Und wenn Sie einen Kunden zurückgewonnen haben – siehe erster Absatz dieses Artikels!

Je nach Branche und Produkt liegt die Abschlusswahrscheinlichkeit bei passiven und ehemaligen Kunden zwischen 30 und 60 %. Für mich daher unverständlich, warum viele Unternehmen dieses Potential links liegen lassen.

Ein ehemaliger Kunde kann Ihnen viel Feedback über seine Erfahrung mit Ihrem Unternehmen und Ihren Mitarbeitern geben. Oft waren es auch nur Kleinigkeiten, die für eine Missstimmung und eine Abwanderung zum Mitbewerber gesorgt haben. Dabei vergessen

Menschen meist schnell und verzeihen kleinere Fehler auch gerne. Nutzen Sie diese Chance!

Gleichzeitig wird Ihre Datenbank wieder auf den aktuellen Stand gebracht, Kontaktdaten und Ansprechpartner werden dadurch aktualisiert.

Passive Kunden können mit einem netten Anruf rasch wieder zu aktiven Kunden werden.

Ein paar Tipps & Strategien aus meiner Praxis dazu:

Am effektivsten zu bearbeiten sind Kunden, bei denen der Kontakt 2-3 Jahre zurück liegt. Die Ansprechpartner haben meistens (noch) nicht gewechselt, die Kontaktdaten sind halbwegs aktuell. Mit Zunahme der kontaktlosen Jahre wird es exponentiell schwieriger. Ihre Kontakte von „damals“ gibt es im Unternehmen nicht mehr. Mit viel Glück kann man sich an die damals handelnden Personen noch dunkel erinnern, das erleichtert die Sache vielleicht etwas, aber trotzdem; Sie beginnen von Vorne – mit der Neukundengewinnung.

1) Verschaffen Sie sich einen Überblick über das schlummernde Potential.

Erstellen Sie eine Liste der zu re-/aktivierenden Kunden der letzten 2-3 Jahre samt den dazugehörigen Umsätzen, besser jedoch den Deckungsbeiträgen.

2) Segmentierung in rentable und unrentable Kunden

3) Ein guter Aufhänger sollte schon sein.

Wichtig ist, Anreize für Ihren Kunden zu schaffen, seine Neugier zu wecken. Gibt es neue Produkte oder neue Angebote? Hat der Betreuer gewechselt?

4) Der Erfolg wird größer, wenn individuell auf den Gesprächspartner eingegangen wird.

Gehen Sie vor Allem gut vorbereitet in das Gespräch – sehen Sie sich im CRM die History an, überlegen Sie sich eine gezielte Ansprache!

5) Ein zusätzliches Reklamations-training und eine gut abgestimmte Einwandsbehandlung sind Pflicht, nicht Kür.



Warum Telefonmarketing gerade für diesen Bereich besonders sinnvoll ist:

- Definitiv günstiger als Ihr Außendienst
- Mit einem netten Anruf sind Sie rasch wieder in Verbindung mit Ihrem Kunden
- Am Telefon führen Sie einen Dialog, dh Sie erhalten wertvolle Informationen über die momentane Situation Ihres Kunden. Per Mail, Online, Print, etc. führen Sie nur einen Monolog, der erfahrungsgemäß nicht wahrgenommen wird.
- Negative Käuferlebnisse können hinterfragt und abgemindert werden

Zu guter Letzt:

Selbstverständlich sind Neukunden wichtig, denn sie sind die Bestandskunden der Zukunft!

Ihre Umsatz- und Gewinnvorstellungen erreichen Sie jedoch nur in Kombination mit einer effektiven Bestandskundenbetreuung.

Zum Abschluss möchte ich Ihnen das größte Erfolgsgeheimnis im Kundenservice verraten: Machen Sie es zur Chefsache, lassen Sie direkt an Sie berichten. Je mehr Managementebenen dazwischen sind, umso verschwommener und ineffizienter wird diese so wichtige Angelegenheit.

Wir helfen Ihnen gerne bei der strategischen Planung zur Re-/Aktivierung und geben Ihnen Tipps für eine erfolgreiche Bestandskundenbetreuung.

Susanne Görner ist Eigentümerin der 2001 gegründeten Marketing & More. Das Unternehmen bietet Telefonmarketing und Beratungsdienstleistungen an, unter anderem auch den Aufbau und die Betreuung von Inhouse-Callcentern.

Autor: www.marketingmore.at

VERTRIEBSGIPFEL | tegernsee | 2021

14. Vertriebs-Entscheidertreff der Finanz- und Versicherungsbranche

Termin: 6. / 7. September 2021



www.vertriebsgipfel-tegernsee.de

Finanzberater in der Kundenberatung: Kundenerwartungen besser einschätzen und kommunizieren

Es kommt vor, dass Finanzberater die Wünsche ihrer Kunden falsch interpretieren. So ergab eine Studie der Financial Planning Association, dass die Erwartungen der Kunden sich nicht immer decken mit dem gut begründeten Vorgehen der Berater. „Dabei zeigt sich aber auch, dass oft nur eine kleine Veränderung in der Kommunikation ausreicht, um mehr Zufriedenheit auf beiden Seiten zu erreichen – und bessere Ergebnisse“, sagt Sabine Said, Executive Vice President von Moventum S.C.A.

„Viele haben sich in den vergangenen Jahren verstärkt auf Dinge wie User Experience, Kundenerlebnis oder das Amazon-Prinzip gestürzt“, so Said. „Dabei darf aber nie aus dem Blick geraten, was den Kunden am meisten interessiert: die Erreichung seiner finanziellen Ziele.“ Das User-Erlebnis bei der Beratung soll gut sein, wenn der Kunde am Ende aber seine Ziele nicht erreicht, ist die Unzufriedenheit mit dem Berater trotzdem groß. Hier zeigt die Studie, dass es häufig Unterschiede zwischen den Prioritäten des Beraters und denen des Kunden gibt.

So bewerten Kunden als wichtigste Fähigkeiten eines Beraters Themen wie Erfahrungen und Kenntnisse, gute Kommunikationsfähigkeiten und gute Reputation/Ranking. „Dies dürfte etwas sein, was viele Finanzberater so nicht erwartet hätten“, sagt Said. „In der Vergangenheit wurde der Wert eines Beraters allzu oft nur daran gemessen, welche Perfor-

mance er für seinen Kunden erzielen konnte.“ Mehr und mehr zeigt sich jedoch, dass neben der reinen Performance insbesondere jene Berater geschätzt werden, die sich umfassend auskennen. „Mit guter Kompetenz können also Berater gerade in komplexen Situationen wie der Pandemie punkten“, so Said.

Interessant ist, dass einige von Beratern als selbstverständlich empfundene Elemente ihrer Arbeit vom Kunden deutlich höher geschätzt werden – und entsprechend stärker in der Kommunikation betont werden sollten. „Dazu gehört an erster Stelle das Thema Steuern“, sagt Said. „Für Berater ist es selbstverständlich, dass sie die steuerlichen Aspekte der Anlagen in die Planung einbeziehen. Kunden schätzen diese Leistung sehr hoch – finden sie aber in der Selbstdarstellung der Berater selten.“ Auch wenn gerade dieses Thema spezialisierten Berufsgruppen vorbehalten bleibt: Berater können bei Kunden punkten, wenn sie zeigen, dass sie die Steuereffekte im Auge haben – und über ein kompetentes Netzwerk verfügen, wenn es um die Details geht.

Umgekehrt wird von Beratern vor allem das Steuern der Emotionalität des Kunden als wesentlicher Teil ihrer Aufgabe eingeschätzt, während Kunden das als eine vernachlässigbare Größe bewerten. „Hier ist einige Aufklärungsarbeit nötig – und die sollten Berater auch mutig angehen“, emp-

fehlt Said. Wenn also Kunden die eigene Emotionalität nicht als entscheidend betrachten, ist es Aufgabe der Berater, dies zu ändern. „Die Finanzwissenschaft zeigt, dass ein großer Teil des Anlageerfolgs nicht aus der Wahl der richtigen Produkte oder einem gekonnten Timing stammt, sondern aus der Fähigkeit, eine als richtig erkannte Strategie auch durchzuhalten.“

Dies zeigte sich bereits mehrfach in Krisen, zuletzt beim großen Einbruch angesichts der Pandemie: Portfolios von Beraterkunden verzeichneten eine bessere Performance als solche unberatener Kunden. „Manchmal geht es vor allem darum, Ängste aufzunehmen und Kunden von der Richtigkeit der einmal getroffenen Entscheidung zu überzeugen“, so Said. Dann lassen sich auch Verlustphasen besser durchhalten. „Langfristigkeit und besonnenes Handeln statt Timing ist der wesentliche Erfolgsfaktor – und den erreichen Berater bei ihren Kunden nur durch intensive Kommunikation.“

Und gute Kommunikation zeigt sich vor allem in der Fähigkeit, komplexe Sachverhalte einfach darzustellen. Ziel ist es also, die eigentliche Leistung der Beratung in den Mittelpunkt zu rücken, das Erreichen der langfristigen finanziellen Ziele der Kunden über die kurzfristige Renditemaximierung zu setzen. „Das ebenfalls von den Kunden hochgeschätzte Thema Ranking oder Reputation haben

vermutlich noch nicht viele Berater auf dem Schirm“, sagt Said. „Hier kommt wieder das Amazon-Prinzip zum Tragen, nach dem sich Kunden gerne von Rankings leiten lassen.“ Berater sollten hier idealerweise an ihrem Internetauftritt arbeiten, da dies bereits für viele Altersgruppen das Research-Medium Nummer 1 ist.

Autor: www.moventum.lu



Quelle: © sebra - AdobeStock.com

Das wichtigste für Finanzdienstleister 2021

Für Finanzdienstleister ist die Positionierung mit Alleinstellung im eigenen Markt das wichtigste. Dafür gibt es fertige Konzepte, die Ihr Geschäft nach vorne bringen. Was ist das momentan Bedeutsamste, um das Business zu optimieren. Aktuell ist das nicht nur besonders interessant, weil ein neues Jahr droht. Geht wieder alles von vorne los? Bleibt alles beim Alten? Oder gibt es endlich einen Schub in die richtige Richtung? Schaffen gestresste Finanzdienstleister den Schritt aus dem Hamsterrad? Sichern sie Ihr Lebenswerk, aktivieren ihren Bestand und werden unabhängiger?

Konzentration auf das Wichtigste für Finanzdienstleister

Es gibt nicht DAS Wichtigste für Finanzdienstleister, sondern IHR Wichtigstes. Es ist nicht absolut, sondern relativ. Die einen sind Versicherungsmakler, die anderen in der Ausschließlichkeit. Vielen gemeinsam ist, dass die Branchenentwicklung und die Digitalisierung auf den Magen schlagen und den Spaß verderben. Und das

oft kein klarer Plan vorhanden ist, das zu kontern.

Vieles weglassen, das Gute optimieren

Hilfreich ist das Prinzip "weniger und besser" aus dem Essentialismus. Entscheidend ist, die richtigen Fragen zu stellen und dann auch den Antworten, die man sich gibt, zu trauen. Da hilft die Erkenntnis, dass Finanzdienstleister dazu tendieren, alles Mögliche zu tun, nur nicht das aktuell Wichtigste, um ihr Geschäft zu verbessern. Das Weglassen jedoch ist erfolgsentscheidend, so Experten und Praktiker:

"Es gibt drei tief verwurzelte Annahmen, die wir überwinden

müssen (...): "Ich muss", "Alles ist wichtig" und "Ich kann (alles) tun". Diese Annahmen sind (...) ebenso gefährlich wie verführerisch. (...) Ersetzen wir diese drei falschen Annahmen durch drei Kernwahrheiten: "Ich entscheide mich für", "Nur wenige Dinge sind wirklich wesentlich" und "Ich kann alles Mögliche, aber nicht alles tun". (McKeown, S.37)

Was ist den jetzt konkret das Wichtigste?

"Ich weiß nicht, was für Sie aktuell das Wichtigste ist. Ich kann Ihnen Ansätze mitgeben, wie ich zu meinem Wichtigsten komme und was sich bei erfolgreichen Finanzdienstleistern bewährt", so Jürgen Zirbik von der JURA DIREKT Akademie.



Quelle: © Tanusha - Fotolia.com

Glasklare Positionierung für Finanzdienstleister

Viele Finanzdienstleister haben einen Bauchladen, sind aber nicht als "Exzellente Bauchladenanbieter" positioniert. Ein Bauchladen hat viele Vorteile für den Kunden. Allerdings möchten die meisten Finanzdienstleister keine Bauchladenanbieter sein. Gleichzeitig sind sie nicht bereit oder in der Lage sich neu zu positionieren und den Bauchladen aufzugeben.

Das Wichtigste für Finanzdienstleister erarbeiten

Wenn Finanzdienstleister belastbare, andere Ergebnisse wollen, müssen sie andere Fragen stellen. Finanzdienstleister machen sich gerne selbst etwas vor. Ich kenne das aus vielen Coachings. "Ich berate auch die Produkte, die ich nicht so gut kenne – man muss eben alles mitnehmen." Coach: "Mag sein, Ihre Kunden wollen das aber nicht so. Die wollen das günstigste mit der besten Leistung, dass Sie gar nicht kennen, weil Sie sich hier nicht auskennen." Ja, das ist erst einmal unangenehm.

Sieben harte Fragen für Finanzdienstleister

Bei den Fragen geht es um geschäftlichen Erfolg – was immer das für den Einzelnen ist – und persönliche Lebensqualität. Man soll nie das eine auf Kosten des anderen anvisieren, raten Psychologen. Also, sieben harte Fragen mit Blick auf alle Lebensbereiche:

- Was ist das EINE, dass Ihr Geschäft gerade am stärksten voranbringt?
- Welche 10 Dinge, die Sie tun und die Sie vom Wesentlichen abhalten, können Sie sofort abstellen – auch wenn Sie einiges davon gerne tun?
- Mit welchen 20 Prozent Ihrer Aktivitäten erzielen Sie 80 Prozent der Wunsch-Ergebnisse?



- Welche persönlichen Gewohnheiten hindern Sie am Erfolg?
- Wer oder was in Ihrer Umgebung hält Sie von echtem Erfolg ab?
- Was ärgert Sie so, dass Sie Ihren Job am liebsten sofort hinschmeißen?
- Was begeistert Sie so, dass Sie sofort etwas ändern?

Die Antworten auf diese Fragen helfen das für aktuell Wichtigste für eine Businessoptimierung – und vielleicht darüber hinaus – zu finden.

Was ist nun das Wichtigste für Finanzdienstleister

Das Wichtigste für Finanzdienstleister bewegt in den Bereichen Entscheiden und Handeln. Aus den Antworten auf die Fragen oben ergeben sich relevante Ansätze für Finanzdienstleister und Versicherungsmakler:

Was tun?

Fokussieren: Optimieren der Top-

Kompetenzen die 80 Prozent Ertrag bringen

Positionierung: Alleinstellung entwickeln – z.B. Konzeptberater im Vorsorgedreieck

Kunden anziehen: Storytelling optimieren – glasklare Nutzenbotschaften

Ihre wichtigste Tätigkeit? Hängt von Ihnen und Ihrem Business ab.

Was lassen?

So weiter machen wie bisher. Außer Sie wollen genau das. Die unwichtigen Dinge und Tätigkeiten – das sind oft 80% Änderungen und Optimierung aufschieben

"Manchmal ist das, was du nicht tust, genauso wichtig wie das, was du tust." (Buffet, Clark, aus, Greg McKeown, S.52) Um das individuell Wichtigste zu ermitteln, können Finanzdienstleister 2021 eine geförderte Unternehmensberatung über die JURA DIREKT Akademie nutzen.

Autor: www.juradirekt-akademie.com

Videoberatung bei Baufinanzierungen: Gekommen um zu bleiben

Corona hat das Interesse an Immobilien nicht ausgebremst – im Gegenteil: Die eigenen vier Wände haben in der Pandemie an Bedeutung gewonnen. Damit besteht auch weiterhin großer Bedarf an Finanzierungen. Welche Relevanz hat die Online-Beratung und wohin geht die Entwicklung? Dr. Klein, einer der größten Vermittler von Baufinanzierungen, hat das Kundenverhalten im Corona-Jahr ausgewertet und gibt einen Ausblick.

Üblicherweise findet die Finanzierungsberatung in einem persönlichen Gespräch statt. Unter Corona sind die Bedingungen hierfür deutlich erschwert, zum Teil ist ein Treffen gar nicht mehr möglich. Als Alternative hat sich bei großen Vermittlern wie Dr. Klein die Kommunikation per Video etabliert, die im vergangenen Jahr verstärkt wahrgenommen wurde. „Mit Hilfe der Online-Beratung konnten wir von heute auf morgen ins Homeoffice wechseln und unsere Beratung gewohnt transparent und nach wie vor in hoher Qualität anbieten“, so Saskia Arntholz, Spezialistin für Baufinanzierung bei Dr. Klein in Duisburg.

Die Zahlen zeigen, dass das Angebot ankommt: Während des Lockdowns im Frühjahr ist die Anzahl der Videositzungen von Februar bis April bei Dr. Klein um das Fünffache gestiegen. Aber auch als Vor-Ort-Termine wieder möglich waren, blieb die Nutzung weiterhin konstant und vielmals so hoch wie vor Corona – mit erneut steigender Kurve durch strengere Kontaktbeschränkungen in den letzten

Wochen. Rund 2.600 Gespräche führten die Beraterinnen und Berater von Dr. Klein im Dezember per Video durch. Zum Vergleich: Im Dezember 2019 waren es noch 331.

Schnellerer Prozess

Der digitale Gesprächsweg spart Zeit und Aufwand: Weil Anfahrtswege wegfallen, findet sich eher ein zeitnahe Termin, und wer sich von zu Hause aus beraten lässt, hat die noch fehlenden Unterlagen schnell parat. Günstigstenfalls können die Kunden diese Dokumente dann mit dem Handy abfotografieren und direkt in ein Kundenportal hochladen. „So muss niemand nochmal los, um die Finanzierungsunterlagen zusammenzusammeln und bei uns im Büro abzugeben“, meint Saskia Arntholz. „Vom ersten Gespräch bis zur Finanzierungszusage geht es in vielen Fällen deshalb schneller – und Zeit ist manchmal der entscheidende Faktor, um den Zuschlag für die Immobilie zu erhalten.“

Gerade im Finanzierungsgeschäft gelten im Hinblick auf die Video-Lösung hohe Anforderungen an Datenschutz und Zuverlässigkeit. Bei Flexperto, einem Anbieter, der auf digitale Kundenkommunikation spezialisiert ist, sieht man daneben auch die einfache Bedienbarkeit als entscheidenden Erfolgsfaktor für geschäftliche Video-Gespräche: „Niemand will sich lange mit der Funktionsweise auseinandersetzen, sondern sofort und intuitiv mit der Video-Software arbeiten. Nur wenn die Technik absolut benutzerfreundlich ist und sowohl

Berater als auch Kunden deutlichen Mehrwert bietet, wird sie auch genutzt“, so die Erfahrung von Tobias Krauß, Mitgründer von Flexperto und dort verantwortlich für Customer Success.

Wie weit wird die Digitalisierung in der Baufinanzierung gehen?

Im Baufinanzierungsgeschäft besteht Nachholbedarf, wenn es um die Digitalisierung von Prozessen und Angeboten geht – das hat nicht zuletzt Corona deutlich gezeigt. Aber bei allem Potenzial, das in der Digitalisierung schlummert: Ein persönliches Beratungsgespräch – ob vor Ort, per Video oder Telefon – wird auch kluge Technologie nicht ersetzen, ist Saskia Arntholz von Dr. Klein überzeugt. „Dafür ist das Thema ‚Immobilienfinanzierung‘ zu komplex und zu emotional, schließlich ist es für viele das wichtigste – und teuerste – Vorhaben – im Leben.“ Ein Zinssatz lässt sich zwar grob online vergleichen, ist aber auch häufig an Bedingungen geknüpft, die auf den ersten Blick nicht ersichtlich sind. Wenn es dann auch noch um die Gegenüberstellung der Gesamtkosten von unterschiedlichen Modellen, Bausteinen und Anbietern geht, kommt man online schnell an Grenzen. „Nur wer alle Finanzierungsmöglichkeiten kennt und diese sorgfältig gegeneinander abwägt, kann sich sicher sein, dass er oder sie die individuell passende Lösung wählt. Und dafür braucht es auch in Zukunft Experten mit Ideen, Erfahrung und den richtigen Fragen, die dabei unterstützen“, so Spezialistin Arntholz.

Autor: www.drklein.de

Arbeitskreis Finanzvermittlung und Nachhaltigkeitsfaktoren gegründet

Standardisierung der Diktion in der Deklaration von Nachhaltigkeitsfaktoren in Finanz- und Versicherungsanlageprodukten in Vorbereitung

Unter Beteiligung des afw Bundesverband Finanzdienstleistung e.V., der Defino Institut für Finanznorm AG, des Analyse- und Bewertungshauses Franke und Bornberg GmbH, der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft Mazars GmbH & Co. KG und der pma Finanz- und Versicherungsmakler GmbH sowie der Professoren Hans-Peter Schwintowski und Hans-Wilhelm Zeidler hat sich der „Arbeitskreis Finanzvermittlung und Nachhaltigkeitsfaktoren“ gegründet. Der Arbeitskreis hat sich zur Aufgabe gestellt, unter Beteiligung und mit Unterstützung weiterer Marktteilnehmer einheitliche und nachvollziehbare Standards für eine seriöse und transparente Diktion und Deklaration der Nachhaltigkeitsfaktoren beziehungsweise von ESG-Kriterien in Finanzanlage- und Versicherungsanlageprodukten

zu erarbeiten. Um ein Höchstmaß an Verbindlichkeit und damit Sicherheit für alle Marktteilnehmer zu gewährleisten, soll am Ende der Arbeit eine DIN-Norm stehen. Ein entsprechender Antrag wurde beim Deutschen Institut für Normung eingereicht.

Eine DIN-Norm soll Aussagen über Nachhaltigkeitsfaktoren vergleichbar machen

Zukünftig müssen alle Finanzmarktteilnehmer, also Banken und Vermögensverwalter ebenso wie Finanzvertriebe und Versicherungsvermittler, den Verbrauchern Informationen über die Auswirkungen von möglichen Anlageentscheidungen hinsichtlich der Nachhaltigkeitsfaktoren zugänglich machen. Diese Informationspflicht gilt insbesondere

bezogen auf solche Finanzprodukte, die mit dem Hinweis auf Nachhaltigkeitsmerkmale beworben werden.

Um diese Pflicht zu erfüllen, müssen Vermittler auf Informationen zugreifen, die von der Restwirtschaft geliefert und von den Produktgebern wie Banken, Versicherungs- oder Kapitalanlagegesellschaften zusammengetragen werden. Dafür benötigen alle Beteiligten Sicherheit durch die Standardisierung der Diktion in der Deklaration von Nachhaltigkeitsfaktoren.

„Die aktuell in der Finanzbranche am häufigsten bemühten Begriffe sind „nachhaltig“, „sustainable“ und „ESG“. Das berechtigterweise große Interesse an dem Thema und die vielfältigen einschlägigen Aktivitäten bergen freilich die Gefahr von Wildwuchs und Intransparenz. Der ausdrückliche Anspruch des Arbeitskreises ist es, einen Beitrag zu Einheitlichkeit und Transparenz zu leisten,“ so Defino-Vorstand Dr. Klaus Möller, den die Mitglieder zum Leiter des Arbeitskreises bestimmten. Damit kann und soll gewährleistet werden, dass die Aussagen der Finanzdienstleister über die Nachhaltigkeitsfaktoren der von ihnen angebotenen Anlageprodukte belastbar und vergleichbar sind. Autor: www.defino.de



Was Solvium Capital für Anleger und Vermittler so attraktiv macht



André Wreth

Geschäftsführer

Solvium Capital GmbH

& Solvium Capital Vertriebs GmbH

FBM: Solvium Capital hat sich in den letzten Jahren zu einem erfolgreichen Asset-Manager entwickelt. Was sind die Unterschiede zu anderen Sachwertanbietern?

André Wreth: Solvium ist ein weltweit agierender, vollintegrierter Logistik Asset-Manager. Das bedeutet, wir beherrschen sämtliche Teile der Wertschöpfungskette und können sie entscheidend steuern. Beispielsweise kaufen und vermieten Unternehmen der Solvium-Gruppe Container im südostasiatischen Raum. Als Dienstleister kümmern sich diese Unternehmen unter anderem um Reparaturen und Instandhaltung von Containern und dirigieren die Container an die für eine Vermietung attraktivsten Standorte. Die Finanzierung der zu vermietenden Container erfolgt größtenteils über Finanzprodukte im deutschen Kapitalanlagemarkt. Bei Solvium geht es also nicht nur um die Konzeption einer Produktverpackung oder den Vertrieb eines Produktes, sondern vielmehr um die Entscheidung eines Anlegers für einen Partner, der vollumfänglich im Markt agiert und damit nicht nur umfangreiches Fachwissen, sondern auch wichtige Problemlösungskompetenz mitbringt.

FBM: Wie ist das vergangene Jahr für Solvium Capital gelaufen?

André Wreth: Das Coronavirus hat die Gesellschaften und das menschliche Verhalten weltweit verändert. Auch nach der Pandemie wird es kein Zurück zum guten alten „Früher“ geben (können). Der ohnehin in den vergangenen Jahren stark steigende E-Commerce hat 2020 noch mal einen starken Anstieg erlebt. Das gesamte Einkaufsverhalten hat sich verändert. Kunden, die bisher nicht oder wenig im Internet eingekauft haben, haben das Shopperlebnis für sich entdeckt. Bisherige Onlineshopper haben noch mehr im Internet eingekauft. Das alles führte zu einer enorm gestiegenen Nachfrage nach Logistikleistungen. Als Lieferant und Vermieter von Containern und Wechselkoffern ist diese Situation für Solvium wirtschaftlich sehr attraktiv. Die Chancen dieses Marktes haben auch viele Vermittler und Anleger erkannt, was zu einem hervorragenden Umsatzergebnis 2020 für Solvium führte.

FBM: Wie haben Solvium-Kunden bisher abgeschnitten? Gibt es einen Track Record?

André Wreth: Ja, wir haben eine 100-prozentige Erfüllungsquote bei sämtlichen Angeboten unseres Hauses. In unserer mittlerweile 10-jährigen Unternehmensgeschichte haben wir rund 14.000 Verträge mit Anlegern geschlossen und über 350 Mio. EUR für Anleger investieren dürfen. Alle Miet-, Zins- und Rückzahlungen wurden planmäßig und pünktlich geleistet. Vermutlich auch aus diesem Grund haben wir eine Nachzeichnungs- bzw. Wiederanlagequote von weit über 50 %. Unsere Vermittler und Kunden sind mit unserer Leistung sehr zufrieden.

FBM: Sie waren der erste Anbieter von Direktinvestments nach Kleinanlegerschutzgesetz, warum bieten Sie jetzt Namensschuldverschreibungen an?

André Wreth: Seit 2011 konzipieren wir Kapitalanlagen. Viele Jahre waren das ausschließlich Direktinvestments in Container oder Wechselkoffer. Zunächst auch in den ersten Jahren nach Inkrafttreten des Kleinanlegerschutzgesetzes. Mit der steigenden Nachfrage stiegen auch die Herausforderungen bei der Strukturierung von Direktinvestments. Wir stellten fest, dass diese Strukturierung uns und auch die Anleger bei einer Platzierungszeit von einem Jahr und sich ständig ändernden Märkten in ein enges Korsett zwängt, das den Aspekt Sicherheit so hochhält, dass die Chancen – auch auf eine attraktive Rendite – zwangsweise begrenzt sind. Wir waren uns sicher, mit einem aktiven Management die Renditechancen im Sinne unserer Anleger erhöhen zu können, ohne bei der Sicherheit Abstriche machen zu müssen. Das geht im Bereich der Vermögensanlagen nur mit einer Namensschuldverschreibung.



FBM: Und jetzt folgt ein Alternativer Investmentfonds (AIF), ist das nicht die sprichwörtliche Konkurrenz aus dem eigenen Haus?

André Wreth: Zu unseren Zielen gehört natürlich auch, neue Vertriebspartner zu erreichen. Es gibt mit dem AIF nun zwei Produktbereiche für verschiedene Vermittlungsbereiche – § 34 f Teil 2 und 3 der Gewerbeordnung. Vertriebspartner und Anleger entscheiden manchmal nach der Verpackung, nach der Strukturierung des Angebots.

Es gibt Vermittler mit der Genehmigung nach § 34 f 3, die sich entschlossen haben, ihren Kunden nur Alternative Investmentfonds anzubieten. Bei denen fielen wir früher durchs Raster, obwohl sie unseren Markt bzw. die Assetklasse Logistikequipment durchaus attraktiv fanden. Dann gibt es auch Berater mit der Genehmigung nach § 34 f 2, die zwar Alternative Investmentfonds vertreiben dürfen, aber weder Nachrangdarlehen noch Namensschuldverschreibungen, die bisher also ihren Kunden unsere Produkte gar nicht anbieten konnten.



FBM: Vermögensanlage oder AIF? Solvium bietet beide Möglichkeiten. Gibt es den idealen Produktmantel?

André Wreth: Wir glauben nicht, dass es die ideale Produktverpackung per se gibt. Es gibt Anleger und Vermittler, die Direktinvestments bevorzugen, die Zinsprodukte bevorzugen oder auch jene, die besondere Vorteile im Rahmen eines Alternativen Investmentfonds sehen. Letztendlich entscheiden Vermittler und Kunden, über welchen Weg sie sich an dem Erfolg der weltweiten Logistik beteiligen möchten. So oder so: Solvium bietet die Lösungen.

FBM: Warum sollten Vermittler ihren Kunden eine Investition in Angebote der Solvium Capital empfehlen?

André Wreth: Logistik bewegt die Welt und dies nicht nur in Coronazeiten. Ich bin mir sicher, dass es für viele Anleger interessant ist, nicht nur für Onlinebestellungen zu bezahlen, sondern vielleicht auch daran mitzuverdienen. Und attraktiv ist es obendrein. Diese Story kombiniert mit Produkten, die sich unter anderem durch eine Laufzeit von 3-6 Jahren und monatlichen bzw. quartalsweisen Auszahlungen auszeichnen, machen die Zusammenarbeit mit Solvium für Vermittler attraktiv.



Wichtige Hinweise

Dies ist eine Marketingmitteilung der Solvium Capital Vertriebs GmbH, Englische Planke 2, 20459 Hamburg, die ausschließlich Informationszwecken dient. Sie erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sie stellt weder eine Anlageberatung noch eine Anlageempfehlung/Finanzanalyse noch ein Angebot zum Erwerb eines Anlageprodukts dar. Eine Anlageentscheidung muss immer auf der Prüfung des Verkaufsprospekts des jeweiligen Produkts beruhen. Die vollständigen Angaben zum jeweiligen Produkt, einschließlich der Darstellung der jeweiligen wesentlichen Risiken, sind einzig dem jeweiligen Verkaufsprospekt zu entnehmen. In der Vergangenheit erzielte Erträge bzw. Renditen und Prognosen sind keine Garantie und kein Indikator für zukünftige Gewinne bzw. Auszahlungen.

Der Verkaufsprospekt des geschlossenen Publikums-AIF „Solvium Logistic Fund One GmbH & Co. geschlossene InvKG“- einschließlich der Anlagebedingungen, des Gesellschaftsvertrages und des Treuhandvertrages, sowie die wesentlichen Anlegerinformationen dieses AIF sind auf der Internetseite www.solvium-capital.de kostenlos in deutscher Sprache zum Download verfügbar.

Hinsichtlich etwaiger zukünftig öffentlich angebotener Vermögensanlagen ist zu beachten:

Der Erwerb der Vermögensanlage ist mit erheblichen Risiken verbunden und kann zum vollständigen Verlust des eingesetzten Vermögens führen. Der in Aussicht gestellte Ertrag ist nicht gewährleistet und kann auch niedriger ausfallen.

Sofern und soweit Vermögensanlagen zukünftig öffentlich angeboten werden, kann der Anleger ab Beginn des jeweiligen öffentlichen Angebots den veröffentlichten Vermögensanlagen-Verkaufsprospekt zu einer Vermögensanlage und evtl. Nachträge hierzu sowie das entsprechende Vermögensanlagen-Informationsblatt bei der Anbieterin/Emittentin der jeweiligen Vermögensanlage kostenlos anfordern bzw. auf der Internetseite der jeweiligen Anbieterin/Emittentin abrufen. Die Anschrift und die Internetseite der jeweiligen Anbieterin/Emittentin werden vor Beginn des öffentlichen Angebots einer Vermögensanlage veröffentlicht. ■



Quelle: © REDPIXEL - AdobeStock.com

**Makler-
Nachfolge zum
Bestpreis mit
Garantie**

Schaffen Sie den Absprung.

Resultate Select –

**Ihren Maklerbestand verkaufen mit Garantie
und zum optimalen Preis.**

- ✓ Vertragsgarantie
- ✓ sofortiger oder späterer flexibler Ruhestand
- ✓ Kaufpreis bis zu Faktor 5 –
oder sogar darüber hinaus *)
- ✓ besonders geringe fixe Gebühren –
schon ab 500€ bei Vorzugskonditionen
(zzgl. USt.)
- ✓ Geld zurück Garantie

Weitere Informationen auf
www.resultate-select.de

*) Der effektive Kaufpreis kann sehr stark variieren in Abhängigkeit u.a. von Bestandsstruktur, -historie und -stabilität, bediente Produktfelder, Regionalität, Rechtsform sowie Entscheidungshorizont und persönliche Präferenzen des Bestandsinhabers.

FinanzBusinessPreis 2020

Preisträger in der Kategorie Vertrieb:
Innovation Dienstleistung für Makler

Resultate Select

www.FinanzBusinessMagazin.de

Resultate
Institut für Unternehmensanalysen
und Bewertungsverfahren GmbH

Klimaschutz und Geldanlage in einem Produkt

Roman Teufl

Geschäftsführer

Deutsche Lichtmiete Vertriebsgesellschaft
für ethisch-ökologische Kapitalanlagen mbH

FBM: Warum ist die Lichtmiete ein erfolgreiches Geschäftsmodell?

Roman Teufl: Unser Geschäftsmodell – „Light as a Service“ („Laas“) – ist deshalb erfolgreich, weil wir damit eine Nachfrage bedienen. Wir liefern unseren Kunden aus der Industrie, Gewerbe oder Kommune energieeffiziente und maßgeschneiderte Beleuchtung. Unsere Kunden tragen durch die Modernisierung der Beleuchtung aktiv zum Klimaschutz bei ohne teure Investitionen vorzunehmen. Mit Energieeffizienz und Klimaschutz bei gleichzeitig geringen Kosten treffen wir den Nerv der Zeit. Und genau das sehen auch unsere Investoren. Eine Kapitalanlage bei der Deutschen Lichtmiete bedeutet ökologisch sinnvolles Investieren. Und genau das sucht der Investor. Viele unserer Anleger erkennen und schätzen den ökologischen und nachhaltigen Mehrwert unseres Geschäftsmodells. Sie leisten damit einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz und tätigen gleichzeitig ein stabiles Investment mit attraktiver Rendite.

FBM: Können Sie das Light as a Service (LaaS) noch einmal kurz und kompakt erläutern?

Roman Teufl: Mit unserem Light as a Service (LaaS) Konzept bieten wir Kunden aus Industrie und Gewerbe sowie öffentlichen Auftraggebern die Beleuchtungsmodernisierung inklusive aller erforderlichen Leistungen im investitions- und kapazitätsschonenden Mietmodell. Das beinhaltet Bedarfsanalyse, Wirtschaftlichkeitsberechnung, Lichtplanung unter Berücksichtigung gesetzlicher Regularien sowie Montage, Wartung und Service. Das heißt, wir stellen moderne Beleuchtung zur Verfügung, tragen den laufenden Aufwand



während der Vertragslaufzeit und der Kunde zahlt dafür eine konstante monatliche Miete.

FBM: Welche Expansionspläne hat das Unternehmen?

Roman Teufl: Wir sehen uns heute als Marktführer im Bereich Light as a Service (LaaS) in Europa. Unser Ziel ist es zunächst, die Marktführerschaft zu halten und weiter auszubauen. 2021 wollen wir den Pflege- und Gesundheitsmarkt erschließen. Wussten Sie, dass rund 50 Prozent der verbrauchten elektrischen Energie in einem Pflegeheim auf die Beleuchtung entfällt? Bei über 15.000 Pflegeheimen in Deutschland kommt da einiges zusammen. Und die Themen IoT und Anwendungen für Industrie 4.0 beschäftigen uns derzeit sehr. Hier werden wir sicherlich in den nächsten Jahren zusätzlich für Aufmerksamkeit sorgen.

FBM: Wie können sich Anleger an diesem Geschäftsmodell beteiligen?

Roman Teufl: Anleger haben die Möglichkeit über ein breites Netzwerk von Vermittlern, die Anleihe mit einer umfassenden Beratung zu zeichnen.

Darüber hinaus besteht die Möglichkeit direkt in unserem Online-Zeichnungsportal unsere EnergieEffizienzAnleihe zu zeichnen.

Außerdem kann die Anleihe an der Börse über die üblichen Banken gekauft und gehandelt werden.

FBM: Wie sind die Eckdaten der Anleihe?

Roman Teufl: Die aktuelle Anleihe hat ein Volumen von 30.000.000 €, die Stückelung liegt bei je 1.000 €, die Mindestzeichnungssumme bei 3.000 €. Das Papier wird mit 5,25% per annum verzinst und hat eine Laufzeit von 6 Jahren bis zum 31. Januar 2027.

FBM: Wie ist der Vertriebsstart der Anleihe angelaufen?

Roman Teufl: Erfreulicherweise stellen wir auch für unsere neue Unternehmensanleihe eine hohe Nachfrage fest und können bereits nach kürzester Zeit einen Platzierungsstand von über 50% melden.

FBM: Welche Anleger sprechen Sie mit der Anleihe an?

Roman Teufl: Mit unseren EnergieEffizienzAnleihen richten wir uns an Privatanleger, die ein ökologisch sinnvolles Investment suchen und einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz leisten wollen. Aber auch

institutionelle und professionelle Investoren zählen schon seit der ersten Anleihe zu unseren Anlegern.

FBM: Sind weitere Investmentangebote in diesem Jahr geplant?

Roman Teufl: Unser Geschäftsmodell ist auf Wachstum ausgelegt. Für die Finanzierung von Neuprojekten benötigen wir stets neues Kapital. Auch in den nächsten Jahren werden wir den Kapitalmarkt und die Refinanzierung über neue Anleihen weiter nutzen. Für dieses Jahr ist aktuell nur die Ausgabe der bereits laufenden „Deutsche Lichtmiete EnergieEffizienzAnleihe 2027“ geplant.

FBM: Warum ist die Lichtmiete für Vermittler ein sehr interessanter Partner?

Roman Teufl: Wir wollen und können unseren Partnern mit den EnergieEffizienzAnleihen ein ausgewogenes Risiko-Rendite-Profil bieten. Mit der Anleihe wird eine direkte und nachweisbare soziale und ökologische Wirkung erreicht – also Klimaschutz und Geldanlage in einem Produkt, das macht die Anleihe zu einem nachhaltigen Investment.

Die Investition in Umweltschutz mit attraktiven Konditionen ist ein Investment in die Zukunft und sollte in keinem Portfolio fehlen. ■



Verifort Capital HC1: Beteiligung am langfristig attraktiven Markt für Pflegeimmobilien

Rauno Gierig

Geschäftsführer, Chief Sales Officer (CSO)
Verifort Capital Group GmbH

FBM: Verifort Capital hat sich auch auf Healthcare Immobilien spezialisiert. Welche Expertise hat das Unternehmen in diesem Bereich?

Rauno Gierig: Bei Verifort Capital bringen wir zum einen auf personeller Ebene viel Expertise und Erfahrung im Bereich der Healthcare-Immobilien mit. Unser CEO, Frank M. Huber, war in der Vergangenheit selbst Geschäftsführer einer Altenwohn- und Pflegeeinrichtung. Unser Beiratsvorsitzender Mario Liebermann hat viel Erfahrung mit dem Kauf und Verkauf von Sozial- bzw. Pflegeimmobilien, indem er bereits zuvor als Geschäftsführer und Asset Manager geschlossene Pflegeheim-Fonds verantwortet hat.

Darüber hinaus profitieren wir von unserem guten Netzwerk – und hier besonders von unserer Schwestergesellschaft der Carestone Group GmbH, dem deutschen Marktführer in der Entwicklung von Pflegeimmobilien. Das Unternehmen zählt mit seiner 20-jährigen Erfahrung als Bauträger für Pflegeimmobilien und mehr als 13.000 verkauften Einheiten zu den Marktführern in diesem Segment.

FBM: Warum können Healthcare-Immobilien für Anleger ein lohnendes Investment sein?

Rauno Gierig: Die Menschen in Deutschland werden immer älter. Sowohl die Lebenserwartung allgemein als auch der Anteil älterer Menschen steigen. Damit werden künftig mehr und mehr Menschen auf – teils intensive – Betreuung und Pflege angewiesen sein. Allein bis 2030 dürfte sich die Zahl pflegebedürftiger Menschen in Deutschland um rund 700.000 auf etwa 4,1 Millionen erhöhen.



Entsprechend stark wird in den kommenden Jahren der Bedarf an Pflegeeinrichtungen und -immobilien wachsen. Entsprechend eröffnet diese Entwicklung sehr gute Möglichkeiten für langfristige Investitionen. Denn der demografische Wandel wird sich weiter fortsetzen – im Gegensatz zu Wohn- oder Gewerbeimmobilien ganz oder zumindest zu sehr großen Teilen konjunkturunabhängig.

FBM: Mit dem Verifort Capital HC1 hat ihr Unternehmen eine Serie Alternativer Investmentfonds (AIFs) gestartet. In welche Objekte investiert der Fonds?

Rauno Gierig: Wir haben für den Verifort Capital HC1 sowie die kommenden Fonds der geplanten AIF-Serie Healthcare- und Pflegeimmobilien in einer breiten Auswahl im Fokus. So investiert der Fonds in Immobilien in Deutschland aus den Bereichen stationäre Pflegeheime, betreutes Wohnen, Tagespflege oder ambulante Pflege. Hierbei handelt es sich jedoch immer um Einrichtungen, die bereits in Betrieb sind, also keine Neubau- bzw. geplanten Objekte. Geografisch gesehen beschränken wir uns bei der Objektauswahl auf Deutschland. Dadurch, dass wir die Auswahl der Nutzungsarten bewusst breit

streuen und auch bei den Betreibern auf Vielfalt achten, können wir das Risiko für die Anleger reduzieren. Im Januar 2021 wurde mit einer Einrichtung für betreutes Wohnen mit Tagespflege bereits ein erstes Objekt in den AIF integriert. Weitere Objekte sind bereits in der Endphase der Prüfung.

FBM: Was sind die Highlights des Fondsangebotes?

Rauno Gierig: Mit dem Verifort Capital HC1 haben Anleger die Möglichkeit, sich am langfristig attraktiven Markt für Pflegeimmobilien zu beteiligen. Die geplante Ausschüttung liegt bei 4,75 Prozent pro Jahr (vierteljährlich ausgeschüttet), die prognostizierte Gesamtrückzahlung liegt bei 149,9 Prozent vor Steuern. Mit einer Beteiligung an dem Fonds legen Anleger aber nicht einfach nur langfristig ihr Geld an, sondern tragen auch dazu bei, durch moderne Einrichtungen pflegebedürftigen Menschen langfristig eine gute Unterbringung und Versorgung im Alter zu ermöglichen.

FBM: Wer ist der typische Anleger für den Verifort Capital HC1?

Rauno Gierig: Mit der Mindestbeteiligung von 5.000 Euro richten wir uns mit dem Verifort Capital HC1 gezielt an Privatanleger. Diese erhalten über den Publikums-AIF einen einfachen Zugang zum langfristig attraktiven Markt der Pflegeimmobilien.



Quelle: © kalafoto - fotolia.com

Anleger sollten bereit sein sich, wie bei AIFs üblich, langfristig an dem Investment zu beteiligen, da der AIF eine Laufzeit bis Ende 2031 hat. Für Privatkunden mit einem langen Investitionshorizont eignet sich der Verifort Capital HC1 aber sehr gut zur Diversifikation und Beimischung, um die Assetklasse Pflegeimmobilien in das eigene Portfolio mit aufzunehmen. Aber auch für größere Investoren wie Stiftungen oder Versorgungswerke, die mit langfristigen Investitionen Stabilität in ihr Portfolio bringen wollen, können unsere Healthcare-AIFs eine interessante Ergänzung sein.

FBM: Wie unterstützt Verifort Capital aktuell Vertriebspartner?

Rauno Gierig: Die Einschränkungen, die die Corona-Pandemie gerade im persönlichen Kontakt mit sich gebracht hat, erschweren den Vertrieb natürlich, verändern ihn aber auch. Gerade bei langfristigen Investitionen wie in AIFs ist eine professionelle Beratung der Kunden notwendig. Für uns ist es wichtig, unseren Vertriebspartnern auch ohne persönliche Treffen weiter genau die Informationen und Unterstützungen zur Seite zu stellen, die sie für ihre Arbeit benötigen. So führen wir beispielsweise regelmäßig Webinare durch und haben ein Vertriebspartnerportal eingerichtet, in dem alle wichtigen Unterlagen und Informationen hinterlegt sind. Außerdem haben wir eine Online-Ausfüllhilfe für die Beitrittserklärung entwickelt, die die Vertriebspartner mit ihren Kunden gemeinsam durchgehen können. Nichtsdestotrotz stehen wir unseren Partnern aber natürlich nach wie vor individuell zur Seite. Aktuell laufen viele Prozesse dann eben per Videochat statt Vor-Ort-Termin ab.

FBM: Warum sollten Vermittler mit Verifort Capital zusammenarbeiten?

Rauno Gierig: Unser Anspruch ist es, unseren Vertriebspartnern als Qualitätsanbieter zur Seite zu stehen. Da ist das angesprochene Vertriebspartnerportal, das unseren Vermittlern viele Arbeitsschritte abnimmt und den Weg bis zum Abschluss sowie darüber hinaus erleichtert. Trotz der digitalen Angebote legen wir großen Wert darauf, unseren Partnern passgenaue Lösungen und Unterstützungen an die Hand zu geben. Dabei richten wir uns individuell auf die jeweiligen Bedürfnisse, Kenntnisse und Erfahrungen der einzelnen Vermittler aus. ■

„Es gibt nicht den einen Weg“

Christian Grall
Geschäftsführer
der PROJECT Vermittlungs GmbH



Christian Grall verantwortet seit Januar 2021 den Vertrieb der PROJECT Publikumsfonds, die in Immobilienneubauentwicklungen deutscher Metropolregionen sowie in Wien investieren. Ein Gespräch über den aktuellen und zukünftigen Alltag im Vertrieb und die neuen Herausforderungen bei der Immobilienentwicklung.

FBM: Die Corona-Krise und die damit verbundenen weitreichenden Kontaktverbote dauern an. Inwiefern hat sich der Alltag Ihrer Partner mittlerweile verändert?

Christian Grall: Unsere Partner haben sich auf die aktuellen Gegebenheiten eingestellt und für sich Wege gefunden, mit ihren Kunden in Kontakt zu bleiben. Dabei unterstützen wir sie mit den möglichen technischen Mitteln. Zum Alltag gehört demzufolge inzwischen der vollständig digitale Vertrieb, von der Online-Beratung über die digitale Antragsaufnahme bis hin zur digitalen Unterschrift. Daneben kommen aber auch hybride Konzepte zur Anwendung, in deren Rahmen Unterschriften persönlich bzw. analog geleistet werden. Für uns ist spürbar, dass der hybride Ansatz sehr gefragt ist und es aktuell nicht »den einen Weg« gibt.

FBM: Die beiden PROJECT Beteiligungsangebote Metropolen 19 und 20 befinden sich während der fortdauernden Corona-Krise in der Platzierung und damit in einer potenziell kritischen gesamtwirtschaftlichen Phase. Müssen Sie im Fondsvertrieb mehr Überzeugungsarbeit leisten als früher?

Christian Grall: Immobilien werden stärker denn je als sicherer Hafen angesehen, das haben die Preisentwicklungen auf dem von uns fokussierten Neubauwohnungsmarkt bis heute gezeigt. Die Nachfrage nach modernem Wohnraum ist groß und sie trifft in vielen deutschen Metropolen auf ein immer noch sehr überschaubares Angebot. Vom Wert eines breit gestreuten Immobilieninvestments müssen wir die Interessenten daher nicht überzeugen. Angesichts des immer noch extrem niedrigen Zinsniveaus stehen Anleger weiterhin vor der Situation fehlender Anlagealternativen. Wohninvestments bleiben daher für ein ausgewogenes Portfolio unverzichtbar.

FBM: Das könnte sich jedoch ändern, falls die Inflationsrate, die im März 2021 bei 1,7 Prozent lag, in den kommenden Jahren zunimmt. Experten zufolge könnten die Bauzinsen bald steigen ...

Christian Grall: Auch wenn die Zinsen, die auf einem sehr tiefen Level stehen, nach und nach steigen sollten, bleiben Knappheit und eine im internationalen Vergleich niedrige Wohneigentumsquote in Deutschland auf Jahre hinaus be-

stehen. Zwar könnten die Immobilienpreise in Zukunft nach einem Zinsanstieg stagnieren oder nachgeben und damit die bislang stetige Wertentwicklung bremsen. Der Wert einer eigenen Immobilie, auch hinsichtlich der in Zukunft mehr privat ausgerichteten Altersvorsorge, bleibt aber dennoch als hoch anzusehen.

FBM: Der Preisdruck nimmt zu, nicht nur wegen weiter steigender Immobilienpreise, sondern auch aufgrund neuer Regularien. Wie schaffen Sie es, eine stabile Rendite Ihrer Fonds sicherzustellen?

Christian Grall: Unser Asset Manager kauft nur Grundstücke mit genügend Entwicklungspotenzial, um auch in seit- oder abwärts laufenden Marktphasen eine attraktive Rendite zu erwirtschaften. Fortlaufende Reinvestitionsphasen, die unterschiedliche Einkaufsbedingungen bieten, können Marktschwankungen besser ausbalancieren. Außerdem setzen wir neben einer breiten Diversifizierung der Projekte im Publikumsbereich weiterhin auf unser Grundprinzip der Unabhängigkeit von Finanzierungspartnern und investieren hauptsächlich mit dem von Anlegern platzierten Eigenkapital. Dadurch sind unsere Investoren stets erstrangig grundbuchbesichert – ein entscheidender Stabilitätsfaktor. Diese Anlagestrategie gewährleistet die Unabhängigkeit vom Kapitalmarkt – beispielsweise dann, wenn die Zinsen langfristig nach oben tendieren.

FBM: Das Finanzwesen soll mithilfe der gerade in Kraft getretenen EU-Taxonomie nachhaltiger werden. Welche Folgen hat dies für die Branche und speziell für Ihr Haus? Wie haben Sie sich darauf vorbereitet?

Christian Grall: Wir spüren, dass sich die Kunden mit dem Thema Nachhaltigkeit mehr auseinandersetzen als früher. ESG-Prinzipien gehören zum unternehmerischen Alltag und sind an vielen Stellen greifbar. Dazu gehört im Unternehmen beispielsweise der sorgsame Umgang mit Ressourcen wie das papierlose Büro oder eine umsichtige Reiseplanung. Was wir intern umsetzen, das wirkt sich auch auf das Handeln unserer Partner und ihr Auftreten bei den Kunden aus. Bei unseren Wohnentwicklungen sind eine energieeffiziente Bauweise nach KfW-55 und der Einsatz regenerativer Energien, die Begrünung von Dächern und Fassaden sowie umweltfreundliche Mobilitätskonzepte längst selbstverständlich. Darüber hinaus wird sich jedoch

die Art und Weise, wie wir in Zukunft bauen, stark verändern. Im Fokus stehen neue Möglichkeiten nachhaltigen und bezahlbaren Bauens mithilfe besonders innovativer Konzepte und Materialien.

FBM: Die deutsche Wirtschaft erfährt nicht zuletzt wegen Corona einen Digitalisierungsboom. Zahlreiche Finanzdienstleistungen wandern in die App. Gibt es demnächst die vollständig online-basierte Zeichnung? Welche Pläne verfolgt PROJECT in der Zukunft?

Christian Grall: Natürlich beschäftigen auch wir uns intensiv mit allen Themen rund um die Digitalisierung. Wir haben früh begonnen, unsere internen Abläufe vollkommen zu digitalisieren. So finden Courtagevereinbarungen mit unseren Vertriebspartnern ausschließlich via DocuSign statt. Seit Oktober 2019 können Anleger und Partner kostenfrei auf unsere mobilen Angebote per App zugreifen, die wir ständig weiterentwickeln. Wir glauben, dass es wichtig ist, sich mit den neuen Technologien auseinanderzusetzen, daher schauen wir uns natürlich auch die Entwicklungen am Markt an und haben ein sehr offenes Ohr für die Wünsche unserer Investoren. Das geht über den vollständig digitalen



Quelle: © tippapatt - AdobeStock.com

Zeichnungsprozess hinaus bis hin zu möglichen neuen Produkten basierend auf der Blockchain. Wir sind ein traditionelles Haus, scheuen aber nicht die Innovation aus uns selbst heraus und gehen diesen Weg auch konsequent weiter. Das Schöne an all den Neuerungen und Fortschritten, die unserer Branche bevorstehen, ist, dass dabei unsere Kernkompetenz rund um das Asset Immobilie bestehen bleibt. Es verändert sich nur die Art und Weise, wie wir damit umgehen. ■

„Erfolg braucht sichere Fundamente“



Jörg S. Walter
Geschäftsführer
IVM GmbH

FBM: Thamm & Partner ist seit vielen Jahren erfolgreich in der Immobilienbranche tätig. Was ist das Besondere an diesem Geschäftsmodell?

Jörg S. Walter: Thamm & Partner hat ihren Ursprung 1982 als Bauträger und Grundbesitzgesellschaft. Damals hat sich das Unternehmen konventionell hauptsächlich über Banken refinanziert und Objekte nach Fertigstellung über Makler vor Ort veräußert. Um das Eigenkapital zu erhöhen und sich damit bankenunabhängig zu machen, hat man im Jahr 1999 dann die Kapitalmarktemission aufgelegt, die heute im Prinzip noch genau so besteht wie damals. Mittlerweile hat das Unternehmen 64 Objekte im Bestand und ist für die Zukunft hervorragend aufgestellt. Ein Großteil dieser Objekte wurde bereits vor vielen Jahren angekauft, zu Preisen die noch sehr günstig waren und in den kommenden Jahren erst fertig gestellt werden. Das Projektierungsvolumen liegt bei ca. 110 Millionen Euro. Damit ist das operative Geschäft für die nächsten Jahre gesichert und ein Zukauf von Objekten ist kein Muß, sondern nur dann wenn alle Ankaufskriterien stimmen.

FBM: Wie können sich Anleger bei Thamm & Partner beteiligen?

Jörg S. Walter: Anleger können sich sowohl in Form einer Einmalanlage als auch für den Vermögensaufbau in ratierlicher Weise durch monatliche Beträge beteiligen.

Die Mindestsummen sind sehr moderat gehalten.

FBM: Wodurch unterscheidet sich das Geschäftsmodell von anderen Vermögensanlagen?

Jörg S. Walter: Der Anleger hat die Möglichkeit sich am gleichen Unternehmen mit den gleichen Parametern zu beteiligen wie die Anleger zu Beginn der Emission im Jahre 1999. Somit stehen enorme Werte, sogenannte „stille Reserven“ als Sicherheiten.

Ein weiteres Novum ist, dass der Anleger direkt und unmittelbar in das Unternehmen Thamm & Partner investieren kann und damit eine tatsächliche Sachwertanlage erreicht. Und gerade in diesen unruhigen Zeiten, ich spreche nur mal von der momentanen Geldschwemme, von Minuszinsen auf der Bank und von Versicherungen, die Garantiezinsen abschaffen, ist der Spruch „Sachwert schlägt Geldwert“ aktueller denn je.

FBM: Wie haben die Investments bisher abgeschnitten? Gibt es einen Trackrecord?

Jörg S. Walter: Wir können mittlerweile auf eine 21-jährige Historie für Anleger zurückblicken und nicht ohne Stolz darf ich berichten, dass der Anleger bei einer 10-jährigen Anlageperiode durchschnittlich das ca. 1,6-fache der Einlage zurückerhalten hat. Betrachtet man noch die

außergewöhnliche steuerliche Relevanz während der Laufzeit und bei der Auszahlung, konnte er p.a. eine Wertsteigerung im zweistelligen Prozentbereich erreichen.

FBM: An welche Anleger richtet sich das Angebot von Thamm & Partner?

Jörg S. Walter: An Anleger, die zukünftig tatsächlichen Sachwert suchen und damit ihr Vermögensportfolio ausbauen wollen. Für deutsche Wohn-immobilien in ausgesuchten Metropolen wird auch zukünftig die Nachfrage sehr groß bleiben. Wohnen ist nicht irgend ein Konsumgut, sondern eines der wichtigsten Grundbedürfnisse. Durch die Investition in Thamm & Partner vermeidet der Anleger zusätzlich das Klumpenrisiko und erreicht eine enorme Streuung in sehr viele Objekte.

FBM: Was schätzen Vermittler an Thamm & Partner?

Jörg S. Walter: Gerade in turbulenten Zeiten treten Sachwerte immer mehr in den Vordergrund und die Kontinuität und Historie des Unternehmens seit mittlerweile fast 40 Jahren sowie die vielen

Objekte im Bestand, lassen uns gemeinsam sehr entspannt in die Zukunft blicken. Die Ergebnisse für die Anleger in der Vergangenheit sprechen für sich. Dabei ist Thamm & Partner ihrer Philosophie „Erfolg braucht sichere Fundamente“ immer treu geblieben. Die Immobilie ist für uns kein kurzfristiges Spekulationsobjekt, sondern eine vernünftige Investition mit großem Entwicklungspotential.

FBM: Wie unterstützt Thamm & Partner Vermittler aktuell?

Jörg S. Walter: Wir haben in der Vergangenheit vor Ort Seminare für Geschäftspartner und ihren Mandanten angeboten und werden dies wieder aufnehmen sobald es die außergewöhnliche Situation zulässt. Auch Webinare für Mandanten werden sehr gerne genutzt. Ganz neu ist unsere digitale Zeichnungsstrecke und die Möglichkeit auch ohne eigene Zulassung zu partizipieren. Auf unserer Homepage haben wir viele Hilfsmittel, wie z.B. einen Erklärfilm sowie einen Imagefilm zur Verfügung gestellt. Wir wollen alles Erdenkliche ermöglichen, um dem Vermittler das Geschäft einfacher zu machen. ■

ANZEIGE

10 gute Gründe, die für eine Investition bei der Thamm&Partner GmbH sprechen:

1. Über 30 Jahre Marktpräsenz und Erfolg
2. Eigenkapitalquote von etwa 80 %
3. Qualifizierter Fachbeirat zur Unterstützung des Managements
4. Wirtschaftsprüfungstestat mit uneingeschränktem Bestätigungsvermerk
5. Vertrauensschaden-Versicherung
6. Überdurchschnittliche Rendite und Teilhabe an den stillen Reserven
7. Variable Anlagepläne
8. Steuerliche Relevanz
9. Hoher Inflationsschutz
10. Vermögenssicherung

Mit verfeinerter Angebotspalette in ein erfolgreiches Investmentjahr 2021

Dirk Fischer

Geschäftsführer
Patriarch Multi-Manager GmbH



FBM: Vor sieben Jahren, zum Zehnjährigen der Patriarch, hatten Sie als ein numerisches Ziel über mittlere Sicht Assets under Control von gut 500 Millionen € als anzustrebende Marke ausgerufen. Wo sehen Sie sich da heute?

Dirk Fischer: "Diese Marke haben wir schon längst hinter uns gelassen. Per 31.3.2021 verwalten wir 277 Millionen € eigene Assets und halten den Vertriebsauftrag für ca. 625 Millionen € Fremd-Assets. Dabei rechnen wir in allen Mandaten immer nur die deutschen und österreichischen Assets.

So beispielsweise für die beiden Gamax-Fonds. Statt knapp 825 Millionen € Gesamtvermögen in Summe in beiden Fonds, nur den Anteil von knapp 225 Millionen €, der in diese Region und damit unter unsere Betreuung fällt. Somit wäre der nächste anzustrebende Schritt an Assets under Control wohl nun von derzeit gut 900 Millionen auf möglichst eine 1 Milliarde €. Übrigens, auch an diesem Beispiel sieht man, wie radikal sich das Geschäftsmodell der Patriarch verändert hat. So gab es bei meiner Aussage 2013 den Bereich des Fremdfondsvertriebes bei uns noch gar nicht. Und heute macht er sogar den deutlich größeren Bereich der Assets under Control aus. Entscheidend ist jedoch, dass darüber unsere Produktpalette für unsere Kunden noch einmal deutlich attraktiver geworden ist. Von externer Seite werden wir immer noch als Fondsboutique bezeichnet. Ein Begriff, den ich qualitativ teile und schätze. Aus

Sicht der Professionalität und von der Güte unserer Produktpalette her, sind wir diesem Status aber längst schon entwachsen."

FBM: Was macht Sie an der vielschichtigen Neuausrichtung der Patriarch besonders stolz?

Dirk Fischer: "Ich denke, dass ist eindeutig die Internationalisierung der Produktpartnerschaften, die wir mittlerweile erreicht haben. Und damit natürlich die hohe Qualität, die wir unseren Kunden darüber bieten können. Habe ich die Patriarch noch vor 14 Jahren als kleines zartes, nur regional bedeutendes, deutsches Pflänzchen vorgefunden, so ist aus ihr mittlerweile ein großer stabiler Baum mit Verästelungen zu vielen Top-Adressen des europäischen Auslands geworden.

Neben AXA als langjährigem französischen Partner der Patriarch, hat sich mit der Mediolanum International Funds Limited nun ein irischer Fondsriese mit 47 Mrd. € AuM für die Patriarch als Partner entschieden. Oder mit Liontrust ein weiteres Milliardenlabel und noch dazu DER führende Fondsvermögensverwaltungsanbieter auf der britischen Insel – und das in Zeiten des BREXIT. Damit haben wir das Versprechen an unsere Kunden, dass diese über die Patriarch Finanzlösungen erhalten, wie diese ansonsten nur sehr vermögenden europäischen Investoren zur Verfügung stehen, einmal mehr gehalten. Wir spielen kurz gesagt zum Wohle unserer Kundschaft mittlerweile in einer

völlig anderen Liga als zu unseren Anfängen. Die Partnerschaften mit Mediolanum und Liontrust sind dazu ganz klare Ausrufezeichen."

FBM: Welche genauen Zielgruppen in der Kundenschaft sehen Sie für jedes der neuen Produkte?

Dirk Fischer: "Sowohl die Mediolanum-Fondspalette, als auch THE DIGITAL LEADERS FUND und der HAC Marathon Stiftungsfonds, wenden sich natürlich an die Fondspicker im Markt, die attraktive Zielinvestments suchen. Die beiden letztgenannten Fondsideen sehe ich hier in unterschiedlichen Risikoneigungen insbesondere auch bei kostensensiblen Beratern im Einsatz. Die Mediolanum-Fondspalette wendet sich eher an stark monetär interessierte Berater. Mit Bestandprovisionen um 1% p.a. sind die Fonds finanziell sehr attraktiv. Und trotz dieser grundlegend höheren Kostenstruktur enthält das Mediolanum-Multi-Manager-System wahre Fondsrosinen. Liontrust dagegen, wendet sich genau an die Gegenseite des Fondsgeschäftes. Nämlich an all diejenigen, die aufgrund der FinVermV oder der drohenden BaFin-Regulierung dem Fondspicking abgeschworen haben und lieber auf gute Fondsvermögensverwaltungen setzen. Unsere neue HDI-Labelpolice dagegen hat Investoren im Blick, die die besten Patriarch-Fondsideen in einer Police bündeln wollen. Dabei haben wir ganz besonders auf keinerlei Überschneidungen mit der AXA geachtet. Daher auch hier eine klare Positionierung – nämlich ausschließlich Privatvorsorgegeschäft in der dritten Schicht."



FBM: Wie haben sich Ihre Fonds und Vermögensverwaltungen im Corona-Jahr entwickelt?

Dirk Fischer: "Wir haben ja eine sehr breite Palette an Eigen- und Drittvertriebsmandaten. Die enormen Schwankungen, aber auch Chancen, des Jahres 2020 haben die Ergebnisse weit gespreizt und Renditen zwischen +44% bis -10% in der

Spitze für unsere Lösungen dabei hervorgebracht. Mit dem positiven Löwenanteil unserer Kapitalanlagelösungen waren unsere Anleger somit auch sehr zufrieden. Absolute Gewinner



waren offensive Aktienfonds, wie der mit dem Deutschen Fondspreis ausgezeichnete Patriarch Classic TSI oder der laut Cash. Financial Advisors Award beste Investmentfonds 2020, der THE DIGITAL LEADERS FUND. Die größten Probleme marktübergreifend hatten Mandate mit quantitativer Ausrichtung, da es eine solch extreme Jo-Jo-Bewegung der Aktienmärkte, wie in 2020, zuvor noch nie gab. Dadurch funktionierten Timingansätze im letzten Jahr leider nicht so gut wie zuvor. So leider auch bei uns. Einen bemerkenswerten Raketenstart legte darüber hinaus unser neuer Patriarch Liontrust Managed Portfolio Service hin. Die 22 neuen am 1.10.2020 gestarteten Fondsvermögensverwaltungsstrategien rentierten bereits nach nur 6 Monaten zum Jahresende 2020 teilweise bereits hoch zweistellig im Plus. Für einen risikoorientierten Ansatz eine erstaunliche Leistung."

FBM: Was empfehlen Sie Anlegern aufgrund der aktuellen Börsenkonstellationen?

Dirk Fischer: "Entgegen dem allgemeinen Trend rate ich derzeit eher ein wenig zur Vorsicht, da sich die enormen negativen konjunkturellen Auswirkungen der Pandemie noch überhaupt nicht in

den Aktienkursen niedergeschlagen haben. Einen ersten empfindlichen Rücksetzer gepaart mit einer Rotation der Branchenfavoriten haben wir ja schon im Februar 2021 gesehen. Ich könnte mir daher sehr gut vorstellen, dass die Verlierer des Vorjahres, nämlich risikoabsichernde Aktienansätze (bei Patriarch die Trend 200-Strategien) oder Dividen-denstrategien, die Gewinner des aktuellen Jahres werden könnten. Also Aktien ja, aber bitte nicht mehr so offensiv und zyklisch wie in 2020. Nach grob 55% Kurssteigerung über ein Jahr gemessen am DAX (Stichtag 31.3.2021), sollte ruhig ein wenig Demut bei den Marktteilnehmern einkehren. Ich bin skeptisch, dass die Bäume hier weiter in den Himmel wachsen werden."

FBM: Wie nehmen Sie den Vertrieb aktuell in der Branche wahr?

Dirk Fischer: "Hier gibt es sehr geteilte Stimmen. Während manche Berater die Zeit ohne vis-à-vis-Kontakt zum Kunden von der Einnahmeseite enorm zurückgeworfen hat, jubeln dagegen andere Kollegen über absolute Rekordumsätze. Häufig liegt hier die zweigeteilte Welt in der Akzeptanz der neuen Beratungsmedien (ohne direkten Kundenkontakt). Wer sich darauf einlässt, wird noch zusätzlich damit belohnt, dass nahezu alle Kunden und potenziellen Interessenten durch Corona besser erreichbar sind und häufig Zeit haben. Auch bei den generellen geschäftlichen Aufgaben spalten sich die Möglichkeiten auf. Zum einen gilt es bei wirtschaftlich stark betroffenen Kunden deren Bestände im Versicherungs- und Fondsgeschäft zu halten und dennoch maximale Hilfestellungen zu leisten. Auf der Seite des Neugeschäftes boten die Börsenturbulenzen viele attraktive Ansatzpunkte und generell haben Kunden endlich auch mal Zeit zu einer umfassenden Finanzanalyse, woraus definitiv zahlreiche Cross-Selling-Ansätze zu heben sind."

Über die Patriarch Multi-Manager GmbH

Die Patriarch Multi-Manager GmbH fokussiert sich als Investmentteam mit ihrer Produktpalette auf breit diversifizierte Dachfonds und Vermögensverwaltungsstrategien. Vor allem unabhängigen Finanzberatern liefert Patriarch wertvolle Bausteine für die Asset Allocation. Patriarch wurde im Jahr 2004 gegründet und verwaltet heute rund 277 Mio. € AuM (Stand 31.3.2021). Für größere Partner legt Patriarch auch Dachfonds mit eigenem Label auf. Patriarch selektiert für seine Anleger dabei die besten Verwalter und mandatiert diese mit dem Management der initiierten Produkte. So bekommen die Investoren Zugang zu Know-how, das sonst nur sehr vermögenden Familien und Institutionen offensteht und können gleichzeitig sicher sein, mit Patriarch immer von den Leistungen der Markt- und Innovationsführer zu profitieren. Darüber hinaus ist Patriarch als Produktschmiede für diverse Aktienfonds und Labelpolizen (mit AXA oder HDI) bekannt. Für ausgewählte Premium-Vertriebspartner übernimmt Patriarch daneben auch den Drittvertrieb, wie beispielsweise für die Mediolanum International Funds Limited (AuC in diesem Geschäftsbereich per 31.3.2021 sind 625 Mio. €). Für extrem kostenbewusste Selbstentscheider hat Patriarch zu Beginn 2017 außerdem den Robo-Advisor „truevest“ (www.truevest.de) an den Markt gebracht.

FBM: Wie unterstützen Sie Vermittler gerade jetzt in der Corona-Zeit um noch erfolgreicher zu sein?

Dirk Fischer: "Zum einen über eine nochmals verbesserte Angebotspalette, wie schon erläutert. Neben den schon erwähnten neuen Konzepten, freuen wir uns auch ganz besonders über die Partnerschaft mit zwei herausragenden Mischfonds-Produkten, dem HAC Marathon Stiftungsfonds und dem Multi AXXION Concept Fonds, um noch zwei weitere Highlights zu nennen. Auch unser Top-Seller des Vorjahres der THE DIGITAL LEADERS FUND hat per 1.4.2021 Zuwachs bekommen. Auf den neuen EM DIGITAL LEADERS FUND hat die Vermittlerschaft nach dem großen Erfolg des Vorgängerfonds (Kapitalverdoppelung in nur 3 Jahren) bereits lange gewartet. Von der Serviceseite her unterstützen wir über eine Vielzahl an Informationsformaten, um trotz Pandemie ganz nah an unseren Vertriebspartnern zu sein. Besonders beliebt sind dabei produktunabhängige Wissensforen, wie z.B. die beliebte Reihe mit den beiden Verkaufstrainerlegenden Andreas Buhr und Klaus-J. Fink. Natürlich haben dazu auch bei uns viele digitale Formate Einzug gehalten. Wir stehen allerdings ebenso Gewähr bei Fuß, wenn Präsenzveranstaltungen endlich wieder möglich sein werden."



Studie:

Welche Rolle werden digitale Währungen in Zukunft spielen?

Eines der derzeit zukunftssträch-
tigsten Themen im Zusammenhang
mit Geld sind digitale Währungen
– nicht zu verwechseln mit elek-
tronischem, also bargeldlosem
Bezahlen. In Schweden etwa wird
kaum noch mit Bargeld bezahlt,
während es in Deutschland immer
noch die wichtigste Bezahlform im
Alltag ist. Befürworter des Bargelds
argumentieren vor allem, dass sie
vor der Nachverfolgung von Finanz-
transaktionen geschützt sind und
keine Negativzinsen befürchten
müssen. Durch digitales Bezahlen
allein, etwa über das Smartphone,
entsteht aber noch keine andere
Währung.

Anders verhält es sich mit den so-
genannten Kryptowährungen.
Finanzielle Transaktionen können
über die Blockchain-Technologie
verschlüsselt zwischen zwei Personen
abgewickelt werden („peer-to-
peer“). Diese Form der monetären
Transaktion ist rein privat, weshalb
zum Beispiel Zentralbanken, darin
eine Bedrohung der staatlich legiti-
mierten Währungen sehen¹. Jenseits
der technischen Details stellt sich
die Frage, ob Kryptowährungen
tatsächlich Währungen sind? Die
Frage ist mit Nein zu beantworten,
denn sie erfüllen nicht die Funkti-
onen von Geld und entsprechen
somit nicht dessen Definition. Kryp-
towährungen sind heute noch kein
gängiges Zahlungsmittel, sie sind
aufgrund der hohen Volatilität kein
Wertaufbewahrungsmittel und
noch keine gängige Recheneinheit.
Zudem haben sie keine Geldord-
nung. Niemand kann verpflichtet
werden, Kryptowährungen zu

akzeptieren. Es fehlt ihnen also die
wichtigste Grundlage einer stabilen
Währung: das institutionalisierte Ver-
trauen. Bitcoin und andere Kryp-
towährungen haben trotzdem
in den letzten Monaten deutlich
an Wert gewonnen und werden
zum Zweck der Vermögensdiver-
sifikation immer stärker nachge-
fragt. Sie fungieren folglich eher

als „Banking without Banks“
ist schon lange keine abstrakte
Zukunftsvision mehr. Währungen
hingegen bleiben vermutlich in
den Händen von Zentralbanken.
Diese werden in den nächsten
Jahren zu diesem Zweck das
digitale Zentralbankgeld zügig
weiterentwickeln. Dagegen haben
Krypto-Assets eine gute Chance,



als „Krypto-Assets“. Dennoch sind
digitale Währungen technologisch
und geldpolitisch betrachtet für
Zentralbanken relevant. Daher be-
schäftigen sie sich immer intensiver
mit den Möglichkeiten digitalen
Zentralbankgeldes, den Central
Bank Digital Currencies (CBDCs).

Digitale Währungen befinden
sich aktuell noch im Anfangsstadi-
um. Es ist gleichwohl zu erwar-
ten, dass sie technologisch aus-
reifen und künftig wirtschaftlich
eine immer größere Rolle spielen
werden. Auch wenn die soge-
nannten Kryptowährungen sich
als ganzheitliche Alternative zu
den bestehenden Währungen
wohl nicht durchsetzen werden,
wird sich „Geld“ weiter privatisieren.
Zudem werden sich Banken durch
die Digitalisierung stark verän-

eine neue Anlageklasse zu werden,
wenn sie als Mittel zur Wertauf-
bewahrung akzeptiert werden. Im
Bereich der industriellen Anwen-
dung, etwa in der Industrie 4.0,
spielen die Blockchain-Technologie
und darauf basierende Tokens
künftig eine wichtige Rolle. Und
wie steht es um das Bargeld? Es
wird wohl noch eine Weile bleiben,
aber mehr und mehr zur Seite ge-
drängt.

Die Donner & Reuschel Studie
„Währungen und Werte“ wurde in
Zusammenarbeit mit dem Hambur-
gischen WeltWirtschaftsinstitut
(HWWI) erstellt. Nach den Themen
„Vermögen“ und „Wachstum“
komplettiert sich damit die Trilogie der
Studienreihe Mensch, Gesellschaft,
Ökonomie – Gemeinsam für eine
bessere Zukunft.

Autor: www.donner-reuschel.de

Studie:

Die Sparweltmeister sparen sich arm

Vermögen wächst nicht mehr durch Zinsen, sondern nur durch Sparen

Die Deutschen machen ihrem Ruf als Sparweltmeister weiter alle Ehre: Das Finanzvermögen der deutschen Privathaushalte hat sich in den vergangenen 20 Jahren mit einem Plus von 95 Prozent nahezu verdoppelt. Paradoxe Weise landet das meiste Geld der Sparerinnen und Sparer jedoch weiterhin auf dem Girokonto. Dies sorgt dafür, dass allein 2019 jeder Bundesbürger mit Ersparnissen auf dem Giro- und Tagesgeldkonto sowie in Termin- und Spareinlagen im Schnitt 380 Euro verloren hat. Dieser Wert dürfte in der Corona-Pandemie sogar noch angestiegen sein. Dies ergibt eine Studie von Prof. Oscar A. Stolper von der Philipps-Universität in Marburg für Union Investment.

Seit dem Jahr 2000 ist demnach der Anteil von Bargeld und Sichteinlagen am gesamten Geldvermögen der Deutschen von 10 Prozent auf 28 Prozent angewachsen und hat sich damit nahezu verdreifacht. Das Vermögen, das Sparer auf ihren Girokonten zusammengetragen haben, ist dadurch innerhalb von zehn Jahren um etwa 960 Milliarden Euro gestiegen. Alleine in den letzten drei kamen knapp 400 Milliarden Euro hinzu,

was über 40 Prozent der gesamten Summe entspricht. Mit dieser Form des Sparens ist jedoch keine Rendite zu erzielen.

Vermögen wächst nicht mehr durch Zinsen, sondern nur durch Sparen

Der Anteil, den Erträge wie Zinsen und Kurszuwächse an der Vermögenszunahme ausmachen, befindet sich seit Jahren im freien Fall. Vor einer Dekade betrug er noch 71 Prozent. Durch den Rückgang der Zinsen ist dieser Anteil auf 25 Prozent abgestürzt. Der Kapitalzuwachs speiste sich in 2019 bei denen, die ihr Geld auf Tagesgeld-, Festgeld- und Sparkonten halten, zu 98 Prozent – also fast vollständig – aus Sparanstrengungen.

„Das beachtliche Finanzvermögen der Deutschen ist besonders in den letzten Jahren vor allem durch Konsumverzicht entstanden“, erläutert Prof. Stolper. „Wenn die Menschen mit dem Girokonto sparen, dann kann man eigentlich nicht von Geldanlage, sondern nur von Geldablage reden“, kommentiert Giovanni Gay, Geschäftsführer bei Union Investment.

Deutsche haben in nur zehn Jahren 130 Milliarden Euro verloren

Auch wenn sich viele Sparerinnen und Sparer möglicherweise mit dieser Situation abgefunden haben, kaschieren die enormen Zuwächse bei den absoluten Zahlen den Wertverlust, der dahinter liegt. Rund 1.900 Milliarden Euro des gesamten deutschen Finanzvermögens sind Sichteinlagen, deren Realverzinsung (Zins abzüglich Inflationsrate) in den vergangenen zwanzig Jahren nahezu ausnahmslos negativ war.

Seit 2010 haben die Deutschen auf diese Weise in Summe einen Wertverlust von etwa 130 Milliarden Euro erlitten, davon knapp 100 Milliarden Euro allein in den drei Jahren zwischen 2017 und 2019. Statistisch betrachtet verlor jeder Bundesbürger allein im Jahr 2019 im Schnitt etwa 380 Euro. Mit dem Rekordzuwachs bei Giroguthaben, der im Zuge der Corona-Pandemie derzeit in Deutschland beobachtet werden kann, hat dieser Kaufkraftverlust im laufenden Jahr sogar noch an Geschwindigkeit zugenommen. „100 Euro bleiben nur 100 Euro, wenn wir die Inflation schlagen und der Realzinsfalle entkommen. Das gelingt mit unseren beliebtesten Sparformen allerdings nicht. Um der Realzinsfalle zu entkommen, führt kein Weg an aktienbasierten Anlagen vorbei“, betont Gay. Aus Sicht von Prof. Stolper zeigten sich bei der Lösung des



Quelle: © FotolEdhar - Fotolia.com



Problems vor allem zwei Phänomene: Viele ältere Sparerinnen und Sparer hätten sich noch nicht ganz von der alten Welt verabschiedet und hofften immer noch auf „bessere Zeiten“ mit steigenden Zinsen. „Mit dieser Einstellung wird es schwer, den Tatsachen ins Auge zu sehen“, so Stolper. Aber mindestens genauso herausfordernd sei das Bild bei jüngeren Sparern, die die „guten Zeiten“ nie erlebt hätten: „Insbesondere jüngere Sparer, denen nennenswerte Habenzinsen so fremd sind wie Bandsalat und Kännchenzwang dürfen sich nicht mit Geldablage zufriedengeben. Diese Kapitulation vor den Herausforderungen des modernen Sparens passt überhaupt nicht zu dem Anspruch vieler Menschen, immer mehr Lebensbereiche aktiv zu gestalten. Anstelle einer falschen Genügsamkeit muss deshalb das Verständnis treten, dass Finanzvermögen mehr zu leisten vermag, als nominal exakt um das Ersparte anzuwachsen“, ergänzt Prof. Stolper.

Giovanni Gay sieht eine grundsätzliche Bereitschaft bei jungen Menschen, sich auf neue Sparformen einzulassen. Das Ziel sollte nachhaltiger Vermögensaufbau sein – etwa indem man

die Menschen mit ratierlichen Lösungen an das Thema herangeführt. „So kann es gelingen, aus der Generation Nullzins eine Generation Sparplan zu machen“, sagt Gay.

Beispielrechnung:

Aktienfondssparer müssen monatlich 180 Euro weniger zurücklegen, um für das Alter vorzusorgen

Wie dies gelingen kann, zeigt eine Beispielrechnung anhand eines langfristigen Sparvorhabens mit regelmäßigen Sparraten. Aktuell kann eine durchschnittliche angestellte 35-jährige Person in Deutschland im Alter von 67 Jahren mit einer monatlichen Nettorente nach heutiger Kaufkraft von etwa 1.200 Euro rechnen. Dies entspricht ca. 60 Prozent des voraussichtlichen letzten Nettogehalts in Höhe von etwa 2.000 Euro. Nimmt man an, dass 80 Prozent des letzten Nettogehalts für die Versorgung im Alter ausreichen, fehlen für das Versorgungsziel jeden Monat rund 400 Euro.

Ein Vergleich verschiedener Ansätze, diese Rentenlücke in Höhe von etwa 72.000 Euro (durchschnittlicher erwarteter Rentenbezug für 15 Jahre) zu schließen, macht die massiven Unterschiede

bei der Geldanlage deutlich: Der Giroparer bevorzugt das Girokonto und Sichteinlagen. Um die Rentenlücke zu schließen, muss er aufgrund der negativen Rendite auf seine Ersparnisse bei Renteneintritt über 90.000 Euro angespart haben. Das sind insgesamt 126 Prozent des erforderlichen Kapitals. Monatlich ist dafür eine Sparrate von 237 Euro notwendig.

Bei einem langfristig ausgerichteten Sparer, dessen Aktienfonds im Mittel die langjährige reale Durchschnittsrendite aller in Deutschland erhältlichen Aktienfonds in Höhe von 6,2 Prozent vor Kosten und Steuern erzielt, sieht die Sache ganz anders aus.

Bei ihm wird ein Großteil des erforderlichen Vermögens nicht durch die Sparleistung, sondern durch den Kapitalzuwachs generiert. Mit insgesamt nur 23.600 Euro muss er nur etwa ein Drittel der benötigten 72.000 Euro zur Seite legen. Das schafft er mit einer monatlichen Rate von 61 Euro. Im Vergleich zum Giroparer hat der Aktienfondssparer somit Monat für Monat fast 180 Euro mehr in der Tasche, die er für andere Dinge verwenden kann.

Autor: www.union-investment.de

Homeoffice als Chance

Jeder neue Lockdown bedeutet eine zunehmende Verlagerung der Arbeit ins Homeoffice. „Diese Situation verändert den Alltag von Beratern wie Kunden gleichermaßen, was auch neue Chancen eröffnet“, sagt Sabine Said, Executive Vice President von Moventum S.C.A. „Digitale Unterstützung ist dabei notwendig, kann aber nie Selbstzweck sein.“ Das sind die Ergebnisse einer nicht repräsentativen Umfrage zum Stimmungsbild unter Beratern.

52 Prozent der Moventum-Berater gaben hierbei an, dass ihre Arbeit digitaler geworden sei. Gleichzeitig nutzen nur rund sieben Prozent der Kunden ausschließlich digitale Kanäle. Bei einer Befragung von WhoFinance für das Handelsblatt sagten 86 Prozent aller Finanzberater, dass die Pandemie ihre Pläne zur Digitalisierung beschleunigt habe. „Für die große Mehrheit sind die digitalen Angebote eine Ergänzung bei der Beratung“, so Said. Rund 21 Prozent der Kunden nutzen digitale Zugangswege selten oder nie, rund 71 Prozent nur gelegentlich. „Das zeigt, wie wichtig der persönliche Zugang zum Kunden ist und trotz aller neuen Techniken auch bleibt.“

Homeoffice ist kein Hinderungsgrund, sondern bietet sogar neue Chancen. „Viele Berater erzählen, dass durch die Arbeit im Homeoffice der Kundenkontakt, zum Beispiel durch Video-Calls und Telefonate, sogar gestärkt wurde“, so Said. Durch



den Wegfall der Fahrzeiten steht deutlich mehr Zeit für persönliche Gespräche zur Verfügung. Da auch die Kunden oft von zu Hause aus arbeiten, haben auch sie mehr Zeit und Ruhe. „Manch einer hat sich während der ersten Lockdown-Phase intensiver mit seinen Finanzen beschäftigt“, sagt Said. „Und in der Pandemie wurde deutlich, dass die Portfolios der meisten Berater-Kunden sehr gut durch diese Zeit gekommen sind.“ Unberatene Privatanleger haben dagegen durch hektisches Verkaufen oft Performance eingebüßt.

Trotzdem müssen die Voraussetzungen stimmen, um erfolgreich im Homeoffice arbeiten zu können: So ist vor allem eine passende Infrastruktur im Hintergrund entscheidend. „Für Berater ist es wichtig, den Rücken bei administrativen Tätigkeiten

freigehalten zu bekommen“, so Said. „Genauso wichtig ist die Sicherheit, dass alle rechtlichen Fragen abgedeckt sind. Ein proaktiver, regelmäßiger Austausch über rechtliche und regulatorische Aspekte kam bei unseren Beratern gut an.“

Die Finanzbranche hat in den vergangenen Jahren viele Schritte unternommen, um digitaler zu werden. „Aber gerade in dieser Krise zeigt sich, dass der Finanzberater entscheidend ist für den Anlageerfolg beim Kunden“, sagt Said. Moventum profitiert dabei von seiner klaren Ausrichtung auf die Bedürfnisse der Berater: „Wir konzentrieren uns bewusst auf die Services für Finanzberater, was letztlich auch bei der Bewältigung der Herausforderungen während der Pandemie half.“

Autor: www.moventum.lu

Testen Sie sich selbst: Welcher Investment-Typ sind Sie?

In Zeiten von Niedrigzinsen und Inflation müssen Renditen zu Zinsäquivalenten werden. Die Investmentmöglichkeiten sind vielfältig und der Bedarf der Menschen, die investieren möchten, ist individuell. Die Lebensversicherung von 1871 a. G. München (LV 1871) hat vier Investment-Typen identifiziert – ein Selbsttest zur schnellen und einfachen Orientierung für Vermittler und deren Kunden.

“Die Deutschen versparen sich in der andauernden Niedrigzinsphase – zu viele setzen noch auf das gute alte Sparbuch. Renditen müssen zu Zinsäquivalenten werden und seriöse Renditen gibt es aktuell nur in Zusammenhang mit Investment. Dabei geht es nicht um hohe Risikobereitschaft, sondern um individuell schlüssige Konzepte. Finanzielle Vorsorge folgt verschiedenen Motiven. Sie kann deshalb nur erfolgreich sein, wenn sie auf den einzelnen passt und in ihrer Gestaltung das vorhandene Kapital auf bestem Wege anlegt“, sagt Hermann Schrögenauer, Vorstand der LV 1871.

Abhängig vom Ziel des Investments, des Finanzwissens und der individuellen Risikobereitschaft hat die LV 1871 zusammen mit dem Investment-Experten Markus Gedigk vier verschiedene Investment-Typen identifiziert.

Typ 1: No risk, no fun – nimmt die Anlage selbst in die Hand und trägt das volle Risiko

Der “No risk, no fun“-Typ möchte

eine größtmögliche Chance auf Rendite oder ganz gezielt in einzelne Unternehmen investieren. Dabei ist er selbstbestimmt und vertraut auf sein umfangreiches Finanzwissen. Er ist kein Zocker, aber risikoaffin, trägt das Risiko selbst und ist sich dessen bewusst. In Einzelaktien über ein Bankdepot findet er die passende Anlageform. Dabei gilt es zu bedenken: Umgekehrt proportional zur Chance auf Rendite entwickelt sich die Sicherheit der Anlage. Langfristige Sicherheit erzeugen kann man bei der Wahl von Einzelaktien über eine breite Streuung – quasi über das Managen eines eigenen Fonds. Dafür braucht es das nötige Wissen, Zeit, Startkapital und die Akzeptanz von starken Schwankungen im Vermögen.

Dazu der Profi-Tipp von Markus Gedigk:

“Wer seine Kapitalanlage nicht komplett allein gestalten kann oder will, sollte auf Fonds setzen. Hier ist der Makler kompetenter Ansprechpartner und kann bei der Zusammensetzung eines individuellen Portfolios unterstützen. Übrigens: Alternativ zum Bankdepot bieten sich Vorteile einer Versicherung langfristig durch die Besteuerung während der Ansparphase und bei der Auszahlung.“

Typ 2: Better safe than sorry – überlässt seine sichere Geldanlage lieber den Fachleuten

Ein hohes Sicherheitsbedürfnis, rudimentäres Finanzwissen und das Bedürfnis nach Liquidität zeichnen diesen Typ aus. Oft handelt es sich um Berufseinsteiger, die

Wert darauf legen, dass die Anlage keine große finanzielle Belastung mit sich bringt. Um Risiken oder Fehler zu vermeiden, verlassen sie sich gerne auf Experten. Wer sich in diesem Typ wiedererkennt, sollte auf standardisierte, fondsbasierte Versicherungslösungen setzen, die schon mit kleinen, monatlichen Beiträgen starten und dadurch keine große finanzielle Belastung mit sich bringen.

Profi-Tipp für Vermittler: “Hier punkten Vermittler mit einer Cash-to-Go-Option beim Kunden, die einmalig und regelmäßig Auszahlungen ermöglicht. Außerdem bietet sich eine flexible Beitragsgarantie an, die bis zu 100 Prozent anwählbar ist“, sagt LV 1871 Experte Markus Gedigk.

Typ 3: Invest, don't stress – möchte seine Anlage selbst gestalten, aber dabei an die Hand genommen werden

Zum Typ “Invest, don't stress“ gehören Personen, die berufserfahren sind, bereits ein solides Finanzwissen mitbringen und sich bei der Finanzplanung nicht aus der Ruhe bringen lassen. Sie wollen ihre Kapitalanlage zwar nicht komplett selbstständig angehen, suchen aber Anlagelösungen, die sie selbst mitgestalten können und die flexibel auf Bedürfnisse und Wünsche angepasst werden können. Das betrifft die Frequenz der Einzahlungen genauso wie ihre Höhe und die Abwägung von Risiko und Sicherheit.

Profi-Tipp von Markus Gedigk: „Hier sollte der Makler mit dem Kunden aus der großen Auswahl an Fonds, ETFs und Portfoliolösungen eine Zusammenstellung unter Rendite- und Risikoaspekten besprechen und festlegen. Darüber hinaus kann eine frei wählbare Beitragsgarantie Sinn machen. Beides ist über die Laufzeit flexibel und kostenfrei anpassbar.“

Typ 4: Semi Pro Broker – möchte sein Vermögen individuell, solide und langfristig anlegen

Wer in Finanzfragen versiert ist, einmalig größere Summen anlegen möchte und sich eine sichere und einfache Vermögens- und Nachlassplanung wünscht, ist ein „Semi Pro Broker“. Personen, die sich hier wiederfinden, möchten möglichst viel auf einmal geregelt wissen und sollten daher auf maßgeschneiderte Individuallösungen für anspruchsvolle Privatkunden setzen. Gerade bei großen Summen empfiehlt es sich, Experten zu Rate zu ziehen, dennoch möchte dieser Typ die Anlage aktiv mitgestalten.

So braucht es Lösungen mit einem möglichst großen Portfolio, aus dem die Anleger wählen können.

Der Rat vom Investment-Experten?

„Gerade Makler können mit Versicherungen Vorteile aus beiden Welten aufzeigen: eine Versicherung mit langfristiger Anlagestruktur und großer Diversifizierung ist hier eine rechts- und steuerkonforme Anlage mit einem deutlichen Renditevorteil nach Kosten und Steuern“, sagt Markus Gedigk. Autor: www.lv1871.de

Berater kommen gut durch die Pandemie-Krise

Gut 30 Prozent der Berater haben während der Pandemie-Krise ihren Umsatz gesteigert. Bei weiteren rund 50 Prozent blieb der Umsatz gleich, lediglich ein Fünftel gab sinkende Umsätze an. Das geht aus einem Beraterstimmungsbild hervor, das Moventum im Oktober und November in Deutschland und dem europäischen Ausland einholte.

„Dabei hat sich der Arbeitsalltag durchaus verändert“, sagt Sabine Said, Executive Vice President bei Moventum S.C.A. Lediglich 30 Prozent der befragten Berater geben an, nicht anders zu arbeiten als vor der Pandemie. In Tschechien liegt der Anteil derjenigen, die keine Änderung verzeichnen, sogar bei null. „Natürlich ist die Arbeit digitaler geworden, die Homeoffice-Zeiten sind deutlich gestiegen“, so Said. Vor allem administrative Aufgaben haben stark zugenommen, sagen rund 30 Prozent der Berater in Deutschland, 40 Prozent im europäischen Ausland. Die Spitze bildet hier Tschechien

mit fast 70 Prozent. „Das liegt auch daran, dass durch den Rückzug ins Homeoffice teilweise Tätigkeiten, die sonst im Backoffice laufen, direkt vom Berater erledigt werden mussten“, sagt Said.

Der Beratungsbedarf bei Kunden ist in der Pandemiezeit stark gestiegen. 67,5 Prozent der befragten Berater in Deutschland gaben an, dass ihre Kunden mehr Beratung wünschten, im europäischen Ausland sind es im Schnitt noch mehr. „Dabei hat sich der Fokus durchaus verschoben. „Sichtbar wurde in dem Stimmungsbild, dass neben Gold und Edelmetallen auch Risiko-Assets wie Aktien verstärkt nachgefragt wurden“, sagt Said.

„Auch zeigte sich ein stärkeres Interesse für die Gewinner der Krise, etwa Tech- und Medtech-Firmen.“ Anleihen dagegen sanken weiter in der Nachfrage, was aber auch bereits vor der Krise wegen der niedrigen Zinsen zu beobachten war.

Während der gesamten Zeit bleibt ESG ebenfalls ein Thema: „Der Trend zu nachhaltigen Anlagen hatte vor der Pandemie gerade Fahrt aufgenommen“, so Said. „Wenn auch ganz zu Beginn wenig dazu nachgefragt wurde, beobachteten viele Berater dann doch einen deutlichen Anstieg.“ Mehr als ein Viertel der Berater sahen hier eine Zunahme bei den Beratungsinhalten.

Nicht nur die Berater sind gemessen an ihrem Umsatz bislang gut durch die Krise gekommen. „Auch manche Kundengruppen haben nach Einschätzung der Berater profitiert“, so Said. „Das betrifft vor allem vermögende Kunden mit Liquidität, die nachinvestieren konnten.“ Und zudem diejenigen, die sehr digital aufgestellt sind. „Für die waren die vielen neuen digitalen Angebote eine Einladung, sich deutlich mehr mit ihren Finanzen zu beschäftigen“, sagt Said.

Autor: www.moventum.lu

k-mi Platzierungszahlen 2020:

Moderater Rückgang im Corona-Jahr

Anbieter von geschlossenen Sachwert-Beteiligungen und Vermögensanlagen konnten im Jahr 2020 ein Zeichnungskapital i. H. v. 1,65 Mrd. € bei Privatanlegern platzieren.

Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einem Rückgang von 22 %. Der Rückgang ist u. a. auch darauf zurückzuführen, dass langjährige Anbieter wie Dr. Peters, HEH, ILG, US Treuhand und Verifort in 2020 kein Angebot im Privatkundengeschäft in Platzierung hatten bzw. teilweise erst spät gegen Ende des Jahres 2020 mit einem Vertriebsstart begonnen hatten. Zudem haben wenige Anbieter wie bspw. Patrizia bislang noch keine Zahlen zu 2020 gemeldet. Berücksichtigt man hier also noch gewisse mögliche Nachzieheffekte, dürfte der Rückgang gegenüber dem Vorjahr sogar noch unter 20 % liegen. Für das u. a. durch 'Corona' geprägte Platzierungsjahr 2020 ist somit kein massiver Einbruch zu verzeichnen, sondern ein eher moderater Rückgang – angesichts der überall spürbaren Pandemie-Auswirkungen eine enorme Leistung der Vermittler!

Zur Methodik: Die 'k-mi'-Platzierungsstatistik erfasst Zeichnungsvolumina des deutschen Absatzmarktes, die mit geschlossenen Fonds/AIF oder (prospektpflichtigen) Vermögensanlagen (inkl. sonstiger Vehikel wie Private Placements) erzielt werden. Das bedeutet, es werden (außer Crowdinvestments) solche 'Vehikel' erfasst, die mit § 34f Nr. 2 und 3 GewO vertrieben werden

können. Um die Weiterentwicklung des Marktes abzubilden, erfassen wir neben Spezial-AIF nun auch Offene AIF sowie Anleihen, sofern sie von spezialisierten Marktteilnehmern kommen und Sachwertbezug haben. Eine Verzerrung gegenüber den Vorjahreswerten findet so nicht statt. Die 'k-mi'-Platzierungsdatenbank umfasst für das abgelaufene Jahr über 100 AIF, Vermögensanlagen und sonstige Produkte von 32 Produkthanbietern. Das bedeutet, dass wir durch diese Anzahl eine nahezu vollständige Marktabdeckung dokumentieren können: Im Jahr 2020 wurden 25 Publikums-AIF neu emittiert (2019: ebenfalls 25) sowie 41 prospektpflichtige Vermögensanlagen.

Während die Anzahl der jährlich aufgelegten Publikums-AIF konstant ist, geht der nach dem Jahr 2018 zu beobachtende Rückgang der jährlich gebilligten Vermögensanlagen wohl auch auf die Erschütterungen durch den P&R-Skandal zurück. In einer ausführlichen 'Studie über das Angebot und die Konzeption von Vermögensanlagen und deren Ergebnisse für die Anleger' vom Mai 2020 hat 'k-mi' jedoch schon ausführlich dokumentiert, dass der Fall P&R kein Rückschluss auf die Qualität der Produkte und der Regulierung im Gesamtmarkt der Vermögensanlagen erlaubt (vgl. 'k-mi' 22/20).

Auch korreliert die (rückläufige) Anzahl der Emissionen von Vermögensanlagen nicht direkt mit deren Volumen: Dies hängt auch damit zusammen, dass ab 2018

auch durch die angepasste Verwaltungspraxis der BaFin 'kleinteilige' Einzeltranchen von Direktinvestments weniger werden und zunehmend von großvolumigeren Vermögensanlagen ersetzt werden. Bemerkenswert ist weiterhin, dass 2020 ca. die Hälfte der gebilligten Vermögensanlagen-Angebote Bürgerwindparks bzw. Bürgerenergiebeteiligungen sind. In die 'k-mi'-Platzierungsstatistik fließen diese nicht mit ein, da



eine Beteiligung in der Regel nur für Anwohner der jeweiligen Projekte vorgesehen ist. Der Gesetzgeber sollte dies jedoch in seine aktuell geplanten Maßnahmen zur Verschärfung des Vermögensanlagengesetzes mit einbeziehen, die schon in Form eines Referentenentwurfs vorliegen (vgl. 'k-mi' 01/21): Der Markt für Vermögensanlagen ist weiterhin stark geprägt von nachhaltig ausgerichteten Angeboten u. a. im Bereich der Erneuerbaren Energien, was bedeutet, dass Privatanleger durch Vermögensanlagen einen nennenswerten Beitrag zur Finanzierung dieses Sektors vor allem in Deutschland leisten. Der Marktanteil der geschlossenen Publikums-AIF ist seit 2015 auf mittler-

weile 70 % des Gesamtmarktes an und auch der Anteil der BaFin regulierten Vermögensanlagen hat deutlich zugenommen, so dass heute mehr als 95 % des Marktvolumens auf stark regulierte Produkte entfallen.

'k-mi'-Fazit: Die Sachwert-Branche ist im Corona-Jahr 2020 mit einem blauen Auge davongekommen.

Ein Rückgang von bis zu 22 % ist in einer Krisenzeit, in der Anleger eher dazu tendieren, 'ihr Geld zusammenzuhalten', kein schlechtes Ergebnis für überwiegend nicht fungible Investments. Auch weil 2019 das bisher beste Jahr nach der Zäsur durch Einführung des KAGB war. Im mehrjährigen Vergleich kann sich das Platzierungs-

jahr 2020 trotz der widrigen äußeren Umstände aber durchaus sehen lassen. Wir halten inzwischen die Spannung hoch: Ab der nächsten Woche analysieren wir ausführlich die Einzelergebnisse und 'Hitlisten' der Anbieter sowie die jeweiligen Trends in den Anlageklassen!

Autor: www.kapital-markt-intern.de

Bilanz 2020:

Gut beraten trotz Corona mit leichten Zuwächsen

E-Learning legt zum Jahresende auf 90 Prozent zu. Aktuell 149.406 aktive gut beraten-Bildungskonten. Im Schnitt 19 Stunden Weiterbildung pro Teilnehmer. „Qualität setzt sich insbesondere in Krisenzeiten durch. gut beraten beweist das einmal mehr eindrucksvoll“, fasste Gerald Archangeli, Vizepräsident des Bundesverbands Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) und Vorsitzender des Trägersausschusses, die Bilanz der freiwilligen Brancheninitiative gut beraten für das Jahr 2020 zusammen. Bei der Vorlage des Berichts für das vierte Quartal 2020 in München erklärte Archangeli, die Corona-Pandemie habe zwar vielerorts die vertrieblich Tätigen vor Herausforderungen und Veränderungsbedarf gestellt. „Dennoch haben die aktiven Teilnehmer von gut beraten diese Hürden überwunden und umfangreich in ihre Weiterbildung investiert. Vor allem haben sie dabei die Möglichkeiten des E-Learning genutzt. Dessen Anteil an den anerkannten Lernformen von gut beraten ist im Laufe des

Jahres 2020 massiv gestiegen: er beträgt nunmehr 90 Prozent.“

Dr. Katharina Höhn, geschäftsführendes Vorstandsmitglied des Berufsbildungswerks der Deutschen Versicherungswirtschaft (BWV) e.V., zeigte sich ebenfalls zufrieden mit der Entwicklung der Brancheninitiative. Mit Blick auf die aktuellen Teilnehmerzahlen erläuterte sie: „Im vierten Quartal 2020 wurden 2.992 neue Bildungskonten eröffnet. Gleichzeitig wurden 3.646 Konten nicht mehr berücksichtigt; etwa wegen beruflicher Veränderung, Ruhestand oder zweijähriger Inaktivität. Damit verzeichnet das Jahr 2020 insgesamt 11.617 neue gut beraten-Bildungskonten; das sind monatlich im Jahresdurchschnitt fast 1.000 neue Bildungskonten. Zugleich wurden 2020 insgesamt 9.948 Konten nicht mehr berücksichtigt. Zum Ende des Jahres 2020 haben wir mit 149.406 aktiven gut beraten-Bildungskonten einen Zuwachs von 1,1 Prozent gegenüber Ende Dezember 2019.“

Fast 90.000 gut beraten-Teilnehmer bereits mit IDD-Nachweis

Für das bis zum 31. Dezember 2020 laufende Jahr erfüllten bereits 89.133 gut beraten-Teilnehmer die Weiterbildungsverpflichtung nach IDD. Das sind 60 Prozent aller Besitzer von aktiven gut beraten-Bildungskonten. Außerdem wurden 25.108 gut beraten-Zertifikate, die 30 Stunden Weiterbildung für 2020 bestätigen, bis Ende 2020 zugestellt; deren Zahl hat sich gegenüber dem dritten Quartal 2020 (12.646 Zertifikate) nahezu verdoppelt.

2020 investierten die vertrieblich tätigen gut beraten-Teilnehmer insgesamt 2.828.470 Stunden in ihre Weiterbildung; im vierten Quartal dieses Jahres allein 567.355 Stunden. Der Vergleich mit dem Vorjahreszeitraum Ende 2019 zeigt einen – offensichtlich auch Corona-bedingten – Rückgang um 26,7 Prozent. Für das Gesamtjahr 2020 ergeben sich damit pro gut beraten-Teilnehmer

mit aktivem Bildungskonto gleichwohl 18,9 Stunden (18:54 Std.) IDD-relevante Bildungszeit.

Der Umfang der dokumentierten Weiterbildungszeiten wird aufgrund der möglichen Nachtragungen bis zum Jahresende 2021 erfahrungsgemäß noch deutlich steigen.

Corona mischt die Lernformen auf

Wie seit dem Beginn der Pandemie zeigen die E-Learning-Varianten auch im vierten Quartal 2020 enorme Zuwächse: das selbstgesteuerte E-Learning mit Lernerfolgskontrolle sowie das gesteuerte E-Learning kommen mit jeweils 78 bzw. 12 Prozent zum Jahresende 2020 auf einen Anteil von insgesamt 90 Prozent an allen erfassten Lernformen. Die Präsenzveranstaltungen verzeichnen dagegen lediglich neun Prozent.

Teilnehmerstruktur ändert sich in Teilen

Ende 2020 zeigt die gut beraten-Weiterbildungsdatenbank im Vergleich zum Vorjahreszeitraum

Veränderungen in der Teilnehmerstruktur von insgesamt neun Prozentpunkten.

Am 31. Dezember 2020 beteiligen sich 47.770 Ausschließlichkeitsvermittler sowie 31.360 Vermittler im angestellten Außendienst, das sind zusammen 53 Prozent – gegenüber 58 Prozent Ende 2019 – aller gut beraten-Teilnehmer. Makler und Mehrfachagenten haben mit 35.112 Teilnehmern einen Anteil von nunmehr 23 Prozent (plus einen Prozentpunkt zum Vorjahreszeitraum). In der Gruppe der Mitarbeiter von Versicherungsvermittlern – hier sind Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen in Agenturen eingetragen – verfügen 22.300 Vermittler (15 Prozent) über ein Bildungskonto; Ende 2019 waren es 13 Prozent der gut beraten-Teilnehmer. Weitere Gruppen wie Versicherungsberater, Leitungspersonen, nebenberufliche Vermittler sowie vertrieblich Tätige im Innendienst eines Versicherungsunternehmens bedeuten mit 8.515 Personen sechs Prozent (Ende 2019: vier Prozent) der gut beraten-Teilnehmer.

Dagegen bleibt die Altersstruktur

von gut beraten auch 2020 stabil. Im Vergleich mit dem Vorjahr verteilen sich die Altersgruppen prozentual nahezu identisch. Die Gruppe der 41- bis 60-Jährigen dominiert auch Ende Dezember 2020 mit 77.271 teilnehmenden vertrieblich Tätigen die Altersverteilung von gut beraten mit 52 Prozent. Zur Altersgruppe der unter 40-Jährigen gehören aktuell 49.445 Teilnehmer (33 Prozent). Die über 60-Jährigen bedeuten mit 22.690 Frauen und Männern 15 Prozent aller gut beraten-Teilnehmer.



Auch am 31. Dezember 2020 stehen wie bereits zum Ende des Vorjahres 28 Prozent Frauen 72 Prozent Männer gegenüber. Der Frauenanteil hat seit dem Start von gut beraten vor sechs Jahren um sieben Prozentpunkte zugenommen.

Autor: www.bvv.de

Impressum

Herausgeber / Verlag:
RedaktionMedien Verlag
Astrid Klee
Schwaighofstraße 19 A
83684 Tegernsee

Tel: +49 (0)8022 50 70 436

klee@redaktionmedien-verlag.de
www.redaktionmedien-verlag.de
www.FinanzBusinessMagazin.de

Steuernummer: 139 / 236 / 60261
USt-IdNr.: DE292943593

Geschäftsführung:
Astrid Klee

Chefredaktion:
Friedrich A. Wanschka
Redaktionsanschrift:
Redaktionsbüro
Friedrich A. Wanschka

info@wmd-brokerchannel.de
www.wmd-brokerchannel.de

Telefon: +49 (0)174 3983901

Technische Umsetzung / Layout:
RedaktionMedien Verlag
Astrid Klee
Schwaighofstraße 19 A
83684 Tegernsee

Tel: +49 (0)8022 50 70 436

klee@redaktionmedien-verlag.de
www.redaktionmedien-verlag.de

Titelmotiv: © Rido - AdobeStock.com

Der Verleger übernimmt keine Haftung für unverlangt eingereichte Manuskripte und Fotos. Mit der Annahme zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verleger das ausschließliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Dieses Recht bezieht sich insbesondere auch auf das Recht, das Werk zu gewerblichen Zwecken per Kopie zu vervielfältigen und/oder in elektronische oder andere Datenbanken aufzunehmen. Alle veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Ohne schriftliche Genehmigung des Verlegers ist eine Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes unzulässig. Aufsätze und Berichte geben die Meinung des Verfassers wieder. Für den Inhalt ist der Verlag nicht verantwortlich.

Widerruf der Lebensversicherung ist bares Geld wert

Daniel Kappes
Geschäftsführer, CEO
Lawtechgroup GmbH



FBM: Wie ist die Lawtechgroup GmbH aktuell aufgestellt?

Daniel Kappes: Die Lawtechgroup GmbH (LTG) ist einer der europaweit führenden Anbieter für Investmentvehikel in Prozesskosten mit eigenen Assets – basierend auf langjähriger Erfahrung und soliden Daten. Das Unternehmen wurde vor 5 Jahren mit Sitz in München gegründet, ist von Beginn an profitabel und bis heute ausschließlich mit Eigenkapital finanziert.

Wir sind ein Prozesskosten-Finanzierer, d.h. Kunden benötigen grundsätzlich keine Rechtsschutzversicherungen für ihre Angelegenheiten.

Einer unserer Schwerpunkte liegt auf dem Widerruf und der Rückabwicklung fehlerhafter Kapital-Lebens- und Rentenversicherungen. Nach mehreren Urteilen des europäischen Gerichtshofes und des Bundesgerichtshofes aus den Jahren 2013, 2014 und 2015 kann dem Lebens- und Rentenversicherungsvertrag – bei einer fehlerhaften Widerrufsbelehrung – noch heute widersprochen werden. Wir unterstützen Kunden kosteneffizient, transparent und effektiv bei der Anspruchsgeltendmachung und in der Vernetzung mit Verbraucherrechtsexperten.

Weitere aktuelle Themen sind:

Wirecard AG Schadensansprüche - Die Wirecard AG hat am 18.06.2020 eingeräumt, dass in Bilanz ausgewiesene Geld in Höhe von 1,9 Milliarden Euro auf Treuhandkonten nicht existiert. Als Folge stürzte der Aktienkurs daraufhin massiv ein und das Unternehmen musste Insolvenz anmelden. Aktuell prüfen wir intensiv mögliche Schadensersatzansprüche von betroffenen Aktionären der Wirecard AG.

Betriebsschließungs-Versicherungen - Aktuell fordern viele Gastronomen Entschädigungen für die coronabedingten Betriebsschließungen von ihren Versicherungen. Die Bedingungen vieler Betriebsschließungsversicherer machen es aktuell ihren Kunden nicht leicht. Hier können Sie sich als geschädigter Gastronom kostenfrei und unverbindlich registrieren und wir prüfen Ihren Betriebsschließungsversicherungsvertrag. Wir unterstützen unsere Kunden bei der Durchsetzung ihrer Rechtsansprüche.

Open-House-Verfahren - Das Bundesministerium der Gesundheit hat über das Open-House-Verfahren medizinische Artikel, vor allem Schutzmasken über dieses Verfahren bestellt, bisher aber zu großen Teilen nicht bezahlt. Hohe Kosten und hohes Risiko halten viele Lieferanten davon ab, bestehende Ansprüche durchzusetzen. Wir unterstützen betroffene Lieferanten bei der Durchsetzung ihrer Rechtsansprüche.

Mehr Informationen zu unseren aktuellen Themen haben wir auf unserer Website www.lawtechgroup.de unter der Rubrik Verfahren aufgeführt. Die LTG beschäftigt derzeit 13 Mitarbeiter und arbeitet mit über 40 Spezialisten aus den Bereichen Legal,

Finance, Fund Analysis und Risk Management erfolgreich zusammen.

FBM: In welchem Geschäftsfeld ist die Lawtechgroup GmbH besonders erfolgreich?

Daniel Kappes: Als einer der erfolgreichsten Anbieter von Prozessfinanzierungen im Bereich Lebensversicherungen und Kapitalmarktprodukten kennen wir kritische Faktoren, die unserer Meinung nach bei der Bewertung von Relevanz sind. Um zu prüfen ob eine Rückabwicklung Aussicht auf Erfolg hat, nutzen wir unser KI-Tool „Raydata 360“. In diese Datenbank, die wir über zwei Jahre aufgebaut haben, sind tausende von Rechtsdaten eingeflossen, unzählige Entscheidungen außergerichtlicher Auseinandersetzungen, Gerichtsurteile und Urteilsbegründungen.

Bei neuen Fällen lassen sich zuverlässige Vorhersagen über den Ausgang eines Verfahrens treffen. Wir können sogar je nach Bundesland und einzel-nem Landgericht recht präzise prognostizieren, ob eine Klage Erfolg haben wird oder nicht. So konnten wir bisher über 2000 Verfahren gewinnen oder mit einem Vergleich erfolgreich beenden. Dies entspricht einer fast 90%-igen Erfolgsquote unserer Prozess-Investitionen.

FBM: Was sind die Themen des Jahres für die Lawtechgroup GmbH?

Daniel Kappes: Zum 01.04.2021 wurde die Biotechgroup GmbH (BTG) als Tochtergesellschaft von LTG gegründet. Über diese neue Gesellschaft werden alle Aktivitäten in Bezug auf Vermittlungen von Covid-19-Schutzmasken/ Schutzausrüstung sowie insbesondere auch die Vermittlung von Schnelltests abgewickelt. Unabhängig davon begleitet LTG als Prozessfinanzierer auch Mandate von Lieferanten, die an den Bund Schutzmasken u.ä. geliefert haben, von dort aber noch auf die Begleichung ihrer Rechnungen warten.

FBM: Was bietet die Lawtechgroup GmbH für Vermittler an?

Daniel Kappes: LTG begleitet den Vermittler und seine Kunden von der kostenfreien Mehrwertberechnung bis hin zur Auszahlung von Rückkaufwert plus Mehrwert.

LTG erhält nur im Erfolgsfall aus dem tatsächlich erzielten Mehrwert eine Vergütung vom Kunden, aus der auch der Vermittler den vereinbarten

Provisionssatz erhält. Neben dem rein monetären Aspekt bietet sich für den Vermittler die Neu-anlage der frei werdenden Gelder -zumindest zum Teil - an, ebenso ergibt sich im Erfolgsfall ein erhebliches Weiterempfehlungspotenzial. Denn es stärkt das Vertrauen, wenn der Kunde über den Vermittler von der Möglichkeit einer Prozessfinanzierung erfährt und eine Klage Erfolg hat.



Quelle: © Mikael Damkier - Fotolia.com

FBM: Welche Voraussetzungen brauchen Vermittler für Vermittlungen an die Lawtechgroup GmbH?

Daniel Kappes: Zunächst schließen wir mit interessierten Vermittlern nach Kontaktaufnahme einen Kooperationsvertrag, in dem u.a. auch die Höhe der Vergütung festgelegt wird.

Der Vermittler selbst sollte über Kundenkontakte verfügen, die mit ihren Versicherungen unzufrieden sind bzw. deren Verträge nicht oder nur gering profitabel sind (z.B. wenn der aktuelle Rückkaufwert unter oder nur marginal über den eingezahlten Beiträgen liegt). Hier ist in der Regel der errechnete Mehrwert besonders hoch. Dies gilt übrigens auch für bereits gekündigte oder abgelaufene/ausgezahlte Verträge. ■

Trends in der Lebensversicherung – Ergebnisse einer Vermittler-Umfrage

Das Institut für Vorsorge und Finanzplanung (IVFP) führt im Rahmen seiner Forschungsaufgaben regelmäßig Umfragen unter Vermittlern durch. In der aktuellen Umfrage wurden die Vermittler gebeten, für die Sparte Lebensversicherung einen Rückblick für das Jahr 2020 zu geben und die Markttrends für das Jahr 2021 zu bewerten.

Rückblick

Die aktuelle Corona-Krise hat alle Hoffnungen auf einen raschen Zinsanstieg zunichtegemacht. So ist es nicht verwunderlich, dass ein Großteil der Lebensversicherer ihre Überschussbeteiligung für das Jahr 2021 zum Teil deutlich senken musste.

Die Folge:

klassische Rententarife lohnen immer weniger.

Dieser Trend spiegelt sich auch bei der Vermittlung von Altersvorsorgeprodukten wieder, wie folgende Grafik zeigt. So gaben knapp ein Drittel aller Makler

an, dass sie keine klassischen Produkte mehr vermitteln. Der Trend geht klar in Richtung kapitalmarktorientierter Produkte. Mehr als 90 Prozent aller Befragten gab an, regelmäßig zu fondsgebundenen Rentenversicherungen zu beraten, wobei Garantien innerhalb dieser Produktgattung immer noch eine wesentliche Rolle spielen. Mehr als die Hälfte der Vermittler gaben an, dass ihre Kunden überwiegend einen 100 %-igen Beitragserhalt wählten.

Dies wird jedoch zukünftig nicht mehr bei allen Versicherern möglich sein. Dem Marktführer Allianz haben sich noch weitere Versicherer angeschlossen und schließen eine 100 %-ige Beitragsgarantie bei fondsgebundenen Produkten (außer Riester-Rente) aus. Etwa 40 Prozent der befragten Makler begrüßen diesen Schritt. Sogar 75 Prozent der Befragten erwarten dadurch ein besseres Geschäft im Bereich Rentenversicherungen.

Neben der Altersvorsorge spielt

die Absicherung der Arbeitskraft eine immer wichtigere Rolle bei Beratern/Innen. Die Umfrageteilnehmer/Innen beraten inzwischen am häufigsten zu Berufsunfähigkeitsversicherungen. Die Grundfähigkeitsversicherung ist bei der Absicherung der Arbeitskraft auf Platz eins, wenn eine BU-Versicherung bspw. aus Kostengründen nicht in Frage kommt.

Ausblick

Bei der konkreten Frage, wie wichtig Ihren Kunden das Thema Nachhaltigkeit ist, antworteten mehr als die Hälfte aller Berater mit (sehr) wichtig. Knapp 80 aller Befragten gaben an, dass dieses Thema zukünftig eine noch wichtigere Rolle spielen wird.

Die „Verordnung über nachhaltigkeitsbezogene Offenlegungspflichten im Finanzdienstleistungssektor“ (Transparenz-Verordnung) der Europäischen Union ist spätestens ab dem 10.3.2021 anzuwenden. Die Transparenz-Verordnung regelt, dass Finanzmarktteilnehmer (z.B. Versicherungsunternehmen) und Finanzberater (also auch Versicherungsmakler und Versicherungsvermittler mit 3 oder mehr Mitarbeitern) ihren Kunden gegenüber Informationen zum Thema Nachhaltigkeit liefern müssen. Hier zeigt die Umfrage, dass sich bisher etwa 40 Prozent der Befragten mit diesem Thema beschäftigt hat.



Quelle: © pontal1414 - AdobeStock.com

Autor: www.ivfp.de



Quelle: © Funtap - AdobeStock.com

Krisenjahr 2020 machte pauschaldotierte Unterstützungskassen zum Erfolgsmodell

Die Branche der pauschaldotierten Unterstützungskassen blickt auf ein überaus erfolgreiches Geschäftsjahr 2020 zurück. Ein erheblicher Teil der Anbieter und Konzeptionäre im fünften, versicherungsfreien Durchführungsweg der betrieblichen Altersvorsorge (bAV) schrieb sogar das beste Geschäftsjahr ihrer jeweiligen Firmenhistorie, so der Vorstandsvorsitzende des Bundesverbandes pauschaldotierte Unterstützungskassen Manfred Baier. Im Durchschnitt berichteten die Verbandsmitglieder von zweistelligen Zuwachsraten im Neugeschäft.

Mit Ausbruch der Corona-Pandemie und im Zuge des ersten Lockdowns gab es im vergangenen Frühjahr für die meisten pdUK-Unternehmen zunächst eine kräftige Delle im Neugeschäft. Als sich im Sommer die Konjunktur wieder erholte, zeigten sich vor allem mittelständische Unternehmen offen für pdUK-Konzepte, die Innenfinanzierungseffekte bewirken und Liquiditätspolster

schaffen. Denn ein besonderes Merkmal der pauschaldotierten U-Kassen ist, dass die bAV-Beiträge der Belegschaft und die Arbeitgeberzulagen im Unternehmen verbleiben. Baier: „Hunderte von mittelständischen Unternehmen erkannten in den letzten Monaten, dass sie mit Ausnutzen der betriebswirtschaftlichen und steuerlichen Vorteile der pdUK-Konzepte und einem vergleichsweise geringen Kostenaufwand Krisenprophylaxe betreiben können. Den Unternehmen ist klar: Nach der Krise ist vor der Krise.“

Im fünften bAV-Durchführungsweg sind Arbeitnehmer unabhängig von Kapitalmärkten

Zudem sind Arbeitnehmer mit der pauschaldotierten U-Kasse unabhängig von Entwicklungen auf den Kapitalmärkten. Deshalb blieb die durchschnittliche Durchdringungsquote in den Betrieben in 2020 mit über 80 Prozent knapp doppelt so hoch

wie bei versicherungsbasierten Modellen. Weil die Eigenvorteile für die Unternehmen so hoch sind, geben die Arbeitgeber statt der gesetzlichen Mindestzulage von 15 Prozent freiwillig oft 30 bis 50 Prozent hinzu, zuweilen sogar hundert Prozent.

Für das Jahr 2021 erwartet der Bundesverband pdUK eine Fortsetzung der positiven Entwicklung. Sollte sich die Bekämpfung des Corona-Virus noch länger hinziehen, würde das aber auch Auswirkungen auf das pdUK-Geschäft haben. Einerseits besteht die Gefahr von vermehrten Firmenpleiten, andererseits wäre durch eine anhaltend angespannte Wirtschaftslage mit einer Kreditklemme zu rechnen. Dann würden sich Unternehmen stärker mit alternativen und vor allem kostengünstigeren Finanzierungsmodellen wie das der U-Kasse beschäftigen.

Autor: www.bv-pduk.de

Wünsche an die BAV:

Sicherheit, Rendite – einmal alles, bitte!

Arbeitnehmer wünschen sich bei der betrieblichen Altersversorgung mehr Rendite, wollen aber auch nicht auf Sicherheit verzichten. Bessere Rendite bei voller Sicherheit, verbunden mit viel Flexibilität – das ist für viele Arbeitnehmer die Idealvorstellung von der betrieblichen Altersversorgung. Dies ist eines der Ergebnisse einer Aon-Studie zum Thema „Wertigkeit der betrieblichen Altersversorgung“, die das Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen im Juli 2020 unter rund 1.000 Arbeitnehmern in Deutschland aus Unternehmen mit mindestens 5.000 Beschäftigten durchführte.

Was müsste getan werden, um die betriebliche Altersversorgung insgesamt attraktiver zu machen? Arbeitnehmer sind sich einig: Sie müsste mehr abwerfen. Ganz vorn auf der Wunschliste liegt mit 60,5 Prozent die Ren-

dite, und zwar unabhängig von Alter und Geschlecht. Kurz vor Rentenbeginn, in der Gruppe der 60-65-Jährigen, ist der Wert mit 71,3 Prozent am höchsten. Zugunsten von mehr Rendite aber mehr Risiken in Kauf nehmen? Lieber nicht: Denn mehr Sicherheit wird ebenfalls unter den Top 3 (36,0 %) genannt, ebenso wie mehr Flexibilität und Verfügbarkeit (38,1 %). Der Großteil der Arbeitnehmer möchte darüber hinaus auch auf die steuerlichen Vorteile nicht verzichten, die sich aus der bAV ergeben. Dieser Wunsch zieht sich ebenfalls durch alle Altersklassen.

Sind die Wünsche der Arbeitnehmer also unvereinbar, oder kann man etwas daraus machen? „Der Wunsch, dass unterm Strich mehr rauskommt, ist nicht überraschend,“ konstatiert Fred Marchlewski, Geschäftsführer bei Aon. „Nachvollziehbar ist aber auch die

Sehnsucht nach mehr Sicherheit bei Arbeitnehmern. Angesichts der Tatsache, dass es auch bei Flexibilität und Verfügbarkeit einen Bedarf gibt, könnte eine Lösung in modernen bAV-Produkten liegen, die durch eine Mitarbeiter-Partizipation verschiedene Varianten und mehr Rendite ermöglichen.“ Allerdings: „Keiner kann erwarten, dass Sicherheit, Rendite und Flexibilität in gleichem Maß maximiert werden können. Kluge Kompromisse dagegen sind möglich – dies zu vermitteln, ist eine der großen Aufgaben für die bAV.“

Zur Studie: Die Online-Studie zum Thema „Wertigkeit der bAV“ wurde vom Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen Aon im Juli 2020 durchgeführt. Es nahmen rund 1.000 Mitarbeiter in Deutschland aus Unternehmen mit mindestens 5.000 Beschäftigten teil.

Autor: www.aon.com



Quelle: © ipopba - AdobeStock.com

Wichtige Urteile und Gesetzgebungsverfahren aus 2020 zur Insolvenz und Folgen für die bAV

Handlungsempfehlungen für Arbeitgeber

Immer wieder werden Fragen zur Insolvenzsicherung von Betriebsrenten von Gerichten entschieden. Auch 2020 gab es dazu einige beachtenswerte Entscheidungen. Mit Blick auf den zu befürchtenden Anstieg an Unternehmensinsolvenzen fasst Michael Hoppstädter, Geschäftsführer der Longial, die wichtigsten Urteile und Gesetze zusammen und gibt Handlungsempfehlungen.



Quelle: © SPIO CRACHO - Fotolia.com

Erweiterter Insolvenzschutz im Betriebsrentengesetz

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) löste mit seinem Urteil vom 19.12.2019 (C-168/18) im vergangenen Jahr eine umfassende Änderung im Betriebsrentengesetz (BetrAVG) aus: Leistungen aus einer Pensionskassenzusage sind unter bestimmten Voraussetzungen vom gesetzlichen Insolvenzschutz durch den Pensions-Sicherungs-Verein auf Gegenseitigkeit (PSVaG) abgedeckt.

Welche Arbeitgeber sind betroffen?

„Arbeitgeber unterliegen bislang der PSVaG-Beitragspflicht, wenn sie ihre bAV in Form einer Direktzusage beziehungsweise Unterstützungskassenversorgung oder über einen Pensionsfonds durchführen“, so Michael Hoppstädter. Das gilt jetzt auch für Versorgungszusagen, die über bestimmte Pensionskassen abgebildet werden. Direktversicherungen bleiben weiterhin außen vor, soweit sie

mit einem unwiderruflichen Bezugsrecht für den Arbeitnehmer ausgestattet sind. Betroffen sind überwiegend Verträge von Pensionskassen, die nicht unter den Schutz des Sicherungsfonds der Lebensversicherer „Protector“ fallen. Das sind meist Firmen- oder Branchenspensionskassen – typischerweise sogenannte regulierte Pensionskassen. Auf Unternehmen mit solchen Pensionskassenverträgen kommen durch die neue Insolvenzsicherungspflicht zusätzliche Kosten zu. Der Beitrag zum PSVaG richtet sich nach der erreichbaren Höhe der Versorgungsleistung und bei laufenden Versorgungsleistungen nach der abhängig vom Alter vielfachten Jahresrente. Die Pensionskassen werden den Arbeitgebern die vom PSVaG geforderten sogenannten Kurztestate zur Verfügung stellen.

Was ist zu tun?

„Für Unternehmen, die bislang noch keine Berührungspunkte

zum PSVaG hatten – also noch nicht Mitgliedsunternehmen sind, aber Pensionskassenverpflichtungen haben – und jetzt insolvenzsicherungspflichtig sind, gilt: Sich unbedingt bis zum 31.3.2021 auf der Homepage des PSVaG registrieren“, so der Rat des Longial Geschäftsführers.

Haftung des Betriebserwerbers in der Insolvenz

Die Haftung für Leistungen aus einer bAV ist für den Erwerber eines insolventen Betriebs ebenso relevant wie für die betroffenen Arbeitnehmer. Das Bundearbeitsgericht (BAG) entschied dazu am 26.1.2021 in mehr als 20 Fällen (unter anderem 3 AZR 139/17): Die in § 613a Abs. 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB) geregelte Haftung des Erwerbers beschränkt sich zeitanteilig auf die Dauer, die der Arbeitnehmer nach Eröffnung des Insolvenzverfahrens im Betrieb angestellt war. Für Leistungen bis zur Insolvenzeröffnung muss der Erwerber auch dann nicht haften, wenn der PSVaG nicht vollständig eintritt. Das ist zum Beispiel dann der Fall, wenn bis zur Insolvenz noch keine unverfallbare Anwartschaft bestand. Nach der Übernahme läuft das Beschäftigungsverhältnis weiter, beim Erwerber werden Versorgungsanwartschaften aber erst ab Übernahme aufgebaut, die Gesamtversorgungsleistung fällt gegebenenfalls geringer aus als ursprünglich zugesagt.

Was ist zu tun?

Der Longial Geschäftsführer rät Unternehmen, die Versorgungsleistungen regelmäßig und transparent den Versorgungsberechtigten mitzuteilen. Und zwar sowohl dann, wenn es den Unternehmen gut geht – dann betreiben sie Social Marketing und Employer Branding – als auch im Falle einer Insolvenz. In diesem Fall helfen sie den Arbeitnehmern mit einem eindeutigen Überblick über die Versorgungslage. Den Erwerbern ist ebenfalls eine regelmäßige Kommunikation zur übernommenen Versorgungszusagen zu empfehlen – denn auch das schafft Vertrauen in das neue Unternehmen und kann dazu beitragen, dass strittige Punkte nicht erst vor Gericht geklärt werden müssen.

Treuhandlösung / CTA als ergänzende Insolvenzversicherung

Zwischen Arbeitgeber und Treuhänder gab es im zu behandelnden Fall (BAG-Urteil vom 22.9.2020 – 3 AZR 303/18) zugunsten der Versorgungsberechtigten einen doppelseitigen Treuhandvertrag

– ein sogenanntes Contractual Trust Arrangement (CTA). Der PSVaG erhob Ansprüche auf das Treuhandvermögen. Er wollte verhindern, dass der Treuhänder bei der Berechnung der Rentenzahlungen die Rentendynamik miteinbezieht und somit das erforderliche Treuhandvermögen höher berechnet. Das BAG stellte zunächst fest, dass das CTA insolvenzfest eingerichtet wurde. Darüber hinaus urteilte das BAG, dass eine Treuhandlösung ausdrücklich auch der ergänzenden Insolvenzversicherung von Ansprüchen einer bAV diene, die nicht unter den gesetzlichen Insolvenzschutz fallen. Der PSVaG werde dadurch keinen weitergehenden Ansprüchen ausgesetzt, ihm werden aber auch keine Sicherheiten rechtswidrig entzogen.

Was ist zu tun?

Der Rat von Michael Hoppstädter für Arbeitgeber: „Bei der Einrichtung eines CTA-Modells kommt es ganz besonders darauf an, dass es absolut insolvenzfest gestaltet ist. Darauf ist bei der Ausgestaltung der Treuhandver-

träge und der Übertragung der Vermögenswerte besonderes Augenmerk zu legen. Wenn hier Fehler gemacht werden, kommt Treuhandvermögen nicht den Versorgungsberechtigten zugute, um nicht gesetzlich insolvenzgesicherte Teilansprüche zu finanzieren, sondern geht auf den PSVaG über.“

Trotz klarer Regelung: Vorbereiten auf den Ernstfall

Die Insolvenzversicherung der bAV ist vermeintlich klar und eindeutig gesetzlich geregelt. Doch der Longial Geschäftsführer warnt: „Wie man an der Vielzahl der Urteile und den daraus teilweise erfolgten gesetzlichen Änderungen erkennt, gibt es auch nach fast 50 Jahren Betriebsrentengesetz und PSVaG immer noch offene Fragen und Regelungslücken.“ Sich darauf vorzubereiten, ist für Unternehmen schwerlich möglich – aber es schadet natürlich nicht, sich in „guten Zeiten“ regelmäßig mit den Versorgungswerken im Unternehmen zu beschäftigen und, wenn nötig, Anpassungen vorzunehmen.

Autor: www.longial.de



Makler und Mehrfachagenten weiterhin führend beim bAV-Vertrieb

Willis Towers Watson Vertriebswege-Studie Lebensversicherung 2019

Makler und Mehrfachagenten bleiben der wichtigste Vertriebskanal für betriebliche Altersversorgungsprodukte (bAV), in Deutschland. Sie verfügten 2019 mit einem Anteil von 37 Prozent über den größten Teil am Neugeschäftsvolumen nach APE, vor den Einfirmenvermittlern (33 Prozent) und Banken (20 Prozent). Dies zeigt die detaillierte Betrachtung nach Produktgruppen der Willis Towers Watson Vertriebswegestudie 2019 zur deutschen Lebensversicherung.

Insgesamt lösten die 86 in der Studie analysierten Lebensversicherer im Jahr 2019 ein Volumen von 6,6 Milliarden Euro nach APE ein – ein Plus von einer Milliarde Euro im Vergleich zum Vorjahr. Davon erzielten bAV-Produkte 1,5 Milliarden Euro, nach 1,2 Milliarden Euro in 2018. Mit einem Anteil von 22 Prozent bleibt die bAV damit zweitwichtigstes Produktsegment in der Lebensversicherung, hinter der privaten Altersvorsorge (pAV), die einen Anteil von 65 Prozent mit 4,2 Milliarden Euro APE einlöst.

Führend bei laufenden Beiträgen

Die Unterscheidung nach laufenden und einmaligen Beiträgen zeigt: Bei den laufenden Beiträgen lagen Makler und Mehrfachagenten in 2019 mit 40 Prozent bAV-Vertriebsanteil (2018: 41 Prozent) nun deutlicher vor den Einfirmenvermittlern (35 in 2019 vs. 38 in 2018). Banken konnten ihren



Vertriebsanteil von 15 auf 18 Prozent steigern. „Alle drei Vertriebswege erzielten 2019 deutlich mehr laufende bAV-Neubeiträge, wobei die Banken am stärksten zugelegt haben“, sagt Henning Maaß, für die Studie verantwortlicher Berater bei Willis Towers Watson. Bei den Einmalbeiträgen übernahmen auch die Banken mit 41 Prozent die Führungsposition vor den Einfirmenvermittlern (19) sowie den Maklern und Mehrfachagenten (17). „Zwar haben die Makler und Mehrfachagenten beim Vertriebsanteil der bAV-Einmalbeiträge stark eingebüßt. Aber man muss auch den mit 13 Prozent geringen APE-Anteil der bAV beachten. In der pAV ist die Bedeutung der Einmalbeiträge mit 58 Prozent APE-Anteil ungleich höher“, so Maaß weiter. „Es bleibt dabei: Kunden nutzen die guten pAV-Angebote der Versicherer, um höhere Geldbeträge zu investieren. Die bAV wurde hingegen für das langfristige Altersvorsorge-Sparen im Zusammenhang mit dem Erwerbseinkommen konzipiert. Sie ist

daher für derartige Geldanlagen weniger geeignet.“ Dies zeigt sich auch an Folgendem: Bei sechs der zehn größten Lebensversicherer (nach laufenden Beiträgen) ist die bAV die bedeutendste Produktgruppe, noch vor der pAV.

bAV zweitwichtigste Produktgruppe für die Vertriebswege

Für die drei großen Vertriebswege bleibt die bAV nach der pAV die zweitwichtigste Produktgruppe. Bei den Banken hat die Bedeutung der bAV bei laufenden Beiträgen zwar deutlich zugenommen, liegt aber noch immer deutlich hinter der pAV. „Bei Maklern und Mehrfachagenten hingegen liegt die bAV bei laufenden Beiträgen aber nun mit 39 Prozent gleichauf mit der pAV. Das war im vergangenen Jahr noch anders“, erläutert Maaß. „Bei laufenden Beiträgen wird die bAV für Anbieter und Vertriebswege wachstumsentscheidend bleiben.“

Autor: www.willistowerswatson.com

Umfrage:

Altersvorsorge? Vermittler schlägt Sprachassistent!

Wenn es um ihre Altersvorsorge geht, bleiben die Deutschen eher konservativ. Sie favorisieren in Zukunft die persönliche Beratung und Betreuung durch einen Vermittler und lehnen Unternehmen wie Google, Amazon und Co. als Anbieter ab. Das ergab eine repräsentative Umfrage des Marktforschungsinstituts YouGov im Auftrag der Canada Life. Der Lebensversicherer untersuchte im zweiten Jahr in Folge, wie sich Verbraucher das Leben in der digitalen Gesellschaft von morgen vorstellen.

- Vom Hinweis auf die Versorgungslücke bis zur Betreuung: Die Befragten bevorzugen bei der Beratung zur Altersvorsorge den persönlichen Vermittler
- Die Mehrheit lehnt Beratung über einen Sprachassistenten ab
- Die Mehrheit der Menschen in Deutschland möchte ihre Altersvorsorge nicht bei Google, Amazon und Co. abschließen

Auch in Zukunft bevorzugt ein Großteil der Menschen in Deutschland bei der Altersvorsorge-Beratung den Vermittler und wählt in den wenigsten Fällen den Weg über einen Sprachassistenten. Das zeigt die Umfrage von YouGov im Auftrag von Canada Life, bei der die Teilnehmer zu den einzelnen Stufen im Vermittlungsprozess befragt wurden und sich jeweils zwischen den beiden Optionen entscheiden konnten. Persönliche Expertise bleibt sehr gefragt. Die diesjährige Umfrage zeigte: Bei der entscheidenden

Beratung zu den verschiedenen Absicherungsmöglichkeiten wählen auch künftig 28 % der Teilnehmer ausschließlich den Vermittler, 38 % entscheiden sich zusätzlich zumindest partiell für ihn (Werte 1 bis 4). Der Sprachassistent ist für die Wenigsten eine passende Option.



Quelle: © anyaberkut - Fotolia.com

Beratung gehört in Profi-Hände

Der persönliche Vermittler punktet auch bei den anderen Einzelaspekten der Beratung: Versorgungslücken aufzeigen sowie Abschluss und anschließende Betreuung. Bei diesen Schritten wählen 30 bis 35 % der Befragten nur ihn. Den Weg ausschließlich über den Sprachassistenten können sich gerade mal 3 bis 4 % vorstellen. Lediglich bei der Informationsbeschaffung zeigen sich die Befragten einem Sprachassistenten gegenüber etwas offener. Dennoch würde auch hier die Mehrheit ausschließlich oder partiell den persönlichen Vermittler wählen. Insgesamt haben sich in allen Stufen der Beratung mehr Menschen für den persönlichen Vermittler entschieden als im Jahr zuvor.

Darüber hinaus gab es für alle Aspekte der Beratung einige Teilnehmer, die mit ihrer Antwort den

Mittelweg wählten (Wert 5: 16 bis 21%). Möglicherweise wollten die Befragten keine der Beratungsoptionen für sich ausschließen oder sahen eine Kombination als einen guten Weg an. „Die Ergebnisse unserer Umfrage zeigen: Kunden wollen auch in Zukunft den menschlichen Faktor in der Beratung. Jedoch bin ich mir sicher, dass sich die Art und Weise der Beratung ändern wird“, so Markus Drews, Managing Director von Canada Life. „Die aktuelle Pandemie hat die Digitalisierung der Branche vorangetrieben und uns gezeigt, dass Online-Beratung aus der Ferne genauso zuverlässig sein kann wie die Beratung vor Ort. Und das passt auch zu den Erwartungen der Kunden. Denn diese setzen bereits heute voraus, dass Vermittler auch digital erreichbar sind.“

Altersvorsorge von Google und Co.

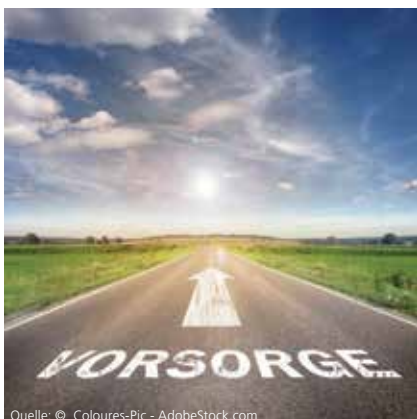
Unternehmen wie Google, Amazon und Co. kommen für einen Großteil der Menschen in Deutschland auch in Zukunft als Altersvorsorge-Anbieter eher nicht in Frage: 66 Prozent der Befragten können sich nicht vorstellen, ihre Altersvorsorge bei einem dieser Unternehmen abzuschließen. Bereits im Vorjahr wurde deutlich, dass die Bevölkerung einer Altersvorsorge von Google und Co. überwiegend skeptisch gegenübersteht. Die Umfrage-Ergebnisse aus diesem Jahr bestätigen diese konservative Haltung.

Autor: www.canadelife.de

So erleben VEMA-Makler die Annahmepolitik der BU-Versicherer

Die Berufsunfähigkeitsversicherung darf zweifellos als eine der wichtigsten Versicherungen gelten, die ein Kunde abschließen kann. Bei der Beratung und dem Finden eines geeigneten Versicherers können Versicherungsmakler aus dem Vollen der Vorzüge ihrer Unabhängigkeit schöpfen und eindrucksvoll aufzeigen, welchen Mehrwert ihre Dienste für einen Kunden darstellen.

Das BU-Geschäft ist ein Geschäft mit Vorerkrankungen, wie eine kürzlich durchgeführte Umfrage der VEMA bei den ihr angeschlossenen Versicherungsmaklern bestätigt hat. Lediglich 17 Prozent der Teilnehmer gaben an, dass es bei maximal 25 Prozent ihrer BU-Kunden angabepflichtige Vorerkrankungen gegeben habe. Hingegen gaben 25 Prozent an, dass dies bei mehr als 75 Prozent der Kunden der Fall gewesen sei. Dass der BU-Kunde in aller Regel eine gesundheitliche Vorgeschichte hat, zeigt auch der immens hohe Anteil der Maklerkollegen, die mit Voranfragen arbeiten.



Quelle: © Coloures-Pic - AdobeStock.com

Ganze 88 Prozent der Umfrageteilnehmer arbeiten im Bereich der Berufsunfähigkeitsversicherung mit Voranfragen. Hier von geht etwa die Hälfte direkt auf die geeigneten Versicherer (Maklerbetreuer, Fachabteilung) zu und schildert die gesundheitliche Situation des Kunden. Etwa ein Fünftel nutzt die elektronische Ausschreibungsplattform der VEMA, ein weiteres Fünftel nutzt „vers.diagnose“ für eine erste Einschätzung.

Bei den anzugebenden Erkrankungen dominieren die des Rückens/Skeletts/Bewegungsapparats. 50 Prozent der Maklerkunden waren hiervon betroffen. Psychische Erkrankungen folgen mit 31 Prozent auf dem zweiten Platz. Dagegen spielen chronische Erkrankungen (16 Prozent) oder ein zu hoher oder zu niedriger Body-Mass-Index (BMI) mit drei Prozent eine vergleichsweise untergeordnete Rolle.

Der hohe Anteil an Ablehnungen wegen Erkrankungen des Rückens/Skeletts/Bewegungsapparats ist für uns an dieser Stelle keine große Überraschung. Während hier viele womöglich an typische Rückenerkrankungen wie z. B. Bandscheibenvorfälle denken, stellen wir vermehrt fest, dass bereits Fußfehlstellungen oder Sportverletzungen, wie etwa Bänderrisse und Knorpelschäden, zu Ablehnungen bei den Versicherern führen. Diese sind oben genanntem Sektor zuzuordnen.



Zu ihren Erfahrungen mit Versicherern und Kundenfällen mit Vorerkrankungen in den vier genannten Gesundheitskategorien sammelten die Makler in den Fällen von chronischen Erkrankungen und bei BMI-Fällen (42 Prozent) in den seltensten Fällen positive Erfahrungen hinsichtlich der Annahmefähigkeit. 44 beziehungsweise 42 Prozent der Teilnehmer sahen keinen einzigen BU-Versicherer am Markt als besonders zugänglich oder verhandlungsbereit, wenn Kunden eine entsprechende Angabe im Antrag machen mussten.

Offener und im Einzelfall genauer prüfend zeigten sich die Versicherer aus Sicht der VEMA-Makler in den Bereichen Psyche sowie Rücken/Skelett/Bewegungsapparat. Bei psychischen Problemen sahen nur 38 Prozent keinen Lichtblick bei den Annahmefähigkeiten. Bei Rücken und Co. waren es lediglich 28 Prozent. Die Versicherer scheinen hier am zugänglichsten zu sein und Einzelfälle hinsichtlich der Möglichkeit von Risikozuschlägen und fairen Ausschlüssen am bereitwilligsten zu prüfen. In nahezu allen Bereichen sah

man die Alte Leipziger mit 11 Prozent der Nennungen am derzeit zugänglichsten. Im Bereich Rücken und Co. waren es sogar 16 Prozent. Auf Platz zwei dahinter folgte – immer mit mehr oder weniger großem Abstand – die Allianz. Lediglich im Bereich der psychischen Erkrankungen waren die Erfahrungen der VEMA-Makler mit der Volkswahl Bund besser. Diese schob sich in dieser Kategorie vor die Alte Leipziger auf Platz eins. Beide trennte jedoch lediglich ein Prozentpunkt voneinander.



Quelle: © Pixabay.com

Reaktionszeit und Kommunikation der Versicherer wurden überwiegend als gut mit Potenzial für Verbesserungen bewertet.

Nun stellt sich die Frage, wie die Ergebnisse dieser VEMA-Umfrage mit den Veröffentlichungen des GDV in Einklang zu bringen sind, nach denen 75 Prozent aller BU-Anträge ohne Zuschlag und Ausschlüsse angenommen werden können (siehe <https://www.gdv.de/de/themen/news/75-prozent-aller-kunden-ohne-wenn-und-aber-aufgenommen-31438>). Nun, wenn 88 Prozent der Makler mit Voranfragen arbeiten, werden natürlich fast nur noch dort Anträge gestellt, wo eine Annahme wahrscheinlich ist. Wobei der Voranfrage abgelehnt wurde, wird kein Antrag gestellt. Wo Zuschlag oder Ausschluss inakzeptabel scheinen, wird ebenfalls kein Antrag gestellt. Daher ist die Aussage des GDV zwar wahr – aber sie erzählt sicherlich nicht die ganze Geschichte.

Natürlich kann ein Versicherer nicht Tür und Tor für jeden aufmachen und die gesundheitliche Situation einfach ignorieren. Um der Versichertengemeinschaft allzeit funktionierenden, bezahlbaren Schutz zu gewährleisten, muss das Risiko innerhalb dieses Kollektivs zumindest etwas besser sein als in der Gesamtbevölkerung. Aber ist dafür bei einem Kunden mit einem Rentenbedarf von bis zu 1500 Euro wirklich eine so intensive Prüfung notwendig, wie sie derzeit Standard ist?

Mit Rahmen- beziehungsweise Kollektivverträgen machen die Versicherer ja selbst vor, dass es auch geht, wenn auf eine ausführliche Gesundheitsprüfung verzichtet wird und eine Gesundheitserklärung abgegeben werden muss. VEMA selbst hat einen solchen Kollektivvertrag mit einem Versicherer geschlossen. Dieser gilt nicht nur für die Mitarbeiter der Genossenschaft und die angeschlossenen Versicherungsmakler. Nein, auch deren Mitarbeitern steht dieser Rahmenvertrag offen, ebenso allen Ehe-/Lebenspartnern und Kindern.

Wo die Grenzen eines Kollektivs gezogen werden, war und ist schon immer mehr oder weniger willkürlich. Wirklich identische Risikosituationen kann es in Menschengruppen nicht geben. Dennoch: Würden diese Lösungen für die Versicherer nicht funktionieren, dann gäbe es sie wohl auch nicht. „Wirklich kranken Kunden“ werden durch die Gesundheitserklärung herausgefiltert. Der vor drei Jahren erlittene Kreuzbandriss, der heute keine Probleme mehr macht, das einmalige Verheben an einer Last oder auch andere „Alltags-Wehwehchen“ spielen aber keine Rolle. Und im Leistungsfall findet man durch Hinzuziehen der Anamnese beim Hausarzt auch heraus, ob jemand bei der Antragsstellung womöglich nicht

ganz ehrlich war. Warum macht man die Kollektivlösung also nicht zum Standard? Wäre das nicht eine fairere, kundenorientierte Lösung, bei der nachvollziehbar das Ziel einer größeren Durchdringung in der Bevölkerung wiedergegeben wird? Wäre diese Erleichterung für den Kunden nicht ein wunderbares Signal, dass sich die Versicherungswirtschaft kümmert? Auch für den Vermittler wäre es eine enorme Entlastung, wenn er nicht mehr entscheiden müsste, ob jeder Schnupfen angegeben werden muss, weil er theoretisch ja von einer Allergie herrühren könnte.

Man könnte – ähnlich wie bei manchem Sterbegeld – zwei Varianten anbieten: Eine mit der üblichen Gesundheitsprüfung und eine mit Gesundheitserklärung und einer Höchstrente, die zum Durchschnittseinkommen im Land passt. Ein Zuschlag von fünf Prozent könnte dem Versicherer mehr Kalkulationssicherheit bieten, sollte im Gegenzug aber auch dazu führen, dass keine „Abrechnungsdiagnosen“ gezogen werden, wenn Leistungen beantragt werden.

Vielleicht ist 2020 ja genau das richtige Jahr, um auch in diesem Bereich neue Impulse zu setzen und Althergebrachtes zum Wohle neuer, funktionaler Lösungen aufzugeben. Die VEMA möchte diesen Denkanstoß gerne setzen und steht jedem Entscheider für einen Gedankenaustausch sehr gerne zur Verfügung.

Autor: www.vema-ag.de



Quelle: © DragonImages - AdobeStock.com

Kundenberatung der Zukunft: So wollen Makler nach Corona arbeiten

Corona transformiert die Arbeitswelt des Versicherungsmaklers. Das ist das Ergebnis einer Maklerbefragung, die die Brokertech-Plattform mobilversichert in Kooperation mit der Fachzeitschrift AssCompact im November 2020 durchgeführt hat. Im Rahmen einer Online-Umfrage wurden Vermittler nach den Lehren aus der COVID-19-Pandemie befragt. Das Stimmungsbild zeigt: Makler wollen künftig mehr remote beraten, sich intensiver mit dem Bestand beschäftigen und flexiblere Arbeitszeiten nutzen. Das größte Vertriebspotenzial für die Zukunft liegt aus Maklersicht in einer besseren Qualität und Analyse von Bestandsdaten. Allerdings können viele dieses Potenzial (noch) nicht heben.

Corona gestaltet die Arbeitswelt der Makler neu: 61 % der befragten Vermittler geben an, dass die Corona-Krise die Art und Weise, wie sie arbeiten, auch für die Zukunft nachhaltig verändert hat (Antwortoptionen "Ja, auf jeden Fall" und "Eher ja"). Demgegenüber stehen 28 %, die (eher) keinen nachhaltigen Einfluss auf ihre Arbeitsweise erkennen. 11 % sind bei der Frage unentschieden.

Remote-Beratung, Bestandsanalyse und Flexibilität stehen im Mittelpunkt, wenn es um konkrete Lehren aus der Krise geht. 52 % der Makler geben an, dass sie künftig mehr auf telefonische Kunden-Beratung setzen (Antwortoptionen "Stimme voll zu"



und "Stimme eher zu"). 44 % wollen sich mehr mit Bestandsdaten beschäftigen, um bestehende Versicherungslücken und Vertriebspotenziale aufzudecken. Fast 40 % gehen davon aus, dass sie in Zukunft in der Beratung flexiblere Arbeitszeiten nutzen werden. Die Video-Beratung spielt für etwas weniger Vermittler eine Rolle (36 %).

Daten bergen die größten Vertriebschancen. 53 % der Makler geben an, dass eine bessere Qualität und Analyse von Bestandsdaten zur Nutzung von Cross- und Upselling-Potenzialen für sie das größte Vertriebspotenzial verspricht (Antwortoptionen "Stimme voll zu" und "Stimme eher zu"). Einzelne digitale Tools und Services (z.B. zur Video-Beratung) liegen mit 48 % knapp dahinter. Danach erst folgen Kooperationen mit Pools (33 %) und Plattformen (31 %).

Datenpotenziale bleiben ungenutzt. 86 % der Makler geben an, dass sie die Potenziale im Bestand noch nicht vollumfänglich

ausschöpfen. 66 % davon ziehen zwar bereits einen Großteil der Daten heran, haben aber das Gefühl, dass es weiterhin viel Luft nach oben gibt. 20 % nutzen bislang wenige Daten, erkennen aber deren Potenzial. Nur 12 % glauben, dass sie die Datenpotenziale bereits vollumfänglich nutzen.

Zeitmangel und Datenqualität sind die häufigsten Hinderungsgründe. Das belegen die Antworten derjenigen, die die Potenziale der Daten im Bestand noch nicht in vollem Umfang nutzen: 47 % der Makler geben in der Einzel-Abfrage an, dass sie nicht genügend Zeit für eine Aufbereitung und Analyse der Daten haben (Antwortoptionen "Stimme voll zu" und "Stimme eher zu"). 35 % bekunden, die Daten der Versicherer seien teilweise fehlerhaft und nicht aktuell. 17 % fehlt nach eigenen Angaben das technische Verständnis zur umfangreichen Datennutzung.

Die Kundenberatung der Zukunft: erst digital, dann persönlich. So

lautet das Motto vieler Makler, wenn sie an die Beratung in fünf Jahren denken. Rund 49 % gehen von einem Szenario aus, in dem sie "Wo möglich digital, wo nötig persönlich" beraten. 10 % weniger (39 %) erwarten ebenfalls eine Kombination aus persönlicher und digitaler Beratung, allerdings mit anderem Schwerpunkt ("Wo möglich persönlich, wo nötig digital.") 8 % gehen von einer überwiegend persönlichen; 4 % von einer überwiegend digitalen Beratung aus.

"Wer sein Geschäft für die Zukunft auf digitale Beine stellen will, kommt am Thema Datenmanagement nicht vorbei", so Dr. Mario Herz, Geschäftsführer von mobilversichert. "Gerade der Bestand eröffnet riesige Potenziale, zum Beispiel für die individualisierte, smarte Kundenberatung oder automatisierte Vertriebsaktivitäten. Aber Vermittler brauchen mehr Unterstützung, um diese Potenziale zu heben." mobilversichert ist eine Transaktionsplattform, die Versicherern und Vermittlern eine digitale Infrastruktur

für die zeitgemäße Vermittlung im Neugeschäft sowie ein professionelles Bestandsmanagement bietet. Das Unternehmen hat eine Technologie entwickelt, mit der Makler aktuelle Kunden- und Vertragsdaten unkompliziert und zügig aus Versicherer-Portalen digital generieren, zusammenführen und vertriebslich einsetzen können. Die Transaktionsplattform will im kommenden Jahr die Daten-Services für Makler weiter ausbauen.

Autor: www.mobilversichert.de

Zufriedenheit mit Vermittlern erreicht höchsten Wert

Eine Befragung der Ratingagentur Assekurata hat ergeben, dass das Vertrauen und die Zufriedenheit der Versicherungsnehmer in Vermittler in den letzten vier Jahren deutlich zugenommen haben.

Von 2016 bis 2020 stieg es von 80,1 auf das bisher höchste Niveau von 85,3 Indexpunkten, wobei 100 der maximal erreichbare Wert ist.

„Dieses tolle Ergebnis zeigt, dass unsere Bemühungen der letzten Jahre für eine Neupositionierung und Anerkennung der Versicherungsvermittler gute Früchte tragen“, kommentiert der Präsident des Bundesverbandes Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) Michael H. Heinz das Ratingergebnis. „Unsere Initiativen zu Ehrbaren Versicherungskaufleuten und zum BVK-Berufsbild, das die Tätigkeit der Vermittler in der Trias Ehrbarkeit, Qualifikation und Unternehmertum sieht, zeigen Wirkung. Sie



Quelle: © NicoElNino - AdobeStock.com

bestätigen uns in unserer Ansicht, dass schon immer das nahe Verhältnis der Kunden zu ihren betreuenden Versicherungsvermittlern von Vertrauen und Zufriedenheit bestimmt war und ist.“

Assekurata interviewt im Rahmen ihrer Unternehmen-ratings schon seit 1996 Versicherungskunden. Dabei wird auch die Zufriedenheit mit den Vermittlern ermittelt, durch Fragen zum Vertrauen sowie zur Zufriedenheit mit der Beratung nach Vertragsabschluss und zur Betreuung. Von 2016 bis

2020 befragte Assekurata telefonisch insgesamt 22.100 Kunden von 35 unterschiedlichen Versicherungsgesellschaften, die alle Sparten und alle Vertriebswege abdecken. Die Ergebnisse werden auf eine Skala zwischen Null und 100 Punkten wiedergegeben, wobei ein Indexwert von 75 Punkten oder mehr ein sehr zufriedenstellendes Niveau darstellt.

„Der jetzt erreichte Höchstwert von 85,3 ist insofern ein tolles Ergebnis“, sagt BVK-Präsident Heinz. „Optimierungspotenzial sieht Assekurata noch in der Betreuung nach Vertragsabschluss und stellt fest, dass die Versicherer darauf achten müssten, keine durch Versicherungsvermittler unbetreuten Bestände zu haben. Dem können wir uns voll und ganz anschließen, um unseren sozialpolitischen Auftrag der Absicherung noch besser zu erfüllen.“

Autor: www.bvk.de

Neugeschäft und Vertriebswege in der Lebensversicherung – Banken profitieren am stärksten vom Zuwachs im Markt

Die Vertriebsanteile für das Neugeschäft mit Lebensversicherungen in Deutschland haben sich 2019 weiter zugunsten der Banken verschoben. Insgesamt betrugen die Einnahmen aus neu eingelösten Versicherungsscheinen (ohne Erhöhungssummen) 6,6 Milliarden Euro nach APE. Damit verzeichnen die Lebensversicherer fast eine Milliarde Euro mehr Neugeschäft als 2018 – dies geht vor allem zurück auf das wachsende Geschäft mit Einmalbeiträgen, von dem die Banken besonders profitieren. Das sind die Kernergebnisse der 21. Vertriebswege-Studie Lebensversicherung, die Willis Towers Watson für das Jahr 2019 erhoben hat.

2019 erhöhte sich das Neugeschäft aus laufenden Beiträgen um rund zehn Prozent auf 3,8 Milliarden Euro und jenes aus Einmalbeiträgen um 31 Prozent auf 27,4 Milliarden Euro. In der Gesamtbetrachtung von laufenden und Einmalbeiträgen blieben Einfirmenvermittler der führende Vertriebsweg: Sie hatten einen Neugeschäftsanteil von 32 Prozent, gefolgt von den Banken (30,6 Prozent) sowie der Gruppe der Makler und Mehrfachagenten (30 Prozent).

Einfirmenvermittler, Makler und Mehrfachagenten profitieren weniger stark vom Wachstum als Banken

Beim Blick nur auf das Einmalbeitragsgeschäft zeigt sich jedoch,

dass Banken mit 45,2 Prozent den Löwenanteil im Neugeschäft erzielten. Mit weitem Abstand folgen Makler und Mehrfachagenten (24,2 Prozent) sowie die Einfirmenvermittler (23 Prozent). „Der Zuwachs der Banken ist auf ihren sehr guten Kundenzugang zurückzuführen. Sie haben den besseren Einblick in die Finanzsituation ihrer Kunden und den Verkauf von Produkten gegen Einmalbeitrag in den vergangenen Jahren erfolgreich ausgebaut“, sagt Henning Maaß, Director Insurance Management Consulting bei Willis Towers Watson in Deutschland. Zwar haben sowohl die Einfirmenvermittler als auch die Makler und Mehrfachagenten Anteile an Banken verloren. Dennoch konnten sie, absolut betrachtet, ebenfalls ihr Neugeschäft signifikant steigern: Bei laufenden Beiträgen um elf Prozent (Einfirmenvermittler) und zehn Prozent (Makler und Mehrfachagenten) und bei Einmalbeiträgen um 24 Prozent (Einfirmenvermittler) und 25 Prozent (Makler und Mehrfachagenten).

TOP 10 Lebensversicherer: Marktkonzentration nimmt weiter zu

Vom Neugeschäftswachstum haben nicht alle Marktteilnehmer gleichermaßen profitieren können – es waren vor allem die Marktführer, die einen immer größeren Teil des Geschäfts auf sich vereinen. So haben die Top 10 der Lebensversicherer ihren Anteil auf 63 Prozent (Vorjahr: 61

Prozent) ausgebaut – fasst man die Einzelunternehmen zu Versicherungsgruppen zusammen, erzielten die Top 10 der Gruppen sogar 77 Prozent (Vorjahr: 76 Prozent). „Auch wenn die Konzentration nur langsam voranschreitet, lässt sich dennoch erkennen, dass die Marktführer ihren Anteil kontinuierlich ausbauen“, sagt Maaß. „Der Platz für die mittelgroßen bis kleinen Lebensversicherer wird kleiner. Sie müssen sich mehr fokussieren.“

Ausblick: Corona zementiert die Niedrigzinsphase

Der Bedarf an Altersvorsorgeprodukten wird auch 2020 und darüber hinaus weiter bestehen. „Allerdings stellt die Corona-Krise mit ihren Auswirkungen auf den Kapital- und Zinsmarkt für die Versicherer eine große Herausforderung dar“, so Michael Klüttgens, Leiter der Versicherungsberatung bei Willis Towers Watson in Deutschland. „Durch die zunehmend hohe Verschuldung vieler Staaten bleiben die Zinsen wohl noch sehr lange auf Rekordniedrigniveau, sodass es immer schwieriger wird, Garantien über null Prozent zu bieten.“ Der Trend zu Produkten mit geringeren Garantien wird sich nun deutlich beschleunigen. Auch fondsgebundene Angebote ohne Garantien werden wieder bedeutender.

Autor: www.willistowerswatson.com

FPSB Deutschland reagiert mit neuem Zertifikat auf stark steigenden Beratungsbedarf bei der privaten Vermögensnachfolge

Zwischen 2015 und 2024 sollen laut dem Deutschen Institut für Altersvorsorge rund 2,1 Billionen Euro vererbt werden. Und in 23 Prozent der Erbfälle geht es um Summen in Höhe von 250.000 Euro und mehr, wobei Struktur und Komplexität der Erbmasse immer weiter zunehmen. „Gleichzeitig aber stellen wir immer wieder fest, dass sich viele Menschen hierzulande noch gar keine oder kaum Gedanken über das Thema Vererben gemacht haben“, informiert Professor Dr. Rolf Tilmes, Vorstandsvorsitzender des Financial Planning Standards Board Deutschland e.V. (FPSB Deutschland) und folgert: „Wir gehen deshalb davon aus, dass der Beratungsbedarf bei der Vermögensweitergabe in den kommenden Jahren massiv zunehmen wird.“ Auf diesen steigenden Bedarf hat der FPSB Deutschland, der Verband der Finanzplaner, reagiert und bietet mit dem CGA® CERTIFIED GENERATIONS ADVISOR ein neues Gütesiegel im Generationenmanagement an. Das Zertifikat bildet die erste Stufe zur Zertifizierung zum CERTIFIED FOUNDATION AND ESTATE PLANNER. „Wir arbeiten damit weiter aktiv an einer Verbreiterung der Zertifikatebasis und wollen dem steigenden Bedarf an einer qualifizierten Beratung im Bereich der Vermögensnachfolge durch entsprechende Ausbildungsvorgaben gerecht werden“, erklärt Tilmes weiter.

Laut einer Studie der Deutschen Bank haben lediglich 58 Prozent der Menschen über 65 Jahre hier-

zulande ein Testament. Bei den 50- bis 64-Jährigen sind es sogar nur 36 Prozent. Und nur knapp ein Fünftel der Menschen in dieser Altersgruppe hat sich überhaupt näher Gedanken zum Thema Vererben gemacht. Bei den über 65-Jährigen sind es weniger als die Hälfte. Zugleich erachtet mehr als drei Viertel der deutschen Bevölkerung das Erbrecht hierzulande als kompliziert.

„Tatsächlich stellen wir immer wieder fest, dass im Bereich der Vermögensweitergabe erhebliche Wissenslücken bei den Kunden bestehen. Gleichzeitig wächst der Wunsch nach einem Gespräch mit einem Berater mit Kenntnissen im Bereich Generationenberatung“, so Prof. Tilmes, der neben seiner Vorstandstätigkeit auch Academic Director Finance & Wealth Management an der EBS Executive School, Oestrich-

chende Spezialkenntnisse fehlen. Um diese Qualität in der Beratung erlebbar zu machen und um diese Lücke zu schließen – im Vorfeld und in Abgrenzung zur Beratung der rechtlichen Berufsgruppen –, positioniert der FPSB Deutschland als Standardsetzer das neue Zertifikat und unterstützt die Estate Planning Initiative.

Ein Professional mit der Ausbildung zum CGA® CERTIFIED GENERATIONS ADVISOR ist spezialisierter Finanzplaner, der die Gesamtstrukturierung des Privatvermögens, möglicher Vermögensübergänge, aber auch die Absicherung und persönliche Vorsorge im Zusammenspiel mit Vorsorgevollmachten, Patientenverfügungen u.ä. ganzheitlich und systematisch für seine Kunden analysiert, bewertet und entsprechende Handlungsoptionen aufzeigt.



Winkel, ist. Kunden möchten sich eigentlich mit dem Thema auseinandersetzen, sind dennoch aufgrund der Emotionalität zurückhaltend, und werden in der Regel von ihren Finanzberatern auch nicht angesprochen, weil diesen entspre-

Da es der FPSB Deutschland als seine Aufgabe sieht, aktuellen Entwicklungen am Markt und in der Gesellschaft gerecht zu werden, hat der Verband das Qualitätssiegel CGA® CERTIFIED GENERATIONS ADVISOR eingeführt. Es ergänzt

das Zertifikatsangebot des FPSB, das bislang den EFPA European Financial Advisor® EFA, den CERTIFIED FINANCIAL PLANNER®-Professional sowie für die Vermögens- und Unternehmensnachfolge den CERTIFIED FOUNDATION AND ESTATE PLANNER-Professional umfasst.

Qualitativ hochwertige Ausbildung zum Generationenplaner

„Der FPSB zertifiziert seit über 15 Jahren Professionals im Bereich der Vermögensnachfolge und hat vor über drei Jahren in den akkreditierten Ausbildungsprogrammen im Estate Planning einen modularen Aufbau eingeführt“, sagt Prof. Tilmes. „Dies trägt nun Früchte.“ Durch den Abschluss der ersten Stufe und das Bestehen der Zentralprüfung kann jetzt der Titel CGA® CERTIFIED GENERATIONS ADVISOR erworben werden. Das Level I dieser Ausbildung legt den Fokus auf die private Vermögensnachfolge und ist die erste Stufe zur Zertifizierung zum CERTIFIED FOUNDATION AND ESTATE PLANNER. Das Level II stellt unternehmerische und internationale Aspekte sowie Fragen des Stiftungswezens in den Vordergrund. Damit erfolgt die Ausbildung im Bereich der Vermögensnachfolge ähnlich wie bei der Finanzplanung. Dort ist die Ausbildung zum EFPA European Financial Advisor® EFA der erste Schritt zum Erreichen des Zertifikats CERTIFIED FINANCIAL PLANNER®-Professional.

Estate Planning ist Financial Planning, zu Ende gedacht

Die Idee hinter der Einführung des CGA® ist es, den Menschen bei der Gesamtstrukturierung des Vermögens im Hinblick auf die Vermögensweitergabe an die nächste Generation eine professionelle Beratung zur Seite zu stellen. Finanzplaner im allgemeinen und insbesondere Generationen-

planer sorgen dafür, das Vermögen unter Berücksichtigung der spezifischen finanziellen, steuerlichen, rechtlichen, persönlichen und familiären Ausgangslage planmäßig im Sinne des Vermögensinhabers zu sichern, zu konservieren und zu übertragen. Konkret gehört es zu den inhaltlichen Kompetenzen eines Generationenmanagers, seine Kunden im Bereich des privaten Vermö-



Quelle: © BillionPhotos.com - Fotolia.com

gens zu beraten, den Prozess der Erstellung von Vollmachten, Verfügungen oder des Testaments zu begleiten und ihnen mit ausgeprägter kommunikativer und mediativer Fähigkeit zur Seite zu stehen. Dabei übernimmt der Generationenplaner mit zunehmendem Spezialisierungsgrad primär koordinierende Aufgaben und überlässt steuerliche und rechtliche Themen Spezialisten, auch wenn er selbst Kenntnisse dazu hat.

„Dass wir mit dem CGA® einen weiteren Schritt in die richtige Richtung gehen, zeigt das bereits jetzt schon große Interesse an dieser Zertifizierung“, sagt der FPSB-Vorstand. Entscheidend ist dabei aus Kundensicht, dass der Verband wie bei allen Zertifizierungen auch hier höchste Ansprüche an die Ausbildung legt, und dass die Zertifikatsträger den Standes- und Ethikregeln

des FPSB Deutschland verpflichtet sind, die das Kundeninteresse an erste Stelle stellen.

„Zudem haben wir in Anlehnung an die Grundsätze ordnungsmäßiger Finanzplanung die Grundsätze ordnungsmäßigen Estate Plannings entwickelt, an die sich alle vom FPSB Deutschland zertifizierten Professionals zu halten haben“, so Tilmes weiter. Bei Nicht-

Einhaltung der Standesregeln und Beratungsgrundsätze drohen dem Zertifikatsträger Sanktionen durch das Ehrengericht des FPSB Deutschland. „Generationenplaner verfügen somit über die ideale Ausbildung, um Kunden bei der Weitergabe ihres Vermögens ganzheitlich, individuell und auf qualitativ höchstem Niveau zu beraten.“

Die Zertifizierung zum CGA® CERTIFIED GENERATIONS ADVISOR hat eine Gültigkeit von zwei Jahren. In dieser Zeit müssen die Zertifikatsträger sich kontinuierlich weiterbilden, um jeweils für weitere zwei Jahre rezertifiziert zu werden. Die Verpflichtung zur kontinuierlichen Weiterbildung garantiert den Kunden, dass ihre zertifizierten Berater immer auf dem aktuellen Wissensstand für sie tätig werden.

Autor: www.fpsb.de

Klarer Trend zu Online-Lernen bei Weiterbildung der Versicherungsbranche

Die Weiterbildungsbranche hat sich im letzten Jahr auf Grund der Pandemie und den sich daraus ergebenden Einschränkungen extrem gewandelt. Um diese Auswirkungen auf das Weiterbildungsverhalten und die Präferenzen unserer Kunden genauer zu hinterfragen, haben wir als DVA im 2. Halbjahr 2020 eine Online-Umfrage zum Thema „Online-Lernen“ durchgeführt, an der insgesamt 259 Weiterbildungsnutzer der DVA teilnahmen. Befragt wurden in Vollzeit arbeitende Angestellte in Versicherungsunternehmen im Alter von 20-60+ Jahren.

Wichtigste Fragestellung war hierbei die Selbsteinschätzung der Teilnehmer als „Präsenz-“ oder „Onlinetyp“. Die Umfrage zeigt, dass Präsenzveranstaltungen bei 60% der Befragten noch eine große Rolle spielen, aber bereits ca. 40% der Befragten sich dem Onlinetyp zuordnen.

Zu diesem Onlinetyp zählen vermehrt jüngere Teilnehmer (46% der 21-30-Jährigen; nur 33% der 51-60-Jährigen). Geschlechterunterschiede gibt es keine.

Der Online-Fokus unterscheidet sich auch zwischen den verschiedenen Versicherungsstrukturen – so ordnen sich 50% der unbundenen Vermittler dem Onlinetyp zu während diese Ausrichtung bei den Versicherungsmitarbeiter bei 38% liegt.



Quelle: © Murrstock - AdobeStock.com

Ein weiterer Trend zeigt sich auch abhängig von der Position. So weisen sich besonders Führungskräfte (60% der Befragten) und Selbständige (64% der Befragten) häufiger als „Onlinetyp“ aus. Innendienst/Service-Center-Mitarbeiter zeigen etwas weniger Online-Affinität (36%) als der Außendienst/Vertrieb und sonstige Betriebsbereiche (je 42%).

Wir haben die Teilnehmer gefragt wieviel Prozent Online-Anteil sie sich im Jahr 2021 bei den DVA/DMA-Angeboten wünschen. Dabei wird im Durchschnitt der Wunsch nach Veranstaltungen sichtbar, die zu 50% in Präsenz und zu 50% Online stattfinden. Ein Interesse für Blended Learning Formate ist also deutlich zu erkennen.

Die Daten zeigen, dass die Teilnehmer unserer Weiterbildungen sich speziell Online-Angebote bei Lernprogrammen und Seminaren wünschen.

Im Gegensatz dazu zeigt sich bei Tagungen ganz klar der Fokus auf Austausch und persönlichem Kontakt – hier liegt die Akzeptanz von Online-Tagungen selbst beim „Online-Typ“ mit 50% relativ niedrig.

Die Vorteile von Online-Lernformaten sehen unsere Kunden hauptsächlich in der einfachen Erfüllung der gesetzlichen und betrieblichen Vorgaben, dem vermeiden die Gefahr vor einer Infektion wie COVID-19, sowie der Möglichkeit DVA/ DMA-Zertifikat auch Online zu erwerben. Der persönliche Austausch spielt dabei – wie zu erwarten – keine große Rolle.

Beim Besuch einer Online-Weiterbildung ist den Befragten besonders wichtig, dass zum einen ein Moderator die Schulungsinformationen vermittelt, aber zum anderen diese aber auch ohne Ton komplett verständlich sind. Die Inhalte sollen im Nachgang heruntergeladen und gedruckt werden können. Zudem sollte die Online-Weiterbildung zu jeder Tages- und Nachtzeit abrufbar sein und ein digitales Zertifikat sollte dem Teilnehmer nach erfolgreicher Durchführung zur Verfügung gestellt werden.

Weitere Informationen:

www.versicherungsakademie.de/DVA-Marktstudie

Autor: www.versicherungsakademie.de

DIHK/BaFin:

Anforderungen an die IDD-Weiterbildung werden präzisiert

Der DIHK und die BaFin haben ihre FAQs zur Weiterbildungsverpflichtung nach § 34d Absatz 9 Satz 2 GewO („IDD-Weiterbildung“) überarbeitet und präzisiert. Am stärksten wurde die Frage „Wer ist zur Weiterbildung verpflichtet?“ ergänzt. Dabei haben die Institutionen den Begriff der „Schadenregulierung“ präzisiert. Dies ist vor dem Hintergrund wichtig, dass gemäß § 34d GewO das „Mitwirken bei Verwaltung und Erfüllung von Versicherungsverträgen, insbesondere im Schadensfall“ als Versicherungsvertrieb angesehen wird und somit die Weiterbildungsverpflichtung auslöst.

Schadenregulierung beschränkt sich gemäß den überarbeiteten FAQs von DIHK und BaFin „auf die Tätigkeiten, die Einfluss auf das Regulierungsergebnis (Regulierung oder Ablehnung der Regulierung eines Schadens) haben können und somit eine Würdigung umfassen, ob ein Versicherungsfall vorliegt oder nicht.“

Wer also lediglich die Anzeige eines Versicherungsfalls entgegennehme und wer sich auf die bloße Korrespondenz zur Klärung des Sachverhalts beschränke, betreibe demnach keine Schadenregulierung. Somit betreibe er auch keinen Versicherungsvertrieb, der eine Weiterbildungsverpflichtung auslösen würde. Zusätzlich stellten BaFin und DIHK klar, dass das folgende Kriterium für die Weiterbildungsverpflichtung wichtig sei: Können Beschäftigte mit ihrer Tätigkeit

Einfluss auf den Vertragsinhalt nehmen oder nicht?

„Die erste Version der FAQ stammt erst von Ende Oktober 2020. Wenn es jetzt schon die erste Überarbeitung gibt, dann zeigt das, wie groß die Notwendigkeit nach einer einheitlichen Anwendung der Weiterbildungsverpflichtung ist“, interpretiert GOING PUBLIC! Vorstand Dr. Wolfgang Kuckertz die aktuelle Überarbeitung.

Weiterhin werden folgende Punkte präzisiert:

Beim Selbststudium (egal ob online oder über Printmedien) wird betont, dass die Lernerfolgskontrolle nachweisbar sein muss.

Während ihrer Ausbildungszeit fallen Azubis nicht unter die Weiterbildungsverpflichtung – es sei denn, der Azubi ist außerhalb der

Ausbildung noch vertrieblich tätig.

Schulungen zu „versicherungsspezifischer Beratungs- und Angebotssoftware sowie zur elektronischen Antragsaufnahme“ können als Weiterbildung angerechnet werden, sofern sie die weiteren Anforderungen erfüllen. Allgemeine Softwareschulungen (zum Beispiel MS Office) zählen jedoch nicht dazu.

Dozententätigkeit kann als Weiterbildung angerechnet werden: einmal pro Jahr und mit dem Zeitvolumen, das die Teilnehmer/innen gutgeschrieben bekommen.

Einen ausführlichen Vergleich der beiden FAQ-Versionen finden Interessierte hier: https://www.akademie-fuer-finanzberatung.de/public/4607555_15_Stunden_IDD_Versicherungsweiterbildung_gemaess_34d/

Autor: www.akademie-fuer-finanzberatung.de



Quelle: © tippapatt - AdobeStock.com

VSH-Versicherungssumme reicht oft nicht

Die häufige Versicherungssumme von 1,5 Millionen bei VSH-Verträgen für Vermittler ist zu niedrig. Darauf weist der SdV e.V. hin und erläutert dies anhand eines gerade regulierten Schadens.

Einem württembergischen Maschinenbauer mit 46 Mitarbeitern entstand durch Feuer in Lager-/Produktionshallen ein Schaden in Höhe von 16 Millionen Euro. Dabei wurden auch Vorräte im Wert von 4,7 Millionen Euro vernichtet. Die Versicherungssumme für die Vorräte betrug jedoch nur 960.000 Euro.

Über 4 Millionen Euro Schadenersatz von Makler gefordert

Die Summe für die Vorräte hatte der Versicherungsnehmer bei Vertragsschluss angegeben. Einige Monate später schickte er eine Mail an den Versicherungsmakler, weil beim Jahresabschluss Vorräte im Wert von 3,7 Millionen festgestellt wurden und weitere Vorräte im Wert von 800.000 Euro noch hinzugekommen seien. Der VN bat um Prüfung, ob der Vertrag insofern geändert werden muss.

Der Versicherungsmakler leitete die Information zwar an den Versicherer weiter, hakte dort aber nicht nach als keine Bestätigung kam. So blieb es bei der ursprünglich vereinbarten Versicherungssumme.

Nun verlangt der VN über seinen Anwalt für die nicht versichert gewesenen Vorräte 3,74 Millionen Euro Schadenersatz von seinem Versicherungsmakler. Der Vorwurf lautet, nicht für ausreichenden Versicherungsschutz gesorgt zu haben. Darüber hinaus wurden vom Versicherer Abzüge wegen Obliegenheitsverletzung bezüglich elektrischer Anlagen vorgenommen. Diese lastete der VN ebenfalls der fehlenden Aufklärung durch den Versicherungsmakler an, so dass sich seine Forderung auf etwa 4 Millionen Euro belief.

Nicht bei Versicherungssummen sparen

In diesem Fall ist die gängige Versicherungssumme von 1,5 Millionen Euro weit überschritten. Nur eine ausreichend hohe Exzedenten-Deckung bewahrte dann

noch den Versicherungsmakler vor dem finanziellen Aus.

„Die meisten Makler ahnen gar nicht, dass sie den eigenen Ruin riskieren, wenn sie bei ihrer VSH nur die gesetzlich vorgeschriebene Summe versichern.“ sagt Christian Sünderswald, geschäftsführender Vorstand des SdV. „Selbst bei kleinen Firmen-Kunden können sehr große Schäden entstehen. Wenn diese dann mit Forderungen an den Makler herantreten, darf dessen VSH-Versicherungssumme nicht zu niedrig sein. Da hat man wirklich am falschen Ende gespart.“ Für Großschäden, wie in diesem Fall, bieten wir unseren versicherten Mitgliedern eine Exzedenten-Deckung von bis zu 20 Millionen Euro. So sind Vermittler bestens abgesichert, selbst wenn mehrere große Schadenereignisse innerhalb der Versichertengemeinschaft eintreten. Damit gehört dieses VSH-Angebot zu den besten und leistungsstärksten am Markt. Weitere Infos und ein Online-Rechner sind auf der Webseite <https://m1.sdv-online.de/sdvvermittlerschutz> zu finden. Autor: www.sdv-online.de



Quelle: © jirsak - AdobeStock.com

Konkrete Handlungsempfehlungen zur OFF-VO („Nachhaltigkeits-VO“) und die Fragen zur Vermeidung der Maklerhaftung

von Rechtsanwälten Timmermann/Michaelis, Kanzlei Michaelis Rechtsanwälte

Im folgenden Beitrag geben wir eine klare Handlungsorientierung bzgl. der derzeit bekannten Einzelheiten zu der Off-VO[1]. Unter

1.) wird auf den regulativen Gesamtzusammenhang der supranationalen Vorschriften eingegangen, unter

2.) die Vorgaben der Normen genannt und unter

3.) derzeit mögliche Handlungsempfehlungen gegeben.

Zu 1.) Regelungskontext – Sinnzusammenhang

Im Laufe der vergangenen zwei Jahrhunderte hat sich uns in Europa ein Bild von Privatrecht eingeprägt, das gekennzeichnet ist durch die Staatlichkeit der Normen, durch die Existenz grundsätzlich nur einer Regelungsebene, der Vorstellung, dass sich das Privatrecht vom öffentlichen Recht als eigenständiger Bereich abtrennen lässt und dass es sich um dabei ein nach innerer Widerspruchsfreiheit strebendes System handelt, das bestimmten methodischen Prinzipien folgt.

Durch die europäische Integration sieht sich dieses Bild von Privatrecht in zunehmendem Maße infrage gestellt. Dabei standen die Entwicklungen zunächst im Schlaglicht sog. „edukatorischer Gesetz-

gebung“. [2] Von edukatorischem Charakter i.w.S. kann gesprochen werden, sobald eine Regelung ihrer Intention nach zur Einübung bestimmter, vom Gesetzgeber als erwünscht betrachteter Verhaltensweisen führt. [3] Einer explizit – etwa in der Gesetzesbegründung – vom Gesetzgeber formulierten Regelungsintention wird man es gleichstellen müssen, wenn der verhaltenssteuernde Effekt faktisch bewirkt wird und sich bruchlos in den objektiv verstandenen Regelungszweck einer Norm einfügt.

Von edukatorischem Charakter i.e.S. kann gesprochen werden, wenn Rechtsnormen auf die Herbeiführung eines Bewusstseinswandels hinwirken. Vereinfacht ausgedrückt: Wenn sie bewirken sollen, dass der Normadressat ein bestimmtes Verhalten nicht nur zur Herbeiführung vorteilhafter und zur Vermeidung nachteilhafter Rechtsfolgen übt, sondern deswegen, weil er dieses Verhalten als „richtiges“ Verhalten verinnerlicht hat. [4]

Hierher gehört nun m.E. durch aus die sog. paternalistische Privatrechtsgesetzgebung. Diese basiert ebenfalls auf der verhaltens-theoretischen Grundlage.

Die ökonomische Theorie kannte in ihrer neoklassischen Ausprägung traditionell drei Gründe, die ein staatliches Eingreifen in den Marktprozess rechtfertigen:

- eine Verbesserung der Allokation von Ressourcen,
- eine Erhöhung der gesamtwirtschaftlichen Wohlfahrt durch Umverteilung von Einkommen und Vermögen, sowie
- makroökonomische Stabilisierung. [5]

Jüngst ist ein weiterer Grund hinzugekommen, nämlich die unvollständige individuelle Rationalität. Die ersten drei genannten Gründe beziehen sich auf die gesellschaftliche Interaktion von Individuen. Ausgrenzungen führen beispielsweise zu einer ineffizienten Allokation von Ressourcen, aber fast immer auch zu einem Konflikt zwischen Verursacher und Betroffenen. In einer Welt mit positiven Transaktionskosten, in der beide Parteien diesen Konflikt nicht ohne weiteres unter sich lösen können, kann der staatliche Eingriff effizient sein.

Ähnliches gilt für die Umverteilung von Einkommen, die Individuen aufgrund ihrer divergierenden Interessen naturgemäß kaum dezentral und freiwillig regeln können, sowie für die konjunkturelle Stabilisierung, welche die Funktionsbedingungen der Marktwirtschaft insgesamt verbessern soll und insoweit ein öffentliches Gut darstellt.

Anders sieht es beim vierten

Grund aus. Hier geht es, zumindest vordergründig, darum, individuelle Entscheidungsdefizite auf der Ebene des einzelnen Entscheidungsträgers so zu korrigieren, dass das Ergebnis für ihn selbst besser ist.

Die Rechtfertigung für eine Intervention liegt also gerade nicht in Konflikten zwischen Individuen oder in über-individuellen, gesellschaftlichen Wohlfahrtskriterien und unterscheidet sich damit wesentlich von den bisher regelmäßig herangezogenen Argumenten für korrigierende Eingriffe in die dezentralen Entscheidungen von Marktteilnehmern. Es geht hier tatsächlich um paternalistische Eingriffe, also um solche, bei denen der Eingreifende mit Sicherheit oder zumindest hoher Wahrscheinlichkeit davon ausgeht, angeblich besser als Betroffene zu wissen, welches Verhalten in dessen eigenem Interesse wäre.

Warum erlauben der Staat und die supra-nationale Einrichtung EU sich nun diese Anmaßung? Moderne demokratische Verfassungsstaaten sind vom Leitbild des normativen Individualismus bestimmt: Der Einzelne ist frei, seinen Neigungen und Interessen zu folgen. [6] Staatliche Behinderungen dieser Freiheit müssen gerechtfertigt werden. Eine solche Rechtfertigung gelingt relativ unproblematisch nach dem „no harm“-Prinzip: Die eigene Freiheitsausübung darf Rechte Dritter nicht verletzen.

Staatlicher Paternalismus, der Schutz eines Dritten vor sich selbst, lässt sich hingegen aus Sicht des normativen Individualismus nur unter sehr eingeschränkten Bedingungen begründen. Für John Stuart Mill, dem Ahnherrn des Utilitarismus, war klar, dass Kinder und Geisteskranke vor sich selbst geschützt werden müssen. Gegenüber dem vernunftbe-

gabten Normalbürger hingegen sollten allenfalls retardierende Interventionen gestattet werden, um Informationsmängel auszugleichen. Genau an dieser Stelle setzen Befürworter des modernen Paternalismus ein: Auch das Handeln der sog. „Normal-Bürger“ folgt oft nicht der pareto-Rationalität, sondern muss unter den Bedingungen begrenzter Rationalität entscheiden. [7] Wir handelten eben oft nicht vernünftig, sondern im Grunde wie Kleinkinder; dies auch im Wirtschaftsleben. Mag diese Beobachtung der Verhaltensökonomik wohl richtig sein, doch genügt sie auch, um die Grundannahmen des normativen Individualismus auszuhebeln? [8]

Ist es aus Sicht einer normativen politischen Theorie sinnvoll, unter Rückgriff auf die Einsichten der „Behavioural Economics“ die Interventionsgründe für den Staat unbegrenzt auszuweiten? Staatliches Nudging will menschliches Verhalten bevormundend steuern. Das gilt es zunächst einmal festzuhalten. Es muss sich als paternalistische Intervention deshalb m.E. besonders hohen Rechtfertigungsanforderungen stellen. [9]

Moral wird immer dann aktiviert, wenn die aktuellen Probleme sich nicht mehr im Rahmen herkömmlicher rechtlicher und sozialer Muster lösen lassen. Im Hintergrund dieses nun anrollenden Regulierungs-Instrumentariums der EU im Zuge des „Green Deals“ [10] steht die Erkenntnis, dass die (inzwischen) überschuldeten Wohlfahrts-Staaten mit einem bloß weiteren Aufblähen der Gesetzes-Produktion keine Antwort mehr auf die modernen, globalen Probleme mehr geben können. [11] Der erreichte Grad sozialer und wirtschaftlicher Komplexität schafft eine Netzwerk-Gesellschaft und verlangt zur Problemlösung nicht nur nach einem quantitativen-, sondern nach einem qualitativen

Anstieg der Modellbildung und rechtlicher Problemlösung.

Zu 2.) Nachhaltigkeit

Die beiden Regelwerke stehen künftig bei der Regulierung der „Nachhaltigkeit“ im Vordergrund:

- die VO (EU) 2019/2088 über nachhaltigkeitsbezogene Offenlegungspflichten im Finanzdienstleistungssektor („Disclosure-VO“), die auf den Finanzsektor gerichtet ist und neue Transparenzpflichten begründet;
- die VO (EU) 2020/852 über die Errichtung eines Rahmens zur Erleichterung nachhaltiger Investitionen („Taxonomie-VO“), die an die Wirtschaftstätigkeit von Unternehmen anknüpft und fragt, ob diese ökologisch nachhaltig ist.

Hintergrund der neuen Regeln sind aus Sicht des EU-Gesetzgebers bestehende Informationsasymmetrien, die derzeit nach wie vor verhindern, dass Investoren sich über die Nachhaltigkeit ihrer Investitionen hinreichend informieren können.

Es fehle an einer harmonisierten Offenlegung. Neben der bereits praktizierten Offenlegung zu finanziellen Risiken sind daher künftig auch nachhaltigkeitsbezogene Informationen zu berichten. Damit sollen Kapitalflüsse verstärkt zu nachhaltigen Investitionen gelenkt werden. [12]

Schon seit einiger Zeit gelten zahlreiche qualitative Vorgaben zur Nachhaltigkeit. Im Vordergrund steht dabei die (vollständige) Erfassung von Nachhaltigkeitsrisiken, d.h. von Risiken für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sowie Reputation infolge von Umwelt- und ggfs. sozialen Risiken. Weniger Beachtung finden hingegen die tat-

sächlichen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren (d.h. Umwelt-, Sozialbelangen, inkl. Arbeitnehmerbelangen, Achtung der Menschenrechte und Bekämpfung von Korruption und Bestechung). So stellt die Klimaerwärmung z.B. ein Nachhaltigkeitsrisiko für Investoren in Agrarbetriebe dar. Die BaFin veröffentlichte bereits 2019 ein Merkblatt zum Umgang mit Nachhaltigkeitsrisiken. [13] Es verpflichtet von der BaFin beaufsichtigte Unternehmen, Nachhaltigkeitsrisiken umfassend zu ermitteln und zu bewerten. Im November 2020 erschienen parallel auch die Leitlinien der EZB zu Klima- und Umweltrisiken, die auf von der EZB beaufsichtigte, bedeutende Institute Anwendung finden. Im Wesentlichen bilden diese Regeln jedoch weitgehend lediglich die Inhalte des o.g. sektorübergreifenden BaFin-Merkblatts bzw. der EZB-Leitlinien ab und werden als eigenständige Anforderungen keine größeren Auswirkungen auf die Marktpraxis der deutschen Finanzindustrie mehr haben. [14]

a) Nachhaltigkeitsbegriff

Die Disclosure-VO folgt einem weiten Verständnis des Nachhaltigkeitsbegriffs. Nachhaltig sind demnach Investitionen in eine wirtschaftliche Tätigkeit,

die zur Erreichung eines Umweltziels (ökologisches Ziel) oder

die zur Erreichung eines sozialen Ziels beiträgt (vgl. Art. 2 Nr. 17 Disclosure-VO).

Zu unterscheiden ist damit die ökologische und die soziale Nachhaltigkeit. Der Begriff der ökologischen (nicht jedoch der sozialen) Nachhaltigkeit wird in der Taxonomie-VO weiter konkretisiert. Damit soll „Greenwashing“, also die Vermarktung eines Finanzprodukts als umweltfreundlich, obwohl es grundlegenden Um-

weltstandards nicht entspricht, verhindert werden. Die Taxonomie-VO legt künftig EU-weit verbindlich fest, ob und inwieweit eine Wirtschaftstätigkeit als ökologisch nachhaltig einzustufen ist. Diese Nachhaltigkeitseinstufung wird dann von anderen Regelwerken übernommen, z.B. von der Disclosure-VO. Darüber hinaus enthalten die Disclosure- und Taxonomie-VO Mindestanforderungen u.a. an die Unternehmensführung (Governance) und an soziale Standards.

b) Adressaten

Die Disclosure- und Taxonomie-VO richten sich an unterschiedliche Adressaten.

(1) Adressaten der Disclosure-VO

Verpflichtete der Disclosure-VO sind „Finanzmarktteilnehmer“ (vgl. Art. 2 Nr. 1 Disclosure-VO) und „Finanzberater“ (vgl. Art. 2 Nr. 11 Disclosure-VO) in Bezug auf sog. „Finanzprodukte“ i.S. des Art. 1 Nr. 1, 11 und insb. 12 Disclosure-VO.[15]

Finanzberater nach Maßgabe der Disclosure-VO sind Kredit- und Finanzdienstleistungsinstitute sowie Versicherungsvermittler und -unternehmen „der Versicherungsberatung für IBIP erbringt“, vgl. Art. 2 Nr. 11 lit. a) und b) Disclosure-VO[16];

Finanzmarktteilnehmer sind Kredit- und Finanzdienstleistungsinstitute als Finanzportfolioverwalter, Manager von kollektiven Vermögensanlagen (Fonds), Einrichtungen der betrieblichen Altersvorsorge und Hersteller von Altersvorsorgeprodukten sowie Versicherungsunternehmen in Bezug auf das Angebot von Versicherungsanlageprodukten (sog. IBIP).

Damit erhebt die Disclosure-VO nicht den Anspruch, umfassende Transparenzvorschriften für alle Finanzprodukte über alle Ver-

triebskanäle zu begründen. Erfasst werden primär Beratungsfälle. Ferner erfasst die Disclosure-VO für den Versicherungsvermittler nur die dort genannten Finanzprodukte der IBIP.

(2) Finanzprodukte

Die Disclosure-VO unterscheidet zwischen Finanzprodukten, die ein nachhaltiges Investment anstreben und solchen, auf die dies nicht zutrifft.

Art. 2 Nr. 12 Disclosure-VO nennt als Finanzprodukte explizit:

- ein Portfolio, das verwaltet wird;
- einen alternativen Investmentfonds (AIF);
- ein IBIP;
- ein Altersvorsorgeprodukt;
- ein Altersversorgungssystem;
- einen Organismus für gemeinsame Anlagen in Wertpapieren (OGAW) oder
- ein PEPP.

In Art. 4 Nr. 2 PRIIP-VO – auf die die Disclosure-VO Bezug nimmt – werden „Versicherungsanlageprodukte“ als Versicherungsprodukte definiert, die „einen Fälligkeitwert oder einen Rückkaufwert bieten, der vollständig oder teilweise direkt oder indirekt Marktschwankungen ausgesetzt“ ist. In den Anwendungsbereich der PRIIP-VO fallen somit auch LV-Verträge und innerhalb dieser Sparte vornehmlich die kapitalbildende LV in ihren unterschiedlichen Erscheinungsformen. Angesichts der weit gefassten Definition und des bezweckten Kleinanlegerschutzes soll es grundsätzlich keinen Unterschied machen, in welcher Art und Weise

der Versicherer das ihm zur Verfügung gestellte Kapital anlegt, insbes. ob es sich bei dem Vertrag um eine fondsgebundene oder eine konventionelle Kapital-LV handelt. [17] Wurden gem. Art. 2 Abs. 2 PRIIP-VO wiederum bestimmte Versicherungsprodukte vom Anwendungsbereich ausgenommen sind, darunter Altersvorsorgeverträge, sind diese durch Art. 2 Nr. 12 Disclosure-VO wieder aufgenommen.

c) Anzugebende Informationen

Im Detail begründet die Disclosure-VO folgende Transparenzpflichten:

Veröffentlichung der Unternehmensstrategie zum Umgang mit Nachhaltigkeitsrisiken – unterschieden werden muss hier aber nach den Anforderungen, die an Finanzmarktteilnehmer und an Finanzberater zu stellen sind. Der Finanzmarktteilnehmer haben sich zur Einbeziehung von Nachhaltigkeitsrisiken in Investitionsentscheidungsprozesse zu äußern (vgl. Art. 3 Abs. 1 Disclosure-VO) und Finanzberater hierzu im Rahmen ihrer Beratungsdienstleistung (vgl. Art. 3 Abs. 2 Disclosure-VO).

Veröffentlichung von Informationen zu den wichtigsten nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren. Die Regelung unterscheidet inhaltlich wieder zwischen Finanzmarktteilnehmern und Finanzberatern.

Finanzmarktteilnehmer sind verpflichtet eine Erklärung „über Strategien zur Wahrung der Sorgfaltspflicht im Zusammenhang mit den nachteiligen Auswirkungen von Investitionsentscheidungen“ im Internet zu veröffentlichen (vgl. Art. 4 Abs. 1 Disclosure-VO). Gegenstand ist damit die Darlegung interner Organisations- und Verhaltensvorgaben, die sicherstellen sollen, dass wichtige, nachteilige Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren bei Investitionspro-

zessen zutreffend erkannt und bewertet werden. Finanzmarktteilnehmer müssen dann ihre Entscheidung jedoch im Internet begründen und ggf. mitteilen, ob und wann erstmals die Berücksichtigung nachteiliger Auswirkungen geplant ist (vgl. Art. 4 Abs. 1 lit. b) Disclosure-VO).

Der Umfang der Offenlegung für Finanzberater ist dagegen erheblich begrenzter (vgl. Art. 4 Abs. 5 Disclosure-VO): Insoweit ist lediglich zu veröffentlichen, „ob“ die wichtigsten nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren berücksichtigt werden und, falls dies nicht der Fall ist, muss eine Begründung hierzu abgegeben werden.

Vergütungspolitik – Finanzmarktteilnehmer und -berater werden durch die Disclosure-VO verpflichtet zu veröffentlichen, inwiefern ihre Vergütungspolitik mit der Einbeziehung von Nachhaltigkeitsrisiken im Einklang steht (vgl. Art. 5 Disclosure-VO).

Transparenz auf Produktebene – schließlich begründet die Disclosure-VO produktbezogene Transparenzpflichten, die primär über vorvertragliche Informationen gegenüber Kunden zu erfüllen sind. Das konkret einschlägige vorvertragliche Informationsdokument wird in der Disclosure-VO nach Art des Finanzprodukts bzw. der einschlägigen Finanzdienstleistung konkretisiert (Art. 6 Abs. 3 Disclosure-VO). In vorvertraglichen Informationen sind gem. Art 6 Disclosure-VO Erläuterungen zur Art und Weise zu geben, wie Nachhaltigkeitsrisiken bei Investitionsentscheidungen (für Finanzmarktteilnehmer) bzw. wie Nachhaltigkeitsrisiken bei Anlage- oder Versicherungsberatung (für Finanzberater) einbezogen werden. Des Weiteren sind die Ergebnisse der Bewertung der zu erwartenden Auswirkungen von Nachhaltigkeitsrisiken auf

die Rendite der Finanzprodukte, die sie zur Verfügung stellen (für Finanzmarktteilnehmer) bzw. die Gegenstand ihrer Beratung sind (für Finanzberater) anzugeben. Erachten Finanzmarktteilnehmer und Finanzberater Nachhaltigkeitsrisiken als nicht relevant, so haben die Erläuterungen eine klare und knappe Begründung dafür zu enthalten.

Die Disclosure-VO unterscheidet insoweit zwischen Nachhaltigkeitsrisiken und nachteiligen Nachhaltigkeitsauswirkungen.

Nachhaltigkeitsrisiken bedeuten ein „Ereignis oder eine Bedingung im Bereich Umwelt, Soziales oder Unternehmensführung (...) dessen bzw. deren Eintreten erhebliche negative Auswirkungen auf den Wert der Investition haben könnte“ (vgl. ErwG 12, 14 Disclosure-VO).

Nachteilige Nachhaltigkeitsauswirkungen stellen hingegen negative Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren selbst dar (d.h. Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelange, die Achtung der Menschenrechte und die Bekämpfung von Korruption und Bestechung).

Zu 3.) Konkrete Handlungsanweisungen

Zur Konkretisierung der Disclosure-VO lag ein gemeinsames Konsultationspapier der ESAs mit dem Entwurf einer delegierten VO („Disclosure-DeVO“) vor.[18] Es enthielt sehr weitreichende Vorgaben an den Aufbau, Inhalt und die Ausgestaltung der Offenlegungsanforderungen. Die Vorgaben richteten sich hier jedoch primär an Finanzmarktteilnehmer und nur sehr eingeschränkt auch an Finanzberater.

Der Entwurf liegt im Moment auf Eis[19] und scheint zumindest in

der ursprünglichen Fassung nicht weiter verfolgt zu werden. So teilte die Kommission ausgewählten Verbänden schon im Oktober 2020 mit: „Um den Finanzmarktteilnehmern und Finanzberatern sowie den Aufsichtsbehörden Zeit für die Umsetzung zu geben, werden die technischen Regulierungsstandards zu einem späteren Zeitpunkt anwendbar“[20], d.h. nicht schon mit Geltung der Disclosure-VO. Betroffene Unternehmen sollen die Disclosure-VO nunmehr (zunächst nur) prinzipienbasiert umsetzen.

Aufgrund dieser „ungefähr“ Anordnung der EU Kommission selbst können derzeit nur folgende Handlungsangaben getroffen werden:

a) Ausnahme-Regel

Wenn weniger als 3 Beschäftigte in einem Vermittlerbetrieb vorhanden sind, greift die Ausnahme des Art. 17 Abs. 1 Disclosure-VO, d.h. diese wäre nicht anzuwenden. Es wäre dann zu beobachten, ob Deutschland von der Mitgliedsstaatenoption (vgl. Art. 17 Abs. 2 Disclosure-VO) Gebrauch macht und trotzdem auch kleinere Vermittlerbetriebe zur Anwendung der VO verpflichtet.

Abzuwarten sein wird auch, wie der Begriff „Beschäftigte“ in Art. 17 Abs. 1 Disclosure-VO auszulegen ist. Orientiert man sich am englischen Begriff des „employers“ aus dem Original der Verordnung dürften nur festangestellte Angestellte gemeint sein. Dies dann allerdings unabhängig davon, ob diese einen Bezug zur Produktberatung aufweisen, d.h. auch Reinigungspersonal etc. wären dann mitzuberücksichtigen.

b) Anwendungsbereich

Wie erörtert, greift die Disclosure-VO nur bei Vermittlung von Versicherungsanlageprodukten (z.B. ungeforderte Lebens- und Rentenversicherungen) ein.

c) Einzelheiten

(1) Nachhaltigkeitsstrategie – Homepage (vgl. Art 3 Disclosure-VO)

Besteht derzeit keine eigene Nachhaltigkeitsstrategie (Strategien zur Einbeziehung von Nachhaltigkeitsrisiken bei Ihrer beratenden Tätigkeit, z.B. zur Befragung nach Wünschen und Bedürfnissen, zur Versicherer- und zur Produktauswahl, zur Bewertung der Angebote etc.) hat der Vermittler hierauf auf der Internetseite[21]

Als Grund dafür kann zurzeit noch problemlos auf das Fehlen der technischen Regulierungsstandards der Europäischen Aufsichtsbehörden (sog. RTS) sowie Informationen der Versicherungsgesellschaften hingewiesen werden. Der Vermittler allein kann ohne diese Vorgaben gar nicht detailliert prüfen, welche Nachhaltigkeitsrisiken bzw. nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren bestehen und wie diese in die Beratung einbezogen werden könnten.

Ein Versicherungsmakler bzw. Mehrfachvertreter kann also derzeit offen angeben, keine eigenständige Nachhaltigkeitsstrategie zu verfolgen. Er kann insofern auf § 23 Abs. 1c VAG[22] rekurren und zusätzlich erwähnen, dass jedoch selbstverständlich bei der Auswahl von Versicherungsgesellschaften und Versicherungsprodukten die von diesen Versicherern zur Verfügung gestellten Informationen Beachtung finden. Über die jeweilige Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsrisiken bei Investitionsentscheidungen hat der jeweilige Versicherer – wie dargelegt – mit seinen vorvertraglichen Informationen den VN selbst zu informieren.

Auch ein Makler ohne Nachhaltigkeitsstrategie wird diese aber für die Zukunft entwickeln müssen und die Aspekte dieser Strategie

bei der künftigen Beratung beachten.

Versicherer, die erkennbar keine Strategie zur Einbeziehung von Nachhaltigkeitsrisiken in ihre Investitionsentscheidungen einbeziehen, sollte der Makler dennoch per se ausschließen.

Es sollte dies vielmehr offen kommuniziert und der Kundenwunsch abgewartet bzw. hierzu eingeholt werden. Alles andere würde zu einem Problem bzgl. der angemessenen Beratungsgrundlage (vgl. § 60 VVG) und damit ggfs. zu weitreichenden Haftungsproblemen führen können. [23]

(2) Vergütungspolitik

(vgl. Art. 5 Disclosure-VO)

Der Kunde soll erfahren, ob die Vergütungspolitik mit der Einbeziehung von Nachhaltigkeitsrisiken in Einklang steht. Es ist deshalb durch einen entsprechenden Hinweis auf der Homepage ferner anzugeben, ob unterschiedlich hohe Vergütungen (Provisionen, Courtagen, Bonifikationen etc.) für Versicherungsanlageprodukte erwirtschaftet werden, je nachdem ob sie nachhaltig sind oder nicht.

Es ist anzugeben, ob eine Vermittlungsvergütung von Versicherern unterschiedlich ausfällt, je nachdem, ob das empfohlene Versicherungsanlageprodukt Nachhaltigkeitsrisiken bzw. Nachhaltigkeitsauswirkungen berücksichtigt oder nicht.

Wenn Versicherer die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsrisiken bei Investitionen durch eine höhere Vergütung für die Vermittlung fördern, ist vom Vermittler anzugeben, wenn sich dies auch in einer höheren Vergütung auswirkt.

Es ist auch anzugeben, ob der Vermittler selbst bei der Vergütung

seiner Mitarbeiter oder Untervermittler die „Nachhaltigkeit“ mitberücksichtigt oder nicht.

(3) Vorvertragliche Informationen (vgl. § 6 Abs. 2 Disclosure-VO)

Schließlich sind durch entsprechenden Hinweis in der Beratung (und Dokumentation in der Beratungsdokumentation) Nachhaltigkeitsrisiken in die Beratung einzubeziehen sowie zu erwartenden Auswirkungen auf die Rendite in die Bewertung einzubeziehen.

Es muss klar angegeben werden, wenn bei einer Beratung zu Versicherungsanlageprodukten Nachhaltigkeitsrisiken für nicht relevant erachtet werden. Als Grund könnte angegeben werden, dass diese bereits durch den Versicherer selbst berücksichtigt wurden und in dessen vorvertraglichen Informationen dargelegt werden.

Sollte die Nachhaltigkeit für den Vermittler selbst eine Rolle spielen, hat auch dies zum Ausdruck zu kommen. Für die Berücksichtigung dieser Nachhaltigkeitsrisiken sollte hinsichtlich der Informationsgrundlage dann auf die vorvertraglichen Informationen der Versicherer verwiesen werden. Bezüglich der auszusprechenden Empfehlung (Rat) sollte dann der Hinweis erfolgen, dass bei einer pflichtgemäßen Einschätzung einer vergleichbaren oder besseren Rendite des Produktes, das Nachhaltigkeitsrisiken berücksichtigt, vorrangig empfohlen wird.

4.) Ergebnis

Will man dem Menschen Würde zuerkennen, kann man diesem schwerlich seine Autonomie absprechen. Mark D. White hat diesen Aspekt in die Paternalismus-Diskussion eingeführt, indem dieser an die auf Kant zurückgehende interne Autonomie erinnerte.[24] Von dieser ist dann die Rede, wenn sich Menschen die Fähigkeit haben, ihre eigenen Entscheidungen selbst kritisch zu reflektieren und sich die innere Freiheit bewahren, nicht immer den ersten Impulsen scheinbar nutzenmaximierenden Handelns zu folgen. Dies impliziert also die Fähigkeit zur Selbstkontrolle in alltäglichen Entscheidungssituationen, aber vor allem auch die Fähigkeit zur kritischen Reflexion der eigenen Ziele, Wertvorstellungen und Lebenspläne. Es geht hier um die Fähigkeit, Autor des eigenen Lebens zu sein. Wiederum würden Befürworter des neuen Paternalismus argumentieren, dass sie gerade dies ermöglichen wollen und verweisen auf den Unterschied zwischen kurz- und langfristigen Präferenzen.[25] Jedoch impliziert die Autorschaft am eigenen Leben die Möglichkeit, die Gewichtung zwischen möglichen Zielen, Werten und auch Präferenzen für Konsumgütern selbst vorzunehmen und auch immer wieder neu zu justieren. Dies entspricht der klassischen liberalen Vorstellung von individueller Freiheit. Genau dem wirkt eine Politik des neuen Paternalismus allerdings systematisch entgegen, indem sie den manipu-

lativen Entscheidungsdesigner zumindest zum einflussreichen Mitautor von für ihn fremden Leben macht. Das die Verfasser diesem verhaltenssteuernden „new deal“, der auch den EU Regularismus antreibt, sehr kritisch gegenübersteht dürfte deutlich geworden sein.

Die Disclose-VO ist jedoch auch vor dem Hintergrund eines prinzipiengesteuerten EU Sekundärrecht zu sehen[26], dass die netzförmigen Strukturen der komplexen Wirtschaftsbeziehungen anders abbildet als noch die linear-systemkonformen nationalen Gesetzes es konnten.

Für den Versicherungsvermittler gibt es bis zum Erlass der RTS bislang nur übersichtlichen Handlungsbedarf. Gedanken über die neuen Vorgaben sind aber besser „zu früh“ als zu spät anzustellen. Jeder wird sich hier positionieren müssen. Das setzt auch den geübten Umgang mit anderen neuen Rechtsinstituten voraus:

Als Makler muss man gegenüber seinem Produktgeber den Anspruch aus § 23 Abs. 1c VAG (bzw. Art. 8 Abs. 2 EU 2017/2358) einzufordern verstehen.

Ob bzw. welche Haftungen im Zuge der Nachhaltigkeits-Offensive der EU auf die Vermittler von Versicherungsanlageprodukten noch anrollen, bleibt von den weiteren, geplanten Änderungen vorbehalten.[27] Thematisieren Sie aber den Nachhaltigkeitsaspekt auf der Internetseite, in der Beratung und vor allem in der Dokumentation.



Quelle: © Sikov - AdobeStock.com

- [1] Vgl. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=CELEX:32019R2088>
- [2] Vgl. Lüdemann, „Edukatrisches Staatshandeln. Steuerungstheorie und Verfassungsrecht am Beispiel der staatlichen Förderung von Abfallmoral“, 2002, S. 98 f.
- [3] Vgl. Zippelius, „Verhaltenssteuerung durch Recht und kulturelle Leitideen“, 2004; Raiser, „Grundlagen der Rechtssoziologie“, 2009, S. 185 f. Ganz radikal ist in dieser Hinsicht die Strömung der „ökonomischen Theorie des Rechts“, die die Rechtsnormen als die zur Steuerung des menschlichen Verhaltens dienenden Anreize betrachtet. Dazu Schäfer/ Ott, „Lehrbuch der ökonomischen Analyse des Zivilrechts“, 2005, S. 3, 58 ff.
- [4] Vgl. Raiser (Fn. 3), S. 254; ders., „Rechtsgefühl, Rechtsbewusstsein, Rechtskenntnis und Rechtsakzeptanz“, in: Pichler (Hrsg.), „Rechtsakzeptanz und Handlungsorientierung“, 1998, S. 109 ff.
- [5] Vgl. Musgrave, „The Theory of Public Finance: A Study in Public Economy“, New York 1959.
- [6] Vgl. zu den Einzelheiten der Kant'schen Freiheits-Deontik: Eller, „Das Recht der Verantwortungsgesellschaft“, RW 2019, S. 5 ff.
- [7] Vgl. Schimank, „Die Entscheidungsgesellschaft: Komplexität und Rationalität“, 2012, S. 121 ff., 173 ff.; zur „bounded rationality“ auch: Göbel, „Entscheidungstheorie“, 2. Aufl. 2018, S. 179 ff.
- [8] Vgl. dass die „Nachhaltigkeit“ sogar als Prinzip mit Verfassungsrang ausgestattet werden soll, siehe <https://www.insm-oekonomenblog.de/21546-nachhaltigkeit-als-verfassungsprinzip-warum-wir-eine-grundgesetzaenderung-brauchen/>.
- [9] Vgl. Volkmann, „Darf der Staat seine Bürger erziehen?“ in: Würzburger Vorträge zur Rechtsphilosophie und Rechtssoziologie, 2012, S. 37 ff.
- [10] Vgl. https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_de.
- [11] Vgl. Bock, „Die Eigendynamik der Verrechtlichung in der modernen Gesellschaft“, in: Lampe (Hg.), „Zur Entwicklung von Rechtsbewußtsein“, 1997, 403 ff.; Galanter, „Law Abounding: Legalisation Around the North Atlantic“, 55 MOD. L. REV. 1 (1992); Schmidt, „Verrechtlichung von Intimbeziehungen“, in: Lampe (Hg.), „Zur Entwicklung von Rechtsbewußtsein“, 1997, 429 ff.
- [12] Vgl. ErWG 17 Disclosure-VO.
- [13] Vgl. https://www.bafin.de/SharedDocs/Downloads/DE/Merkblatt/dl_mb_Nachhaltigkeits- risiken.html.
- [14] Allerdings sind ferner Anpassungen der Delegierten-VO EU 2017/593 (zum Schutz der Finanzinstrumente und Gelder von Kunden, Produktüberwachungspflichten und Vorschriften für die Entrichtung beziehungsweise Gewährung oder Entgegennahme von Gebühren, Provisionen) und der RL 2014/65/EU (MiFID II) nebst Erweiterungen der Geeignetheitsprüfung) geplant.
- [15] Hierauf wird ausführlich unter (2) eingegangen werden.
- [16] Wobei IBIP, sog. insurance-based investment products wiederum unter Art. 2 Nr. 3 Disclosure-VO definiert wird.
- [17] Vgl. Baroch Castellvi, „Zum Anwendungsbereich der PRIIP-Verordnung auf Produkte von Lebensversicherern – was ist ein Versicherungsanlageprodukt?“ VersR 2017, 129 ff.
- [18] Vgl. Europäische Aufsichtsbehörden, Joint Consultation Paper, ESG disclosure, JC 2020/16 vom 23.04.2020.
- [19] Das von der Europäischen Kommission beauftragte Joint Committee of European Supervisory Authorities (ESAs) bestehend aus den drei europäischen Aufsichtsorganen EBA, EIOPA und ESMA veröffentlichte am 04.02.2021 seinen Abschlussbericht mit den finalen „Regulatory Technical Standards“ („Draft-RTS“). Der finale RTS-Entwurf der ESAs kann nun entweder von der Kommission innerhalb von drei Monaten gebilligt und dem Europäischen Rat und dem Europäischen Parlament zur Zustimmung vorgelegt werden oder aber zurückgewiesen und den europäischen Aufsichtsbehörden zur erneuten Überarbeitung delegiert werden. Es ist derzeit also davon auszugehen, dass der finale RTS-Draft bis Ende März bzw. Anfang April 2021 verabschiedet werden wird.
- [20] Vgl. Europäische Kommission, Brief vom 20.10.2020 an die ESAs, Application of Regulation (EU) 2020/2088.
- [21] Empfohlen wird, dies an der Stelle der sonstigen Statusangaben zu ergänzen.
- [22] Darin heißt es: „Unternehmen, die Versicherungsprodukte konzipieren, haben allen Vertreibern sämtliche sachgerechten Informationen zu dem Versicherungsprodukt und dem Produktfreigabeverfahren, einschließlich des bestimmten Zielmarkts des Versicherungsprodukts, zur Verfügung zu stellen.“ Außerdem wird auf Art. 8 Abs. 2 Delegierten-VO EU 2017/2358 hingewiesen.
- [23] Vgl. Timmermann, Urteilkritik: Entscheidung OLG Zweibrücken, Urt. v. 12.12.2018 – 1 U 167/14 – „Zur Schadensersatzpflicht des Versicherungsmaklers für unterlassene Beratung über ein „naheliegendes Risiko“, ZfV 2019, 701 ff.
- [24] Vgl. White, „The Manipulation of Choice. Ethics and Libertarian Paternalism“, 2013, S. 123 ff.; Frey/ Stutzer, „Beyond Outcomes: Measuring Procedural Utility“, Oxford Economic Papers 57, 2005, S. 90 ff.
- [25] Vgl. Thaler/ Sunstein, „Nudge. Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness“, 2008.
- [26] Vgl. Wandt, „Prinzipienbasiertes Recht und Verhältnismäßigkeitsgrundsatz“, 2012, S. 14 ff.
- [27] Vgl. Fn. 14.

Autor: www.kanzlei-michaelis.de

Vermittler:

Umsetzung der EU-Transparenzverordnung zum 10.3.2021

Mit der Transparenzverordnung (TVO) geht Europa einen weiteren Schritt beim wichtigen Zukunftsthema Nachhaltigkeit. Diese tritt nun am 10. März EU-weit in Kraft.

Heute werden bereits dreistellige Milliardenbeträge in nachhaltigen Geldanlagen verwaltet. Nun soll das Thema als Teil des EU-Aktionsplans für ein nachhaltiges Finanzsystem regulatorisch fest im Finanzmarkt verankert werden. Dies hat auch Auswirkungen auf die Vermittler.

Zum Stichtag müssen nicht nur Produktgeber nachhaltigkeitsbezogene Offenlegungspflichten erfüllen. Auch Versicherungs- und Anlagevermittler – in der TVO kollektiv als Finanzberater bezeichnet – haben erweiterte Informationspflichten.

„Wir sehen eine stark steigende Kundennachfrage zu nachhaltigen Kapitalanlagen und Versicherungsprodukten. Gleichzeitig ist die regulatorische Seite noch unübersichtlich. Zudem ist die verlässliche Beurteilung von nachhaltigen Produkten noch in der Entwicklung.“, so Martin Klein, Geschäftsführender Vorstand von VOTUM.

Norman Wirth, Geschäftsführender Vorstand des AfW ergänzt: „Versicherungsvermittler und Anlageberater haben hier eine Schlüsselposition, um ihren Kunden Orientierung zu bieten. Sie sollten diese Chance unbedingt ergreifen.“

VOTUM und AfW sind sich darüber einig, dass das Thema Nachhaltigkeit kein kurzfristiger Trend ist. Daher sollte auch im

Rahmen einer gesamtgesellschaftlichen Verantwortung durch die Branche proaktiv agiert werden.

Gemeinsam haben daher die Verbände für die betroffenen Versicherungs- und Anlagevermittler praxisnahe und leicht umsetzbare Hinweise und Formulierungsvorschläge zur Erfüllung der gesetzlichen Pflichten entwickelt.

Die beiden Verbände werden weiterhin aktiv den Austausch zwischen Anbietern und Vermittlern zur Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen in der Finanzberatung fördern.

Abrufbar sind die Hinweise und Formulierungsvorschläge auf der Startseite der Homepage des AfW: <https://www.bundesverband-finanzdienstleistung.de/>

Autor: www.bundesverband-finanzdienstleistung.de

Doppelbesteuerung der Rente – Warum sich nachrechnen lohnt

Hält der Fiskus bei Ruheständlern zweimal die Hand auf? Diese Streitfrage beschäftigt derzeit die Gerichte.

Kommen die Richter zu dem Ergebnis, dass dies aufgrund der Umstellung auf die nachgelagerte Besteuerung der gesetzlichen

Altersbezüge der Fall ist, dann können Rentner unter Umständen Geld vom Staat zurückbekommen. Dies betrifft vor allem jene Ruheständler, die erst in den kommenden Jahren bis 2040 in Rente gehen werden. Allerdings kann es auch bei jenen Menschen, die in den vergangenen Jahren das

Arbeitsleben hinter sich gelassen haben, schon zu einer Doppelbesteuerung kommen. „Und in manchen Fällen dürfte es durchaus um einige Tausend Euro gehen“, sagt Professor Dr. Rolf Tilmes, Vorstandsvorsitzender des Financial Planning Standards Board Deutschland e.V. (FPSB

Deutschland). „Der Haken ist allerdings zum einen, dass die Berechnung dazu äußerst komplex ist. Zum anderen müssen Rentner, die glauben, dass das bei ihnen der Fall ist, auch Vorkehrungen treffen.“ Deshalb kann es sich lohnen, sich bei den vom FPSB Deutschland zertifizierten CERTIFIED FINANCIAL PLANNERN® (CFP®) professionelle Unterstützung zu holen. Sie können dabei helfen, festzustellen, ob möglicherweise eine Doppelbesteuerung vorliegt und wertvolle Tipps geben, was Betroffene tun müssen, um den womöglich zu viel gezahlten Steuerbetrag zurückzuerhalten.

Am 1. Januar 2005 reformierte der Gesetzgeber die Besteuerung der gesetzlichen Altersvorsorge. Der Grund: Damals hatte das Bundesverfassungsgericht festgestellt, dass die steuerliche Behandlung der gesetzlichen Rente im Vergleich zu anderen Altersvorsorgeformen gegen den Gleichheitsgrundsatz verstößt. Seitdem stellt der Staat sukzessive auf die nachgelagerte Besteuerung der gesetzlichen Rente um. Allerdings sind viele Experten überzeugt davon, dass es durch die neue Regelung zu einer Doppelbesteuerung kommt. Das heißt, dass die aus dem bereits versteuerten Einkommen resultierenden Rentenbeiträge in der Auszahlphase erneut besteuert werden. Das jedoch wäre verfassungswidrig.

Künftige Ruheständler am stärksten betroffen

Da aufgrund der schrittweisen Umstellung bis zum Jahr 2040 ein immer größerer Anteil aus der gesetzlichen Rente nachgelagert besteuert wird, der steuerpflichtige Anteil an der Rente also steigt, nimmt die Wahrscheinlichkeit einer doppelten Besteuerung zu. „Zwar kann es auch Menschen treffen, die schon in den vergangenen Jahren ihr Erwerbsleben hinter

sich gelassen haben.

Vor allem betroffen sind aber diejenigen, die in den kommenden Jahren ihren Ruhestand antreten werden“, erläutert Prof. Tilmes.

Allerdings ist es im Einzelfall nicht ganz trivial festzustellen, ob nach der Reform des Alterseinkünftegesetzes eine zweifache Besteuerung vorliegt oder nicht. Ein Finanzmathematiker und ein Steuerberater haben sich dennoch der



Herausforderung gestellt, dies nachzuweisen. Im Frühjahr dieses Jahres gaben sie bekannt, dass sie eine Rechenformel gefunden haben, mit der sich beweisen lässt, dass eine Doppelbesteuerung vorliegt.

Diese Formel könnte Medienberichten zufolge Einfluss auf die derzeit laufenden Musterklagen vor dem Bundesfinanzhof, die auch vom Bund der Steuerzahler unterstützt werden, haben. Dabei geht es darum festzustellen, wann eine solche zweifache Besteuerung vorliegt und in welchen Fällen diese möglicherweise geringfügig ist und damit als hinnehmbar erachtet wird.

Frühzeitig Einspruch einlegen

Entscheiden die Richter für die Kläger, dann sollten Rentner vorbereitet sein. „Hat ein Ruheständler die Vermutung, dass auch seine Rente betroffen ist, sollte er auf jeden Fall gegen Steuerbescheide, die er bekommt, Einspruch einlegen“,

erklärt der FPSB-Vorstand, der auch Academic Director Finance & Wealth Management an der EBS Executive School, Oestrich-Winkel, ist. Denn damit könnten die Steuerbescheide nachträglich zu Gunsten des steuerpflichtigen Rentners geändert werden. Zudem ist es wichtig, sämtliche Steuerbescheide, also auch die aus dem aktiven Berufsleben, aufzubewahren.

Einfach ist es aber nicht, die

mögliche Doppelbesteuerung nachzuweisen, selbst wenn die laufenden Klagen Erfolg haben sollten. „Und auch um einen Einspruch gegen einen Steuerbescheid einzulegen, braucht es ein gewisses Hintergrundwissen über die entsprechenden Fristen und in welcher Form dies geschehen muss“, erläutert Tilmes weiter.

Aus diesem Grund kann es hilfreich sein, einen Experten aufzusuchen, der sich mit solchen Themen auskennt. Beratend zur Seite stehen hier die vom FPSB zertifizierten CFP®-Professionals. Sie sind aufgrund ihrer anerkannt sehr guten Ausbildung nicht nur in der Lage, die Altersvorsorge im Sinne einer umfassenden und langfristigen Finanzplanung individuell auszurichten, sondern können ihren Kunden auch in Zusammenarbeit mit einem Steuerberater oder Wirtschaftsprüfer auch in steuerlicher Hinsicht unterstützend zur Seite zu stehen. Autor: www.fpsb.de

Versicherungsvertrieb on nudging – Die Bewältigung der EU-Nachhaltigkeitsregulierung

von Rechtsanwalt Oliver Timmermann, Kanzlei Michaelis Rechtsanwälte

Dieser Artikel enthält alle Angaben, Hinweise und Beispiele, die für eine praktische Bewältigung der neuen EU Taxonomie- und Offenlegungsverordnung („Off-VO“) nötig sind, die als EU Verordnung ab dem 10.03.2021 unmittelbare Anwendung im nationalen Recht findet. Erstaunlicherweise findet die Offenlegungsverordnung nur für Firmen Anwendung, die mehr als drei Mitarbeiter haben (für die darunter liegenden bleibt ein „empfehlungscharakter“). Für Versicherungsmakler ist diese Verordnung im Rahmen der Beratung nach § 7b und 7c VVG (Beratung und Beurteilung von Versicherungsanlage-produkten) beachtlich. Auch für alle betroffenen Unternehmer werden wir hoffentlich alles „leichtverdaulich“ und eingängig dargestellt. Dies geschieht aber mit kalkulierter Grausamkeit erst im zweiten Teil dieses Textes. Der Verfasser ist nämlich dezidiert der Meinung, dass die neuen Vorgaben der EU-Bürokratie sich nicht außerhalb des Zusammenhanges, gleichsam als „Haferbrei zum Schwarzbrot“, verdauen lassen.

Wenn die BaFin es sich mit ihrem regulatorischen Zollstock nicht nehmen ließ, zu dem in Politik und Wirtschaft so ambitionierten Thema der „Nachhaltigkeit“ ein ganzes Handbüchlein herauszugeben; die Regenwälder auch wegen der Printprodukte zu Themen wie „Nudging“ und „Verhaltenssteuerung“ immer kleiner

werden, müssen hier zumindest ein, zwei Worte zu dem epistemologischen Überbau der neuen Verordnungen Erwähnung finden dürfen.

Verhaltensökonomie oder der Weg zum libertären Paternalismus Die Frage, was so etwas exotisches wie „Verhaltensökonomie“ mit etwas so „Eindeutigem“ wie einer neuen EU-Verordnung zu tun hat, klärt sich auf, wenn man kurz erinnert, dass „Recht“ sich niemals nur auf die kodifizierten Texte des Parlamentes bzw. die Entscheidungen der Gerichte beschränkt. „Der Schwerpunkt der Rechtsentwicklung liegt auch in unserer Zeit, wie zu allen Zeiten, weder in der Gesetzgebung, noch in der Jurisprudenz oder Rechtsprechung, sondern in der Gesellschaft selbst“ – dieser Satz von Eugen Ehrlich ist heute Allgemeingut und darf als unbestritten gelten.

Recht hinkt den real-wirtschaftlichen Gegebenheiten und sozialpolitischen Verfasstheiten einer Gesellschaft immer hinterher, weil jede Rechtsentwicklung auf einer vorangegangenen gesellschaftlichen Entwicklung beruht. Man nennt dies das sog. „Abstandstheorem“ oder „Phasenverzögerung“. Diese Funktionsbetrachtung macht zugleich deutlich, dass eine wichtige Funktion des Rechts darin besteht, Verhaltens- und Erwartungssicherheit

zu schaffen. Rechtliche Institute entstehen aus den politisch-sozialen Bedingungen ihrer Zeit, sie erstarren nach dem Wegfall dieser Randbedingungen in dogmatischen Figuren, die dann so etwas wie „Verlässlichkeit“ schaffen und sich beharrlich halten, während neue gesellschaftliche Entwicklungen sich wieder davon abspalten, sog. cultural lag.

Kritik an diesem überkommenen Recht wird danach immer dann lauter, wenn es mit einer bestimmten Gesellschaft oder Teile davon nicht länger funktional ist, sondern aus angebbaren Gründen endgültig überholt genannt werden muss. Dies geschieht zumeist dann, wenn die Erwartungshaltungen großer Teile oder einflussreicher Gruppen der Bevölkerung sich grundlegend geändert haben.

Von da aus ist es nur noch ein kleiner Schritt zu der Verhaltensökonomie.

Ausgangspunkt der Überlegungen hier bildet das in der Ökonomik gebräuchliche Modell des homo oeconomicus (Wirtschaftsmensch). Eine kaum überschaubare Zahl empirischer Studien kommt jedoch zu dem Schluss, dass Menschen, verglichen mit dem homo oeconomicus, strukturelle Unterschiede aufweisen und deswegen – in einem ökonomischen Sinne – defizitäre Ent-

scheidungen treffen. Sie sind beispielsweise häufig unzureichend informiert, können Wahrscheinlichkeiten nicht richtig abschätzen, handeln gedankenlos, richten sich nach dem Verhalten und den Meinungen ihrer Mitmenschen oder folgen ganz eigenen, nicht ökonomisch abbildbaren Motiven. Das Nudge-Konzept folgert aus diesen Befunden die Möglichkeit und die Notwendigkeit, durch verhaltensökonomisch informierte Maßnahmen auf die Menschen einzuwirken, um ihnen nach ihren eigenen Maßstäben zu „besseren“ Entscheidungen verhelfen zu können.

Der Staat könne mit diesem Schlussstein im Handlungsbogen der öffentlichen Hand – so das Versprechen – die Bürger in der Rolle eines Entscheidungsarchitekten lenken und dabei trotzdem deren individuelle Entscheidungsfreiheit wahren.

Das Nudging wird daher einem libertären Paternalismus zugeordnet. Es meint, jemandem in seinem eigenen Interesse einen kleinen Schubs (engl. to nudge) zu geben. Der Staat will sich die Rationalitätsanomalien des Menschen zu Nutzen machen, um Menschen zu ihrem eigenen Glück zu bewegen. Wohlgemerkt bewegen, nicht zwingen. Nudging will menschliches Verhalten also im wohlverstandenen Interesse der Betroffenen manipulieren. An die Stelle von staatlichen Verboten und Geboten tritt die bewusste Gestaltung der „Entscheidungsarchitektur“. Die Rahmenbedingungen des Entscheiders sollen so geformt werden, dass er zum „richtigen“ Verhalten gelenkt wird – bei vorgeblich voller Wahrung seiner Wahlfreiheit.

Die ersten prominenten Fälle staatlicher Interventionen auf verhaltenswissenschaftlicher Basis waren im angelsächsischen Raum

zu beobachten: Sowohl der damalige Premierminister Großbritanniens David Cameron als auch US-Präsident Barack Obama befürworteten den intensiven Einsatz von Nudging. Kontinentaleuropäische Regierungen schlossen sich dem verhaltenswissenschaftlichen Ansatz an – aber später und zögerlicher. Diese Diskrepanz in der Handhabung des neuen Steuerungsmittels hat nun wiederum seine Ursache in den unterschiedlichen Traditionen.

Die angelsächsische Debatte – und damit soll unser kleiner Exkurs auch schon enden – ist gekennzeichnet von Skepsis gegenüber staatlichen Interventionen, was dort Regulierung zu einem schwierigen Unterfangen macht, da beinahe jede Intervention als Eingriff in individuelle Freiheiten und als staatlicher Paternalismus gesehen wird. Mit seinem Fokus auf Interessen und Rechten von Individuen oder Gruppen kann man das vorherrschende Regierungsmodell als Konkurrenzdemokratie bezeichnen. Steuern einzuführen oder zu erhöhen ist praktisch unmöglich. Nudges und das Konzept eines „sanften“ oder „libertären“ Paternalismus kann somit als Weg verstanden werden, der Politik Spielräume zu eröffnen, sodass die politischen Kräfte wieder eine gemeinsame Basis für Verhandlungen finden.

In Kontinentaleuropa und vor allem im deutschen Verfassungsrechtsdiskurs wird der Staat nicht so sehr als unabhängige, aus sich heraus bestehende Entität betrachtet, sondern – ausgehend von einem anderen Freiheitsbegriff – als Mechanismus der kollektiven Selbstbindung. Regulierung gilt hierzulande nicht in erster Linie als Einschränkung individueller Rechte, sondern als verfassungsrechtlich gerechtfertigte Förderung des Allgemeinwohls. Schön reguliert, ist halb ge-

wonnen. US-Juristen sehen darin gern das Resultat eines konkordanz-demokratischen Systems, in dem es quasi keine Opposition mehr gibt. Der Begriff des „Paternalismus“, ob sanft oder hart, ist der öffentlichen und juristischen Debatte hier eher fremd, da staatlicher Interventionismus im Sozialstaat deutscher Provenienz – man mag dies bedauern, wird es aber nicht ändern können – die Regel und nicht die Ausnahme ist.

Erstes Zwischenergebnis

Recht leitet seine Geltung aus der Verfassung ab, ist also staatliches Recht. Deshalb heißt unser heutiger Rechtsbegriff etatistisch. Und er ist zugleich monistisch, denn jedenfalls der moderne Staat duldet keine andere autonome Rechtsquelle neben sich. In der Rechtsphilosophie heißt dieser Rechtsbegriff positivistisch, weil er auf das aktuell geltende, also das positive Recht abstellt. Nach diesem Grundverständnis funktionieren derzeit weitestgehend noch Rechtsanwälte und Gerichte. Die Auflösung dieses etatistischen Rechtsmodells hat aber längst begonnen, da neben dem verstaatlichten Recht andere Rechtserzeugnisse Anerkennung finden. Gesellschaftliche Umwälzungen haben diese monistisch-etatistische Sicht überholt. Allgemein wird heute also ein Bedeutungsverlust dieses staatlichen Rechts insgesamt konstatiert. Damit schließt sich der Kreis des o.g. cultural lags. Der Staat hat sich in den zurückliegenden Dekaden übernommen und von Staats wegen muss nun eine neue, konsensuale Streitkultur gefordert und gefördert werden. Der Staat ist längst nicht in Auflösung begriffen, aber vieles ist beweglicher oder flüssiger geworden. Das monistisch-etatistische Rechtsmodell scheint an vielen Ecken und Enden durchlöchert oder überwuchert. Wir leben, wie die Amerikaner sagen,

in einer post westphalian world. Gemeint ist, dass der Zuschnitt der Nationalstaaten, wie er sich nach dem Westfälischen Frieden herausgebildet hat, nicht länger passt.

Nachhaltigkeits-EU-Verordnungen – sustainable finance

Gedanklicher Ausgangspunkt der EU-Kommission bei der Erarbeitung ihres Aktionsplans „Finanzierung nachhaltigen Wachstums“ ist die Lenkung bzw. Regulierung von Geldströmen in Form von Kapitalanlagen. Die vorgeschlagenen neuen Regeln knüpfen an die bestehende Produktregulierung und Vertriebsregulierung an, enthalten aber auch ganz neue Ansätze in Form eines speziellen Offenlegungsregimes (vgl. unter 1.) sowie der Einführung eines einheitlichen Klassifizierungssystems (Taxonomie, vgl. unter 2.).

Die EU-Kommission hat die ESMA 2018 mit einer fachlichen Stellungnahme beauftragt, im Rahmen der geltenden Produktregulierung nötige Änderungen oder Ergänzungen im Hinblick auf Nachhaltigkeitsrisiken und Nachhaltigkeitsfaktoren zu gewährleisten. Die ESMA hat ihren Bericht („Final Report“) 2019 vorgelegt und Ergänzungen in der Delegierten VO (EU) Nr. 231/ 2013 sowie der Delegierten RL 2010/43/EU vorgeschlagen. Die beabsichtigten Änderungen betreffen jeweils organisatorische Anforderungen, Verhaltenspflichten und das Risikomanagement. Für den maßgeblichen Begriff des „Nachhaltigkeitsrisikos“ („sustainability risk“) wird auf die entsprechende Definition in der Offenlegungs-VO verwiesen.

Der Auftrag der EU-Kommission vom 2018 richtete sich außerdem an die EIOPA. Sie wurde – und hier wird es für den Versicherungsvertrieb interessant – gebe-

ten, eine fachliche Stellungnahme („Technical Advice“) dazu vorzulegen, welche Änderungen oder Neuregelungen im Rahmen der Versicherungsvertriebs-RL IDD einschließlich diese konkretisierender Delegierter Rechtsakte erforderlich erscheinen.

Die EIOPA schlägt in ihrem „final report“ von 2019 nun Änderungen in der Delegierten VO (EU) 2017/2359 im Hinblick auf die Regelung von Interessenkonflikten sowie in der Delegierten VO (EU) 2017/2358 in Bezug auf die „Product Governance“ Anforderungen (insbesondere den Zielmarkt betreffend) vor. Ergänzend gab es einen Vorschlag der EU-Kommission zur Änderung der Delegierten VO (EU) 2017/2359, der Aspekte der Geeignetheitsprüfung im Zusammenhang mit der Beratung zu Versicherungsanlageprodukten betraf.

1.) Offenlegungs-VO

Einen ganz neuen Regelungsansatz verfolgt die EU-Kommission mit der Offenlegungs-VO, die in endgültiger und verbindlicher Fassung vorliegt.

a) Wesentliche Begriffe und Anwendungsbereich

Neuartig ist bereits die Zusammensetzung des Adressatenkreises. Die Verordnung richtet sich an „Finanzmarktteilnehmer“ (vgl. Art. 2 Ziff. 1 lit. a) bis j) VO (EU) 2019/2088) und „Finanzberater“ (vgl. Art. 2 Ziff. 11 lit. a) bis f) VO). Unter einem „Finanzmarktteilnehmer“ sind ganz unterschiedliche Akteure – von einem Versicherungsunternehmen, das Versicherungsanlageprodukte anbietet, über eine Wertpapierfirma oder ein Kreditinstitut, bis hin zu einer Einrichtung der betrieblichen Altersversorgung zu verstehen. „Finanzberater“ sind insbesondere Wertpapierfirmen oder Kreditinstitute, die Anlage-

beratung erbringen, sowie eben auch Versicherungsvermittler oder Versicherungsunternehmen, die zu Versicherungsanlageprodukten beraten.

Die von der Verordnung erfassten Produkte oder Instrumente werden als „Finanzprodukte“ bezeichnet (vgl. Art. 2 Ziff. 12 VO), worunter insbesondere verwaltete Portfolios, Versicherungsanlageprodukte, Altersvorsorgeprodukte, AIF und UCITS (und insoweit im Ergebnis die jeweils betreffenden Investmentfondsanteile) fallen.

Die weiter eingeführten und verwendeten zentralen Begrifflichkeiten im Hinblick auf die „Nachhaltigkeit“ sind folgende:

- nachhaltige Investition (vgl. Art. 2 Ziff. 17 VO),
- Nachhaltigkeitsrisiko (vgl. Art. 2 Ziff. 22 VO) und
- Nachhaltigkeitsfaktoren (vgl. Art. 2 Ziff. 24 VO).

Die nachhaltige Investition wird ausführlich und komplex definiert. In der Sache geht es um Investitionen zur Erreichung von Umweltzielen (u.a. „Treibhausgasemissionen“) oder sozialen Zielen und Unternehmen, in die investiert wird, die „Verfahrensweisen einer guten Unternehmensführung anwenden“ (wobei u.a. die „Einhaltung der Steuervorschriften“ ausdrücklich erwähnt wird).

Ein Nachhaltigkeitsrisiko wird dem gegenüber definiert als „ein Ereignis oder eine Bedingung in den Bereichen Umwelt, Soziales oder Unternehmensführung“, woraus sich „wesentliche negative Auswirkungen auf den Wert der Investition“ ergeben könnten. Nachhaltigkeitsfaktoren sind beschrieben als „Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelange, die Achtung der Menschenrechte und die Bekämpfung von Korruption und Bestechung“.

Bei der Betrachtung der (teils vereinfacht wiedergegebenen) Begriffsbestimmungen fällt auf, dass es an Einheitlichkeit mangelt. Die bekannte Trias „ESG“ scheint zwar deutlich auf, wird aber nicht durchgängig verwendet. Während sich eine nachhaltige Investition auf Umweltbelange oder soziale Belange beziehen soll, und Aspekte der Unternehmensführung (engl.: „Governance“) dabei nur ein Ausschlussfaktor sein können, umfasst das Nachhaltigkeitsrisiko die Belange Umwelt, Soziales und Unternehmensführung gleichermaßen. Nachhaltigkeitsfaktoren sind dann zwar auch Umweltbelange und soziale Belange, doch ist hier statt von Unternehmensführung von Arbeitnehmerbelangen die Rede, und es werden außerdem ganz allgemeine und grundlegende Aspekte wie die Menschenrechte und schließlich die Bekämpfung von Korruption und Bestechung genannt.

b) NEUE Offenlegungspflichten

(1) Überblick

Inhaltlich enthalten die Art. 3 bis 13 VO eine Reihe von unterschiedlichen und sich teilweise ergänzenden Offenlegungspflichten für Finanzmarktteilnehmer sind grundsätzlich weitergehend als diejenigen für Finanzberater. Die vorgeschriebene Art und Weise der Offenlegung kann je nach Zusammenhang differieren:

- auf Webseiten (vgl. Art. 3, 4, 5, 8, 9 und 10 VO),
- in vorvertraglichen Informationen (vgl. Art. 6, 7, 8, 9 VO) und/oder
- in regelmäßigen Berichten (vgl. Art. 8, 9, 11 VO).

Folgende Regelungsziele sind in den Artikeln enthalten:

- Art. 3 VO regelt die Offenlegung von Informationen zu Strategien zur Einbeziehung von Nachhaltigkeitsrisiken bei Anlageentscheidungen bzw. (Anlage-)Beratungstätigkeiten;
- Art. 4 VO enthält Bestimmungen zur Offenlegung von „Strategien zur Wahrung der Sorgfaltspflicht“ (sog. „due diligence policies“) im Umgang mit den „wichtigsten nachteiligen Auswirkungen“ von Anlageentscheidungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren bzw. zur Offenlegung, ob bei einer (Anlage-)Beratung die „wichtigsten nachteiligen Auswirkungen“ auf Nachhaltigkeitsfaktoren berücksichtigt werden;
- Art. 5 VO erfordert die Offenlegung der Einbeziehung von Nachhaltigkeitsrisiken im Rahmen der Vergütungspolitik;
- Gem. Art. 6 VO ist offenzulegen, wie Nachhaltigkeitsrisiken bei Anlageentscheidungen bzw. einer (Anlage-)Beratung einbezogen werden, und wie die etwaigen Auswirkungen von Nachhaltigkeitsrisiken auf die Rendite der angebotenen oder empfohlenen Finanzprodukte bewertet werden und
- Art. 7 VO sieht vor, klare und begründete Erläuterungen dazu offenzulegen, ob und ggf. wie bei einzelnen Finanzprodukten die wichtigsten nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren berücksichtigt werden.

Für den Fall, dass Finanzprodukte bestimmte nachhaltigkeitsbezogene Eigenschaften aufweisen, enthalten Art. 8 und 9 VO ergänzende

Anforderungen, die bei einer Offenlegung gem. Art. 6 VO zusätzlich zu beachten sind. Art. 8 VO ist anwendbar auf Produkte, mit denen „unter anderem ökologische oder soziale Merkmale oder eine Kombination aus diesen Merkmalen beworben“ werden, „sofern die Unternehmen, in die investiert wird, Verfahrensweisen einer guten Unternehmensführung anwenden“. Offenzulegen sind dann nähere Angaben dazu, wie diese Merkmale erfüllt werden, und inwiefern etwaige Referenzindizes mit diesen Merkmalen vereinbar sind. Art. 9 VO kommt zum Tragen, wenn mit einem Produkt eine nachhaltige Investition (vgl. Art. 2 Ziff. 17 VO) oder eine Reduzierung der CO₂-Emissionen angestrebt wird. Dann sind „Erläuterungen“ bzw. ist „eine ausführliche Erklärung“ dazu erforderlich, wie das angestrebte Ziel jeweils erreicht werden kann. Soweit ein Index als Referenzwert verwendet wird, sind entsprechende Angaben darauf bezogen zu machen. Die Art. 10 und 11 VO enthalten weitere Anforderungen im Hinblick auf jeweils offenzulegende Details.

Im Rahmen der Art. 4, 6 und 7 VO kommt in Frage, dass der betreffende Finanzmarktteilnehmer oder Finanzberater Nachhaltigkeitsrisiken als nicht relevant erachtet. Dies hat er dann allerdings zu erklären bzw. begründen. Versicherungsvermittler oder Wertpapierfirmen, die (Anlage-)Beratung anbieten und weniger als drei Personen beschäftigen, müssen die Offenlegungs-VO gar nicht anwenden (vgl. Art. 17 Abs. 1 VO).

(2) Eingruppierung

Wenn man die auf den ersten Blick schwer unterscheidbaren einzelnen Offenlegungsanforderungen strukturieren möchte, lassen sich folgende wesentliche Pflichtengruppen unterscheiden:

- die vergütungsbezogenen Anforderungen (vgl. Art. 5 VO);
- die Einbeziehung von Nachhaltigkeitsrisiken bei Anlageentscheidungen bzw. (Anlage-) Beratungstätigkeiten, unter Berücksichtigung etwaiger Auswirkungen von Nachhaltigkeitsrisiken auf die Rendite der betreffenden Finanzprodukte, und mit Weiterungen für Finanzprodukte mit besonderen Nachhaltigkeitsmerkmalen (vgl. Art. 3 und 6 VO, ggf. ergänzt durch Art. 8 oder 9 VO) und
- die Berücksichtigung nachteiliger Auswirkungen von Anlageentscheidungen bzw. (Anlage-) Beratungstätigkeiten auf Nachhaltigkeitsfaktoren (vgl. Art. 4 und 7 VO).

Auch wenn der Wortlaut der einzelnen Vorgaben mitunter einen eindeutigen Bezug zu den betreffenden Finanzprodukten vermissen lässt, dürften die Anforderungen sinnvollerweise nur im Zusammenhang mit Finanzprodukten zu verstehen sein, die jeweils Gegenstand der Anlageentscheidung bzw. (Anlage-) Beratungstätigkeit sind. Ohne Produktbezug und ohne Erwerb von Produkten durch Anleger gäbe es auch hier letztlich keine einzubeziehenden Risiken oder zu berücksichtigenden Auswirkungen.

c) Zweites Zwischenergebnis

Die skizzierten neuen Anforderungen (mit den noch ausstehenden weiteren Konkretisierungen) stellen nicht zu unterschätzende Herausforderungen für die betroffenen Finanzmarktteilnehmer und Finanzberater dar. Die offenzulegenden Informationen betreffen weitgehend interne oder kundenbezogene Prozesse, Abläufe und Vorgänge, die so bislang nicht vorhanden waren und überhaupt erst geschaffen werden müssen, bevor an eine Offenlegung gedacht werden kann.

2.) Taxonomie-VO

Ein weiterer zentraler Baustein des von der EU-Kommission verfolgten Aktionsplans ist die Taxonomie-VO. Auch hierbei handelt es sich um einen neuartigen Regulierungsansatz von großer Tragweite. Die Grundidee dieser Verordnung ist es, ein einheitliches europäisches Klassifikationssystem zu schaffen, das eine konsistente und nachvollziehbare Beurteilung der Nachhaltigkeit einer bestimmten wirtschaftlichen Tätigkeit erlauben soll.

Die Taxonomie-Verordnung trat zwanzig Tage nach Veröffentlichung im EU-Amtsblatt in Kraft, also schon seit längerem, damals am 12. Juli 2020.

a) Inhalt der VO

Die Taxonomie-VO ist anzuwenden auf Finanzmarktteilnehmer, die Finanzprodukte als ökologisch nachhaltige Investitionen oder Investitionen mit ähnlichen Merkmalen „bereitstellen“ (vgl. Art. 1 Abs. 2 lit. b) VO). Die Taxonomie-VO bezieht sich – anders als von Beginn an die Offenlegungs-VO – allerdings nur auf die ökologische Nachhaltigkeit einer Investition bzw. wirtschaftlichen Tätigkeit. Dreh- und Angelpunkt der Taxonomie-VO sind dem entsprechend die in Art. 9 VO definierten sechs Umweltziele.

Dies sind:

- Klimaschutz,
- Anpassung an den Klimawandel,
- nachhaltige Nutzung und Schutz von Wasser- und Meeresressourcen,
- Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft, Abfallvermeidung und Recycling,
- Vermeidung und Vermin- derung der Umweltverschmutzung und
- Schutz gesunder Ökosysteme.

Art. 3 VO der Taxonomie-VO legt

fest, welche Kriterien maßgeblich sind, um die ökologische Nachhaltigkeit einer Investition bzw. wirtschaftlichen Tätigkeit zu beurteilen. Es handelt sich gem. lit. (a) bis (d) um die folgenden vier Anforderungen, die sämtlich erfüllt sein müssen:

- die wirtschaftliche Tätigkeit trägt wesentlich zur Verwirklichung eines oder mehrerer Umweltziele,
- die wirtschaftliche Tätigkeit führt zu keiner erheblichen Beeinträchtigung eines der Umweltziele (vgl. Art. 12),
- die wirtschaftliche Tätigkeit wird unter Einhaltung eines festgelegten Mindestschutzes ausgeübt (vgl. Art. 13),
- die wirtschaftliche Tätigkeit steht im Einklang mit technischen Evaluierungskriterien, soweit diese von der EU-Kommission festgelegt worden sind (vgl. z.B.: Art. 6 Abs. 2, Art. 7 Abs. 2).

Art. 5 enthält eine korrespondierende Offenlegungspflicht. Danach müssen Finanzmarktteilnehmer, die Finanzprodukte als ökologisch nachhaltige Investitionen oder als Investitionen mit ähnlichen Merkmalen anbieten, offenlegen, inwiefern sie die vorstehend genannten Kriterien berücksichtigt haben.

III. Welche Frage muss dem Kunden gestellt werden?

Nun sollen die Punkte angesprochen werden, die für die „Beratung“ relevant werden können. Muss der Kunde entsprechend der Definition des Begriffs „Nachhaltigkeitspräferenzen“ initial danach gefragt werden, ob nachhaltige Produkte in seine Kapitalanlagestrategie integriert werden soll oder nicht?

Art. 4 Abs. 5 lit. a) Off-VO verpflichtet Finanzberater, eine Erklärung zu veröffentlichen, ob

sie unter dem Gesichtspunkt der Proportionalität und der Arten der Finanzprodukte, die Gegenstand ihrer Beratung sind, bei ihrer Anlage- oder Versicherungsberatung die wichtigsten nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren berücksichtigen. Sollten Finanzberater diese Auswirkungen nicht berücksichtigen, sind sie verpflichtet, zu erklären, warum sie diese Auswirkungen bei ihrer Beratung nicht berücksichtigen und ob bzw. ab wann sie beabsichtigen, dies zu ändern (vgl. Art. 4 Abs. 5 lit. b) Off-VO). Die jeweiligen Erklärungen sind durch die Finanzberater auf dem aktuellen Stand zu halten.

Hierzu – zu diesen originären Pflichten des Beraters – enthalten die Art. 12 und 13 RTS enthalten detaillierte Vorgaben wie Inhalt, Methodik und Darstellung dieser Erklärungen aussehen sollen.

Zur Konkretisierung der Vorschriften der Off-VO (oder SFDR) veröffentlichten die drei Europäischen Aufsichtsbehörden (ESAs) bestehend aus EBA, EIOPA und ESMA 2020 ein gemeinsames Konsultationspapier für technische Regulierungsstandards zur Offenlegung von Nachhaltigkeitsinformationen für Finanzmarktteilnehmer, Finanzberater und Finanzprodukte.

Finanzberater, welche die wichtigsten nachteiligen Auswirkungen von Investitionsentscheidungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren bei der Ausübung ihrer Beratungstätigkeit berücksichtigen, sind gem. Art. 12 RTS verpflichtet, eine Erklärung auf ihrer Internetseite in der Rubrik „Adverse sustainability impacts statement“ zu veröffentlichen.

Die Erklärung muss:

- Einzelheiten über das Verfahren zur Auswahl der Finanzpro-

dukte enthalten, zu denen sie beraten;

- enthalten, wie die von den Finanzmarktteilnehmern veröffentlichten Informationen verwendet werden;
- darüber hinaus Informationen enthalten, ob und ggfs. wie der Finanzberater Finanzprodukte auf der Grundlage der wichtigsten nachteiligen Auswirkungen gem. Anhang I Tabelle 1 einstuft und auswählt und
- schließlich sind alle Kriterien oder Schwellenwerte darstellen, die zur Auswahl von Finanzprodukten und zur Beratung über diese auf der Grundlage wichtigsten nachteiligen Auswirkungen verwendet werden.

Sollten sich Finanzberater allerdings dazu entscheiden, die wichtigsten nachteiligen Auswirkungen von Investitionsentscheidungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren nicht zu berücksichtigen, müssen sie die entsprechende Erklärung auf ihrer Internetseite gem. der Vorgaben in Art. 13 RTS veröffentlichen, sog. no consideration of sustainability adverse impacts.

Ergebnis

Die Nachhaltigkeit ist ein Konzept, das einen gesellschaftlichen Bewusstseinswandel widerspiegelt, an dem Politik und Recht nicht mehr vorbeikommen. Die EU reagiert mit bürokratischen Governance-Strukturen, obwohl eigentlich nudging angedacht war?

Die EU-Regulierung zu „Sustainable Finance“ findet ihren Ursprung nämlich einerseits in der „2030 Agenda for Sustainable Development“ der UN von Herbst 2015 mit ihren 17 Zielen zur nachhaltigen Entwicklung. Zum anderen fußt sie auf dem „Paris Agreement“ aus Herbst 2016 mit der

Verpflichtung, die Erderwärmung unter 2 Grad gegenüber dem vorindustriellen Stand zu halten. Die EU hat daraufhin Ende 2016 eine „High Level Expert Group“ damit beauftragt, eine Strategie für eine nachhaltige Finanzwirtschaft auszuarbeiten. Diese Gruppe legte dann einen Plan vor, den sich die EU-Kommission im März 2018 unter dem Titel „Aktionsplan: Finanzierung nachhaltigen Wachstums“ zu eigen machte.

Es sollen:

- die Kapitalflüsse auf nachhaltige Investitionen umgelenkt werden, um ein nachhaltiges und integratives Wachstum zu erreichen;
- die finanziellen Risiken, die sich aus dem Klimawandel, der Ressourcenknappheit, der Umweltzerstörung und sozialen Problemen ergeben, bewältigt werden;
- die Transparenz und Langfristigkeit in der Finanz- und Wirtschaftstätigkeit gefördert werden.

Entsprechend dieser Zielsetzungen hat die Kommission unter anderem dem Versicherungssektor eine zentrale Rolle bei der Neuausrichtung des Finanzsystems auf Nachhaltigkeit zugedacht, weil die Versicherungen über erhebliches Kapital verfügen, das es anzulegen gilt.

Dieser immense bürokratische Aufwand wird betrieben, um in einem einheitlichen europäischen Wirtschaftsraum die ökonomischen Entscheidungsträger (Finanzmarktteilnehmer und Finanzberater) dazu zu bewegen, im entsprechenden Sinne auf die Verbraucher zuzugehen. Bitte beachten Sie diese Verordnung künftig!

Autor: www.kanzlei-michaelis.de

Schlichtungsstelle für gewerbliche Versicherungs-, Anlage und Kreditvermittlung:

Fallzahlen konstant auf niedrigem Niveau

Die Schlichtungsstelle für gewerbliche Versicherungs-, Anlage und Kreditvermittlung hat ihren Tätigkeitsbericht für das Kalenderjahr 2020 vorgelegt. Es zeigt sich weiterhin eine niedrige Zahl von Schlichtungsverfahren auf dem Niveau des Vorjahres. Von insgesamt achtzehn gestellten Schlichtungsanträgen im Jahr 2020 ergaben sich, nach Abzug der unzulässigen und zurückgenommenen Anträge sowie derjenigen die wegen Unzuständigkeit an andere Schlichtungsstelle verwiesen wurden, zwölf Verfahren, die für die Durchführung eines Schlichtungsverfahrens in Betracht kamen.

Bei vier der zwölf Vorgänge konnte das Schlichtungsverfahren nicht durchgeführt werden, da sich der jeweilige Antragsgegner nicht bereit erklärt hat, am Verfahren teilzunehmen.

Hintergrund: Die Teilnahme am Schlichtungsverfahren ist nur im Bereich der Versicherungsvermittlung verpflichtend (§ 17 Abs. 4 VersVermV). Im Bereich der Finanzanlagevermittlung der Immobilien- und Verbraucherdarlehensvermittlung ist eine Teilnahme am Schlichtungsverfahren gemäß §§ 36 und 37 VSBG freiwillig und kann von dem Antragsgegner zurückgewiesen werden.

Von den acht durchgeführten Verfahren erfolgte in einem Fall ein unmittelbares Anerkenntnis



Quelle: © AA+W - AdobeStock.com

der geltend gemachten Forderung durch den Anspruchsgegner. Es handelte sich hierbei um eine dreistellige Forderung, die auf der verzögerten Abwicklung eines Auftrags für einen Investmentfondsverkauf beruhte.

In einem weiteren Fall wurde durch den Schlichter ein Vergleichsvorschlag unterbreitet, der von beiden Parteien angenommen wurde. Hierbei handelte es sich um unnötig entstandene Bereitstellungszinsen für eine Baufinanzierung.

Bei vier Verfahren wurde der Schlichtungsantrag durch den Schlichter als unbegründet zurückgewiesen. Bei zwei Verfahren musste von der Durchführung des Schlichtungsverfahrens abgesehen werden, da zur Sachverhaltsaufklärung eine mündliche Beweisaufnahme erforderlich gewesen wäre und im Rahmen der Schlichtungsordnung lediglich ein schriftliches Verfahren vorgesehen ist. Martin Klein, Geschäftsführen-

der Vorstand des VOTUM Verbandes, zieht ein positives Fazit: „Bereits die geringe Fallzahl zeigt, dass in keinem der Bereiche, für die die Schlichtungsstelle zuständig ist, also der Vermittlung und Beratung zu Versicherungen, Kapitalanlagen und Krediten, ein systemisches Fehlverhalten im Markt beobachtet werden kann. Von einem ‚Grundrauschen schlechter Beratung‘, welches die Verbraucherzentrale Bundesverband zuletzt in der Sachverständigenanhörung im Bundestag zum Finanzanlagenvermittler-Aufsichtsübertragungsgesetz behauptet hat, ist tatsächlich nichts wahrzunehmen. Die Fallzahlen sind ein Beleg dafür, dass die Qualität der Versicherungs-, Anlage- und Kreditvermittlung in Deutschland auf einem hohen Niveau ist. Sie zeigen zudem, dass der rechtliche Rahmen, in dem sich diese Tätigkeiten entfalten, ausreichend ist, um den Verbraucherschutz sicherzustellen und eine Notwendigkeit weiterer Reglementierungen nicht besteht.“

„Zu begrüßen wäre es, wenn die Unternehmen ihrer Informationspflicht hinsichtlich der Möglichkeit eines außergerichtlichen Streitbeilegungsverfahrens noch mit größerer Sorgfalt nachkämen“, so Martin Klein weiter. Gerade bei den nicht in Verbänden organisierten Marktteilnehmern sei offenbar die grundsätzlich bestehende Hinweispflicht auf die vorhandene bzw. nicht vorhandene Bereitschaft, an einem außergerichtlichen Schlichtungsverfahren teilzunehmen (§§ 36, 37 VSBG), noch nicht ausreichend bekannt. Auch sei zu beobachten, dass es den nicht organisierten Versicherungsvermittlern unbekannt

ist, dass die Teilnahme an einem Schlichtungsverfahren in diesem Marktsegment verpflichtend ist und nicht zurückgewiesen werden kann.

Zu beachten sei zudem, dass in sämtlichen Marktbereichen der Schlichtungsspruch sowohl für den Verbraucher als auch für das betroffene Unternehmen nicht verbindlich ist und zu seiner Wirksamkeit der Annahme von beiden Parteien bedarf. Trotz dieser Unverbindlichkeit erhalten die Parteien jedoch durch die erfahrenen und mit den Marktsegmenten vertrauten Schlichter, dem ehemaligen Präsidenten des Hanse-

atischen Oberlandesgerichts in Bremen, Wolfgang Arenhövel, der auch zugleich Ombudsmann beim Verband unabhängiger Vermögensverwalter in Deutschland (VuV) und beim Bundesverband Investment und Asset Management (BVI) ist, sowie dem ehemaligen Präsidenten des Amtsgerichts in Bremen, Klaus Schlüter, eine fachliche Beurteilung des Vorgangs, welche – auch im Fall einer nicht erfolgten Schlichtung – geeignet ist, um einzuschätzen, ob ein kostenträchtiges gerichtliches Verfahren erfolgsversprechend ist.

Autor: www.votum-verband.de

P&R Container- Vermittlerhaftung der Banken bestätigt!

von der Kanzlei Michaelis in Kooperation mit der Anwaltskanzlei Glameyer

Durch ein von unserem Kollegen Rechtsanwalt Glameyer erstrittenes aktuelles Urteil des Landgerichts Kleve vom 22.12.2020 ist erneut eine Bank zum vollumfänglichen Ersatz des ihrem Kunden durch die Vermittlung von Containern der P&R Gruppe entstandenen Schadens verurteilt worden. Folgt man der Begründung des Gerichtes, so haftet nicht nur diese Bank ihren Kunden für die durch die Vermittlung der P&R Container entstandenen Schäden, sondern auch andere Banken!



Quelle: © DragonImages - AdobeStock.com

Die P&R Pleite – der Schaden der Anleger

Durch die P&R-Pleite im Sommer 2018 haben bis zu 54.000 Anleger einen Großteil ihres investierten Geldes verloren. Im Rahmen

der Insolvenzverfahren hat sich herauskristallisiert, dass es sich bei dem Anlagekonstrukt der P&R-Gruppe seit Jahren um ein „Schneeballsystem“ gehandelt hat. Die Verantwortlichen haben

die Anleger offensichtlich über die Anzahl der vorhandenen Container getäuscht. Von den angeblich rund 1,6 Millionen Containern die den einzelnen Anlegern als Eigentümern gehören

sollten, existieren tatsächlich wohl nur 618.000 Container und diese befinden sich zudem in einem wesentlich schlechteren Zustand als prospektiert. Verborgenermaßen konnte dies über lange Jahre vor allem deshalb, da die einzelnen Anleger entgegen der falschen Prospekt-darstellungen und Aussagen der vermittelnden Banken gerade kein Eigentum an Containern erworben haben, da keine konkrete Containerzuweisung erfolgte. Das fehlende Eigentum hat neben dem Insolvenzverwalter zwischenzeitlich auch das Landgericht Karlsruhe durch Urteil vom 10.07.2020 bestätigt.

Bei Betrachtung der Gesamtsituation dürfte den meisten Anlegern mittlerweile bewusst geworden sein, dass sie auf keine großen Quoten im Rahmen der Insolvenzverfahren hoffen können. Hinzu kommt, dass seitens des Insolvenzverwalters angekündigt worden ist, die in den letzten vier Jahren von den Emittenten geleisteten Mietzahlungen von den Anlegern im Wege der Insolvenzanfechtung gem. § 134 InsO zurückzufordern. Diesbezüglich führt der Insolvenzverwalter bereits erste Klagen gegen die geschädigten Anleger vor Gericht. Sollte er diese Klagen gewinnen, droht den bereits geschädigten Anlegern weiterer Schaden.

Darüber hinaus war bereits deutlich der Presse zu entnehmen, dass bei den hinter der P&R-Gruppe stehenden Personen angesichts des gigantischen Schadens wohl nichts zu holen sein dürfte.

Die Vermittlerhaftung der Banken

Deshalb stellt sich vielen Geschädigten die immer drängendere Frage, inwieweit ihre Bank, die ihnen diese Kapitalanlage vermittelt hat, möglicherweise für den Ihnen entstandenen Schaden aufkommen muss und ob ihre

Bank sie bei der Vermittlung der P&R Container fehlerhaft aufgeklärt hat.

Nach der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes schulden sowohl der Anlagevermittler als auch der Anlageberater dem Interessenten eine richtige und vollständige Information über diejenigen tatsächlichen Umstände, die für dessen Anlageentschluss von besonderer Bedeutung sind. Das Landgericht Kleve hat dabei im aktuellen Urteil vom 22.12.2020 betont, dass zur Bestimmung dieser Informationen das Pflichtprogramm nach den Bestimmungen der §§ 11 ff. der Finanzanlagenvermittlungsverordnung heranzuziehen ist. Ein Verstoß gegen diese Bestimmungen führt zu einer fehlerhaften Anlageberatung und damit zur Haftung der beratenden Bank.

Im vorliegenden Fall hatte die Bank es laut Gericht unterlassen, den Kläger darauf hinzuweisen, dass auch nach der – vom Gericht unterstellten – Eigentumsverschaffung an den von der P&R erworbenen Containern ein erhebliches Risiko durch die Haftung für die Container und nicht bezahlte Standgebühren besteht, welches über den Totalverlust hinausgehen konnte. Damit hatte die beklagte Bank es unterlassen, den Kläger über dieses, über das Totalverlustisiko hinausgehende bis hin zu seiner Privatinsolvenz führende, Verlustrisiko hinzuweisen.

Auf die Frage möglicher weiterer Beratungsfehler kam es im vorliegenden vom Landgericht Kleve entschiedenen Fall folglich nicht mehr an.

Fehlende Plausibilität des Anlagekonzepts

Unabhängig davon, sind die Containeranlageprodukte der P&R Gruppe nach Rechtsauffassung

von Rechtsanwalt Glameyer bereits nicht plausibel gewesen und die beklagte Bank hätte dies im Rahmen der ihr obliegenden Plausibilitätsprüfung unschwer erkennen können und müssen. Denn der Anlagevermittler wie auch der Anlageberater sind verpflichtet, das Anlagekonzept und den Prospekt auf wirtschaftliche Plausibilität zu prüfen. Wird dies unterlassen, muss darauf hingewiesen werden. Die beklagte Bank hatte offensichtlich weder das eine noch das andere getan.

Sowohl im Emissionsprospekt, als auch in allen anderen Werbematerialien der P&R-Gruppe hatte diese gegenüber den Anlegern stets damit geworben, dass der Kunde Eigentümer der von ihm gekauften Container werde und dass diese Investition in echte Sachwerte für den Anleger aufgrund des Eigentums an den Containern sehr viel Sicherheit gewährleiste. Dies ist jedoch erkennbar falsch und hätte nach Rechtsauffassung von Rechtsanwalt Glameyer von den vermittelnden Banken im Rahmen der ihnen obliegenden Plausibilitätsprüfung der Containerprodukte der P&R-Gruppe bemerkt werden müssen.

Den vermittelnden Banken hätte im Rahmen der ihnen obliegenden Plausibilitätsprüfung problemlos bereits beim Durchlesen eines der „Kauf- und Verwaltungsverträge“ auffallen müssen, dass – entgegen der vielfachen Prospektaussagen – die Anleger durch diese Verträge gerade kein Eigentum an irgendwelchen Containern erwerben sollten und konnten.

In diesen „Kauf- und Verwaltungsverträgen“ ist folgendes geregelt: Mit dem Kaufvertrag „erwirbt“ der Anleger eine bestimmte Anzahl an Containern eines bestimmten Typs, ohne dass feststeht, welche konkreten Container dies sein sollen. Im Hinblick

auf die Eigentumsübertragung dieser unbestimmten Container wird im Kaufvertrag selbst auf den nachfolgenden, auf gleichem Blatt abgedruckten Verwaltungsvertrag verwiesen, der die Eigentumsübertragung der erworbenen Container ersetzen soll. Dieser verweist im Hinblick auf die Frage, um welche konkreten Container es sich handeln soll, wiederum auf den vorstehenden Kaufvertrag aus welchem sich gerade kein konkreter Container ergibt. Allein durch Abschluss des „Kauf- und Verwaltungsvertrages“ sollte der Eigentumsübertragungsvorgang abgeschlossen sein, ohne dass weitere Handlungen der Anleger im Anlagekonzept vorgesehen gewesen sind.

Damit ist nach dem Anlagekonzept der Containerprodukte der P&R ein Eigentumserwerb der Anleger an einem oder mehreren konkreten Containern bereits konzeptionell ausgeschlossen gewesen. Für einen Eigentumserwerb an einem oder mehreren Containern ist nach dem deutschen Sachenrecht eine Zuordnung konkreter Container zu einem konkreten Käufer erforderlich. Daran mangelt es bei den „Kauf- und Verwaltungsverträgen“ mit denen die Anleger Container von der P&R-Gruppe „kaufen“ konnten erkennbar.

Für die vermittelnde Bank ist im Rahmen der ihr obliegenden Plausibilitätsprüfung problemlos durch einfaches aufmerksames Lesen der „Kauf- und Verwaltungsverträge“ mit denen die

Container der P&R-Gruppe den Anlegern „verkauft“ worden sind, erkennbar gewesen, dass durch den Abschluss eines solchen Vertrages kein Eigentum an einem oder mehreren Containern von den Anlegern erworben werden konnte. Dadurch ist klar gewesen, dass die von der P&R-Gruppe angebotenen Containerprodukte nicht plausibel gewesen sind.

Diese Problematik der fehlenden Plausibilität betrifft alle von den verschiedenen Banken vermittelten Containerprodukte der P&R-Gruppe, wodurch eine Haftung der vermittelnden Banken gegenüber Ihren Kunden wegen Verletzung der ihnen obliegenden Pflicht zur Plausibilitätsprüfung gegeben sein könnte und entsprechende Schadenersatzansprüche der geschädigten Anleger wegen fehlerhafter Anlageberatung durch die vermittelnde Bank im Raum stehen.

Weitere Urteile zur Vermittlerhaftung in Sachen P&R

Dass es sich bei der Haftung der vermittelnden Banken um keinen Einzelfall handelt, zeigt ein weiteres Urteil des Landgerichts Kleve vom 05.05.2020, durch welches die dort verklagte Bank mit fast identischer Begründung ebenfalls zum Ersatz des ihren Kunden durch die fehlerhafte Anlageberatung entstandenen Schadens verurteilt worden ist. Aber auch ein Urteil des Landgerichts Erfurt vom 22.02.2020, durch welches eine weitere Bank mit na-

hezu identischer Begründung des Gerichtes wegen fehlerhafter Anlageberatung im Zusammenhang mit der Vermittlung der Container der P&R-Gruppe vollumfänglich zum Ersatz des ihrem Kunden entstandenen Schadens verurteilt worden ist, verdeutlicht dies. Diese Urteile fügen sich in eine Reihe weiterer Urteile zugunsten der geschädigten Anleger in Sachen P&R, wie zum Beispiel das Urteil des Landgerichts Stuttgart vom 27.11.2019 oder das Urteil des Landgerichts Krefeld.

Handlungsbedarf für die geschädigten Anleger

Vor dem Hintergrund, dass mit keiner vernünftigen Insolvenzquote zu rechnen ist, eine Inanspruchnahme durch den Insolvenzverwalter hinsichtlich der bereits erhaltenen Mietzahlungen droht und die Ansprüche der geschädigten Anleger der Containerprodukte der P&R-Gruppe gegen die vermittelnden Banken Ende 2021 zu verjähren drohen, dürfte es jetzt für die geschädigten Anleger an der Zeit sein, sich an einen in den Sachverhalt eingearbeiteten auf Bank- und Kapitalmarktrecht spezialisierten Rechtsanwalt zu wenden. Dort sollte geprüft werden, ob die das Produkt vermittelnde Bank möglicherweise wegen fehlerhafter Anlagevermittlung dem Anleger für den entstandenen Schaden haftet. Dies scheint naheliegend, wenn sich nicht etwas anderes aus einer Beratungsdokumentation ergibt.

Autor: www.Anwaltskanzlei-Glameyer.de und www.Kanzlei-Michaelis.de



Makler können aufatmen- BGH bestätigt D&O-Versicherungsschutz für Zahlung nach Insolvenzreife

von Dipl. Jurist Fabian Kosch, Kanzlei Michaelis Rechtsanwälte

Der BGH hat mit Urteil vom 18.11.2020 –IV ZR 217/19– ausdrücklich klargestellt, dass die Haftung des Geschäftsführers gem. § 64 S. 1 GmbHG für Zahlung nach Insolvenzreife ein gesetzlichen Haftpflichtanspruch auf Schadensersatz im Sinne der D&O Versicherungsbedingungen darstellen. Das Urteil des BGH schafft endlich Klarheit. Der BGH hatte sich mit einem Fall des OLG Frankfurt, Az.: 3 U 6/16, zu befassen. Das OLG Frankfurt schloss sich hierbei einer Entscheidung des OLG Düsseldorf vom 20.07.2018 –IV U 93/16– an. Nach den Auffassungen der Oberlandesgerichte sei § 64 S. 1 GmbHG kein gesetzlicher Haftpflichtanspruch auf Schadensersatz im Sinne der Versicherungsbedingungen, sondern vielmehr ein „Ersatzanspruch eigener Art“.

Insbesondere die Entscheidung des OLG Düsseldorf erhielt in der Literatur nicht wenig Beachtung. Auch die Kanzlei Michaelis hatte das Urteil besprochen und insofern auf die Auswirkung des D&O Versicherungsschutzes hingewiesen und die Versicherungsvermittler dazu aufgerufen auch Versicherungsschutz für Ansprüche nach § 64 S. 1 GmbHG beizubringen, da viele Versicherungsgesellschaften Ansprüche dieser Art für gar keine bis kaum Mehrprämie eingeschlossen haben. Insofern gibt es nunmehr auch Entwar-

nung für Versicherungsvermittler, die diesbezüglich nicht tätig geworden sind.

Der BGH bekräftigt erneut, dass allgemeine Versicherungsbedingungen so auszulegen sind, wie ein durchschnittlicher und verständnisbemühter Versicherungsnehmer sie bei verständiger Würdigung, aufmerkamer Durchsicht und unter Berücksichtigung des erkennbaren Sinnzusammen-

mäßer gesetzlicher Haftpflichtanspruch auf Schadensersatz ist. Zwar kann der Versicherungsnehmer der Vermögensschadenhaftpflichtversicherung entnehmen, dass gem. dem Wortlaut nicht sämtliche mit der Tätigkeit eines Geschäftsführers einhergehende Risiken abgedeckt sind, sondern vielmehr Versicherungsschutz nur für eine Inanspruchnahme des versicherten Person wegen Vermögensschäden gewährt, also



Quelle: © Tiko - AdobeStock.com

hangs versteht. Dabei kommt es auf die Verständnismöglichkeit eines Versicherungsnehmers ohne versicherungsrechtliche Spezialkenntnisse und damit auch auf seine Interessen an. In erster Linie ist vom Bedingungswortlaut auszugehen. Nach diesen Maßstäben ergibt die Auslegung für den durchschnittlichen, hier mithin geschäftserfahrenen und mit allgemeinen Geschäftsbedingungen vertrauten Versicherungsnehmer einer D&O-Versicherung, dass der in § 64 S. 1 GmbHG geregelte Anspruch ein bedingungsge-

solcher Schäden, die weder Personen noch Sachschäden sind. Ferner kann der Versicherungsnehmer erkennen, dass lediglich auf Schadensersatz geregelte Ansprüche und somit keine Ansprüche wegen Eigenschäden der versicherten Person oder Ansprüche auf Erfüllung vertraglicher Leistungsverpflichtungen erfasst sind. Gleichwohl soll der Versicherungsnehmer den in § 64 S. 1 GmbHG geregelten Anspruch der Gesellschaft auf Ersatz nach Eintritt der Zahlungsunfähigkeit geleiteten Zahlung als bedingungsge-

mäßen Schadensersatzanspruch ansehen dürfen. Der Ausdruck „Schadenersatz“ verweist den Versicherungsnehmer nicht auf den Bereich der Rechtsprache, weil es dort keinen in seinen Konturen eindeutig festgelegten Schadensersatzbegriff gibt. Der BGH argumentiert somit, anders als das OLG Düsseldorf, vor allem auch mit der Umgangssprache, wonach ein Schadensersatz mit der Umgangssprache einen Ausdruck umschreibt der allgemein einen Ausgleich eines erlittenen Nachteils beschreibt.

Der BGH stellt nicht auf die rechtsdogmatische Einordnung

des Anspruchs aus § 64 S. 1 GmbHG ab, denn der BGH hatte nämlich tatsächlich in ständiger Rechtsprechung den Anspruch nach § 64 S. 1 GmbHG nicht als Schadenersatzanspruch, sondern als eigene ständige Anspruchgrundlage bzw. als „Ersatzanspruch eigener Art“ eingeordnet. Eine derartige komplexe rechtsdogmatische Einordnung kann jedoch selbst nach Auffassung des BGH nicht von einem durchschnittlichen, wenngleich geschäftserfahrenen, Versicherungsnehmer gefordert werden.

Diese Entscheidung zeigt wunderbar die Anwendung der Aus-

legungsregeln im Versicherungsrecht auf. Der BGH stellt den Anspruch aus § 64 S. 1 GmbHG Schadensersatzansprüchen gleich, wenngleich der BGH in ständiger Rechtsprechung kontinuierlich betont, dass § 64 S. 1 GmbHG dogmatisch ausdrücklich kein Schadensersatzanspruch ist. Diese Feinheiten des Rechts können gleichwohl selbstverständlich nicht vom durchschnittlichen Versicherungsnehmer verlangt werden. Insofern ist nunmehr Rechtssicherheit in den praxisrelevantesten Feldern in D&O-Versicherung.

Autor: www.kanzlei-michaelis.de

„Geschäftskunden-Norm“ DIN 77235 auf der Zielgeraden

Nach rund zweieinhalb Jahren Arbeit hat der zuständige Arbeitsausschuss beim Deutschen Institut für Normung DIN den Entwurf für die „Basis-Finanz- und Risikoanalyse für Selbstständige sowie kleine und mittlere Unternehmen“ einstimmig verabschiedet. Noch bis zum 26. April haben interessierte Kreise, wie es heißt, die Möglichkeit, diesen auf der Website des DIN zu kommentieren.

Mit dieser neuen Norm wird der Grundstein gelegt, um zukünftig die Zielgruppe der sogenannten Geschäftskunden, also Freiberufler, Gewerbetreibende, Selbstständige sowie kleine und mittlere Unternehmen in Bezug auf Risiko- und Finanzthemen ganzheitlich, objektiv und neutral und zugleich hochgradig individuell zu analysieren. Die



Quelle: © mariakraynova - AdobeStock.com

DIN 77235 ergänzt die DIN 77230 „Basis-Finanzanalyse für Privathaushalte“ damit um die Analyse der betrieblichen Sphäre. Finanzberater und -Beraterinnen erhalten mit ihr ein Handlungsgerüst, um notwendige Versicherungs- und Finanzthemen mit ihren Geschäftskunden qualifizierter, routinierter und intensiver zu besprechen.

Der Ausschuss hat die potenziellen Bedarfe der Zielgruppe zusammengetragen und gewichtet, geordnet und mit Zielgrößen versehen, um so ein möglichst allgemeingültiges Werkzeug für die Anwendung in der sehr fa-

cettenreichen und inhomogenen Zielgruppe zu schaffen. Mathias Grellert, stellvertretender Obmann im Ausschuss und Projektmanager beim Defino Institut für Finanznorm AG sagt: „Wir erwarten eine sehr positive Resonanz auf die baldige Veröffentlichung der DIN 77235. Wir sind überzeugt, dass wir mit der neuen DIN-Norm ein Hilfsmittel bereitstellen, das Beraterinnen und Beratern zu mehr Effizienz und Sicherheit in einem Beratungssegment verhilft, das bislang in den Vertrieben eher stiefmütterlich unterstützt wurde. Aber erste Nachfragen bestätigen bereits ein breites Interesse.“ Die Veröffentlichung der DIN 77235 in ihrer Endfassung ist für September 2021 geplant.

Autor: www.defino.de

IHR SPEZIALIST FÜR LOGISTIK-INVESTMENTS



Gründung
2011



Logistikinvestments
> 200



Standorte
**HAMBURG
CHAM (Oberpfalz)
KÖLN**



Investoren
> 7.500



Mitarbeiter in Deutschland
> 40



Anlegerkapital in EUR
> 350 Mio.



Erfüllungsquote
100%



Geleistete Miet-, Zins- und
Rückzahlungen in EUR
> 150 Mio.

Vollintegrierter Asset-Manager: Zur Unternehmensgruppe gehören u.a. die Axis Intermodal Deutschland GmbH, das größte Vermietunternehmen für Wechselkoffer in Europa, der Containermanager Noble Container Leasing Ltd. mit Standorten u.a. in Hongkong, Singapur und Seoul sowie eine Beteiligung an dem Datenbank- und KI-Spezialisten Maverick Media Consulting GmbH.

100%-Erfüllungsquote: Seit Unternehmensgründung im Jahr 2011 wurden alle Miet-, Zins- und Rückzahlungsverpflichtungen in voller Höhe erfüllt. Alle Investments laufen planmäßig oder wurden planmäßig abgeschlossen.



Wichtige Hinweise: Die ist eine Marketingmitteilung der Solvium Capital Vertriebs GmbH, Englische Planke 2, 20459 Hamburg, die ausschließlich Informationszwecken dient. Sie erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sie stellt weder eine Anlageberatung noch eine Anlageempfehlung/Finanzanalyse noch ein Angebot zum Erwerb eines Anlageprodukts dar. Eine Anlageentscheidung muss immer auf der Prüfung des Verkaufsprospekts des jeweiligen Produkts beruhen. Die vollständigen Angaben zum jeweiligen Produkt, einschließlich der Darstellung der jeweiligen wesentlichen Risiken, sind einzig dem jeweiligen Verkaufsprospekt zu entnehmen. In der der Vergangenheit erzielte Erträge bzw. Renditen und Prognosen sind keine Garantie und kein Indikator für zukünftige Gewinne bzw. Auszahlungen. Der Verkaufsprospekt des geschlossenen Publikums- AIF „Solvium Logistic Fund One GmbH & Co. geschlossene InvKG“, einschließlich der Anlagebedingungen, des Gesellschaftsvertrages und des Treuhandvertrages, sowie die wesentlichen Anlegerinformationen dieses AIF sind auf der Internetseite www.solvium-capital.de kostenlos in deutscher Sprache zum Download verfügbar. Hinsichtlich etwaiger zukünftig öffentlich angebotener Vermögensanlagen ist zu beachten:

Der Erwerb der Vermögensanlage ist mit erheblichen Risiken verbunden und kann zum vollständigen Verlust des eingesetzten Vermögens führen. Der in Aussicht gestellte Ertrag ist nicht gewährleistet und kann auch niedriger ausfallen.

Sofern und soweit Vermögensanlagen zukünftig öffentlich angeboten werden, kann der Anleger ab Beginn des jeweiligen öffentlichen Angebots den veröffentlichten Vermögensanlagen-Verkaufsprospekt zu einer Vermögensanlage und evtl. Nachträge hierzu sowie das entsprechende Vermögensanlagen-Informationsblatt bei der Anbieterin/Emittentin der jeweiligen Vermögensanlage kostenlos anfordern bzw. auf der Internetseite der jeweiligen Anbieterin/Emittentin abrufen. Die Anschrift und die Internetseite der jeweiligen Anbieterin/Emittentin werden vor Beginn des öffentlichen Angebots einer Vermögensanlage veröffentlicht.