

Ausschließlichkeit unter Druck: Die Krux in Sachen lupenreiner Kundenorientierung

Für die meisten Vermittlerprofis mit wertvoller Bestandsklientel im Gepäck liegt der Hauptgrund für einen ange-dachten Vermittlerstatuswechsel in deren verständlichem Wunsch nach uneingeschränkter Kundenorientierung. Dass gerade im Falle der Ausschließlichkeit dieses An-sinnen quasi automatisch mit ebenfalls nachvollziehbaren Auftragsgeberinteressen zu kollidieren scheint, fördern etwa jüngste Ergebnisse einer BVK-Studie zutage, die den nicht unerheblichen Anteil jener AO-Kollegen ermittelte, die in ihrem wirtschaftlichen Überleben von Bonifikationen abhängig sind.

So drängt sich nicht nur für kritische AO-Vermittler in Zei-ten ausgedehnter Verbraucherschutz-Regularien die Fra-ge auf, wie derartig erfolgsbezogene Vergütungsmodelle noch ernsthaft mit der IDD in Einklang gebracht werden können. Daneben führen derart gelagerte wirtschaftliche Abhängigkeiten die Idee des § 84 HGB ad absurdum, da sie die Selbständigkeit des Handelsvertreters als Unterneh-mer – gewollt oder unbeabsichtigt – schlicht untergraben.

Demzufolge wäre exakt an dieser Stelle von politischer Seite aus ein sinnvoller Ansatz gegeben, umgehend dafür Sorge zu tragen, dass auch die Arbeit gebundener Ver-

mittler rein sachgerecht und IDD-konform zu vergüten ist. Doch stattdessen ist man aktuell bemüht, in dieser Gemengelage einen Provisionsdeckel zu platzieren, der das wertvolle Gut lupenreiner Beraterunabhängigkeit weiter schwächt und stattdessen Abhängigkeiten durch Bürozuschüsse oder andere Umgehungsmöglichkeiten der Deckelung fördert. Und dies, wie aktuell durch ein Gutachten des Instituts für Finanz- und Aktuarwissen-schaften (ifa) festgestellt, ohne nennenswerten Vorteil für den Endkunden. Insofern bleibt nur zu hoffen, dass die Aufklärungsarbeit der Interessenverbände weiter offensiv geführt wird und im Ergebnis die erhoffte Wirkung im Sin-ne interessenkonfliktfreier Beratungsqualität zeigt.

Alexander Retsch
Syndikusanwalt
vfm-Gruppe



finanzwelt

IMPRESSUM

CHEFREDAKTION

Lenard von Stockhausen (lvs)
stockhausen@finanzwelt.de

ART DIRECTOR

wirkungswerk Werbeagentur
Jan Risch
Jonas Reggelin
Yannick Reggelin
kontakt@wirkungswerk.com

BILDREDAKTION

Sabrina Henkel
s.henkel@finanzwelt.de

ANZEIGENLEITUNG

Uschi Meinert
meinert@finanzwelt.de

LEKTORAT/LESERSERVICE

Angela Schnell
schnell@finanzwelt.de

REDAKTION

Armin Huber (ahu)
huber@finanzwelt.de
Dr. Franz-Josef Liesenfeld (fjl)
liesenfeld@finanzwelt.de
Hans-Dieter Meyer (hdm)
redaktion@finanzwelt.de
Dr. Hermann Schmidt-Dieburg (hsd)
redaktion@finanzwelt.de

AUTOREN DIESER AUSGABE

Martin Baumann
Dr. Jens Ehrhardt
Günter Giese (gg)
Peter A. Gundermann
Marc Oehme (mo)
Alexander Retsch
Werner Rohmert
Pelin Wolk

EXPERTENBEIRAT

Prof. Dr. Hans-Wilhelm Zeidler
(Vorsitzender)
Prof. Dr. Hans-Peter Schwintowski

DRUCK

Silber Druck oHG
Otto-Hahn-Straße 25
34253 Lohfelden

VERKAUFSPREIS

Einzelheft 4,50 Euro
Jahresabonnement: 25,- Euro
inkl. Versandkosten, inkl. MwSt.
(Inland). Die finanzwelt kann nur
direkt beim Verlag abonniert
werden und ist nicht im Handel
erhältlich.

Namentlich gekennzeichnete Beiträge
geben nicht unbedingt die Meinung
der Redaktion wieder. Alle Rechte
vorbehalten. Kein Teil dieses Magazins
darf ohne schriftliche Genehmigung
des Verlages in irgendeiner Form
– durch Fotokopie, Mikrofilm, die Auf-
nahme in elektronische Datenbanken
oder andere Verfahren – vervielfältigt
oder verbreitet werden.

VERLAG

FW-Verlag GmbH
Söhnleinstraße 17
65201 Wiesbaden
Tel.: (06 11) 267 66 - 0
Fax: (06 11) 267 66 - 18
www.finanzwelt.de
info@finanzwelt.de
ISSN-Nr.: 0945-2028

GESCHÄFTSFÜHRUNG

Dorothee J. Schöneich
(V. i. S. d. P.)