

Moderner Verbraucherschutz muss einfach und übersichtlich sein

Verwirrung statt Aufklärung: Produktinformationsblätter und Beratungsprotokolle sind kaum eine Hilfe für Bankkunden. Nähe und eine faire Beratung bringen mehr. Von Dominik Enste, Institut der deutschen Wirtschaft Köln.

Einfach und übersichtlich sollen Verbraucherinformationen insbesondere im Bereich der Geldanlage idealerweise sein – leider sind sie das nur selten: Häufig gibt es eine Informationsflut und dadurch eher Verwirrung als Aufklärung. Ein moderner Verbraucherschutz sollte daher verhaltensökonomische Forschungsergebnisse berücksichtigen, wie die soeben erschienene Studie „Verbraucherschutz und Verhaltensökonomik – Zur Psychologie von Vertrauen und Kontrolle“ des IW Köln zeigt. Denn neben der Regulierungswut üben auch die Niedrigzinsen massiven Druck auf die Banken und die Geldanleger aus.

Konsumverzicht wird bestraft

Bedürfnisaufschub, Selbstkontrolle, Konsumverzicht und Sparen sind zentrale Bausteine für ein erfolgreiches Leben und Wohlstand. Selbstkontrolle ist neben Intelligenz eine der wichtigsten Eigenschaften für beruflichen Erfolg. Das bekannte Stanford-Marshmallow-Experiment hat dies eindrücklich gezeigt. Dabei wurden 600 Kinder in den 1960er Jahren vor folgende Wahl gestellt: „Möchtest du jetzt ein Marshmallow essen oder willst du warten und als Belohnung dafür noch ein zweites bekommen?“ Das Ergebnis zeigt, dass die Kinder, die ihren Konsum besonders lange aufschieben konnten, im Berufsleben – rund 30 Jahre später – im Durchschnitt häufiger einen Universitätsabschluss machten, dass ihre Beziehungen stabiler waren, sie seltener Drogen nahmen und zudem schlanker waren als die Ungeduldigen. Die Fähigkeit zum Konsumverzicht wird im späteren Leben belohnt.

Negativzinsen bestrafen diesen Konsumverzicht. Damit wird das zeitinkonsistente, irrationale Verhalten der Menschen nun auch noch belohnt; die Gegenwartspräferenz wird durch Negativzinsen verstärkt und nachhaltiges Leben und Wirtschaften werden erschwert. Mit anderen Worten: Es wird rational, seinen Bedürfnissen sofort nachzugeben. Warum sollte man warten, wenn man dafür



Beratungsprotokolle verursachen viel Bürokratie, kosten Geld und nützen in ihrer derzeitigen Form weder den Kunden noch den Banken.

noch nicht einmal in Form von Zinsen belohnt wird? Es fällt den Menschen schon jetzt schwer, gute Vorsätze wie das Sparen für das Alter umzusetzen. Wenn Sparen nicht mehr belohnt, sondern bestraft wird, hat dies gravierende Auswirkungen auf die Altersvorsorge.

Gut gemeint, nicht gut gemacht

Hinzu kommt, dass der Gesetzgeber die privaten Geldanleger – aus gut gemeintem Paternalismus und aufgrund von Fehlverhalten einiger Banken im Zuge der Finanzkrise – mit immer mehr Gesetzen und Vorschriften schützen möchte. Aber gut gemeint heißt hier leider nicht, dass es für den Anleger auch gut gemacht ist. Die verpflichtenden Informationsblätter sollen Anlegern die wesentlichen Chancen und Risiken von Finanzprodukten übersichtlich zeigen. Im Alltag ist dies kosten- und zeitintensiv für die Finanzunternehmen und wenig hilfreich für die Verbraucher.

Besser wäre es, einheitliche, kompakte und einfache Mindestanforderungen für die Informationsmaterialien festzulegen. So könnten die Anbieter und die Aufsichtsbehörde BaFin ihre Bürokratiekosten senken und die Verbraucher müssten sich nicht immer wieder in unterschiedlich gestaltete Informationsblätter einlesen. Die bisherige Praxis erreicht jeden-

falls das Ziel besserer Beratung und präferenzgerechter Anlagen nur selten – trotz immens gestiegener Informations- und Beratungskosten. Vereinfachte, standardisierte und kompakte Informationen – am besten in Form von grafischen Darstellungen – statt von Juristen nach rechtlichen Vorgaben formulierte Texte sind hier für alle Beteiligten sinnvoll und wünschenswert. Aus der Compliance-Perspektive ist dies derzeit wohl nicht umsetzbar, weil rechtlich anfechtbar. Aber vielleicht hat der Gesetzgeber ja mit Blick auf die Folgen für die Anleger bald ein Einsehen.

Rückzug aus der Beratung

Denn aufgrund der hohen Kosten von Beratungsprotokollen – welche die meisten Kunden nicht lesen – und von Produktinformationsblättern ziehen sich einer Umfrage unter 500 Kreditinstituten zur Folge vor allem kleinere Banken komplett aus der Beratung zu risikoreicheren Anlageformen wie Aktien zurück (22 Prozent aller befragten Regionalbanken und Sparkassen) oder reduzieren diese (weitere 66 Prozent). Bei Großanlegern stehen die Risiken und Kosten nach wie vor in einem angemessenen Verhältnis: Die Anlagesumme und damit auch der Gewinnanteil für das Institut sind ausreichend für weitere Beratungs-

tätigkeit. Für den durchschnittlichen Kleinanleger hingegen könnte die Anlage über eine Bankberatung und Hausbank erschwert werden, sodass hauptsächlich bei Direktbanken und ohne Beratung Geld angelegt wird. Diese Entwicklung ist nicht im Sinne des Verbraucherschutzes und auch nicht im Sinne der Banken.

Hintergrund der Regulierungen und Vorschriften ist das große Misstrauen in Politik und Öffentlichkeit, welches manchen Banken seit der Finanzkrise entgegenschlägt. Dabei vertrauen Umfragen zur Folge zwei von drei Kunden weiterhin ihrem unmittelbaren Berater, vor allem bei den Volksbanken und Raiffeisenbanken und bei den Sparkassen. Auch die rund 500 vom Deutschen Aktieninstitut befragten Kreditinstitute sehen im Berater mehrheitlich den Ansatzpunkt, um das Misstrauen zu überwinden: Mehr als 70 Prozent erkennen einen hohen bis sehr hohen Ertrag darin, die Bankberater zu schulen, während nur knapp 25 Prozent im Beratungsprotokoll einen Nutzen, nämlich Rechtssicherheit, sehen.

Das Vertrauen in Finanzprodukte und die Finanzbranche lässt sich zum einen durch mehr Transparenz und mehr Finanzwissen auf Seiten der Verbraucher steigern, wie unsere Studie zeigt. Dabei können Onlineschulungen und Informationen helfen. Allerdings verbesserten nur die Videoerzählung und die geschriebene Erzählung neben dem Vertrauen auch das Finanzwissen. Beide Formen funktionieren, weil sie die kognitive Beteiligung und das Verständnis erhöhen und dadurch schließlich das Verhalten verändern. Das Finanzvertrauen – aber



Zur Person

Dominik Enste (*1967) ist Professor an der TH Köln, Geschäftsführer der IW Akademie GmbH und Leiter des Kompetenzfelds Verhaltensökonomik und Wirtschaftsethik am Institut der deutschen Wirtschaft Köln (IW). Er hat zahlreiche Bücher und Artikel zu wirtschaftsethischen und -psychologischen Themen verfasst. Seine Forschungsschwerpunkte sind Vertrauen, Integrität und Lebenszufriedenheit.

nicht das Finanzwissen – stärkten auch die einfach und verständlich gestaltete Informationsbroschüre und das interaktive Onlineprogramm.

Kundennähe und faire Beratung

Zum anderen bleibt die Nähe zum Kundenberater ein wesentlicher Faktor für die Vertrauensbildung. Finanzprodukte sind sogenannte Vertrauensgüter. Kunden können nie genau wissen, ob die An-

lage vergleichsweise sinnvoll war oder zu vermeidbaren Schäden geführt hat. Daher kann selbst das beste Bildungsprogramm nicht ausreichen, um das fundamentale Misstrauen der Bürger in Banken vollständig zu beseitigen. Letztlich bleibt der Kunde auf ein qualifiziertes Urteil seines Beraters angewiesen. Faires Verhalten begründet ebenfalls Vertrauen, denn nur wenn Menschen davon ausgehen, dass sich das Gegenüber fair verhält, vertrauen sie ihm.

Banken sollten also Wert legen auf die persönliche Nähe zum Kunden und auf eine faire Beratung. Kunden sollten nach Möglichkeit einen festen Ansprechpartner haben, den sie gut kennen und der wiederum sie und ihre Bedürfnisse gut kennt. Die Banken ihrerseits müssen den Kunden Vertrauen entgegenbringen.

Vertrauen basiert auf Gegenseitigkeit und selbst kleine Signale können eine starke Wirkung haben. Eine gute Vertrauensbasis erspart Banken und ihren Kunden bürokratischen Aufwand und kann Transaktionen deutlich vereinfachen. Außerdem spielt sie eine Rolle im Wettbewerb mit Direktbanken. Ein funktionierender Fokus auf persönliche Nähe und gute, faire Beratung stellt den zentralen Wettbewerbsvorteil der Filialbanken dar und sollte daher optimal ausgestaltet werden.

Die Studie „Verbraucherschutz und Verhaltensökonomik – Zur Psychologie von Vertrauen und Kontrolle“ (IW Analyse 106, 2016) von Dominik Enste, Mara Ewers, Christina Heldmann und Regina Schneider kann hier heruntergeladen werden:
www.verhaltensoekonomik.org



GEMEINSAM FINANZIEREN – GEMEINSAM PROFITIEREN.

WWW.DGHYP.DE

