

FINQUEST AG

Industriestrasse 6
Postfach 124
CH-9471 Buchs SG 1

T +41 848 848 860
F +41 848 848 861

info@finquest.ch
www.finquest.ch

Sekretariat der Eidg. Bankenkommission EBK
Dr. Oliver Zibung
Schwanengasse 12
Postfach
3001 Bern BE



10. September 2008 / MfB

Anreizsysteme und Interessenkonflikte beim Vertrieb von Finanzprodukten (EBK-Bericht „Vertriebsvergütungen“)

Sehr geehrter Herr Dr. Zibung
Sehr geehrte Damen und Herren

Trotz ihrer wachsenden Bedeutung im Schweizer Finanzmarkt konnten sich bisher die „unabhängigen Vermögens- und Finanzberater“ (Privatkundengeschäft) nicht so vereinen, dass ihnen auch entsprechendes politisches Gehör geschenkt würde. Denn alle bestehenden Branchenorganisationen dürften sich ihren Statuten gemäss nach wie vor mehrheitlich fachliche Inhalte vorgeben. Obwohl die verschiedenen Vertriebsvergütungsmodelle auch uns ganz direkt betreffen, wird unser Berufsstand in Ihrem Diskussionspapier nur ganz am Rande erwähnt. Deshalb haben wir uns entschlossen, eine entsprechende Stellungnahme abzugeben. Sie umfasst zum einen einige generelle Gedanken zur Marktsituation und zum andern beantwortet sie Ihre konkreten Fragen. Wir sind überzeugt, mit unseren Anmerkungen die laufenden Diskussionen konstruktiv vorantreiben zu können.

Auch wenn Ihr Bericht in seiner Ganzheit ein Kompliment verdient, ist er leider einmal mehr nicht nach Konsumentensicht verfasst worden, sondern widerspiegelt ganz klar die Optik der Industrie sowie der von ihr gegebenen Strukturen. Dies dürfte jedoch eine direkte Konsequenz der verschiedenen und nach wie vor nicht koordinierten Aufsichtsgesetze sein, welche in ihrem Resultat offensichtlich sehr stark von der Grossindustrie geprägt wurden, obwohl ursprünglich eigentlich der grössere Konsumentenschutz im Vordergrund hätte stehen sollen. Dabei ist Ihre Erkenntnis, dass Privatkunden nicht nach der Grösse ihres Vermögens, sondern nur nach ihren Fähig- und Fertigkeiten klassifiziert werden können, wie Balsam für unsere Ohren. Es bleibt somit zu hoffen, dass sich diese bedingungslos zu unterstützende und praxisorientierte Definition sehr rasch auch in den entsprechenden Aufsichtsgesetzen wiederfindet. Diesbezüglich äussern wir uns jedoch gerne bei einer passenden nächsten Gelegenheit etwas detaillierter.

Es liegt im Wesentlichen im Konsumentenverhalten, dass praktisch die ganze Branche zum Einsatz sog. „pushing“-Methoden gezwungen ist und wahrscheinlich auch bleibt. Eine Parallele dazu

kann man aus dem Krankenversicherungsgeschäft ziehen. Obwohl die Schweizer Bevölkerung weiss, dass rund 80 % aller Krankenversicherten eine zu hohe Basisprämie bezahlen, wechseln nur ganz wenige Versicherte aus eigener Initiative ihren Krankenversicherer, ohne die hartnäckige Unterstützung eines kompetenten Beraters. Ebenso ist es im Wesentlichen auch das Konsumentenverhalten, welche den unabhängigen Berater zur Vereinnahmung von Vertriebsvergütungen zwingt. Die Kunden sind nach wie vor nicht bereit, für eine Beratung ein Honorar zu bezahlen, welche sie bisher immer „gratis“ erhalten haben. Der Grund für dieses Verhalten dürfte jedoch an einem anderen Ort zu suchen sein. Solange den Versicherungsgesellschaften keine nachvollziehbaren Transparenzvorschriften (Anlageerfolg und Kostenwahrheit) auferlegt werden und v.a. die Universalbanken ihre Produkte über ihren internen Vertriebskanal weiterhin durch Quersubventionierungen „gratis“ vertreiben können, dürfte sich an dieser Konsumenteneinstellung kaum etwas verändern. Dadurch muss die unabhängige Beratungsbranche immer kreativere Strategien gegen diesen wesentlichen Wettbewerbsnachteil entwickeln. Demzufolge sind Ihre Bemühungen nach mehr Transparenz vollumfänglich zu unterstützen. Allfällige Regelungen müssten jedoch sämtliche Kosten berücksichtigen, müssten bestehende Wettbewerbsverzerrungen vollumfänglich (Bank-Versicherung, Anlagefonds-strukturierte Produkte, abhängige-unabhängige Beratung usw.) eliminieren und sollten letztendlich auch noch vom Kunden verstanden werden können. Dazu braucht es nicht nur die entsprechenden Gesetze, sondern auch die Umsetzung eines geeigneten Kommunikationskonzeptes, welches den Kunden ausreichend informiert.

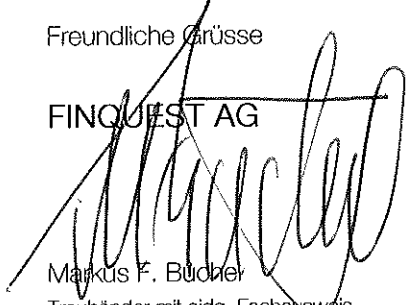
Nun zu Ihren Fragen:

1. Organisatorische Massnahmen dürften nur vordergründig das Problem „Anreizsysteme und Interessenkonflikte“ verhindern bzw. lösen können. Vor allem dem wachsendem Konkurrenzdruck dürften diese organisatorischen Massnahmen nicht mehr Stand halten können, ohne dass greifende Transparenzvorschriften erlassen werden. Zudem sind wir der Meinung, dass bereits die aktuelle Situation zu einer negativen Marktverzerrung führt (mit entsprechenden negativen Auswirkungen auch für den Konsumenten). Aufgrund fehlender Transparenz sind die Kosten der einzelnen Produkte und Dienstleistungen selbst für den Fachmann nicht mehr wirklich nachvollziehbar. Somit kann da die Produktindustrie erzählen und machen, was sie will.
2. Folgedessen ist es zu unterstützen, dass sich die Finanzmarktaufsicht verstärkt diesen Themen widmet. Sie soll es aber bitte aus Sicht der Konsumenten, und nicht aus Sicht der Industrie tun.
3. Ja, genau das soll es sein (inkl. Versicherungsprodukte).
4. Es besteht ein grosser aufsichtsrechtlicher Handlungsbedarf und wir schlagen vor, alle Punkte weiter zu detaillieren. Allerdings messen wir vorerst der Koordination der verschiedenen Aufsichtsgremien (EKB, BPV, GWG usw.) und der regulatorischen Gleichbehandlung aller Produkte (aus Kundensicht) sowie aller Marktteilnehmer eine weit grössere Bedeutung zu.

Wir hoffen, Ihnen mit diesen Angaben dienen zu können. Selbstverständlich steht Ihnen unser Herr Markus F. Büchel für weitere Erläuterungen gerne zur Verfügung.

Freundliche Grüsse

FINQUEST AG


Markus F. Büchel
Treuhandler mit eidg. Fachabschluss
Vorsitzender der Geschäftsleitung



Q