



Anforderungen an Finanzvermittler – mehr Qualität, bessere Entscheidungen

Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Marco Habschick, Dr. Jan Evers
unter Mitarbeit von Mirko Bendig und Sascha Behnk
Juristischer Teil: Prof. Dr. Ulrich Krüger

Hamburg, September 2008



Bundesministerium für
Ernährung, Landwirtschaft
und Verbraucherschutz

Forschung und Beratung
EVERS•JUNG
in Finanzdienstleistungen

A. Executive Summary

Der deutsche Finanzvermittlungsmarkt zeichnet sich durch eine Reihe von Besonderheiten aus. Als einmalig zumindest innerhalb der EU gilt bereits die hohe Zahl an Akteuren aller Couleur. So kommen 0,61 Vermittler auf 100 Einwohner, in Großbritannien (0,27), aber auch in Litauen (0,24) und den Niederlanden (0,2) ist es weniger als die Hälfte.

Auffällig ist auch ein nicht integriertes Nebeneinander von Einzelstandards sowie von großen Bereichen, in denen weder legislative noch nicht-legislative Rahmenbedingungen bestehen. Der Grad der Regulierung liegt weit unter dem, was beispielsweise für das Handwerk oder auch die Schuldnerberatung verlangt wird. Die fragmentierte Regulierung entspricht zudem nicht dem in der Literatur anerkannten Anspruch an eine umfassende, produkt- und themenübergreifende Gesamtbetrachtung der privaten Finanzen, wie sie im Financial Planning für das gehobene Marktsegment (Private Banking) vielfach als selbstverständlich angesehen wird.

Dem Vermittler steht der typische Verbraucher mit einem unzureichenden finanziellen Bildungsstand gegenüber, was ein produktives Miteinander auf hinreichendem qualitativen Niveau weiter erschwert. Der Nutzen einer finanziellen Entscheidung ist durch die meisten Verbraucher kaum zu erfassen oder gar zu bewerten. Mitunter herrscht der Wunsch vor, dem Berater die Entscheidung zu überlassen.

Durch diese belastete Ausgangskonstellation sind Fehlleistungen eher die Regel als die Ausnahme und auch empirisch zu belegen. Zum Beispiel werden 50-80% aller Langfristanlagen mit Verlust vorzeitig abgebrochen und die gesamten Vermögensschäden auf Grund mangelhafter Finanzberatung werden auf jährlich 20-30 Mrd. EUR geschätzt.

Dass Fehlberatung (anders als beim Autokauf o.ä.) lange Zeit oder gar nicht auffällt, ist eines der Hauptprobleme dieses Marktes. Dadurch kommt es zu wenig Rückkopplungen an das Angebot, die Marktallokation ist suboptimal.

Die 2007 vollzogene Umsetzung der EU-Versicherungsvermittlerrichtlinie (VersVermR) und der Markets in Financial Instruments Directive (MiFID) verändern nun die Vermittlung von Finanzdienstleistungen in Deutschland in einem selten dagewesenen Ausmaß. Es ist noch nicht absehbar, ob die Neuregelungen, die grundlegend vom Verbraucherschutzgedanken geprägt sind, tatsächlich zu mehr Beratungsqualität führen oder nur Informationsflut und Bürokratie erzeugen.

Die Studie erstellt eine erste Bestandsaufnahme mit Stand Frühsommer 2008¹ und entwickelt Vorschläge für eine verbrauchergerechte Begleitung des Prozesses. Sie liefert keine vertiefte theoretische Betrachtung, sondern verdeutlicht Zusammenhänge auf der Mikro-, Meso- und Makroebene und leitet auf dieser Basis pragmatisch **Handlungsempfehlungen aus der Praxis für die Praxis** ab. Sie beschränkt sich auf eine verständliche, konsistente Gesamtdarstellung der komplexen Materie und auf den

¹ Relevante Ereignisse aus der Zeit bis zur Veröffentlichung der Studie, wie der Einstieg des Finanzvertriebs AWD beim Konkurrenten MLP oder der Zusammenschluss von Commerzbank und Dresdner Bank, konnten nicht berücksichtigt werden.

F. Wirkungszusammenhänge in der Finanzvermittlung (Mikroebene)

Das folgende Kapitel skizziert Wirkungszusammenhänge auf der Mikroebene, wie sie aus der Literatur oder aus den Experteninterviews erkennbar wurden. Dies erarbeitet ein besseres Verständnis für die aktuelle Marktpraxis und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Teilweise werden sektorenübergreifende Zusammenhänge aufgegriffen – wie bei den brancheneigenen Standards, die selten nur einem der Themensegmente Versicherung, Anlage oder Kredit zuzuordnen sind. In solchen Fällen wurde der Wirkungszusammenhang in das Themensegment platziert, das am naheliegendsten schien.

F.1 Versicherungen

Im Versicherungsbereich kann eine Vielzahl von Wirkungszusammenhängen beschrieben werden. Im Folgenden findet sich eine Auswahl, die für die vorliegende Studie als besonders relevant eingestuft wurde.

F.1.1 Provisionsgestützte Vergütung

Finanzdienstleistungen werden in Deutschland fast durchweg im Geschäftsmodell Produktvertrieb angeboten. In der Versicherungsvermittlung macht es 97% des Marktes aus.⁹² Versicherungsunternehmen zahlen ihren abhängig beschäftigten oder externen Vermittlern erfolgsbasiert Provisionen (bei Maklern auch Courtage genannt), in erster Linie für Vertragsabschlüsse, seltener auch für die Betreuung der Bestandskunden. Die Höhe der Provisionssätze variiert in Abhängigkeit vom Vermittlerstatus und den erzielten Umsätzen. Makler erhalten höhere Provisionen als angestellte Vermittler, diese wiederum mehr als Ausschließlichkeitsvermittler. Begründet wird die unterschiedliche Vergütung durch den Betreuungsaufwand der Versicherungsunternehmen. Makler erhalten deutlich weniger direkte Unterstützung durch die Versicherer als Einfirmenvertreter, was durch höhere Provisionssätze ausgeglichen wird.⁹³


In der Versicherungsvermittlung ist eine Weitergabe der Provision an den Verbraucher gesetzlich untersagt, weshalb hier Mischmodelle zwischen Honorar- und Provisionsberatung, wie sie im Anlagebereich vorkommen, nicht zulässig sind. Ein weiterer Unterschied zur Kapitalanlage besteht in der Offenlegungspflicht der Provisionen. Im Gegensatz zur Vermittlung von Lebensversicherungen müssen diese im Fondsvertrieb nicht absolut sondern nur als prozentuale Ausgabeaufschläge ausgewiesen werden. Hier sieht die Versicherungswirtschaft eine Ungleichbehandlung

⁹² Vgl. Angabe von Thomas in: „Maklertrend Honorarberatung?“, Versicherungsjournal vom 7.3.2008.

⁹³ Vgl. Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV): Positionspapier zu der Offenlegung von Abschluss- und Vertriebskosten vom 19.07.2007.

beider Anlageformen und fordert eine Anpassung der Offenlegungspflichten hin zu Prozentangaben.⁹⁴ Im Zuge einer kartellrechtlichen Untersuchung von Unternehmensversicherungen hat die Europäische Kommission die Courtage für wettbewerbsverzerrend und intransparent erklärt und möchte dieses Vergütungsmodell generell abschaffen. In skandinavischen Ländern ist dies teilweise schon geschehen.

Relevanz: In Deutschland ist es bisher kaum möglich, dem Verbraucher aufzuzeigen, was er bei einer vordergründig „kostenlosen“ Beratung über den Umweg der Produktgeberprovision an Vergütung bezahlen muss, zumal Provisionshöhen nicht ausgewiesen werden mussten. Anbietern von Beratung gegen Honorar, wie es im Versicherungsbereich die Versicherungsberater sind, fällt es schwer, dies zu kommunizieren. Zusätzlich bestand für sie lange Zeit das Problem, dass es keine provisionsfreien Nettotarife bei den Anbietern gab, was ein unverzichtbares Element ist für eine einwandfreie Honorarberatung. Nettotarife werden erst allmählich angeboten.

				
Kostenlose Beratung durch Vermittler ?				
Versicherungen	Beitrag (in € p.a.)	Lfd. Provision (in % p.a.)	Lfd. Provision (in € p.a.)	Abschluss- Provision
Privathaftpflicht	170	10 – 25 %	17 – 43	100 %
Hundehaftpflicht	130	10 – 25 %	13 – 33	100 %
Hausrat	340	10 – 25 %	34 – 85	100 %
Wohngebäude	480	10 – 25 %	48 – 120	100 %
Kfz	1.000	6 – 12 %	60 – 120	
Rechtsschutz	460	8 – 15 %	37 – 29	100 %
Unfall	700	15 – 40 %	60 – 160	150 %
Berufsunfähigkeit	1.000	2 – 5 % der Gesamtbeitragssumme		
Risiko-Leben	500	2 – 5 % der Gesamtbeitragssumme		
Kapital-Leben/Renten		2 – 5 % der Gesamtbeitragssumme		
Private Kranken	5.300	6 – 12 Monatsbeiträge		

© DURSTIN & KOLLEGEN VERSICHERUNGSBERATER

Quelle: Bundesverband der Versicherungsberater e.V. (BVVB) (2008)

Abb. 15: Übersicht über Provisionsätze bei Versicherungsprodukten

⁹⁴ Vgl. „GDV fürchtet Aus für ganze Vermittlergruppen“, Versicherungsjournal vom 24.07.2007.


Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V.

Offenlegung der Abschluss- und Vertriebskosten in Euro - Irreführend durch unterschiedliche Vergütungsansätze

Beispiel
Lebensversicherung eines Anbieters: 30 Jahre Laufzeit, Jahresbeitrag 600 Euro,
Beitragssumme 18.000 Euro

<u>Einmalige Abschlusskosten:</u>	Makler	Einfirmenvertreter	Angestellter
von Summe	(3,6 – 4,0 %)	(1,7 – 3,6 %)	(2,5 %)
	mittel: 684 Euro	mittel: 477 Euro	mittel: 450 Euro

Hinweis: Viele Vermittler erhalten vom Unternehmen über die vereinbarte Provision hinaus keine Zuwendungen. Einige Vermittler, insbesondere Einfirmenvertreter, erhalten neben der vereinbarten Provision unter Umständen gesonderte, meist zeitlich fixierte Zuschüsse.



Quelle: Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV): Positionspapier zu der Offenlegung von Abschluss- und Vertriebskosten vom 19.07.2007.

Abb. 16: Provisionssätze nach Vermittlerstatus

F.1.2 Vertriebsorientierte Produktgestaltung

Versicherungsprodukte müssen genau so auf den Vertrieb wie auf die Kunden zugeschnitten werden. Dies liegt daran, dass der Vertrieb anders als in anderen Wirtschaftszweigen nicht nur ein unselbständiges Absatzorgan des Produktgebers darstellt. Versicherungsvermittler betreiben meist eigenständiges Marketing und segmentieren selbst ihre Zielgruppen. Zwar liegt die Führungsrolle beim Versicherer, da dieser die Anreizsysteme und Vergütungsstrukturen gestaltet. Allerdings hat das Nebeneinander in den Marketingzielen von Produktgeber und Vertrieb Auswirkungen auf die Produktgestaltung, denn diese muss so erfolgen, dass sie den Interessen des Vertriebs nicht entgegenläuft.

Von den Verbrauchern wird dies zwar nicht aktiv unterstützt, aber aus drei Gründen passiv gefördert:

1. verbinden Verbraucher anders als bei Bankprodukten nichts Positives mit Versicherungen in deren Eigenschaft als immaterielle und intangible Produkte,
2. assoziieren Verbraucher Versicherungen mit Tabus, da diese (mit Ausnahme der Lebensversicherung/Altersvorsorge) immer mit Schaden und Leid verbunden sind, und

3. fragen Kunden i.d.R. Versicherungsprodukte nicht aktiv nach. Selbst wenn sie dies tun, geschieht dies eher reaktiv und ist nicht mit einer positiven Grundeinstellung zu Versicherungen verbunden.

Da der Vertrieb von Finanzprodukten in einem solch negativen Nachfrageumfeld unattraktiv ist, orientiert sich schon die Produktkonzeption an Vertriebsbedürfnissen. Dieses führt zu einer vergleichsweise starken Macht des Vertriebs gegenüber den Produktgebern und diese gestalten ihre Produkte eingängig, leicht zu vermarkten und finanziell attraktiv für den Vertrieb aus. Beratungs- und Betreuungsaufwand werden dabei nicht oder nur nachrangig vergütet. Eine Vergütung der Erstberatung nach Zeit oder die Umstellung der Vergütungsmodelle auf Bestandsprovisionen sind bislang nicht sehr verbreitet.

Relevanz: Versicherungsprodukte sind stark vertriebsorientiert ausgestaltet. Das ist so lange unproblematisch, wie sich Vertriebs- und Kundeninteressen überschneiden. Laufen sie auseinander (Provisionszwänge, hoher Beratungsaufwand bei zentralen Produkten u.ä.), können Situationen entstehen, in denen sich die Produktgeber bei der Konzeption ihrer Produkte zwischen ihren Kunden und ihrem Vertrieb entscheiden müssen.

F.1.3 Wirkung der Zillmerung

Seit über 100 Jahren praktizieren Lebensversicherer in Deutschland ein spezielles Rechenverfahren, um in der Anfangsphase eines Vertrages offene Abschlusskosten in die Berechnung der Deckungsrückstellung zu integrieren. Es wurde 1863 von dem Versicherungsmathematiker August Zillmer für die Germania-Versicherung entwickelt und später von anderen Gesellschaften übernommen. Streitpunkt bei dieser schwer verständlichen und auch Missverständnisse erzeugenden Methode ist, dass die entstehende Forderung der Versicherung dem Kunden i.d.R. sofort in Rechnung gestellt wird.

Für den Vermittler entstand so der damals neuartige und willkommene Effekt, unmittelbar nach Abschluss des Vertrags bereits sämtliche Provisionseinnahmen auf einen Schlag ausbezahlt zu bekommen. Gezillmerte Produkte honorieren also den Abschluss von Neuverträgen und weniger die Betreuung bestehender Verträge. Sie sind aber in so fern lebensnah, als im Leben- und Kranken-Bereich der Vermittler den Hauptteil seiner Leistung zu Vertragsschluss erbringt.

Von Nachteil ist die Zillmerung für den Versicherungsnehmer: Die Rückkaufswerte der Versicherungsverträge sind in den ersten Jahren gering und konnten zwischen 1994 und der Novelle des Versicherungsvertragsgesetzes (VVG) 2008 sogar Null sein. Nicht nur bei einer Stornierung in diesem Zeitraum verliert der Versicherte hier viel Geld. Da bei Sparverträgen die ersten eingezahlten Raten finanzmathematisch die wertvollsten sind (Zinseszinsseffekt), ist die Zillmerung auch bei ungekündigten Verträgen nachteilig für den Verbraucher. Mit jedem Euro, den man heute durch eine Zillmerung verliert, fehlen in 20 Jahren etwa drei Euro im Vermögen.

Bei Einführung der Riester-Rente wurde im Sinne des Verbraucherschutzes zunächst eine Verteilung der Provision auf 10 Jahre vorgeschrieben. Dies orientierte sich an der Praxis bei den vermögenswirksamen Leistungen, wo schon seit 1971 abgemilderte Zillmerungsmodelle im Markt sind. Im Ergebnis wurde die frühe Riesterrente vom Vertrieb jedoch (auch) deshalb eher gemieden. Ihre nach den jüngsten Reformen gesteigerte Attraktivität wird von befragten Experten mit auf die gelockerten Zillmerungsregeln zurück

geführt. Aktuell müssen die Provisionen nur noch auf die ersten fünf Jahre verteilt werden. Dieser Kompromiss zwischen Vertriebs- und Verbraucherinteressen entspricht auch der Regelung des neuen VVG für die ungeforderten Lebens- und Rentenversicherungen.

Die Zillmerung war bis zur Investmentgesetz-Novelle 2008 auch bei Fonds auf dem Vormarsch, wo sie eigentlich systemfremd ist, aber die Vermittlung von Fondssparplänen für den Vertrieb ähnlich attraktiv machen sollte wie die Lebens- und Rentenversicherungen.⁹⁵

Relevanz: Die Zillmerung von Vertriebsprovisionen erzeugt Verkaufsdruck und wirkt einer langfristigen Betreuungsqualität tendenziell entgegen. Für den Verbraucher ist sie systematisch nachteilig.

F.1.4 Fehlanreize beim Vertrieb von Invaliditätsabsicherungen

Die Absicherung der Arbeitskraft gilt mit als wichtigste Versicherung überhaupt, da alle Vorsorgemaßnahmen aus Einkommen gespeist werden müssen. Die Anbieterseite hat prinzipiell mehrere Produkte dafür im Programm: Dread Disease, Grundfähigkeitsversicherung, Erwerbsminderungsrente, Unfallversicherung (UV), Berufsunfähigkeitsversicherung (BU). Sieht der Vermittler hier Bedarf und eine Verkaufschance, muss er individuell abwägen, welches Produkt er in den Vordergrund der Beratung stellt. In der Regel kommen nur Berufsunfähigkeit und Unfall überhaupt ins Gespräch und der Vermittler muss abwägen:

- BU ist in absoluten Beträgen teuer für den Kunden (dies könnte ihn abschrecken) und ist sehr beratungsintensiv
- Gesundheitsprüfung ist bei BU strenger als bei UV
- UV ist scheinbar günstiger für den Kunden und einfacher zu verstehen
- BU muss „zweimal verkauft werden“: einmal gegenüber dem Kunden und anschließend wegen möglicher Risikozuschläge dem Versicherer
- Provision ist bei BU nur geringfügig besser
- Absatzdruck durch Produktgeber liegt eher auf der UV wegen deren günstigerem Chance-Risiko-Profil für den Versicherer.

Die Zahlenlage zeigt, dass aus Risikogesichtspunkten für den Verbraucher die BU zu präferieren wäre, in der Praxis aber das Gegenteil verkauft wird: Ein UV-Vertrag kostet etwa 20 EUR p.M. gegenüber 70 EUR für eine BU bei einem Absicherungsgrad von 8% zu 100%. Die UV ist aus Risikogesichtsgründen teuer und nicht ausreichend, aus Vertriebsicht gleichwohl leichter umsetzbar. Folge: Schätzungsweise 1 Mio BU-Rentenverträge stehen 20 Mio. UV gegenüber. Mehrere Experten wiesen darauf hin, dass auch das Verhalten der Verbraucher zu dieser Präferenz führt, da trotz

⁹⁵ Laut §125 InvestmentGes darf im ersten Jahr bis zu einem Drittel der Einzahlungen als Provision an den Vermittler weiter gegeben werden. Der Rest muss über die volle Laufzeit verteilt werden. Zwischenzeitlich waren durch eine Ausnahmeregelung die Provisionen bei Luxemburger Fonds deutlich stärker zu zillmern und wurden ähnlich ausgestaltet wie bei Lebensversicherungen. Dies wurde jedoch mit dem Investmentmodernisierungsgesetz 2008 kassiert. Eine damit verglichen stärkere Kostenvorausbelastung findet sich noch bei Riester-Fondssparplänen, da für diese nach Auslegung des Bundesfinanzministeriums das Altersvorsorgezertifizierungsgesetz mit seiner 5-Jahres-Regel maßgeblich ist. Die Verbraucherverbände haben hiergegen ein juristisches Vorgehen angekündigt.

Zahlenlage ein Unfall stärker als Risiko wahrgenommen wird als die diffus erlebte „Berufsunfähigkeit“.

Relevanz: Bei der Invaliditätsabsicherung gerät bei den derzeitigen Vertriebsanreizen und dem typischen Verbraucherverhalten ein provisionsorientiertes Geschäftsmodell in Konflikt mit der Zielsetzung einer optimalen Risikoabsicherung.

F.1.5 Stornos als Risiko für die Sozialsysteme

Es gibt kein umfassendes Zahlenwerk zur Stornoquote von langfristigen Sparverträgen. Zwar gehen die Jahreswerte zurück, weil das generelle Problem von Stornos in der Branche erkannt wurde. Aggregiert werden aber immer noch 50-80% aller lang laufenden Produkte vorzeitig aufgelöst. Nach Angaben der Deutschen Aktuarvereinigung werden 75% der Lebensversicherungs-Policen mit einer Laufzeit von 30 Jahren vorzeitig gekündigt. Verträge mit 20 Jahren Laufzeit werden in 50% der Fälle, 12 Jahre laufende Policen immerhin noch zu einem Drittel vor Ende der Laufzeit aufgelöst.⁹⁶ Auch die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) wies in ihrem Jahresbericht 2003 neben 4 Mio. regulär ablaufenden Lebensversicherungsverträgen ca. 4 Mio. vorzeitig beendete Verträge aus. Der häufigste Grund dafür waren mit 3 Mio. Policen Rückkauf und Beitragsfreistellung.⁹⁷ Die Verbraucherzentrale Hamburg belegte 2007 in einer Untersuchung, dass mehr als die Hälfte aller Lebensversicherungen wegen Einkommenseinbußen durch Scheidung, Arbeitslosigkeit oder Krankheit – oder auch für den Kauf einer Immobilie – innerhalb der ersten 10 Jahre aufgelöst wird, pro Kunde mit einem Schaden von durchschnittlich mehr als 3.300 EUR Verlust. Werden jährlich 1 Million Verträge gekündigt, entspricht dies einem Schaden von fast 3,4 Milliarden EUR.⁹⁸

Diese immer wieder kritisierten Zustände lassen sich wie zu Anfang dieser Studie erwähnt als transaktionales Marktversagen interpretieren: Bei Vertragsabschluss besteht auf Seiten der Nachfrage offensichtlich noch keine klare Präferenzstruktur im Bezug auf die Finanzprodukte. Man kann dies jedoch auch als Qualitätsproblem in der Finanzvermittlung betrachten: Jeder zweite Kunde hält ein als langfristig gekauftes Produkt irgendwann oder gar von Anfang an für nicht passend. Für die Verbraucher hat ein Abbruch solcher Verträge mehrere negative Konsequenzen: Verlust eines Teils des eingesetzten Kapitals, Negativerlebnis zur eigenen Handlungskompetenz im Thema Finanzen, Wiedervorlage des als unbequem empfundenen Themas.

Nach empirischen Erkenntnissen aus Großbritannien, wo die Finanzaufsicht hierzu Ursachenforschung betreibt, treffen die Abbrüche überdurchschnittlich stark untere Einkommensklassen⁹⁹. Dies ist in Deutschland Ende der 90er Jahre auch für das Bausparen von Anbieterseite bestätigt worden und wird nach Meinung mehrerer befragter Experten produktübergreifend bis heute so eingeschätzt.

⁹⁶ Vgl. „Bindungsangst“ von Thomas Luther, Die Zeit – Online, <http://zeus.zeit.de/text/online/2006/37/lebenslagen-lebensversicherung> vom 13.09.2006.

⁹⁷ Vgl. BaFin, 2003, Jahresbericht (Teil B) - Statistik der Erstversicherungsunternehmen und Pensionsfonds: Tabellen zur Lebensversicherung

⁹⁸ Vgl. „Verlorene Milliarden“, in: Süddeutsche Zeitung v. 15.11.2007, Internetausgabe.

⁹⁹ Vgl. FSA, 2000, Annual Report 2000/2001, S. 45.

Relevanz: Bei zunehmender Privatisierung der Sozialsysteme ist es ordnungspolitisch problematisch, wenn jeder zweite Privathaushalt Vermögensverluste durch fehlerhafte Anlageentscheidungen erleidet, zumal davon betroffene Schwellenhaushalte in der Konsequenz später von staatlichen Transferleistungen abhängig sein können.

F.1.6 Personalfluktuaton im Strukturvertrieb

Die großen Finanzvertriebe in Deutschland (Deutsche Vermögensberatung DVAG, Allgemeiner Wirtschaftsdienst AWD, MLP, OVB etc.) wie auch eine Vielzahl kleiner Anbieter sind als Strukturvertrieb organisiert. D.h. sie bestehen überwiegend aus (oft nebenberuflich) selbständig arbeitenden Vermittlern, die wiederum andere Vermittler rekrutieren müssen. Jede Hierarchiestufe verdient an den untergeordneten direkt mit, weshalb die Vermittler in den unteren Rängen den größten Teil ihrer Provisionen nach oben abgeben müssen. Ausbildung findet begrenzt statt und meist nach organisationsinternen Standards. Neue Vermittler in diesen Systemen sprechen meist zuerst ihren eigenen Bekanntenkreis an und lassen sich dort weiterempfehlen. Nachdem dieser auf persönlichem Vertrauen gegründete Kundenkreis mit den Standardprodukten (i.d.R. Riester-Renten, Bausparverträge und Lebensversicherungen) versorgt ist, verringern sich die Abschlusserfolge in einem solchen Maße, dass die meisten Strukturvermittler schon nach kurzer Zeit wieder aufgeben. Ursprünglich aus Imagegründen und mit dem Leitbild des gut verdienenden, mit Statussymbolen ausgestatteten Vermittlers in das System eingestiegen, muss der größte Teil der Betroffenen fest stellen, dass dieses Ziel für sie persönlich nicht erreichbar ist. Nach ihrem Ausstieg ist nicht selten auch das private Beziehungsnetz beschädigt.

Jährlich werden nach Schätzungen befragter Experten mindestens 10 Prozent der Strukturvertriebsvermittler in Deutschland auf diese Weise ausgetauscht. Ein Experte nannte die Zahl 100.000, wobei exakte Zahlen hierzu nicht erhältlich sind.¹⁰⁰ Langfristige Kundenbindung und Beratungsqualität kommen hierdurch systematisch zu kurz. Die betroffenen Kunden weisen nach Erfahrung der Verbraucherverbände überwiegend einen nicht passenden Versicherungsschutz und eine hohe Stornoquote auf.

Relevanz: Das rein verkaufsbasierte und auf niedrigen, zumindest intransparenten Qualifikationsstandards beruhende System der Finanzvertriebe wirft nur für einen kleinen Kreis von Vermittlern hinreichend viel ab, um überhaupt davon leben zu können. Die wenigen, die es in der Hierarchie geschafft haben, sind jedoch die Leitfiguren für die Neueinsteiger.

F.1.7 Erste Marktreaktionen auf die VersVermR

Seit Mai 2007 gibt es auch in Deutschland Mindestanforderungen an Qualifikation, Berufszulassung und Haftung sowie an Beratung und Dokumentation in der Versicherungsvermittlung. Der größte Teil der Vermittlerschaft ist jedoch nur wenig von

¹⁰⁰ Vgl. hierzu: Ehemalige AWD-Mitarbeiter verschafften sich 2003 über die Internetseite www.awd-aussteiger.de öffentlich Gehör. Der AWD erwirkte hiergegen eine einstweilige Verfügung, welche die Domain in Verbindung mit dem Namen AWD untersagte. Deshalb ging diese Homepage kurze Zeit später vom Netz. Die Inhalte sind jedoch nicht verboten worden und können bis heute recherchiert werden. Vgl. beispielsweise: <http://www.bav-verband.de/html/awd-aussteiger.html>, http://www.bav-verband.de/html/body_02_03.html.