

DIE WERBUNG MIT DEN
TRANSPARENTEN KOSTEN
EINER FONDSPOLICE

BAUERNFÄNGEREI

Der Wettbewerb unter den Anbietern von Fondspolice n läuft mittlerweile auf Hochtouren. Seit dem Start der Fondspolice zu Beginn der siebziger Jahre seitens der WWK 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. Diese fondsgebundenen Produkte haben gleich mehrere, wesentliche Vorteile: Erstens sind sie keine Geldwertanlagen, welche bekanntermaßen immer der Inflation unterliegen, sondern vielmehr inflationsgeschützte, sachwertgebundene Kapitalanlagen. Zweitens kann man sie jederzeit beleihen, auch innerhalb der zwölfjährigen Bindung und das ohne steuerliche Nachteile.

ODER EINFACH NUR GUTES MARKETING?

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 Ablauleistung des Kunden haben, 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 über die Qualität eines Produktes. So bietet der Markt zum Beispiel Policen ohne Laufzeitbegrenzungen, welche wir als sehr positiv bewerten. Warum? Weil bei diesen Verträgen lediglich eine Beitragszahlungsdauer festgelegt werden muss, der Vertrag selbst jedoch ohne Ende weiterbesteht. Und was bedeutet das? Sofern der Kunde als Rentner über Kapital innerhalb der Fondspolice verfügt, so hat er die Möglichkeit, ein Leben lang steuerfreie Renditen zu erwirtschaften. Würde er hingegen bei einer normalen Police mit festem Ablauf eine Kapitalzahlung erhalten, so müsste er sich dann Gedanken machen, wo er sein Geld erneut anlegen könnte. Dies dann zu sehr großer Wahrscheinlichkeit in steuerpflichtigen Kapitalanlageprodukten. Dasselbe gilt auch für den Fall, indem der Kunde die Anteile der Fonds überschrieben bekommt, denn auch hier fallen steuerpflichtige Dividenden an. Dieser Punkt kann deshalb ein sehr relevanter sein.

Auch unterscheiden sich die Produkte in Sachen Todesfallleistung, hier kennen wir 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). Ein einziger Anbieter gewährt bei der Variante ohne Gesundheitsfragen zusätzlich eine Todesfallleistung auch innerhalb der ersten drei Jahre, eingeschränkt für die Todesfälle, die durch einen Unfall verursacht werden.

Und auch die Unverpfändbarkeit nach dem luxemburgischen 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, wie zum Beispiel die Allianz-Tochter Nemian Life oder die Victoria-Tochter Vorsorge Luxemburg, 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 Kun-





den 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 vielleicht dorthin fährt und das Kapital "auf den Kopf haut"....

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

Ein Anbieter hat jedoch seinen ganz eigenen Weg eingeschlagen, den wir genauer betrachten müssen. Denn offensichtlich versucht man hier, den Verbraucher mit Argumenten zu begeistern, die bei genauerer Betrachtung keinen wirklich so entscheidenden Vorteil bieten.

Gemeint ist die Fondspolice der FWU AG in Zusammenarbeit mit der ATLANTICLUX S.A., Luxemburg

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

Und wir möchten die kritische Frage stellen, für wen dieses Verfahren denn wirklich Vorteile haben soll? Für den Verbraucher selbst können wir keine großartigen sehen, ein Anbieter, der vorne mit niedrigen Gebühren wirbt (im Falle FWU zwischen 7% und 8%), kann hinten wieder schonungslos sich Fondsvermögen der Anleger gütlich

tun, was es deshalb viel stärker zu prüfen gilt. Die Vorteile dieses Produktes liegen doch wohl eher auf der Seite des Verkäufers, deshalb gilt es hier, im Verbraucherinteresse genauer hinzuschauen.

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 sogenannte "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 Monate. 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. Bei dem Produkt der FWU AG weiß der Verkäufer, dass mit Abschluss der Provisionszahlungsvereinbarung diese wirklich verdient ist. Denn die FWU AG bewirbt bundesweit vor Verkäufern und Maklern ein "stornofreies Produkt". In der Praxis sieht das so aus, dass bei Kündigung des Kunden die FWU AG (bzw. die Factoringgesellschaft, die die Provision bevorschusst) die offene Provision gegebenenfalls gerichtlich einklagt und der Verkäufer damit schadensfrei bleiben kann.

Damit dürfte auch klar sein, welche Zielgruppe dieses Produkt wirklich findet: Verkäufer, die Probleme mit Stornierungen von Kundenverträgen haben. Denn gerade bei diesen wirkt die FWU-Argumentation Wunder. Ebenfalls sehen viele Strukturvertriebe dieses Produkt als ein geniales Instrument an, um endlich ihre großen Stornoproblematiken in den Griff zu bekommen. Böseartig kann man nämlich sagen, "einmal unterschrieben, Provision verdient", sei das Produkt noch so sinnlos für den Kunden. Alternativ könnte ein Verkäufer auch seine Beratungsqualität steigern, doch das wäre gewiss der wesentlich aufwendigere Weg. Und all zu gern suchen Verkäufer die Schuld (für Kündigungen) ja bei ihrem Gegenüber, statt vielleicht auch mal bei sich selbst.

Richtig lustig ist die weitere Argumentation der FWU AG und ihrer Repräsentanten, welche auch von Verkäufern vor Ort gegenüber deren Kunden eingesetzt wird. "Wir, lieber Kunde, zeigen dir transparent die Kosten und frage dich mal, warum die anderen das nicht tun". Hier versucht man zu implizieren, dass jeder, der die Kosten nicht offen legt bzw. separat vereinbart, automatisch schlechter sei bzw. viel höhere Kosten habe. Und das ist nun wirklich völliger Unsinn. Diese Ableitung bezeichnen wir als 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.



den. Im Übrigen revidiert bereits eine um ein Prozent bessere Performance über die Jahre selbst den gewaltigsten Kostenunterschied der verschiedenen Produkte. Diese Argumentation greift deshalb nur bei Laien.

Wir bewerten das Thema "Kostentransparenz" nicht grundsätzlich als ein negatives, doch sollte man die Kirche im Dorf lassen. Kosten haben alle, bei dem Produkt der FWUAG wird einzigst das Stornorisiko mittels einer separaten "Kostenvereinbarung" vom Verkäufer auf den Kunden übertragen. Auch deshalb sehen wir dieses Produkt mit seinen "vermeintlichen" Vorzügen vielmehr als eine gute Marketingidee, die auf Seiten der Verkäufer einige Freunde findet, als viel mehr jedoch nicht. Aus Sicht der Verbraucher ist diese Gestaltung auch nachteilig, da die Provision in jedem Fall zu bezahlen und im schlimmsten Fall mit gerichtlichen Konsequenzen zu rechnen ist.

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 verkauft, 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.

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, wobei das Produkt selbst in jedem Fall identisch ist. 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 FWUAG (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 auf fallen würde: 50 Euro Mindestmonatsbeitrag, feste Vertragslaufzeit von 12 bis 40 Jahren, eine recht unbekanntes 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- und Versicherungseinnahmen und Investmenteinnahmen, - unter einem Dach zu vereinen. Hierfür hat die FWU unsere Anerkennung verdient.