

Die Werbung mit den transparenten

Kosten einer Fondspolice

"Bauernfängerei" oder einfach nur "gutes Marketing"?



Unter dieser Überschrift berichteten wir bereits in unserer Ausgabe III/2003 über die FWU AG, einen Fondspoliceanbieter. Dieser bewirbt eine kostenfreie Police und gestaltet zusätzlich einen zweiten "Provisionsvertrag" mit Kunden. Doch sind diese überhaupt rechens?

von Daniel Shahin

Die FWU AG, München, hat mit der Versicherungsgesellschaft ATLANTICLUX, Luxemburg, ihrem eigenen Tochterunternehmen, ein ganz eigenes Konzept gestrickt. Bei diesem ist die Police selbst kostenneutral, das heißt, dass keine Abschlussprovisionen (Vertriebskosten) für den Verkäufer integriert sind. Die Provision zahlt der Kunde separat, wofür ein zweiter Vertrag geschlossen wird. Somit wird quasi zusätzlich eine Art Honorarvereinbarung bezüglich der Provisionen getroffen, die vom Kunden zu zahlen ist. Diese Honorarvereinbarung bezieht sich lediglich auf den Teil der Vertriebsgebühren, zusätzlich zahlt der Kunde sehr wohl, wie bei allen Produkten im Markt, übliche Gebühren für die Lebensversicherung und die Vermögensverwaltung.

Vorteil nur für Vermittler

Schon in unserer ersten Berichterstattung stellen wir die Frage, für wen dieses Verfahren denn wirklich Vorteile haben soll? Für den Verbraucher können wir keine sehen, selbst heute nicht. Ein Anbieter, der vorn mit niedrigen Gebühren wirbt (im Falle FWU zwischen 7% und 8%), kann sich hinten wieder schonungslos am Fondsvermögen der Anleger gütlich tun, was deshalb viel eher zu prüfen wäre. Die Vorteile dieses Produktes liegen

doch wohl eher auf Seiten der Verkäufer.

Bei üblichen Fondspolice ist die Abschlussprovision für den Verkäufer im Produkt integriert. Technisch bedeutet das, dass die Provision aus den Beitragsaufwendungen des Kunden entnommen wird, anteilmäßig über die Jahre verteilt. Und aus diesem Grund hat ein Verkäufer üblicherweise eine so genannte "Stornohaftungszeit", in der er, sofern der Kunde den Vertrag kündigt oder nicht weiterführt, seine Provision anteilmäßig zurückbezahlen muss. Diese Haftungszeit beträgt je nach Vertrag und Gesellschaft zwischen 24 bis 48 Monaten. Dass dies den Verkäufern nicht immer gefällt, dürfte klar sein. Und genau hier stoßen die zwei Interessenslager aufeinander: Der Verkäufer will mit Abschluss seine Provision verdient wissen, der Kunde will flexibel bleiben. Denn wenn der Kunde heute seine Police innerhalb kurzer Zeit widerruft oder kündigt, entlässt ihn die Gesellschaft ohne weitere Zahlungsverpflichtungen aus seinem Vertrag. Er würde somit die weiteren Provisionszahlungen sparen.

Vermeintlich stornofreies Produkt

Bei dem Produkt der FWU AG weiß der Verkäufer, so warb die FWU AG vor Vermittlern, dass mit Abschluss der Provisionszahlungsvereinbarung diese wirklich verdient ist. Die FWU AG sprach vom erstmals "stornofreien Produkt". In der Praxis sieht das so aus, dass bei Kündigung durch den Kunden die FWU AG (bzw. die Factoringgesellschaft, die die Provision bevorschusst) die offene Provision gegenüber dem Kunden gerichtlich einklagen werde und der Verkäufer damit schadensfrei bleiben würde, so die FWU.

Damit ist auch klar, welche Zielgruppe die FWU avisierte: Verkäufer, die Probleme mit Stornierungen von Kundenverträgen haben. Und bei diesen wirkte die FWU-Argumentation sicherlich Wunder. Ebenfalls sahen Strukturvertriebe dieses Produkt als ein geniales Instrument an, um endlich ihre großen Stornoproblematiken in den Griff zu bekommen. Böartig kann man sagen, "einmal unterschrieben, Provision verdient", sei das Produkt noch so sinnlos für den Kunden.

Alternativ könnte ein Verkäufer natürlich auch seine Beratungsqualität steigern, doch das wäre gewiss der wesentlich aufwendigere Weg. Und allzu gern suchen Verkäufer die Schuld (für Kündigungen) bei ihrem Gegenüber, statt vielleicht auch mal bei sich selbst.

Richtig lustig war und ist die weitere Argumen-



tation der FWU AG und ihrer Repräsentanten, welche auch von Vermittlern gegenüber Kunden eingesetzt wird. "Wir, lieber Kunde, zeigen dir transparent die Kosten und frage dich einmal, warum die anderen das nicht tun". Hier versucht man zu implizieren, dass jeder, der die Kosten nicht offen lege, automatisch schlechter sei bzw. etwas zu verbergen versuche. Diese Ableitung ist weltfremd. Die Diskussion über Kosten einer Police könnte gerade auch von denjenigen gesucht werden, die ansonsten wenig zu bieten hätten. Diese Ableitung ist deshalb sicherlich nur im Marketing der FWU AG entstanden. Im Übrigen revidiert bereits eine um 0,3 Prozent bessere Performance über 20 Jahre einen Kostenunterschied von 5 Prozent. Diese Argumentation greift deshalb nur vor Laien.

Grundsätzlich ist das Thema "Kostentransparenz" nicht zwingend negativ zu bewerten, doch sollte man die Kirche im Dorf lassen. Kosten haben alle, bei dem Produkt der FWU AG versucht man einzig, das Stornorisiko mittels einer sepa-

raten "Kostenvereinbarung" vom Verkäufer auf den Kunden zu übertragen. Schon vor einem Jahr hat *Der Freie Berater* geschrieben, dass dieses Produkt mit seinen "vermeintlichen" Vorzügen als eine gute Marketingidee gesehen werden kann, die auf Seiten der Verkäufer einige Freunde fand, aber viel mehr jedoch nicht. Aus Sicht der Verbraucher wäre diese Gestaltung nur nachteilig, da die Provision in jedem Fall zu bezahlen und im schlimmsten Fall mit gerichtlichen Konsequenzen zu rechnen wäre.

Gerichte schützen die Verbraucher

Vor dem Gericht haben die "Vermittlungsgebührenvereinbarungen" bis heute nicht immer Halt. Im Gegenteil: Sie stoßen in den Augen eines Gerichtes gegen die Vorschriften der §§ 165 Absatz 1, §§ 174 Absatz 1, §§ 178 VVG. Deshalb sind diese Vereinbarungen null und nichtig. Da Lebensversicherungen dem Gesetz nach jeweils zum Schluss der Versicherungsperiode kündbar sind, muss dies auch für die Zahlung der Provisionen gelten, so das Gericht. Es dürfte nicht sein, dass der Gesetzgeber einerseits den Versicherungsnehmern ein sofortiges Recht einräumt, aus solchen Verträgen monatlich (bei monatlicher Zahlungsweise) auszusteigen und andererseits durch diese gesonderte Vermittlungsgebührenvereinbarung dieser Kunde plötzlich schlechter gestellt würde. Aus diesem Grund hätten diese Vereinbarungen keinen Bestand. Andere Gerichte wiederum sehen diese Vereinbarungen durchaus als haltbar, trotz der Schlechterstellung der Kunden.

Es bleibt damit abzuwarten, wie dieses Thema demnächst vom Bundesgerichtshof gesehen und entschieden wird. Erst dann kann man davon ausgehen, dass sich alle Gerichte an dieses Urteil halten werden.

Im Interesse der Kunden kann man nur hoffen, dass diese hierüber informiert sind. Denn viele scheuen aus Angst vor den Kosten den Weg zum Anwalt.

Vermittler sind die Dummen

Keine Kenntnisse haben wir darüber, was denn mit den Provisionszahlungen, die bereits vorzuschüssig an die Vermittler geleistet wurden, geschieht. Wenn im größeren Umfang Kündigungen eintreten würden und man die Vermittlungsgebühren von Kunden nicht eintreiben kann, dürfte hier ein wirtschaftliches Problem auf die Beteiligten zukommen. Auch sind uns die Vertragsgestaltungen nicht bekannt, die mit den Vermittlern geschlossen wurden. Da kann man nur hoffen, dass die Vermittler keine Regressansprüche für diesen Fall unterschrieben haben. Ansonsten: Gute Nacht!

Kostendiskussion - wenn, dann Honorarberatung

Wenn man schon von Kosten redet und wenn man schon von separaten Provisionsvereinbarungen spricht, dann sollte man konsequent den Schritt in Richtung Honorarberatung wählen. Denn immerhin ist es ein wenig fragwürdig, wenn der Verkäufer bei der Fondspolice lang und breit von Kosten und Transparenz spricht, infolge jedoch eine Dread-Disease-Versicherung, Krankenversicherung und vielleicht Haftpflicht-, Hausrat- und KFZ-Versicherung vermittelt, ohne hier ein Wort über die Kosten zu verlieren, die hier wiederum in den Verträgen selbst Berücksichtigung finden. Dies müsste man dann als inkonsequent bezeichnen. Entweder richtig, oder gar nicht. Man kann nicht bei einem Vertrag so verfahren und bei dem nächsten anders.

Konsequenz wäre, direkt auf die volle Honorarberatung überzuwechseln. Das hieße, dass ein Berater entweder ausschließlich provisionsfreie Produkte vermitteln würde, was bis heute jedoch bei hohem Anspruch des Beraters gar nicht möglich wäre (da viele Gesellschaften derartige Produkte nicht anbieten), oder dem Kunden eine Honorarrechnung stellen und im Gegenzug alle erzielten Provisionen gutschreiben würde. So könnte eine Beratung unter Umständen sogar zu Einnahmen auf Seiten des Kunden führen, was

rechtlich auch einwandfrei wäre. Auch wären diese Einnahmen nicht steuerpflichtig, da das Finanzgericht derartige Einnahmen als "Rabatt auf Eigenverträge" wertet.

Der Wettbewerb ist hart

Der Wettbewerb unter den Anbietern von Fondspolice läuft mittlerweile auf Hochtouren. Seit dem Start der Fondspolice zu Beginn der siebziger Jahre haben bis heute immer mehr Gesellschaften erkannt, dass die Zeit der klassischen Kapitallebensversicherung, auch wenn diese für die Versicherungsgesellschaft wesentlich lukrativer ist, so allmählich zu Ende geht. Heute bietet, bis auf einige wenige Ausnahmen, fast jede Gesellschaft eine fondsgebundene Variante der Lebensversicherung an. Was aus dieser Produktwelt jetzt wird, da die Auszahlungen für Neuabschlüsse nicht mehr steuerfrei sind, bleibt abzuwarten.

Diese fondsgebundenen Produkte haben bisher gleich mehrere, wesentliche Vorteile: Erstens sind sie keine Geldwertanlagen, welche bekanntermaßen immer der Inflation unterliegen, sondern inflationsgeschützte, sachwertgebundene Kapitalanlagen. Zweitens konnte man sie jederzeit beleihen, auch innerhalb der zwölfjährigen Bindung und das ohne steuerliche Nachteile (gilt weiterhin für Abschlüsse vor 2005).

Die fondsgebundenen Policen von heute unterscheiden sich in ihren Vertragsgegebenheiten, immer mehr Initiatoren suchen nach "Rosinen", die den Verkauf in großen Stückzahlen ermöglichen. So ist die Güte der Fonds heute zwar nach wie vor immer noch ein ganz wesentliches Kriterium, die immerhin entscheidenden Einfluss auf die Ablaufleistung für den Kunden hat, doch wird hierüber immer seltener gesprochen. Mittlerweile behauptet ja so ziemlich jeder Anbieter bzw. Verkäufer, bei der von ihm angebotenen Police seien die besten Fonds integriert und der Laie hat kaum die Möglichkeit, dies ernsthaft zu überprüfen.

Entscheidend für die Qualität eines Produktes sind das Fondsangebot und die weiteren vertraglichen Ausgestaltungen. So bietet der Markt zum

Produktbetrachtung der FWU - ATLANTICLUX Lebensversicherung S.A. Police:

Die FWU AG bietet dem Vertrieb eigene "gelabelte" Produkte, d.h. je nach Umsatzstärke kann sich ein Unternehmen von der FWU AG eine eigene Police mit einem eigenen Namen kreieren lassen. Dabei ist das Produkt selbst in jedem Fall identisch. Aus diesem Grunde findet man dasselbe Produkt mit verschiedenen Produktnamen im Markt. In allen Fällen, in denen die Atlanticlux der Versicherer ist, handelt es sich um diese "gelabelte" Variante. Generell bei allen Produkten findet die Anlage in einer der zielgruppenbezogenen Best Select Vermögensverwaltungsstrategie der PREMIUM SELECT S.A., Luxemburg statt. Das Netto Prinzip erlaubt dem Vertrieb, seine Vergütung selbst zu bestimmen und direkt in einem separaten Vertrag mit dem Kunden zu vereinbaren. Der Kunde leistet diese Zahlung in 36 gleichbleibenden Raten, der Vertrieb erhält diese von der FWU AG (bzw. einer Factoringgesellschaft) vorausgezahlt. Die Vertriebskosten sind somit kein Bestandteil des Versicherungsvertrages und der Vermittler wird nicht von der Versicherungsgesellschaft bezahlt. Die Provisionszahlung kann in zwei Varianten vereinbart werden: Entweder findet die Zahlung zusätzlich zur Policenprämie statt oder sie wird aus dieser für 36 Monate entnommen.

Produktbewertung:

Im Ergebnis müssen wir sagen, dass diese Fondspolice ohne das "Netto-Prinzip" im Markt kaum auffallen würde: 50 Euro Mindestmonatsbeitrag, feste Vertragslaufzeit von 12 bis 40 Jahren, eine recht unbekannte Vermögensverwaltung, die ebenfalls eine Tochterunternehmung der FWU AG ist, ein fester Ablauf, - alles Dinge, die es bereits auf breiter Ebene von Mitbewerbern gibt.

Somit kann man sagen, dass eine Marketingidee wieder einmal besser als ein Produkt selbst ist. Und immerhin ein Anbieter es geschafft hat, alle Einnahmequellen, - Vertriebs-einnahmen, Versicherungseinnahmen und Investmenteinnahmen, - unter einem Dach zu vereinen. Hierfür hat die FWU unsere Anerkennung verdient.



Beispiel Policen ohne Laufzeitbegrenzungen bzw. hohem Endalter, welche wir als sehr positiv bewerten. Bei diesen Verträgen wird eine Beitragszahlungsdauer festgelegt, der Vertrag selbst jedoch läuft längerfristig. Das bedeutet, der Kunde kann als Rentner jederzeit steuerfrei über sein Kapital verfügen. Würde er hingegen bei einer normalen Police mit festem Ablauf eine Kapitalzahlung erhalten, so müsste er sich dann Gedanken machen, wo er dieses anlegt. Dies geschieht dann zu sehr großer Wahrscheinlichkeit in steuerpflichtigen Kapitalanlageprodukten.

Auch unterscheiden sich die Produkte in Sachen Todesfallleistung, einmal den sofort beginnenden Versicherungsschutz mit notwendiger Beantwortung von Gesundheitsfragen, als auch die Variante des Versicherungsschutzes ab dem vierten Jahr ohne jegliche Fragen zum Gesundheitszustand. Einige Anbieter gewähren hier einen generellen Versicherungsschutz in Höhe von 60% der Beitragssumme (=Gesamtbeiträge über die Laufzeit), andere bieten die Auswahl von 60% bis 200%, wobei alle ihre Begrenzungen

haben (max. Euro 100.000 Todesfallschutz).

Auch die Unverpfändbarkeit nach luxemburgischem Recht ist sehr interessant. Auch wenn diese von allen deutschen Anbietern immer hart kritisiert wird, so ist sie dennoch Fakt. Was versteht man hierunter? Eine Gesellschaft, die in Luxemburg ihren Hauptsitz hat, lässt einen Zugriff auf das Kapital des Kunden durch einen deutschen Gerichtsvollzieher nicht zu. Das hieße im Falle eines privaten oder geschäftlichen Konkurses, dass ohne die Zustimmung des Kunden kein Zugriff möglich wird. Kritiker dieser vermeintlichen Vorteilsargumentation kontern hier, der Gerichtsvollzieher habe aber doch die Möglichkeit einer Erzwingungshaft, - dennoch kann der Kunde selbst über seine finanzielle Zukunft entscheiden, indem er z.B. das Kapital "auf den Kopf haut"....

Es gibt also eine ganze Menge an Punkten, die man bei der Bewertung einer Police berücksichtigen muss.