

GDV-Vertriebskodex polarisiert

Compliance ■ Unverständnis zwischen GDV und Maklern

Der GDV nutzte die diesjährige Jahrespressekonferenz im März auch dazu, zum Pressegespräch über den „Verhaltenskodex für den Vertrieb“ einzuladen. Ende April endet die Rückmeldefrist aller 2013 beigetretenen Versicherer. Ab Mai werden dann die Prüfungsergebnisse auf gdv.de veröffentlicht. Zur Prüfung des Kodex beauftragen und bezahlen die Versicherungsunternehmen einen Wirtschaftsprüfer, und zwar alle zwei Jahre. Die Prüfung kann sich auf die Angemessenheit oder auf die Wirksamkeit beziehen. Die Grundlage der Prüfung bildet der IDW PS 980: Grundsätze ordnungsmäßiger Prüfung von Compliance-Management-Systemen (CMS). Die Prüfung richtet sich dabei ausschließlich auf das CMS der Versicherer. „In Bezug auf die Zusammenarbeit mit externen Vertrieben wie beispielsweise Maklern sind jedoch die Steuerungs- und Überwachungsmaßnahmen in die Prüfung einzubeziehen, durch die das Unternehmen auf die Einhaltung des GDV-Verhaltenskodex durch den externen Vertrieb hinwirkt“, erklärt Dr. Klaus-Peter Feld vom Institut der Wirtschaftsprüfer. Die 227 beigetretenen Versicherer hätten sich bislang primär für die Angemessenheits- und noch nicht für die Wirksamkeitsprüfung entschieden. „Diese ist dann der nächste Ausbauschritt“, sagt Gerhard Müller, Vorsitzender des GDV-Vertriebsausschusses. Der GDV reagierte mit Unverständnis auf die Reaktion einiger Makler und Maklerverbände. Denn die Inhalte des Kodex wie „Kundenbedürfnis im Mittelpunkt“, „Beratung nach Abschluss“ oder „Umdeckung allein bei Kundeninteresse“ müssten doch für Makler selbstverständlich sein. Genau deshalb sei ein solcher Kodex für Makler nicht notwendig, so eine Sicht in der Maklerbranche.



■ Absage an BaFin-Kontrolle von 34f-Beratern

Die Bundesregierung weist nach Medienberichten das erneute Ansinnen verschiedener Verbände zurück, die Finanzanlagenvermittler unter die Aufsicht



der BaFin zu stellen. Einem entsprechenden Vorschlag der Deutschen Kreditwirtschaft (DK) hat Michael Meister, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesfi-

nanzministerium (Foto), nun eine Absage erteilt. Dies berichtete die „Börsenzeitung“ am 30. März 2015. Die Behörde habe dafür zu wenig Personal.

■ maxpools neue LV-Abrechnungsformel

Der Hamburger Maklerpool definiert den Anteil der LV-Courttagen für angebundene Partner auf einen Pauschalwert von 88 Prozent über alle Bereiche. Demnach berechnet maxpool 12 Prozent als Vergütung für sich selbst und zwar ganz gleich, ob es sich um Abschlussvergütung, laufende Abschlussvergütung oder Bestandspflegecourtage handelt. Bei inaktiven Maklern, die nur gelegent-



lich Geschäft über maxpool platzieren, liegt das Verhältnis bei 80 Prozent für den Makler und 20 für maxpool. „Infolge der Umsetzung des LVRG kann der Makler kaum

mehr überblicken, welche Tarife bei welchem Anbieter wie vergütet werden“, so maxpool-Chef Oliver Drewes (Foto). Die pauschale Regelung solle die undurchsichtige Situation nicht noch verkomplizieren und die Transparenz erhöhen.

Zugleich zeigt maxpool damit auch indirekt seine Eingangssätze auf.

■ **FiNet: neue Fonds-Vermögensverwaltung**

Die Marburger FiNet Asset Management AG (FAM) bietet mit der FAM Twin Solution eine neue Vermögensverwaltungsstrategie. „Wie der Name schon sagt, gibt es zwei Antriebe, die für die Wertentwicklung verantwortlich sind“, sagt Frank Huttel, Leiter Portfoliomanagement bei der FAM. Für die langfristige Performance sorgen zu 70 Prozent Fonds von Dimensional Fund Advisors. Hinzu kommen 30 Prozent „liquide alternative“ Investments, die ein alternatives Beta liefern und das Portfolio in Krisenzeiten stabilisieren sollen.

■ **Aecon und Fondskonzept**

Die Aecon Fondsmarketing GmbH aus Butzbach wird ihre Investmentbestände künftig über die Fondskonzept GmbH administrieren lassen. „Im Spannungsfeld von Konditionen und Leistung überzeugte Fondskonzept unsere Kooperationspartner auf breiter Front“, so Aecon-Chef Jürgen Dumschat.

■ **blau direkt: Privathaftpflicht-Vergleichsrechner**

Der Lübecker Maklerpool veröffentlicht einen weiteren Vergleichsrechner der neuen Generation 4.0. Neben vielen technischen Neuerungen sowie der Medienintegration mit Videotechnologie wurde erstmalig die Einbindung der Diensthaftpflichtversicherung vorgenommen.

■ **vfm-Fachtagungsbörse**

Unter der Überschrift „Netzwerken und Know-how tanken“ trafen sich die über-



wiegende Mehrheit der vfm-Vermittlerunternehmen sowie eine Rekordteilnehmerzahl von mehr als 60 Ausstellern zum persönlichen Austausch Ende März im Congress Centrum in Würzburg (Foto: vfm-Geschäftsführer Stefan Liebig). Auch am Tag nach der Börse bestimmten die durch das LVRG bedingten Herausforderungen das vfm-interne Kooperationspartnertreffen.

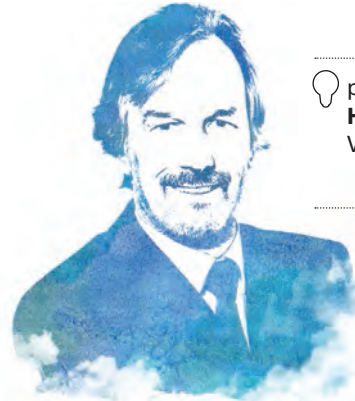
■ **FPSB: Finanzmarktwächter reicht nicht aus**

Das neue Frühwarnsystem – der Finanzmarktwächter –, maßgeblich entwickelt von den Verbraucherzentralen, soll die Verbraucher vor dubiosen Finanzprodukten schützen. „Der Ansatz ist gut, geht aber nicht weit genug“, bewertet Prof. Dr. Rolf Tilmes, Vorstandsvorsitzender des Financial Planning Standards Board Deutschland e. V. (FPSB Deutschland).

„Denn der Finanzmarktwächter ändert nichts an der Tatsache, dass es zu wenige wirklich gut ausgebildete Berater gibt und oftmals nicht ethisch einwandfrei im Kundeninteresse beraten wird.“



Die digitale Finanzdienstleistung



💡 procontra-Kolumnist
Hans-Jürgen Bretzke
Vorstand FondsKonzept

■ Finanzdienstleistungen befinden sich seit einigen Jahren in einem strukturellen Veränderungsprozess. Treiber sind dabei nicht nur die immer wieder angeführten gesetzlichen Rahmenbedingungen, sondern vielmehr die zunehmende Digitalisierung nahezu aller Bereiche unserer Gesellschaft, wie sie im Buch „The Second Machine Age“ umfassend beschrieben wird. Auch Finanzprodukte und die Beratung dazu werden zunehmend digitalisiert und sind bereits fester Bestandteil des globalen Datenverkehrs. Zudem bricht die traditionelle Rollenverteilung zwischen Produktlieferanten und der Beratungsebene zunehmend auf. Die Schnittstellen werden durch digital verfügbare Informationen neu besetzt. Beispiele sind kostenlose Produktvergleiche, Bewertungen von Beratern durch ihre Kunden oder der vielfältige Austausch über Soziale Netzwerke, der nicht zuletzt das klassische Empfehlungsgeschäft maßgeblich beeinflusst. Finanzcommunity-Portale legen ganze Anlagestrategien offen und machen sie flexibel verfügbar.

Diese Entwicklungen führen zu einer generationenübergreifenden Veränderung des Kundenverhaltens hinsichtlich der Beratungstiefe sowie der Inanspruchnahme bezogen auf Ort und Zeitpunkt einer Beratung. So ist es nur noch eine Frage von wenigen Jahren, bis auch in der Finanzbranche neue digitale Geschäftsmodelle die alten Strukturen aufbrechen. Aufgabe von Produktlieferanten und Dienstleistern wie Maklerpools ist es, die Veränderungen durch proaktive Unterstützung ihrer Partner zu begleiten – etwa in der Vertriebsunterstützung mit einer neuen konzeptionellen Ausrichtung von Fachmessen. Diese sind angehalten, sich vom Infotainment zu verabschieden und stattdessen den Wandel als Impulsgeber substantiell aufzugreifen. Das digitale Zeitalter ist nicht mehr aufzuhalten. Stellen wir uns gemeinsam den Herausforderungen.