

## Produktauswahl in der Altersvorsorge 2010 – Im Labyrinth des Minotaurus.

Seit Mai 2007 sind Vermittlern vom Gesetzgeber umfangreiche Pflichten hinsichtlich der Beratung ihrer Kunden zum Thema Altersvorsorge auferlegt. Wie sieht nun die Lebenswirklichkeit aus? Stimmen gesetzgeberischer Wunsch und die von Vermittlern täglich gelebte Beratungswirklichkeit überein?

Um dies zu beantworten sind zwei zentrale Fragen zu betrachten: 1. Wie sollte ein Vermittler beraten und für seine Kunden das richtige Altersvorsorgeprodukt auswählen? Und 2. In welchem Marktumfeld bewegt sich ein Vermittler in seinem Streben, die Verpflichtungen des Gesetzgebers zu erfüllen?

Mit § 61 Abs. 1 VVG hat der Gesetzgeber die Grundlage für den Beratungsprozess des Kunden für den Vermittler vorgegeben. Aus ihm ergeben sich verschiedene Pflichten, die der Vermittler gegenüber seinem Kunden zu erfüllen hat: die Fragepflicht, die Beratungspflicht i.e.S. sowie die Begründungs- und Dokumentationspflicht<sup>1</sup>.

Allen voran steht die Verpflichtung des Vermittlers, seinen Kunden nach dessen Wünschen und Bedürfnissen zu befragen. So ist nicht nur der offensichtliche Beratungsbedarf zu befriedigen, sondern auch der mögliche Beratungsbedarf durch die Befragung aufzuspüren. Handlungsleitendes Ziel ist es, den objektiven Bedarf und die subjektiven Wünsche des Kunden zu ermitteln.<sup>2</sup>

Im Rahmen der Beratungspflicht i.e.S. hat der Vermittler die Aufgabe, den Entscheidungsprozess des Kunden aktiv zu unterstützen. „Wer berät, muss unter Abwägung der Vor- und Nachteile grds. die günstigste Handlungsalternative aufzeigen“<sup>3</sup>. Diesbezüglich ist ein klarer Rat des Vermittlers auszusprechen, wenn mehrere Produkte zur Auswahl stehen, die die ermittelten Bedürfnisse des Kunden erfüllen. Die ausgesprochene Empfehlung ist vor Abgabe der Vertragserklärung in Textform zu begründen und auszuhändigen. Der Kunde muss den erteilten Rat nachvollziehen können.<sup>4</sup>

Abschließend ergibt sich aus der Dokumentationspflicht, die Befragung, Beratung und Begründung entsprechend festzuhalten. Mit der

Unterschrift des Kunden wird in der Regel die Vollständigkeit und Richtigkeit der enthaltenen Angaben bestätigt.<sup>5</sup>

Wird keine Beratungsdokumentation vorgenommen, wird widerlegbar vermutet, dass keine Beratung stattgefunden hat.<sup>6</sup> Der Berater wird es dann schwer haben, einen Haftungsprozess für sich entscheiden zu können. Außerdem kann sich der Vermittler nach § 63 VVG schadensersatzpflichtig machen, wenn er gegen eine der genannten Pflichten verstößt. Der Kunde kann verlangen, so gestellt zu werden, wie er ohne die Pflichtverletzung des Vermittlers stehen würde. Dies kann bedeuten, dass der Kunde die Aufhebung des Vertrages und Rückerstattung der Beiträge verlangen oder beanspruchen kann, so gestellt zu werden, als hätte er einen anderen adäquaten Vertrag abgeschlossen.<sup>7</sup>

Grundlage der Beratung sollte gem. § 60 Abs. 1 Satz 1 VVG eine hinreichende Zahl von Versicherern und von auf dem Markt angebotenen Versicherungsverträgen sein. Eine hinreichende Anzahl ist dann gegeben, wenn nach fachlichen Kriterien beurteilt, der Vermittler so viele Versicherungsangebote berücksichtigt, dass er entsprechend den ermittelten Bedürfnissen des Kunden einen geeigneten Vertrag empfehlen kann. Der Vermittler darf jedoch die Auswahl der berücksichtigten Gesellschaften und Vorsorgeprodukte nach § 60 Abs. 1 Satz 2 VVG einschränken. Hierauf ist der Kunde vor Vertragsabschluss hinzuweisen, indem der Vermittler die berücksichtigten Gesellschaften benennt.<sup>8</sup> Aus § 63 VVG ergibt sich auch hinsichtlich vorgenannter Beratungsgrundlage eine Schadensersatzpflicht für den Fall, dass der Vermittler seine auferlegten Pflichten verletzt.

### **Wie aber gestaltet sich nun das Marktumfeld, in dem der Vermittler diesen vom Gesetzgeber zugrundegelegten Verpflichtungen erfüllen soll?**

Über 100 Versicherer mit mehr als 1.000 Produkten in x-fachen Variationen allein im Altersvorsorgebereich prägen das Bild. Aber nicht nur die schier unüberschaubare Menge an Ver-

<sup>1</sup> Vgl. Münkel, in: Ruffer/Halbach/Schimikowski, VVG-Handkommentar, § 61 Rn. 5 i.V.m. § 6 Rn. 21 ff.

<sup>2</sup> Vgl. Münkel, in: Ruffer/Halbach/Schimikowski, VVG-Handkommentar, § 61 Rn. 5 i.V.m. § 6 Rn. 20.

<sup>3</sup> Münkel, in: Ruffer/Halbach/Schimikowski, VVG-Handkommentar, § 6 Rn. 21.

<sup>4</sup> Vgl. Münkel, in: Ruffer/Halbach/Schimikowski, VVG-Handkommentar, § 61 Rn. 5 i.V.m. § 6 Rn. 25.

<sup>5</sup> Vgl. Münkel, in: Ruffer/Halbach/Schimikowski, VVG-Handkommentar, § 61 Rn. 5 i.V.m. § 6 Rn. 26.

<sup>6</sup> Vgl. Münkel, in: Ruffer/Halbach/Schimikowski, VVG-Handkommentar, § 63 Rn. 5 i.V.m. § 6 Rn. 27.

<sup>7</sup> Vgl. Münkel, in: Ruffer/Halbach/Schimikowski, VVG-Handkommentar, § 63 Rn. 5 i.V.m. § 6 Rn. 46.

<sup>8</sup> Vgl. Münkel, in: Ruffer/Halbach/Schimikowski, VVG-Handkommentar, § 60 Rn. 4f.

sicherern und Produkten stellt den Vermittler vor eine quasi unlösbare Aufgabe. Der Vermittler steht vor der zusätzlichen Herausforderung, ein für den Kunden geeignetes Produkt aus einer sprunghaft angestiegenen Vielfalt an unterschiedlichen Garantiekonzepten auszuwählen. Gab es ursprünglich lediglich klassische und fondsgebundene Versicherungen, so steht der Vermittler mittlerweile einer großen Menge an Garantiemodellen gegenüber: statische Hybridprodukte sichern die Garantieleistungen ab, indem feste Teile des Beitrags in das konventionelle Sicherungsvermögen und einen frei wählbaren Fonds investiert werden. Bei dynamischen Hybriden mit zwei oder drei Töpfen sowie iCPPI-Modellen werden die Beiträge und das Guthaben abhängig vom Kapitalmarktverlauf in einen konventionellen Deckungsstock, einen Wertsicherungsfonds und freie Fonds investiert und regelmäßig umgeschichtet. Bei sogenannten GMABs (Guaranteed Minimum Accumulation Benefit) und GMIBs (Guaranteed Minimum Income Benefit) als Variable Annuities wird die Garantie unabhängig von der Kapitalanlage über den gebührenfinanzierten Einkauf von Derivaten sichergestellt. Spätestens hier verfängt sich der Vermittler in den Wirrungen der Versicherungsmathematik.

Doch noch bevor der Vermittler die Produkte mit ihren vielfältigen Garantiemodellen gegeneinander abwägen kann, warten zumeist intransparente Produktbedingungen und Kostenaufstellungen darauf, analysiert und bewertet zu werden. Nicht selten umfasst das Vertragswerk eines einzigen Produkts mehr als 60 Seiten, in denen in häufig nicht eindeutiger und unverständlicher Schreibweise die Leistungen eines Produkts umrissen werden. Oft fehlen auch Angaben zu Wertsicherungsfonds, werden Produkte über mehrere Vertragswerke geregelt oder lassen den Leser im Unklaren über die zugrundeliegenden Garantiemodelle. Auch Produktkosten sind häufig intransparent: es fehlen Angabe zu Abschlusskosten und Ratenzuschlägen, es werden statt Euroangaben nicht nach-

rechenbare Anteilssätze auf das Vertragsguthaben erhoben oder laufende Verwaltungskosten in nicht erkennbaren Intervallen variabel gestaltet. Kapitalanlagekosten werden in der Regel ganz weggelassen. Hinzukommt, dass von den Anbietergesellschaften häufig nicht garantierte Kick-Backs in die möglichen Ablaufleistungen eingerechnet werden, um diese schöner aussehen zu lassen. Verlässt sich der Vermittler allein auf die ausgewiesenen Ablaufleistungen der Gesellschaft, begibt er sich haftungsrechtlich auf sehr dünnes Eis.

### **Wie also nun das richtige Produkt für den Kunden finden?**

Kann ein einzelner Vermittler die Herkulesaufgabe bewältigen, unter Einbeziehung einer hinreichenden Anzahl von Gesellschaften und auf dem Markt angebotenen Verträgen, unter diesen Marktbedingungen die tatsächlich günstigste Handlungsalternative zu identifizieren und zu empfehlen?

Der Vermittler ist gefordert, vielfältige Aufgaben unter einen Hut bringen. Er muss zunächst einmal identifizieren, welche Parameter für eine Produktanalyse wichtig sind. Daran anschließend ist er gefordert, eine hinreichende Anzahl an Produkten anhand dieser Parameter analysieren. Weiterhin sind die Bedürfnisse des Kunden hinsichtlich der Parameter zu ermitteln und mit den Eigenschaftskombinationen der Produkte abzugleichen. Gleichzeitig soll der Vermittler aber auch die Kosten und Renditeaussichten im Auge behalten und abschließend die Produktauswahl umfassend dokumentieren.

Für den einzelnen Vermittler ist das nicht zu leisten. Der Vermittler bewegt sich in einem Labyrinth aus Leistungsmerkmalen, Garantiemodellen und intransparenten Kosten einer unüberschaubaren Produktmenge. Er erscheint verunsichert und überfordert mit umfassenden Aufgaben, ihm fehlen die richtigen Handwerkszeuge, um seinen gesetzgeberischen Auftrag zu erfüllen. Was aber kann der Vermittler tun, um den Interessen seiner Kunden

und den gesetzgeberischen Verpflichtungen nachzukommen?

Der Vermittler benötigt den Faden der Ariadne aus dem Labyrinth des Minotaurus.

Mit der Aufgabe einen solchen Faden zu schaffen, hat sich die ITA Research & Tools GmbH auseinander gesetzt. Sie hat ein Programm entwickelt, das dem Vermittler ein Werkzeug an die Hand gibt, um die Herausforderung der kundenorientierten Produktauswahl zu bewältigen. Dabei arbeitet das ITA vollständig gesellschaftsunabhängig.

Mit Hilfe von ITA SELECT kann der Vermittler eine Auswahlentscheidung für und mit seinem Kunden orientiert an dessen Wünschen und Bedürfnissen treffen. Das Programm setzt im Beratungsprozess im Moment der *Produktauswahl* an.

Mit dem Programm ITA SELECT kann der Vermittler folgendes tun. a. Er kann mittels eines umfangreichen und interaktiven Fragekatalogs die Wünsche und Bedürfnisse des Kunden ermitteln. b. Er kann einen Abgleich der Wünsche und Bedürfnisse des Kunden mit Leistungsmerkmalen von Produkten vornehmen. c. Es ist dem Vermittler möglich, zeitgleich Rendite-/ Risikoabwägungen in den Analyseprozess mit einzubeziehen. Letztendlich kann er d. nach erfolgter Empfehlung den gesamten Prozess der Produktauswahl umfassend dokumentieren.

### **Wie genau funktioniert ITA SELECT?**

Hinter dem Programm steht eine umfangreiche vom ITA aufgebaute Produktdatenbank. In dieser befindet sich eine große Vielzahl von analysierten Produkten unterschiedlichster Anbietergesellschaften. Grundlage dieser Datenbank sind tiefgehende Leistungs- und Kostenanalysen der Produkte. Hierfür hat das ITA die aus Kundensicht relevanten Bedürfniskategorien identifiziert und die Produkte entsprechend dieser Kategorien untersucht.

Diese werden gebildet durch...

... die Form der Garantie, die der Anbieter leistet,

... die Leistungen, die ein Produkt in

der Auszahlphase bietet, ... den Risikoschutz, der in einem Produkt zur Auswahl steht, ... die Flexibilität, die dem Kunde in der Ansparphase ermöglicht wird, ... die Art der Kapitalanlage, die in einem Produkt zur Auswahl steht und ... Finanzstärke und Insolvenzschutz, die mit einer Anbietergesellschaft verbunden sind.

Die kategorisierten Leistungsmerkmale eines Produkts stellen aber nur einen Teil der Datenbank dar. Gleichzeitig werden die Kosten der Produkte aufgeschlüsselt und die mathematisch hinterlegten Garantiemodelle festgestellt. Auf dieser Basis werden dann versicherungsmathematische Berechnungen der Produkte durchgeführt, die Kennzahlen zur Rendite-/ Risikoeinstufung der Produkte liefern.

Zentrale Elemente der Datenbank sind also Produktmerkmale und finanzmathematische Kennzahlen. Diese beiden Komponenten nutzt ITA SELECT nun in zweifacher Hinsicht, um einen Filterprozess zu gestalten.

1. Die Produktmerkmale werden als Datengrundlage für den Abgleich von Kundenwünschen und Leistungsmerkmalen der Produkte verwendet. Dafür führt der Vermittler seinen Kunden durch einen Frageprozess. Dieser orientiert sich an oben genannten Leistungskategorien. Jede Frage richtet sich an ein bestimmtes Leistungsmerkmal. Das heißt, der Vermittler kann über die Antworten die Leistungskombination ermitteln, die der Kunde sich wünscht. Dieser Frageprozess funktioniert wie ein Filter. Verfügt ein Produkt über ein gewünschtes Leistungsmerkmal verbleibt es im weiteren Auswahlprozess. Verfügt es darüber nicht, fällt es aus diesem heraus. Am Ende des Prozesses verbleiben damit nur Produkte, die alle vom Kunden gewünschten Eigenschaften besitzen.
2. Die berechneten Kennzahlen nutzt ITA SELECT, um parallel

zu den Leistungsmerkmalen Rendite- und Risikoaspekte in der Produktauswahl zu berücksichtigen. Die in aufwendigen Simulationen ermittelten Kennzahlen werden genutzt, um die Produkte in einer Rendite-/Risiko-Matrix zu visualisieren. Jedes Produkt wird entsprechend seiner Kennzahlen als ein Punkt in einer Matrix dargestellt. Die Kennzahlen dienen hierfür als Koordinaten in der Matrix. Die Berechnung der Koordinaten ergibt sich aus Kapitalmarktsimulationen. In der Datenbank sind Kostenparameter und Garantiemodelle zu jedem einzelnen Produkt hinterlegt. Diese werden in ein spezielles Rechentool (ifa-SARA) eingegeben, das diese Daten nutzt, um die Entwicklung jedes einzelnen Produkts unter 10.000 verschiedenen Kapitalmarktentwicklungen zu berechnen, und zwar auf Basis von Annahmen, die ITA getroffen hat. Heraus kommen 10.000 verschiedene Ablaufleistungen. Aus diesen werden sodann die beiden Kennzahlen der Matrix berechnet. Zum einen ergibt sich aus dem Durchschnitt der Ablaufleistungen eine durchschnittliche Beitragsrendite nach Kosten. Betrachtet man nur die 1.000 schlechtesten Simulationsszenarien, so kann zum anderen eine Beitragsrendite in den ungünstigsten Fällen bestimmt werden. Diese ungünstigen Fälle dienen als Risikomaß.

In der Verschmelzung der beiden Komponenten von ITA SELECT (Produktmerkmale und Kennzahlen) liegt der Clou des Beratungstools. Während der Vermittler gemeinsam mit seinem Kunden die Fragen durchgeht, um die gewünschten Produkteigenschaften zu bestimmen, sehen beide parallel jeweils alle den bisher gewählten Eigenschaften entsprechenden Produkte als Punkte in benannter Matrix. Mit jeder

beantworteten Frage wird visualisiert, welche Produkte der gewählten Eigenschaft entsprechen und welche nicht. Die Produkte, die der jeweiligen Eigenschaft nicht entsprechen, fallen aus der Menge der zur Verfügung stehenden Produkte für die weitergehenden Fragen heraus. Da Vermittler und Kunde die entfallenden Produkte bereits bei Wahl der Eigenschaft sehen können, kann der Kunde bei jeder einzelnen Frage überlegen, wie wichtig ihm die Eigenschaft ist. Entfallene Produkte, die ein Kunde aufgrund Ihrer Rendite-/Risikokombination ins Auge gefasst hatte, kann er hinterfragen, ob ihm die Eigenschaft, für die er sich entschieden hat, tatsächlich so wichtig ist, dass er auf die entfallenden Produkte verzichten kann.

Auf diese Weise können dem Kunden sehr transparent die Konsequenzen seiner geäußerten Wünsche auf die zur Auswahl stehenden Produkte dargestellt werden. Vermittler und Kunden hangeln sich somit gemeinsam entlang des Fadens der Ariadne aus dem Labyrinth des Altersvorsorgemarktes.

Am Ende des Analyseprozesses gelangen Vermittler und Kunde auf die Ergebnisliste, mit allen in Frage kommenden Produkten. Auf Wunsch können an dieser Stelle als Hintergrundinformationen Details zu Eigenschaften der Produkte nachgelesen werden.

Kunden und Vermittler können nun abschließend besprechen, ob unter den noch in Frage kommenden Produkten eher eines mit hohen Renditeaussichten oder doch eher eines mit geringem Risiko gewünscht wird.

Hat der Vermittler seine Empfehlung ausgesprochen und der Kunde seine Entscheidung für ein Produkt getroffen, kann auf Knopfdruck eine Dokumentation des Auswahlprozesses vorgenommen werden. In dieser findet sich der gesamte Prozess aus Fragen und Antworten, festgehaltenen Kommentaren und erklärenden Texten wieder. Alle berücksichtigten Gesellschaften und Produkte werden ebenso festgehalten wie die Inhalte der Ergebnisliste.

Zurück zur Ausgangsfrage: Stimmen

nun gesetzgeberischer Wunsch und die von Vermittlern täglich gelebte Beratungswirklichkeit überein? Der Vermittler kann ohne Hilfsmittel, seinen Anforderungen im Grunde nicht nachkommen. Mit dem geeigneten roten Faden als Hilfsmittel kommt er den Verpflichtungen sehr nahe.

Mit ITA SELECT hat der Vermittler nun erstmals ein Instrument an der Hand, um einfach, übersichtlich und transparent zum individuellen Altersvorsorgeprodukt für seinen Kunden zu gelangen und seine Beratung umfassend zu dokumentieren. Ein auf dem Altersvorsorgemarkt revolutionärer Beratungsansatz.

Weitere Informationen unter:

[www.ITASELECT.de](http://www.ITASELECT.de).

*ITA Research & Tools GmbH  
GF Dr. Mark Ortmann &  
Projektleiterin Simone Kubina  
Unter den Linden 12  
10117 Berlin  
030. 88 72 74 69 50  
info@itaselect.de*