

Made in Germany? Made in UK!

Großbritannien als Vorbild / Folgen
der Regulierung für Berater positiv



Bei Finanzmarktregulierungen gibt bisher Großbritannien den Ton an.

Made in Germany“, einst als Warnhinweis für deutsche Waren gedacht, hat sich weltweit zu einem Gütesiegel entwickelt. Für deutsche Finanzdienstleistungen gilt dies sicherlich nicht. So wird der EU-Richtlinie über Märkte für Finanzinstrumente (Markets in Financial Instruments Directive – MiFID) – auch in der nun folgenden zweiten Welle – nachgesagt, sie entstamme im Wesentlichen der Feder der britischen Finanzaufsicht (Financial Conduct Authority – FCA) und damit der mächtigsten Finanzbehörde Europas.

Die Finanzfachpresse ist voller Spekulationen über die kommenden Auswirkungen von MiFID-2. So gilt sie der Finanzbranche wahlweise als Schreckgespenst oder Papiertiger. Derzeit sorgt sie jedenfalls für hohen Zeit- und Investitionsaufwand, um die Strukturen in der Finanzindustrie und besonders in der Finanzberatung neu zu ordnen.

Beratung erzeugt mehr Wert

Im Vergleich zur britischen „Überprüfung des Privatkundenvertriebs“ (Retail Distribution Review – RDR) durch die FCA fällt die MiFID-2-Umsetzung in Deutschland wesentlich sanfter aus. Würde die MiFID-2 auch vollumfänglich für Finanzanlagenvermittler nach § 34f GewO gelten, hätten wir den RDR-Standard schon bald erreicht. Wie das aussähe, zeigt ein Blick nach Großbritannien.

In Großbritannien haben sich seit Beginn der Überprüfung 2006 und besonders seit dem Provisionsverbot für Kapitalanlageprodukte 2012 sowohl Produktgeber als auch Berater in Sachen Transparenz, Produktauswahl, Aufklärung, Dokumentation und Reporting völlig neu aufgestellt. Die Anbieter stellen heute die Qualität ihrer Finanzprodukte in den Vordergrund und nicht mehr die Vergütung ihrer Vermittler. Die Kosten sind durchgängig transparent, Produkte leicht vergleichbar.

Die Finanzberater haben ihre Geschäftsmodelle komplett umgestellt. Heute setzen sie auf den Mehrwert durch ihre Beratung, auf individuelle Services und den intelligenten Einsatz von Technik. Ihre Vergütung und die empfohlenen Produkte sind transparent. Die Kundenportfolios liefern heute eine bessere Performance bzw. sind robuster gegen Kapitalmarktrisiken als in Provisionszeiten.

Nach anfänglichen Unklarheiten wegen der neuen Gesetzeslage und wegen des Festhaltens einzelner Berater an alten Gewohnheiten ging die Zahl der Finanzberater zunächst stark zurück. Nach einer Zeit der Stabilisierung der Beraterzahl findet heute wieder Wachstum statt. Und ebenso wichtig: Das Image unabhängiger Finanzberater (Independent Financial Adviser – IFA) ist mittlerweile deutlich besser als das der deutschen Kollegen.

Während wir in Deutschland noch über Provision versus Honorar diskutieren, haben die britischen IFAs das Honorarberatungsmodell konsequent umgesetzt und erfreuen sich eines profitablen Wachstums. Das wäre auch in Deutschland möglich – bei konsequenterer Umsetzung von MiFID-2.

Hartmut Petersmann, Petersmann Institut
für den unabhängigen Finanzberater GmbH

Highlights britischer Finanzberatung

- Fondsanbieter haben „Clean Share Classes“ aufgelegt. Diese „sauberen“, d.h. provisionsfreien Fondsklassen bieten völlige Kostentransparenz und sind kostenreduziert. Einige Anbieter haben angekündigt, dass sie diese Fondsklassen auch in Deutschland freischalten wollen.
- Independent Financial Advisers (IFAs) verwenden nur noch Clean-Share-Fonds, um sich nicht dem Vorwurf einer fehlerhaften Produktauswahl auszusetzen. Aus Haftungs- und auch Dokumentationsgründen werden nur Fonds empfohlen, die nach der – auch mit der MiFID-2 kommenden – Kostenbetrachtung ex-ante und ex-post günstig sind.
- Eingesparte Kosten – oft mehrere Prozentpunkte pro Jahr – sorgen für mehr Rendite bzw. ein geringeres Risiko in den Portfolios.
- Die IFAs haben nach eigenem Bekunden keine Schwierigkeiten, ihre Beratungs- und Betreuungsgebühren beim Kunden durchzusetzen. Jüngst hat sich sogar gezeigt, dass auch wieder „Initial Fees“, also quasi Ausgabeaufschläge bei der Produktvermittlung, akzeptiert werden. Auf diese Weise belohnen Kunden gute Performance und guten Service.