

„Teurer Datenfriedhof“

Michaela Roth, Pressesprecherin des Deutschen Sparkassen- und Giroverbandes (DSGV), nimmt zu den jüngsten Regulierungsmaßnahmen in der Beratung von Privatkunden Stellung.

Die Regulierung in der Finanzbranche wird zunehmend enger. Übergeordnetes Ziel ist der Kundenschutz. Eines der jüngeren Regulierungsbeispiele ist das Bankberater-Register (FONDS professionell berichtete in Heft 4/2010). Die Kreditinstitute zeigten sich von diesem Verzeichnis, in dem sämtliche Bankberater zu registrieren sind, wenig begeistert. Das Register soll ab Januar 2012 stehen, und der Zentrale Kreditausschuss (ZKA), in dem die Verbände der Kreditwirtschaft zusammengeschlossen sind, spricht von 300.000 Beratern, die darin einzutragen sind. FONDS professionell sprach mit Michaela Roth, Pressesprecherin des Deutschen Sparkassen- und Giroverbandes (der DSGV ist das Sprachrohr von 429 Sparkassen in Deutschland), darüber, was Deutschlands Sparkassen vom Register und von anderen regulatorischen Maßnahmen halten.



Frau Roth, welche Punkte der zahlreichen aktuellen Verbraucherschutzmaßnahmen im Finanzdienstleistungsbereich begrüßt der DSGV, und welche lehnen Sie ab?

Michaela Roth: Wir begrüßen das Ziel der Bundesregierung, den Anlegerschutz zu verbessern und die Transparenz auf dem Markt der Finanzanlagen zu erhöhen. Die Sparkassen verfügen ohnehin über ein ganzheitliches Beratungsangebot und haben ein hohes Interesse daran, die Beratung immer weiter zu verbessern. Wir sehen daher nicht, dass es hier einen Zielkonflikt gibt, sondern wir möchten mit daran arbeiten, Anlegerschutz und Transparenz zu erhöhen. Die Frage ist nur, wie man dieses Ziel am besten erreicht.

Welche der bisher beschlossenen Maßnahmen ist denn am besten geeignet, das Ziel zu erreichen?

„Die Sparkassen sind der größte Arbeitgeber in der deutschen Kreditwirtschaft und legen großen Wert auf die Qualifikation der Mitarbeiter.“

Michaela Roth, Pressesprecherin des Deutschen Sparkassen- und Giroverbandes (DSGV)

Michaela Roth: Wir ziehen beispielsweise beim Produktinformationsblatt, das durch das Anlegerschutzverbesserungs-Gesetz eingeführt wurde, voll mit. Die Sparkassen haben sich hier in Gemeinschaftsarbeit mit den Volksbanken sehr früh auf einen einheitlichen Standard verständigt. Wir haben solche Informationsblätter schon zu über 1.000 Produkten im Einsatz, und die Anzahl wird weiter steigen. Einige Fragen sind noch zu

klären, beispielsweise wer bei Einzelaktien das Produktinformationsblatt erstellen soll. Ansonsten ist der Einsatz aber bereits voll angelaufen.

Wenn Sie aber die Transparenz erhöhen möchten, was hat dann Ihr Verband gegen die Registrierung der Mitarbeiter, die in der Kundenberatung tätig sind?

Michaela Roth: Wir sind in der Tat kritisch gegenüber der Registrierungspflicht für alle Kundenberater. Wir glauben nämlich, dass hier ein Datenfriedhof entsteht, der den Kunden letztendlich nichts bringt. Wir haben vorgeschlagen, einen Vertriebsbeauftragten pro Niederlassung zu ernennen, der gegenüber der Aufsichtsbehörde BaFin als Ansprechpartner gilt. Wenn es dann einmal einen kritischen Fall geben sollte, hätte es ausgereicht, sich mit diesem Vertriebsbeauftragten auseinanderzusetzen.

Was ist denn an dem Register so schlecht? Und was ist nun Ihre Vorgehensweise bezüglich der Registrierung der Sparkassenberater?

Michaela Roth: Insgesamt wird die Maßnahme mehrere Millionen Euro kosten. Die Bundesregierung selbst schätzt den jährlichen Bürokratieaufwand auf 23,7 Millionen Euro. Hier darf man schon die Frage nach der Effizienz des Geldeinsatzes stellen. Nun ist das Register beschlossene Sache, also werden die Sparkassen selbstverständlich ihrer Registrierungspflicht nachkommen und ihre Kundenberater registrieren lassen. Das Gesetz sieht aber auch vor, dass das Register jährlich auf den Prüfstand gestellt wird, ob es tatsächlich den gewünschten Effekt bringt.

Wie kann man Ihrer Meinung nach vermeiden, dass Kunden Finanzprodukte angeboten werden, die in erster Linie

dem Kreditinstitut und erst in zweiter Linie dem Anleger guttun?

Michaela Roth: Solche Fälle sind die Ausnahme, keinesfalls die Regel. Wer an langfristigen Kundenbeziehungen interessiert ist, wird sich immer darum bemühen, dem Kunden passende Angebote zu machen. Je zufriedener die Kunden sind, desto besser ist das für die Sparkasse. Es hilft uns doch nichts, den Kunden teure und unpassende Produkte zu verkaufen, sie dadurch zu verärgern und letztendlich zu verlieren. Gerade das Regionalprinzip hilft, eine Gleichrichtung der Interessen von Kunden und Sparkassen herzustellen. Jede Sparkasse ist nämlich an ihre Region gebunden, und nur mit den Kunden, die dort leben, kann sie Geschäfte machen.

Sie erwähnen, dass Sparkassen in der Fläche nach dem Regionalprinzip beraten. Wie können Sie hier eine gleichmäßig gute Beratungsqualität sicherstellen?

Michaela Roth: Die Sparkassen sind der größte Arbeitgeber in der deutschen Kreditwirtschaft und legen großen Wert auf die Qualifikation der Mitarbeiter. Sie tragen dafür in ihren eigenen Akademien Verantwortung. Die Qualität der Beratung überwachen viele Sparkassen mit eigenen Überprüfungen, auch durch externe Unternehmen. Hinzu kommt, dass die Kundenzufriedenheit ermittelt wird und die Ergebnisse immer wieder zur Weiterentwicklung genutzt werden.

Wäre die Umstellung auf Honorarberatung in Ihren Augen eine Lösung?

Michaela Roth: Das Thema Honorarberatung wird alle paar Jahre wieder einmal hochgehalten. Man muss einfach feststellen, dass es sich seit Jahrzehnten in der Breite des Marktes nicht durchgesetzt hat. Honorarberatung ist keine Blaupause, die sich für den breiten Privatkundenmarkt eignet. Unser Ansatz, in der Breite eine gebührenfreie Beratung anzubieten, hat auch eine soziale Komponente. Wenn man es hart kalkuliert, kann man nicht vor jedes Beratungsgespräch mit einem Privatkunden eine schwarze Null



„Unser Ansatz, in der Breite eine gebührenfreie Beratung anzubieten, hat auch eine soziale Komponente.“

Michaela Roth, Pressesprecherin des Deutschen Sparkassen- und Giroverbandes (DSGV)

schreiben. In der Breite rechnet es sich dann aber doch.

Für viel Aufruhr hat auch das Beratungsprotokoll gesorgt. Haben sich die Sparkassen inzwischen damit abgefunden, oder sehen Sie hier Nachbesserungsbedarf?

Michaela Roth: Im Prinzip sind Beratungsprotokolle gut, und sie werden auch von vielen Kunden geschätzt. Allerdings sind

einige der erfahrenen Anlagekunden eher genervt, wenn im Anschluss an jedes Beratungsgespräch in der Bank noch 15 Minuten aufgewendet werden müssen, um das Protokoll zu erstellen. Wir denken, auch wenn es im Grundsatz bei der Protokollierungspflicht bleibt, muss es eine Möglichkeit geben – wenn der Kunde es wünscht –, auf das Protokoll zu verzichten.

Wurde angesichts der aktuellen Diskussionen auf breiter Front die Vergütungsstruktur bei Kundenberatern der Sparkassen geändert?

Michaela Roth: Die Sparkassen standen nie im Fokus dieser Kritik, und das zu Recht. Die variablen Gehaltsbestandteile bei den Sparkassenkundenberatern bewegen sich in der Größenordnung eines zusätzlichen Monatsgehalts pro Jahr. Daher hat es nicht die Dimension, die man gelegentlich in der Presse für die Branche annimmt. Seinen Lebensunterhalt verdienen der Berater und die Beraterin bei uns mit dem Festgehalt, der variable Bestandteil ist eng begrenzt. Aber wir sind auch der Meinung, dass man die gute und aktive Beratungsleistung von Mitarbeitern honorieren darf. Wichtig ist natürlich, dass das Kundeninteresse bei der Beratung im Fokus steht.

Wie werden die Sparkassen auf die steigenden Haftungsrisiken reagieren, die sich aus der Privatkundenberatung ergeben? Werden sie ihr Beratungsgeschäft in dieser Hinsicht einschränken?

Michaela Roth: Nein, die Sparkassen halten an der Kundenberatung fest, das steht völlig außer Frage, denn der persönliche Kontakt zum Kunden ist doch der Dreh- und Angelpunkt der Kundenbeziehung. Sparkassen verfolgen weiterhin den Multikanalansatz, das heißt, jeder Kunde kann jeden Tag wählen, über welchen Weg er mit seiner Sparkasse in Kontakt treten möchte: persönlich in der Filiale, telefonisch oder online. Aber die persönliche Beratung ist und bleibt Kernbestandteil des Angebots.

Vielen Dank für das Gespräch!

Regulierungswut

Das Regulierungskorsett in der Bankberatung wird enger.

Gesetz	Verkündung	Konsequenz
Finanzmarkttrichtlinien-Umsetzungsgesetz (FRUG)	Juli 2007	Provisionsoffenlegungspflicht
Versicherungsvermittlerdirektive	Dez. 2006	Versicherungsvermittlerregister beim DIHK
Anlegerschutzgesetz/Schuldverschreibungsgesetz	Juli 2009	Einführung Beratungsprotokoll, Verlängerung Verjährungsfrist
Anlegerschutz- und Funktionsverbesserungsgesetz	Feb. 2011	Einführung Produktinformationsblatt („Beipackzettel“), Bankberaterregister bei BaFin

Quelle: eigene Recherche