



# Report

Versicherungs- und Finanznachrichten 10/16

© Serg Zastavkin - Fotolia

Sonderver-  
öffentlichung

STRATEGOS  
Consulting

Der neue  
Beratungsansatz

Kostentransparenz





## Der neue Beratungsansatz

# Kostentransparenz

Was wünschen sich Kunden heutzutage von einer Finanzberatung? Aktuelle Studien kommen alle zu demselben Ergebnis: In erster Linie ist Transparenz gefragt, besonders in der Investment- und Altersvorsorgeberatung. Dies gilt für die Beratungsvergütung und auch den Kostenausweis der Finanz- und Versicherungsprodukte gleichermaßen, vor allem Verbraucherschützer fordern dies bereits seit Jahren von der Branche ein.

Daniel Woisch

Inhaber  
STRATEGOS Consulting



Die Frage, warum Kosten von Finanz- und Versicherungsprodukten immer mehr in der Kritik stehen, ist leicht zu beantworten. Kosten mindern naturgemäß die Rendite von Sparprozessen. Je höher die Kosten in Anlageprodukten sind, desto geringer sind die Erträge. Erträge, die dem Kunden am Ende fehlen. Kosteneffizienz ist also eine wesentliche Grundlage für den Erfolg eines Anlageproduktes.

Die Notwendigkeit, Kosten von Anlageprodukten im Blick zu haben, erschließt sich schnell anhand einiger Zahlen eines realen Beispiels: Bereits bei einer monatlichen Sparrate von „nur“ 100 Euro und einer Anlagedauer von 30 Jahren beträgt der Unterschied zwischen einer teuren und einer günstigen, fondsgebundenen Rentenversicherung fast 25.000 Euro. Allein diese Werte belegen die Wichtigkeit und auch die Brisanz dieses Themas. Es geht um sehr viel Geld. Geld, das Kunden bei zu teuren Anlageprodukten verloren geht. Kostentransparenz ist somit ein berechtigtes Argument für den Verbraucher, gerade unter dem Aspekt, Kapital für die Altersvorsorge aufzubauen.

Schön und gut, wird der geneigte Leser an dieser Stelle denken, wo ist das Problem? Es bestehen doch bereits Möglichkeiten für den Kostenvergleich von Finanz- und Versicherungsprodukten. Etablierte Makler-Vergleichsprogramme erstellen für die Beratung die Rankings von Rentenversicherungen nach deren Ablaufleistungen. Somit kann doch theoretisch die

Rentenversicherung ausgewählt werden, welche die höchste Ablaufleistung verspricht. Ferner bestehen bereits Kennzahlen, mit der Anlageprodukte verglichen werden können, wie zum Beispiel die Effektivkostenquote oder die Total Expense Ratio (TER). Anleger können diese Kennzahlen direkt aus den Produktinformationsblättern herausgelesen.

### Wird Transparenz ungerechtfertigt gefordert?

Sind die Wünsche der Kunden und die Forderungen der Verbraucherschützer an dieser Stelle ungerechtfertigt, weil es anscheinend genügend Kostentransparenz gibt? Bei einer tiefergehenden Betrachtung der „Transparenz-Möglichkeiten“, zum Beispiel anhand einer fondsgebundenen Rentenversicherung (FRV), kommen allerdings berechtigte Zweifel auf. Etablierte Vergleichsprogramme verwenden bei ihren Rankings Ablaufleistungen, die von den Versicherungsgesellschaften selbst ermittelt werden. Für deren Ermittlung gibt es aber bis dato keine klare gesetzliche Vorgabe, somit beruhen diese Ablaufleistungen mitunter auf komplett unterschiedlichen Berechnungsmethoden.

Es ist ein offenes Geheimnis, dass Gesellschaften diesen Gestaltungsspielraum sehr „kreativ“ nutzen, um das eigene Produkt in diesen Wettbewerbsrankings möglichst weit oben zu sehen. Folglich lassen diese „Rankings“ de facto keinen objektiven und transparenten Vergleich zu.

### Effektivkostenquote – (un-)brauchbar?

Somit ist die Effektivkostenquote, die in Verbindung mit dem LVRG eingeführt wurde, als Kennziffer zur Messung von Kostentransparenz zu hinterfragen. Es darf sogar die These aufgestellt werden, dass diese in ihrer aktuellen Form unbrauchbar ist, da sie auf der individuell von der einzelnen Versicherungsgesellschaft erstellten Ablaufleistung beruht. Daher betrachten Experten und Verbraucherschutz die Effektivkostenquote mittlerweile nicht nur als wertlos, sondern gar als irreführend, da sie einen transparenten Angebotsvergleich suggeriert, der ebenfalls de facto nicht gegeben ist. ▶



### Die Kosten des Versicherungsmantels

Bleiben noch die Angaben zu den Kostenangaben des Versicherungsmantels, die in dem Produktinformationsblatt (PIB) angegeben werden müssen. Wie transparent sind diese Angaben? Diese Kosten sind keinesfalls einfach mit dem Taschenrechner zu errechnen, da sie vernetzt zueinander im Bezug stehen und gleichzeitig auf unterschiedlichen Bezugsgrößen beruhen. Ein reiner Vergleich der nominalen Werte führt daher zu keinem konsistenten Ergebnis. Die Folge ist, dass Gesamtkosten des Versicherungsmantels nur in einem komplexen, dynamischen Berechnungsverfahren seriös ermittelt werden können.

Bei fondsgebundenen Rentenversicherungen sind zusätzlich zu den Versicherungsmantelkosten noch die Gebühren für die Investmentfonds hinzuzurechnen. Die hierzu korrespondierende Kennzahl „TER“ steht ebenfalls seit Jahren massiv in der Kritik, weil bei dieser Kennzahl entscheidende Kostenpositionen, wie u. a. die Transaktionskosten, überhaupt nicht beachtet werden. Ein Kostenvergleich rein über die TER greift damit ebenfalls zu kurz, zumal auch hier Fonds- und Versicherungsmantelkosten in einem dynamischen Kontext zueinander stehen.

### Das Resümee

Die bestehenden Möglichkeiten sind in ihrer aktuellen Form nicht geeignet, Kosten von Finanz- und Versicherungsprodukten in ihrer Gesamtheit transparent darzustellen. Ein unabhängiger, objektiver und konsistenter Vergleich ist praktisch nicht möglich. Daraus folgernd ergibt sich die Frage, wie Kosten von Finanz- und Versicherungsprodukten in ihrer Gesamtheit überhaupt transparent dargestellt werden können. Seit Kurzem präsentiert sich ein weiteres, sehr spezifisches Vergleichsprogramm im Markt, der eLIGA®-Vergleichsrechner.

Mit eLIGA® können die Gesamtkosten von Investment- und Versicherungsprodukten völlig unabhängig, objektiv und transparent verglichen werden. Die Software wurde dafür auch von dem renommierten Fraunhofer Institut (ITWM) zertifiziert und bietet somit die höchstmögliche Transparenz bei entsprechenden Vergleichen.

### Kostentransparenz immer ausschlaggebender

Transparenz als Beratungsgrundsatz bietet eigene, neue und bisher nicht bekannte Chancen. In Zeiten von „Doktor Google“ sind Kunden heutzutage wesentlich aufgeklärter und anspruchsvoller als früher, dies gilt auch für Provisionen und Kosten von Anlageprodukten. Kostentransparenz ist ein wesentliches Entscheidungskriterium für den Kunden. Diese Chance können Makler nachhaltig nutzen, wenn sie das Thema proaktiv als Argument bzw. als neuen Beratungsansatz verwenden. Der offene Umgang mit dem Thema Kosten schafft Vertrauen und ist zugleich die Grundlage für eine gute Zusammenarbeit. Wenn generell fehlende Transparenz der allgemein bekannte

Die Zukunft der Altersvorsorge liegt eindeutig im Bereich fondsorientierter Investments, auch und vor allem im Versicherungsmantel.

Hauptgrund für mangelndes Vertrauen in die Beratung ist, dann sollte der Makler doch exakt diesen Punkt von selbst und rechtzeitig ansprechen. Transparenz ist die neue Währung für das Vertrauen des Kunden.

Die Thematisierung der Kosten bei Finanz- und Versicherungsprodukten hat in der Beratung leider noch immer einen untergeordneten Stellenwert. Die Gründe sind vielfältig. Häufig ist Angst vor der offenbar nicht einzuschätzenden Reaktion einer der Gründe, warum nicht offen mit dem Kunden darüber gesprochen wird. Es besteht die Sorge, Kunden könnten die Höhe des genannten Wertes nicht umfassend einschätzen und der Abschluss kommt deshalb nicht zustande. Die Praxis zeigt jedoch das Gegenteil.

Wie bei allen anderen Dienstleistungen und Produkten entstehen auch in der Finanzberatung und bei Anlageprodukten Gebühren und Kosten entlang der Wertschöpfungskette. Diese wirtschaftliche Gesetzmäßigkeit ist einem Kunden bewusst. Kunden haben mit Beratungsvergütungen und Produktkosten kein Problem, sofern sie in der Zusammenarbeit ihren eigenen Mehrwert erkennen. Signifikante Kostenersparnisse durch eine tatsächlich transparente Beratung und Produktselektion sind genau der Mehrwert, den sich Kunden wünschen.

Wie bei allen anderen Dienstleistungen und Produkten entstehen auch in der Finanzberatung und bei Anlageprodukten Gebühren und Kosten entlang der Wertschöpfungskette. Diese wirtschaftliche Gesetzmäßigkeit ist einem Kunden bewusst. Kunden haben mit Beratungsvergütungen und Produktkosten kein Problem, sofern sie in der Zusammenarbeit ihren eigenen Mehrwert erkennen. Signifikante Kostenersparnisse durch eine tatsächlich transparente Beratung und Produktselektion sind genau der Mehrwert, den sich Kunden wünschen.

### Die Basis für eine kostentransparente Beratung

Ein grundsätzliches Umdenken in einigen Bereichen wird für den Makler allerdings erforderlich sein. An erster Stelle steht eine fachliche Auseinandersetzung damit. Auch wenn der Ansatz dafür komplex erscheinen mag, so beschränkt sich das notwendige Fachwissen tatsächlich auf einige, wenige Kostenpositionen, die sehr schnell und leicht erlernt werden können. Ebenso empfiehlt sich eine entsprechende Investment-Expertise, da sich klassische Altersvorsorgeprodukte immer mehr vom Markt verabschieden.

Die Zukunft der Altersvorsorge liegt eindeutig im Bereich fondsorientierter Investments, auch und vor allem im Versicherungsmantel. Folglich sind für die Zukunft andere, neue Beratungsansätze gefragt, will man in der Altersvorsorge erfolgreich sein. Die in der letzten Zeit von den Versicherern unter dem Oberbegriff „Neue Klassik“ entwickelten Alternativen scheinen auf den ersten Blick dieser neue Ansatz zu sein. Bei näherer Betrachtung entpuppen sie sich eher als alter Wein in neuen Schläuchen. Vielmehr scheint diese komplexe Produktgattung lediglich dazu zu dienen, dem breiten Vertrieb eine neue, vermeintlich einfache Verkaufsstory bereitzustellen.

Bei der Weiterbildung sind auch Versicherungsgesellschaften, Pools und Vertriebe gefragt, den Beratern eine adäquate, fachliche Weiterbildung anzubieten. Erfahrungsgemäß werden besonders Fachinformationen von Maklern sehr gerne angenommen. Diese Maßnahmen sind nicht nur sinnvoll, sondern auch konsequent, da alle in der Wertschöpfungskette davon profitieren, wenn Vorsorgeprodukte nachhaltig verkauft werden können.



Beratung mit Transparenz erfordert von vielen Maklern zudem ein völlig neues Selbstverständnis im Umgang mit der von Kunden immer häufiger gestellten Vergütungsfrage. Eine qualitativ gute Beratung erfordert einen großen Aufwand. Der Makler sollte seine einzelnen Dienstleistungen und damit seine berechnete Vergütung offen zu Beginn der Zusammenarbeit kommunizieren.

Hierbei kann der Makler das LVRG sogar zu seinem Vorteil nutzen, denn seit dessen Einführung wird die Courtage bekanntlich einheitlich mit 25 Promille in den ersten fünf Jahren ausgewiesen. Damit sind die ausgewiesenen Courtagen bei allen Anbietern nahezu identisch. Diese Tatsache kann offen kommuniziert und der Kunde gleichzeitig über maßgebliche Kostenersparnisse in anderen Bereichen aufgeklärt werden. Diesen Service kann der Makler jetzt endlich mithilfe neuester Software für den Kunden leisten.

Vergütungs- und Kostentransparenz schaffen zudem die Grundlage für eine mögliche (und empfohlene) Erweiterung des ursprünglichen Geschäftsmodells eines Maklers hin zur Honorarberatung bzw. Honorarvermittlung. Wer als Makler Vergütung und Produktkosten aktiv beraten kann, hat die Grundlage geschaffen, seinen Kunden auch zusätzlich eine Honorarberatung bzw. Honorarvermittlung anzubieten. Damit können neue Kundengruppen erschlossen und das Geschäftsmodell auf eine breitere Basis gestellt werden.

## Nachhaltigkeit hat Zukunft

Beratung mit Kostentransparenz ist folglich ein längst überfälliger, notwendiger und gleichzeitig auch moralisch-ethischer Ansatz. Kunden profitieren direkt durch Kosteneinsparungen bei ihren Finanzentscheidungen. Makler erwerben mit diesem neuen Beratungsgrundsatz ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal, das dem Kunden die gewünschte Kompetenz signalisiert und zugleich wichtiges Vertrauen schafft.

Darüber hinaus können sie in Zukunft auf immer neue Vertriebsstories verzichten, denn kostentransparente Beratung ist eine echte Life-Time-Story. Mehr Markttransparenz führt auch zwangsläufig dazu, dass der Wettbewerb unter den Produktanbietern steigen wird. Die Folge ist, dass Finanz- und Versicherungsprodukte in der Breite günstiger werden können. Wird Transparenz dann noch in der Beratung zum allgemein verbreiteten Standard, besteht die Chance, dass auch die Kritik von Politik und Verbraucherschutz verstummen kann.

Makler sind somit gut beraten, diese neuen Herausforderungen zügig anzunehmen. Transparenz ist in der Finanz- und Versicherungsbranche ein Megatrend und nicht mehr aufzuhalten. Makler sollten eine aktive Vorreiterrolle einnehmen und die Vorteile als „First Mover“ nutzen. ■

 **Strategos Consulting**  
Mail: [info@strategos-consulting.de](mailto:info@strategos-consulting.de)



## Vorsorge ist Vertrauenssache

**Mit unseren durchdachten Produkten für jeden Anspruch bieten wir Ihnen immer das optimale Versorgungs-Plus.**

**Individuell, flexibel, unkompliziert:**

- fünfmal in Folge „Versicherer des Jahres“
- Produkte mit Top-Bewertungen
- schneller, kundenorientierter Service
- und vieles mehr

Jetzt informieren:

Alle Informationen zu den vielfältigen Möglichkeiten online oder direkt bei Ihrem Maklerservice.



[www.mv-maklernetz.de](http://www.mv-maklernetz.de)

Für Ihre Beratung nur das Beste:

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT GmbH & Co. KG

**1. PLATZ**

**Versicherer des Jahres**

Kundenbefragung Juni 2016  
43 Versicherer

[www.disq.de](http://www.disq.de)  
Privatwirtschaftliches Institut





**Verlag und Herausgeber:**  
experten-netzwerk GmbH  
Pelkovenstr. 81, 80992 München  
Telefon: +49 89 2196122-0  
Telefax: +49 89 2196122-20  
info@experten.de  
www.experten.de  
www.der-generationenberater.de  
**Geschäftsführung:** Brigitte Hicker

**Handelsregister:** HRB München Nr. 180208  
**Steuer-Nr.:** 143 / 135 / 60970  
**Ust-IdNr.:** DE229152627  
**Redaktion:** Brigitte Hicker  
**Grafik & Produktion:**  
experten-netzwerk GmbH  
Pelkovenstr. 81, 80992 München

**SSN 2196-4246**

Der Experten Report (Print und E-Paper) und die News<sup>2</sup> sind Pressedienste für Journalisten, Redaktionen, Branchenunternehmen und Vermittler. Informationen und deren Veröffentlichung unterliegen in der Regel einer eigenen Dynamik. Deshalb übernehmen weder die Redaktion noch der Verlag eine Haftung für die Richtigkeit der Inhalte bei leicht fahrlässigem Verhalten. Artikel, Berichte und Interviews geben die Meinung des Verfassers wieder, für deren Daten und Inhalte der Verlag nicht verantwortlich ist. Ferner wird vom Verlag keine Haftung für initiativ und somit unverlangt eingereichte Daten, Illustrationen und Fotomaterial übernommen. Alle Urheber- und Verlagsrechte, auch in Verbindung mit jeder Art der Vervielfältigung, bleiben vorbehalten. Nachdrucke, Aufnahmen in elektronische Archive und Datenbanken sowie jegliche Vervielfältigung auf CD-ROM oder weitere Datenträger bedürfen der schriftlichen Genehmigung des Verlages.