

Ein Finanzmarktwächter kann den Verbraucherschutz stärken

In den letzten Jahren jagte auf den internationalen Finanzmärkten eine Krise die nächste. Lehman, Kaupthing, Phoenix – diese Namen gescheiterter Finanzdienstleistungsinstitute haben sich nachhaltig in das kollektive Bewusstsein gebrannt. Auch der deutsche Finanzmarkt überstand diese Krise nicht ohne Verluste. Eine Vielzahl Verbraucherinnen und Verbraucher verlor teilweise große Teile ihrer Ansparungen. Oftmals – und das ist der Punkt, der mich kritisch stimmt – aufgrund von Fehlinformationen. Anlegerinnen und Anleger vertrauten ihren Beraterinnen oder Beratern, ohne selbst das Bewusstsein zu haben, wie hoch das eingegangene Risiko tatsächlich ist. Wenn nun die Regierungskoalition am Begriff des mündigen Verbrauchers festhält, dann muss sie ihn mündig machen. Sie muss ihn bilden und ihm eine verständliche Entscheidungsgrundlage bieten. Verbraucherinnen und Verbraucher wollen Transparenz und sie wollen durch Regeln darin unterstützt werden, dass sie nicht in einer Informationsflut untergehen.

Da sind zum Beispiel die Produktinformationsblätter für Versicherungs- und Finanzprodukte. In diesen Produktinformationsblättern – umgangssprachlich „Beipackzettel“ – sollen die Verbraucherinnen und Verbraucher in kurzer Zeit alle Produktinformationen auf einen Blick erhalten. Wenn ich also eine Lebensversicherung abschließe, dann soll da beispielsweise stehen, welches Risiko ich damit eingehe, wie hoch die Kosten sind, die nicht in den Vertrag, sondern für den Vertrieb gezahlt werden, in welchen Fällen die Lebensversicherung auszahlt und wann nicht und so weiter. Nun gibt es zwei Arten dies darzustellen. Das möchte ich am Beispiel der Vertriebskosten einmal verdeutlichen: Man kann in einem längeren Absatz mehrere in Prozent ausgedrückte Angaben machen aus denen sich die Kosten zusammensetzen. Eine solche Formulierung ist sehr kompliziert und man braucht einen Taschenrechner um zu wissen, wie hoch die Kosten wirklich sind. Oder man nennt eine absolute Zahl, also beispielsweise 1.000 Euro. Das ist deutlich leichter nachzuvollziehen. Momentan gibt es da keine genauen gesetzgeberischen Vorgaben, wie die Darstellung aussieht. Fakt ist aber: Die eine Variante können Verbraucherinnen und Verbraucher verstehen, die andere verstehen die meisten nicht. Die komplizierte Variante wird momentan bedauerlicherweise häufig verwendet. Die Einführung der einfachen Variante fordert die SPD-Fraktion bereits seit 2 Jahren.

Seit Sommer letzten Jahres sind diese Produktinformationsblätter auch für Wertpapiere vorgeschrieben. Im Herbst hat die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht in einer Untersuchung festgestellt, dass sie meist unvollständig oder unverständlich sind.

Politisches Handeln dringend gefragt

Probleme wie das eben geschilderte gibt es allerhand und sie sind im politischen Raum auch aufgrund ständiger Studien bestens bekannt. Die Bundesregierung unter Verbraucherschutzministerin Aigner bleibt jedoch tatenlos. Sie erkennt die Missstände und verkündet immer wieder den Markt zu beobachten. Das reicht jedoch nicht.

Das geschilderte Beispiel ist nur eines von vielen. Ein weiteres ähnliches Beispiel sei noch genannt: Die Beratungsprotokolle. Beraterinnen und Berater des Versicherungs- und Finanzbereiches müssen die Beratung protokollieren. Das dient der Nachvollziehbarkeit was in der Beratung beredet wurde. Und, falls es später Streit geben sollte, ist es ein wichtiges Beweismittel für Anlegerinnen und Anleger. Regelungen hierzu gibt es also. Leider zeigen Studien der Verbraucherzentralen – beispielsweise im Januar 2011 oder im Januar 2012 – dass diese Regeln in der Praxis nicht umgesetzt werden. Die Beraterinnen und Berater übergeben häufig überhaupt kein Beratungsprotokoll an Verbraucherinnen und Verbraucher, obwohl sie dazu verpflichtet sind. Wenn doch, sind die enthaltenen Angaben häufig falsch.

Ursache dafür ist fehlende Kontrolle. Bankberater unterfallen der Aufsicht der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht, freie Versicherungs- oder Finanzvermittler aber der der Gewerbeämter. Diese Aufspaltung hat die Regierungskoalition gegen den Willen der SPD im letzten Jahr durchgesetzt. Sie ist sinnlos und falsch. Die über 700 Gewerbeämter in Deutschland haben nicht die Möglichkeit, eine ordentliche Fachaufsicht auszuführen. Sie sind damit schlicht überfordert.

Aus den genannten Beispielen kann man also zwei Problembereiche identifizieren: Verbraucherinnen und Verbraucher erhalten keine leicht verständlichen aber umfänglichen Informationen. Und, selbst wenn derartige Verbraucherschutzregelungen bestehen, werden sie – mangels einer tauglichen Aufsicht – nicht durchgesetzt.

Ein Finanzmarktwächter als starke Stimme der Verbraucherinnen und Verbraucher

Nur wenn sichergestellt ist, dass Verbraucherinnen und Verbraucher – jedenfalls nach einer Beratung – in der Lage sind, ein Finanzmarktprodukt zu verstehen, können sie auch das damit zusammenhängende Risiko einigermaßen beurteilen. Dies gilt in besonderem Maße, seit die Anzahl der auf dem Markt erhältlichen Produktarten für Verbraucherinnen und Verbraucher unüberschaubar geworden sind. Gut qualifizierte Berater mit hohen Beratungsstandards können ebenso wie eine einfache aber vollständige Produktinformation dazu beitragen, dass

Verbraucherinnen und Verbraucher ihren Bedarf selbst einschätzen können. Die Aufsicht muss dies sicherstellen.

Die SPD-Fraktion hat daher ganz klare Vorstellungen entwickelt, wie ein funktionierender Finanzmarkt im Verhältnis zwischen Anbieter und Verbraucher ausgestaltet sein soll. Zentrale Schnittstelle ist die Errichtung eines Finanzmarktwächters bei den Verbraucherzentralen.

Ein solcher Finanzmarktwächter soll die Stimme der Verbraucherinnen und Verbraucher sein, die den Markt beobachtet, um Beschwerden und Missstände zu erkennen und diese an die Aufsichtsbehörden weiterzugeben. Er soll Verbraucherinnen und Verbraucher darüber hinaus informieren und so präventiv zum Verbraucherschutz beitragen. Damit das funktioniert muss der Finanzmarktwächter eine Verbraucherberatung durchführen, um direkten Kontakt zu den Verbrauchern zu haben.

Darüber hinaus sollte er über eine Internet-Plattform Verbraucherinnen und Verbrauchern den leichten Kontakt ermöglichen. Die Verbraucherzentralen machen diese Aufgaben derzeit bereits in Ansätzen. Ihnen fehlen aber bisher die angemessenen Mittel, um eine solche Aufgabe umfangreich stemmen zu können.

Ganz praktisch soll das Konzept „Finanzmarktwächter“ am Beispiel der „Beipackzettel“ illustriert werden: Ich lese ein Produktinformationsblatt und verstehe die Regelungen nicht. Dann gehe ich damit zu einer der Verbraucherzentralen und frage, wie das zu verstehen ist. Geht es anderen Verbraucherinnen und Verbrauchern ebenso, dann meldet die Verbraucherzentrale dieses Problem weiter. Der Finanzmarktwächter sieht dann: Oha, die Versicherungsgesellschaft XY hält sich nicht an bestehende Regelungen und mahnt dies bei der Aufsichtsbehörde an. Diese prüft dann, ob sie tätig wird. Anderenfalls bleibt dem Finanzmarktwächter die Möglichkeit das geschilderte Problem öffentlich klar zu stellen. Also beispielsweise auf einem Online-Portal zu erklären, welche Risiken wirklich bestehen oder welche Kosten tatsächlich anfallen.

Der Gegenentwurf der Regierungskoalition – eine Mogelpackung

Als Gegenentwurf zu einer solchen Institution hat die Regierungskoalition auf ihrer Klausurtagung kürzlich beschlossen, die Mittel der Stiftung Warentest um 1,5 Millionen Euro zu erhöhen – bei rund 700.000 Finanzprodukten die auf dem Markt erhältlich sind, sind das lächerliche zwei Euro pro Finanzprodukt. Das nennt die Regierungskoalition dann „Finanz-TÜV“. Was erst einmal so klingt, als würde jedes Produkt künftig auf Herz und Niere überprüft, bevor es in den Handel geht, entpuppt sich bei näherem hinschauen als ein Fünkchen nichts. Das Geld reicht gerade einmal für das Porto um Informationen bei den Anbietern anzufordern, für eine umfassende Prüfung aber reicht es vorne und hinten nicht. Hinzu kommt, dass die jährlichen

Zuschüsse seit 2009 um 3 Millionen Euro absanken. Das Ganze ist eine Mogelpackung wie wir sie nur selten erleben.

Meine Forderung bleibt: Wir brauchen eine Verbraucherstimme, die den Markt beobachtet, Beschwerden erkennt und systematisch weitergibt. Wir brauchen eine starke Aufsicht, die auch die Stimme der Verbraucherinnen und Verbraucher berücksichtigt. Und wir brauchen Transparenz die nachvollziehbar gestaltet ist bei den Produkten.