

Matthias Beenken | Lukas Linnenbrink

Wert unabhängiger Versicherungsberatung

Studie



Titel:	Wert unabhängiger Versicherungsberatung
Veröffentlichungsdatum:	21.3.2025
Herausgeber:	Fachhochschule Dortmund, Fachbereich Wirtschaft, Forschungsstelle Risikomanagement, Versicherungsregulierung und Vertrieb
Verantwortlich für den Inhalt:	Prof. Dr. Matthias Beenken, Prof. Dr. Lukas Linnenbrink
Digitalpublikation Nummer:	10.26205/opus-3914
Rechte:	Die Inhalte dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. Nachdrucke und elektronische Wiedergaben sind nur mit schriftlicher Zustimmung der Urheber zulässig.
Urheberrechte Bilder:	Das Titelbild wurde KI-generiert (Dall-E 20.12.2024). Das Bild am Ende der Studie wurde ebenfalls mit KI generiert (MS Image Creator 13.3.2025)
Haftungsausschluss:	Alle Informationen in dieser Publikation wurden sorgfältig geprüft. Eine Haftung für deren Richtigkeit oder für die Befolgung von Empfehlungen wird nicht übernommen.

Gliederung

Inhalt

Abbildungsverzeichnis.....	5
Tabellenverzeichnis.....	6
Vorwort.....	7
Executive Summary (Deutsch).....	8
Executive Summary (English).....	10
Vorbemerkungen.....	12
Statement der Continentale Versicherungen.....	12
Statement der SIGNAL IDUNA Gruppe.....	13
Statement der VOLKSWOHL BUND Versicherungen.....	15
1. Hintergrund und Ziel der Untersuchung.....	16
2. Stand der Forschung.....	20
2.1 Anekdotische Evidenz zu Problemen mit Provisionssystemen.....	20
2.1.1 Der Fall Schmidt-Tobler/Zantop.....	20
2.1.2 Der Fall Marsh/Spitzer.....	22
2.1.3 Der Fall Göker.....	23
2.2 Politische Kritik an der Provision und Förderung der Honorarberatung.....	24
2.3 Honorarberatung und Unabhängigkeit.....	27
2.4 Forschungsergebnisse zur Qualität der Beratung.....	33
2.5 Forschungsergebnisse zur Wirkung der Provision.....	34
2.6 Forschungsergebnisse zu alternativen Vergütungsmodellen.....	35
2.6 Relevante Forschungslücke und Forschungshypothesen.....	38
3. Methodik der Untersuchung.....	41
4. Stichprobenbeschreibung.....	46
4.1 Soziodemografische Merkmale der Stichprobe.....	46
4.2 Sozioökonomische Merkmale der Stichprobe.....	49
4.3 Qualität der Stichprobe.....	51
5. Versicherungsbesitz.....	52
6. Ergebnisse der Experimente.....	55
6.1 Akzeptanz der Externalisierung von Beratungs- und Vermittlungskosten.....	55
6.2 Rationalität des Entscheidungsverhaltens.....	56
6.3 Entscheidungsverhalten unter Zeitinkonsistenzen.....	58
6.4 Framing des Honorars durch Aufwandsbegründung.....	61
6.5 Weitere Einflüsse auf das Entscheidungsverhalten.....	66

7. Handlungsempfehlungen.....	69
Literatur.....	71
Autoren.....	75
Anhang: Tabellenband.....	76

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Screenshot 1 Avatar-Beratung.....	43
Abbildung 2: Screenshot 2 Avatar-Beratung.....	43
Abbildung 3: Screenshot 3 Avatar-Beratung.....	44
Abbildung 4: Screenshot 4 Avatar-Beratung.....	44
Abbildung 5: Stichprobenbeschreibung - Altersverteilung	46
Abbildung 6: Stichprobenbeschreibung - Geschlechtsverteilung	47
Abbildung 7: Stichprobenbeschreibung – Höchster Schulabschluss.....	47
Abbildung 8: Stichprobenbeschreibung – Bundesland	48
Abbildung 9: Stichprobenbeschreibung – Wohnort.....	49
Abbildung 10: Stichprobenbeschreibung – Haushaltssituation	49
Abbildung 11: Stichprobenbeschreibung – Berufsstand	50
Abbildung 12: Stichprobenbeschreibung – Haushaltsnettoeinkommen	51
Abbildung 13: Versicherungsbesitz – Anzahl der Versicherungen im Haushalt.....	52
Abbildung 14: Versicherungsbesitz der Befragten	53
Abbildung 15: Versicherungsbesitz der Befragten im Vergleich zur Gesamtbevölkerung	54
Abbildung 16: Annahme/Ablehnung des Angebots gesamt	55
Abbildung 17: Annahme/Ablehnung des Bruttotarifs.....	56
Abbildung 18: Annahme des Angebots Brutto-/Nettotarif Experiment 1	57
Abbildung 19: Annahme/Ablehnung des Angebots Experiment 1	58
Abbildung 20: Richtigkeit der Entscheidung nach Nominalvergleich Experiment 1	59
Abbildung 21: Entscheidungsverhalten Gruppe 3 nach Vergleich	60
Abbildung 22: Anteile Brutto- / Nettotarif bei Annahme nach Vergleich Gruppe 3	60
Abbildung 23: Kaufentscheidung in den Experimenten 1 und 2.....	61
Abbildung 24: Kaufentscheidung nach Begründung des Honorars und Gruppen	62
Abbildung 25: Annahme/Ablehnung des Angebots nach Experimenten.....	63
Abbildung 26: Annahme/Ablehnung des Angebots nach Experimentalgruppen	63
Abbildung 27: Attraktivität einkalkulierter versus separierter Kosten nach Experimenten	64
Abbildung 28: Attraktivität einkalkulierter versus separierter Kosten nach Experimentalgruppen.....	64
Abbildung 29: Akzeptanz des Honorars nach Experimenten	65
Abbildung 30: Akzeptanz des Honorars nach Experimentalgruppen.....	66

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Provisions- und Honorarvertrieb im Vertrieb von Versicherungen.....	30
Tabelle 2: Zusammenhang zwischen Unabhängigkeit und Ungebundenheit	32
Tabelle 3: Experimentalgruppen und Kontrollgruppe des Onlineexperiments	41
Tabelle 4: Zahlenvergleich Brutto- und Nettotarif mit Honorar	42
Tabelle 5: Abhängigkeit Kaufentscheidung vom Alter	67
Tabelle 6: Abhängigkeit der Kaufentscheidung vom Bildungsniveau	67
Tabelle 7: Abhängigkeit der Kaufentscheidung vom Haushaltsnettoeinkommen.....	67
Tabelle 8: Abhängigkeit der Kaufentscheidung vom Berufsstand	68
Tabelle 9: Abhängigkeit der Kaufentscheidung vom Besitz einer privaten Rentenversicherung	68
Tabelle 10: Abhängigkeit der Kaufentscheidung vom Besitz einer staatlich geförderten Rentenversicherung	68

Vorwort

Honorar oder Provision – seit Jahrzehnten wird über die „richtige“ Vergütung von Versicherungsvermittler*innen gestritten, insbesondere der Versicherungsmakler*innen, die vertraglich den Kund*innen verpflichtet sind. Sie werden marktüblich auch als „unabhängige Vermittler*innen“ bezeichnet.

Diese Unabhängigkeit steht in einem Spannungsverhältnis zur Provision – oder Courtage, wie die Provision der Makler*innen genannt wird. Denn von den Versicherungsunternehmen gezahlte Provision könnte einen vergütungsinduzierten Interessenkonflikt auslösen. Auf Basis einfacher Anreiz-Beitrags-theoretischer Überlegungen würden sich Makler*innen nach der höchstmöglichen Provision und nicht am bestmöglichen Angebot für die Kund*innen ausrichten, so die oft erhobene, aber empirisch kaum seriös belegbare Behauptung.

Die europäische Regulatorik hat sich dieses Themas angenommen. Im Zuge der „Kleinanlegerstrategie“ will die Europäische Union die Bestimmungen für den Vertrieb für Versicherungsanlageprodukte stärker mit denjenigen für den Anlagevertrieb harmonisieren. Verbraucherschutz, Förderung renditeträchtiger Anlageentscheidungen auf Basis einer unabhängigen Beratung oder auch Vermeidung von Regulierungsarbitrage sind die Motive.

In Deutschland gibt es seit Jahrzehnten einen etablierten Markt für Beratung gegen Honorar, insbesondere durch Versicherungsberater*innen, aber auch für Vermittlung gegen Honorar, insbesondere durch Versicherungsmakler*innen im Industriekundengeschäft. Im Retailgeschäft dagegen dominiert der Provisionsvertrieb.

Die Frage ist, wie sich der insbesondere im Lebensversicherungsvertrieb bedeutungsvolle Maklervertrieb auf mögliche Verbote oder Einschränkungen des Provisionsvertriebs einstellen könnte, zumal er in der Lebensversicherung im Wettbewerb zu den ebenfalls bedeutenden Ausschließlichkeits- und Bankvertrieben steht. Zudem könnte künftig die Bereitschaft insbesondere jüngerer Kund*innen abnehmen, Versicherungsentscheidungen bei persönlich bekannten, regional beschränkt tätigen Vermittler*innen vorzunehmen und das Vertrauen in diese Personen als wichtiger anzusehen als die Breite von deren Angebotsgrundlage und die Qualität ihrer Beratung. Alternative Geschäftsmodelle mit externalisierten Kosten der Beratung und Vermittlung könnten in allen Vertriebswegen eine Bedeutung gewinnen. Dafür bedarf es aber eines besseren Verständnisses, nach welchen Kriterien Kund*innen die Vorteilhaftigkeit solcher externalisierter Kosten bewerten.

Dazu haben wir zunächst ein kleinzahliges Onlineexperiment mit Studierenden des Bachelorstudiengangs Versicherungswirtschaft Dual (B.Sc.) als Pretest sowie anschließend ein großzahliges Onlineexperiment gemeinsam mit dem Marktforschungsunternehmen Heute und Morgen GmbH aus Köln durchgeführt. Finanziert wurde das Projekt ausschließlich aus Mitteln der Lehr- und Forschungsförderung der FH Dortmund, wofür wir unserer Hochschule danken.

Danken möchten wir außerdem den Dortmunder Versicherungsunternehmen Continentale Versicherungsverbund, SIGNAL IDUNA und VOLKSWOHL BUND, die uns mit der vor fünf Jahren eingerichteten Stiftungsprofessur Versicherungs- und Risikomanagement großzügig unterstützt haben. Der Vorstand der VOLKSWOHL BUND Versicherungen hat unser Forschungsprojekt ideell unterstützt und die Vorgehensweise kritisch überprüft.

Dortmund, im März 2025

Matthias Beenken und Lukas Linnenbrink

Executive Summary (Deutsch)

Die Europäische Kommission möchte mit der „Kleinanlegerstrategie“ Anleger*innen ermutigen, ihr Kapital renditeträchtiger anzulegen und Vorteile der Kapitalmärkte zu nutzen. Dazu sollen Informationen verbessert, irreführende Marketingpraktiken bekämpft sowie schädliche Interessenkonflikte vermieden werden. Letztere werden vor allem in den auch im Versicherungsvertrieb verbreiteten Provisionszahlungen gesehen, durch die Versicherungsvermittler*innen möglicherweise weniger gut geeignete Versicherungen empfehlen und vertreiben. Fehlanreize werden seit Jahrzehnten als Problem angesehen, ausgelöst auch durch verschiedene internationale und nationale Vertriebskandale.

Nach der Finanzkrise wurden zahlreiche Untersuchungen angestellt, die meist zu dem Ergebnis kamen, dass es eine hohe Akzeptanz in der Bevölkerung für separierte Vergütungsvereinbarungen (Honorar) für die Beratung und Vermittlung gibt. Die Zahlungsbereitschaft war jedoch mehrheitlich zu gering, um die Leistungen wirtschaftlich erbringen zu können.

Die Forschungsfrage für diese Studie lautet:

F1: Erleichtert die Externalisierung von Beratungs- und Vermittlungskosten die Entscheidung für ein Versicherungsanlageprodukt?

Folgende Teilforschungsfragen wurden abgeleitet:

F1.1: Gibt es eine grundsätzliche Akzeptanz von externalisierten Vergütungen für Beratung und Vermittlung von Versicherungsanlageprodukten?

F1.2: Vergleichen Kund*innen rational den Nettotarif plus separierte Vergütung mit dem Bruttotarif, oder unterliegen sie dabei einem Bias?

F1.3: Akzeptieren Kund*innen eine separierte Vergütung für Beratung und Vermittlung leichter, wenn sie am Zeitaufwand anstatt am Anlagevolumen ausgerichtet wird?

Dafür wurden Online-Experimente mit gut 2.000 nach mehreren Merkmalen bevölkerungsrepräsentativ ausgewählten Proband*innen durchgeführt. Es wurde eine Positivselektion dahingehend durchgeführt, dass nur Teilnehmer*innen mit grundsätzlicher Bereitschaft zum Abschluss einer Rentenversicherung einbezogen wurden. Diese bekamen Videos gezeigt, die eine Beratungssituation mit einem per Künstlicher Intelligenz erzeugten Avatar simulieren sollten.

Im ersten Experiment erhielt eine Teilstichprobe wahlweise das Angebot einer Rentenversicherung mit einkalkulierten Kosten der Beratung und Vermittlung („Bruttotarif“) sowie einer solchen mit externalisierten Kosten („Nettotarif“). Dabei wurden drei Experimentalgruppen gebildet. Die erste erhielt ein vorteilhaftes Honorarangebot, das günstiger als die Prämienersparnis gegenüber dem Bruttotarif ausfiel. Die zweite Gruppe erhielt ein der Prämienersparnis gleichwertig hohes Honorar angeboten, was nominal immer noch günstiger erschien. Die dritte Gruppe erhielt ein hohes Honorar angeboten, das nicht einmal im Nominalvergleich günstig war.

Im zweiten Experiment wurde eine weitere Teilstichprobe mit der gleichen Wahlentscheidung und in ebenfalls drei Experimentalgruppen mit den gleichen drei Honorarangeboten konfrontiert. Der Unterschied lag darin, dass die Honorare mit einem Zeitaufwand begründet und eine Berechnung mit einem Stundensatz und Mehrwertsteuer gezeigt wurde.

Eine Kontrollgruppe erhielt dagegen lediglich das Bruttoangebot gezeigt.

Folgende Hypothesen wurden getestet:

H1: Kund*innen haben eine stabile Präferenz für eine Rentenversicherung unabhängig von der Darstellung des Angebots.

Diese Hypothese wurde verworfen. Im Vergleich zwischen der Kontrollgruppe und den Experimentalgruppen zeigte sich, dass allein schon eine Differenzierung in eine Brutto- und eine Honorarvariante aus Sicht der Proband*innen zu einer neuen Entscheidungslage führte. Der Anteil der Ablehnungen aller Angebote sank von 69 auf 28 Prozent deutlich, die Annahme entweder des Bruttotarifs oder des Nettotarifs gegen Honorar stieg von 31 auf 72 Prozent. Sogar die Akzeptanz des Bruttotarifs stieg relativ gesehen von 31 auf 47 Prozent, wenn eine Alternative Nettotarif angeboten wurde.

H2: Kund*innen entscheiden sich für einen Nettotarif mit separater Vergütung für Beratung und Vermittlung, wenn sie einen Preisvorteil gegenüber dem Bruttotarif erkennen.

Diese Hypothese konnte nicht eindeutig bestätigt werden. Ein beachtlicher Anteil der Proband*innen hat sich nicht rational nach Vorteilhaftigkeit des geforderten Honorars gegenüber der Prämienersparnis des Nettotarifs entschieden. Allein 54 Prozent derjenigen Proband*innen, die sich rational für das niedrigste Honorar hätten entscheiden müssen, bevorzugten den in diesem Fall ungünstigeren Bruttotarif. Umgekehrt waren immer noch 21 Prozent bereit, das höchste Honorar zu zahlen trotz dessen offensichtlicher Unattraktivität gegenüber dem Bruttotarif.

H3: Kund*innen können beim Vergleich der Vorteilhaftigkeit einer separaten Vergütung für Beratung und Vermittlung eines Nettotarifs mit einem Bruttotarif nicht die Zeitinkonsistenz bewerten und entscheiden deshalb auf Basis eines Nominalvergleichs.

Die Hypothese konnte knapp bestätigt werden. Dafür wurde die Experimentalgruppe mit dem mittleren Honorar herangezogen, das nominal günstiger, bei einer Barwertbetrachtung aber mit dem Bruttotarif gleichwertig war. In dieser Gruppe entschieden sich von denjenigen Proband*innen, die nach eigenen Angaben keinen Vergleich vorgenommen hatten, nur 17 Prozent für den nominal günstigeren Netto- und gegen den Bruttotarif. Dagegen waren es 51 Prozent derjenigen Proband*innen, die einen Vergleich angaben. Dies lässt den Schluss zu, dass es sich bei dem durchgeführten Vergleich überwiegend um einen Nominalvergleich handelt, der aufgrund des vermeintlichen, nominalen Vorteils eine Entscheidung für die Nettovariante begünstigt.

H4: Kund*innen entscheiden sich signifikant häufiger für eine separierte Vergütung für Beratung und Vermittlung zu Nettopolicen, wenn diese zeitaufwandsabhängig berechnet wird.

Diese Hypothese musste verworfen werden. Eine Begründung des Honorars mit dem damit bezahlten Aufwand führte zu keiner erkennbar höheren Akzeptanz. In den beiden Experimenten 1 (ohne Begründung des Honorars) und 2 (mit Begründung des Honorars mit einem Zeitaufwand) kam es zu ungefähr vergleichbaren Verteilungen der Entscheidungen entweder für den Brutto- oder für den Nettotarif.

Als eine Ursache wurde festgestellt, dass es Proband*innen überwiegend (71 Prozent) grundsätzlich attraktiver finden, wenn die Kosten für Beratung und Vermittlung in die Versicherungsprämie einkalkuliert sind. Zudem hielt eine klare Mehrheit von 65 Prozent grundsätzlich das angebotene Honorar nicht für angemessen. Das war sogar bei 57 Prozent derjenigen Proband*innen der Fall, die das vorteilhafte, niedrigste Honorar angeboten bekamen. Das bestätigt ältere Studienergebnisse, wonach es kein ausreichendes Wertempfinden für die Leistung von Versicherungsvermittler*innen gibt.

Die Ergebnisse sprechen dafür, dass der Gesetzgeber nicht einseitig in den Markt eingreifen und Provisionen verbieten oder weiter regulieren sollte. Dagegen sollte geprüft werden, ob verbraucherschützende Maßnahmen gegenüber überzogenen Honorarforderungen sinnvoll sind, weil viele Kund*innen solche Vergütungsgestaltungen nicht bewerten und deshalb übervorteilt werden können.

Executive Summary (English)

The European Commission aims to encourage retail investors to allocate their capital more profitably and take advantage of capital markets with its "Retail Investment Strategy." To achieve this, it seeks to improve information, prohibit misleading marketing practices, and avoid harmful conflicts of interest. The latter are primarily seen in commission payments, which are common in insurance distribution and may lead insurance intermediaries to recommend and distribute less suitable insurance products. Misaligned incentives have been recognized as a problem for decades, partly due to various international and national sales scandals.

Following the financial crisis, numerous studies were conducted, most of which concluded that there is widespread public acceptance of separate compensation agreements (fees) for advice and mediation. However, the willingness to pay was generally too low to make these services economically viable.

The research question for this study is:

F1: Does the externalization of advisory and distribution costs facilitate the decision to purchase an insurance investment product?

The following sub-research questions were derived:

- **F1.1:** Is there a general acceptance of advisory and mediation fees in insurance investment products?
- **F1.2:** Do customers rationally compare the net tariff plus fees with the gross tariff, or are they subject to bias?
- **F1.3:** Do customers more readily accept fees for advisory and mediation services if they are based on time spent rather than investment volume?

To investigate these questions, online experiments were conducted with approximately 2,000 participants, who were selected to be representative of the population based on several characteristics. A positive selection was applied, including only participants who had a fundamental willingness to purchase a retirement insurance policy. These participants were shown videos simulating an advisory situation using an AI-generated avatar.

In the first experiment, a subsample was offered either a retirement insurance policy with advisory and mediation costs included in the premium ("gross tariff") or one with externalized costs ("net tariff") plus fee. Three experimental groups were formed:

1. The first group received a favorable fee offer, which was lower than the premium savings compared to the gross tariff.
2. The second group received a fee equivalent to the premium savings, which still appeared nominally cheaper.
3. The third group received a high fee that was not even nominally advantageous.

In the second experiment, another subsample faced the same choice and three fee offers. However, in this case, the fees were justified based on time spent, with a breakdown of hourly rates and VAT.

A control group was only shown the gross tariff offer.

The following hypotheses were tested:

- **H1: Customers have a stable preference for a retirement insurance policy, regardless of how the offer is presented.**

This hypothesis was rejected. Comparing the control group with the experimental groups showed that merely differentiating between a gross and a fee-based net variant led participants to reconsider their decision. The share of rejections across all offers dropped significantly from 69% to 28%, while acceptance of either the gross or net tariff with a fee increased from 31% to 72%. Even the acceptance of the gross tariff rose from 31% to 47% when a net alternative was offered.

- **H2: Customers choose a net tariff with separate compensation for advisory and mediation services (fees) if they recognize a price advantage over the gross tariff.**

This hypothesis could not be clearly confirmed. A significant proportion of participants did not make a rational choice based on the cost-effectiveness of the fee compared to the net tariff's premium savings. Among those who should have rationally chosen the lowest fee, 54% still preferred the less favorable gross tariff. Conversely, 21% were willing to pay the highest fee despite its obvious disadvantage compared to the gross tariff.

- **H3: Customers cannot assess time inconsistency when comparing the cost-effectiveness of separate compensation for advisory and brokerage services in a net tariff versus a gross tariff and therefore base their decision on a nominal comparison.**

This hypothesis was marginally confirmed. For this, the experimental group with the mid-range fee was used, which was nominally lower but equivalent to the gross tariff when considering present value. In this group, only 17 percent of participants who stated that they had not made a comparison chose the nominally cheaper net tariff over the gross tariff. In contrast, 51 percent of those who reported making a comparison opted for the net rate. This suggests that the comparison made was predominantly a nominal comparison, which, due to the perceived nominal advantage, favored a decision for the net variant.

- **H4: Customers are significantly more likely to accept separate compensation for advisory and brokerage services in net policies (fees) if it is calculated based on time spent.**

This hypothesis was rejected. Justifying the fee with the effort involved did not lead to a noticeably higher acceptance rate. The distribution of choices between the gross and net tariff remained roughly the same in both experiments (one without a justification for the fee and the other with a time-based explanation).

One key finding was that the majority of participants (71%) generally found it more attractive when advisory and mediation costs were included in the insurance premium. Additionally, a clear majority (65%) considered the offered fees to be generally inappropriate. Even among those who received the most favorable, lowest fee offer, 57% still found it unjustified. This confirms previous study results showing that there is insufficient perceived value for the services of insurance brokers.

The results suggest that legislators should not intervene unilaterally in the market by banning or further regulating commissions. Instead, consumer protection measures should be considered to prevent excessive fee demands, as many customers struggle to assess such compensation structures and could be disadvantaged as a result.

Vorbemerkungen

Statement der Continentale Versicherungen

Die Realität zeigt, dass die meisten Menschen nicht proaktiv nach Versicherungen suchen, auch wenn Bedarf besteht. Darüber hinaus ist insbesondere bei komplexen Versicherungslösungen wie der Altersvorsorgeplanung, der Absicherung von Berufsunfähigkeit oder Krankenversicherungen eine qualifizierte persönliche Beratung unverzichtbar. Aus zwei Gründen spielen Vermittler eine entscheidende Rolle: Sie sensibilisieren ihre Kunden für existenzielle Risiken und bieten maßgeschneiderte Lösungen.

Die meisten Vermittler leisten hierbei ausgezeichnete Arbeit. Sie sorgen nicht nur für Beratung und den Abschluss, sondern begleiten ihre Kunden langfristig und helfen ihnen, sich gegen finanzielle Risiken abzusichern. Die Anforderungen an Vermittler sind hierbei in den vergangenen Jahren erheblich gestiegen: Neben der reinen Produktempfehlung müssen sie individuelle Lebenssituationen berücksichtigen, gesetzliche Rahmenbedingungen kennen und ihre Kunden zu langfristig tragfähigen Entscheidungen führen. Das erfordert Vertrauen zwischen Kunde und Vermittler, aber vor allem auch ein hohes Maß an Fachwissen.

In Anerkennung dieser besonderen Verantwortung legen wir als Continentale großen Wert auf eine umfassende Qualifizierung unserer Vertriebspartner, arbeiten ausschließlich mit Profis zusammen und setzen uns konsequent für eine angemessene Honorierung einer fundierten Beratung ein.

Die Honorarberatung wird hierbei gerne als Alternative zur etablierten provisionsbasierten Beratung genannt. Die vorliegende Studie zeigt allerdings, dass in weiten Teilen der Gesellschaft die Zahlungsbereitschaft für externe Beratungskosten nicht vorhanden ist. Setzt man also ausschließlich auf die Honorarberatung, werden Verbraucher auf notwendige Beratungen verzichten, was kurzfristig zu Versorgungslücken und langfristig zu einem schlechteren Absicherungsniveau in der Gesellschaft führt. Die Kosten hierfür tragen wir alle, wenn Menschen verstärkt auf soziale Unterstützung angewiesen sind.

Politik und Verbraucherschutz sollten deshalb anerkennen, dass eine flächendeckende Absicherung mit reiner Honorarberatung nicht gewährleistet werden kann. Gerade für Menschen mit begrenztem Budget oder geringem Bewusstsein für die Notwendigkeit von Vorsorge bleibt die provisionsbasierte Beratung die beste Lösung. Eine einseitige Förderung der Honorarberatung würde viele Verbraucher von einer fundierten Absicherung ausschließen. Auch das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz erfordert implizit die Provisionsberatung als inklusive Form der professionellen Beratung.

Deshalb treten wir als Continentale aus Überzeugung dafür ein, dass Vermittler und Kunden die Freiheit haben müssen, gemeinsam das für sie passende Vergütungsmodell zu wählen.

Dortmund, im März 2025

Jürgen Wörner

Vorstand Continentale Versicherung

Statement der SIGNAL IDUNA Gruppe

Der Versicherungsmarkt in Deutschland lässt sich weiterhin als ein „Low Interest“-Markt beschreiben – ein Verkäufermarkt, in dem die Nachfrage nach dem Produkt in der Regel aktiv angestoßen werden muss. Das bedeutet eine dauerhaft starke Rolle des Vermittlers und persönlichen Betreuers, der mit seiner Fachkompetenz dem Kunden notwendige Absicherungsbedarfe aufzeigen kann, bevor dieser sie selbst auf dem Entscheidungsradar hat. Gerade in diesem Kontext ist die Frage der Vergütungsmodelle im Versicherungsvertrieb von entscheidender Bedeutung.

Das hierzulande weiterhin dominierende Modell der internalisierten Vermittlerkosten (Provisionsmodell) wird aufgrund unterschiedlicher Faktoren regelmäßig infrage gestellt, nicht zuletzt wegen der steigenden Sensibilität seitens der BaFin (Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht) zur Renditebetrachtung von privaten Lebensversicherungsprodukten. Vom gesetzlichen Modell her handelt es sich bei Abschlussprovisionen zwar um (rein) erfolgsabhängige Vergütungen, allerdings werden damit auch qualifizierte Beratungs- und zukünftige Betreuungsleistungen vergütet. Diesen Tätigkeitsbezug haben wir bei SIGNAL IDUNA auch in den Agenturverträgen verankert. Zudem ist zu bedenken, dass Versicherungsunternehmen ihre gesetzliche, anlassbezogene Beratungspflicht regelmäßig durch ihre selbstständigen Vertreter erfüllen lassen. Speziell in der Personenversicherung sorgen darüber hinaus bereits heute strenge Vorgaben für klare und eindeutige Provisionsregelungen, die in Richtung der Verbraucher Transparenzsteigernd wirken und die Nachvollziehbarkeit zu Vergütung und enthaltenen Kosten sichern.

Die Honorarberatung bietet als alternatives Vergütungsmodell entsprechendes Transparenzpotenzial, welches jedoch durch die Koexistenz unterschiedlicher und nicht einheitlicher Honorarmodelle konkurrenzbedingt wird und die Vergleichbarkeit für Verbraucher erschwert. Die Erfahrung in anderen Ländern zeigt, dass die Nachfrage nach reiner Honorarberatung bisher eher gering ist. Dieses Bild deckt sich mit den Erkenntnissen der SIGNAL IDUNA Gruppe: Wir bieten grundsätzlich abschlusskostenfreie Tarife (Nettotarife) an, der daraus resultierende Prämienanteil im Neugeschäft liegt derzeit im niedrigen einstelligen Prozentbereich. Mittelfristig erwarten wir keine zunehmende Bedeutung und es ist daher fraglich, ob sich ein flächendeckendes Modell in Deutschland etablieren kann. Honorarberatung kann jedoch unseres Erachtens nach eine Alternative für vermögende Kunden und hochwertigen Versicherungsschutz darstellen. Mit Blick auf die separat anfallenden Beratungskosten sehen wir allerdings speziell bei Kundengruppen im geringen bis mittleren Einkommensbereich Herausforderungen in der Akzeptanz und damit das Risiko, dass der Zugang zu Beratungsleistungen erschwert wird, was zu entsprechenden Versorgungslücken führen kann. Zumal sich bspw. in Großbritannien zeigt, dass sich nicht etwa Honorarberatung im klassischen Sinne („einmalig auf Stundenbasis“) durchsetzt, sondern vielmehr Modelle mit laufenden Servicegebühren („ongoing fees“), die sich nicht jeder Kleinanleger leisten kann. Eine Regulierung und Kontrolle des Honorarmarktes halten wir für angezeigt. Gleichzeitig fehlt es an einer verbindlichen Honorarordnung die zum Zwecke der Transparenz und des Verbraucherschutzes sinnvoll wäre.

Bei SIGNAL IDUNA sehen wir das Provisionsmodell weiterhin als zukunftsfähiges und im deutschen Markt etabliertes Vergütungsmodell an, das eine flächendeckende und Kundengruppen übergreifende Versicherungsberatung ermöglicht. Grundsätzlich prüfen wir, wie alternative Vergütungsansätze sinnvoll integriert und besonders den eingangs erwähnten Besonderheiten eines „Low Interest“-Markts gerecht werden können. Die SIGNAL IDUNA setzt sich daher für einen fairen Wettbewerb zwischen den verschiedenen Vergütungsmodellen ein, der sowohl die Interessen der Verbraucher als auch die der Vermittler berücksichtigt und die wichtige Rolle der persönlichen Beratung im deutschen Versicherungsmarkt stärkt. Wir sehen aus diesem Grund derzeit eine weitere Regulierung des Vertriebsmarktes als nicht notwendig an. Inwieweit eine Veränderung hin zu Ki-Beratungsmodellen und eine Umsetzung der FIDA dies für die Zukunft erfordert, sollte dann entsprechend nochmals geprüft werden.

Dortmund, im März 2025

Torsten Uhlig

Mitglied der Vorstände, SIGNAL IDUNA Gruppe

Statement der VOLKSWOHL BUND Versicherungen

Unterschiedliche Vergütungsformen sind die Antwort auf unterschiedliche Kundenbedürfnisse

Wir halten es für gut, wenn verschiedene Vergütungsmodelle parallel existieren, deshalb bieten wir schon lange nahezu alle VOLKSWOHL BUND-Tarife sowohl mit einer einkalkulierten Provision als auch in Form von Honorartarifen an. Bei uns findet jeder Vermittler für seine Beratungssituation die richtige Tarifwelt vor. Zusammen mit seinem Kunden kann er dann entscheiden, welches Modell am besten passt. Unterm Strich bewirkt es, dass niemand von der Möglichkeit ausgeschlossen wird, seine finanziellen Risiken abzusichern, nur weil er vielleicht die Beratungsleistung auf die eine oder die andere Art und Weise vergüten möchte.

Wir sehen, dass das Thema Honorarberatung bei jüngeren Maklern an Relevanz gewinnt. Offenbar wird das Nebeneinander verschiedener Vergütungsformen für Vermittler immer häufiger selbstverständlich. Vor dem Hintergrund unterschiedlicher Beratungssituationen und Kundenbedürfnisse halten wir es nicht für sinnvoll, dass politisch das eine oder andere Vergütungsmodell präferiert wird oder dass regulatorisch in dieses sich ergänzende Nebeneinander eingegriffen wird.

Besondere Risiken sehen wir in der immer wieder politisch diskutierten Idee, eine Vergütung per Honorar gesetzlich vorzuschreiben. Die Gefahr wäre groß, dass bei einem ausschließlichen Angebot von Honorartarifen weniger vermögende Kunden völlig auf eine Beratung verzichten würden, weil sie sich ein Beratungshonorar vorweg in einer Summe nicht leisten können oder wollen. Eine drastische Unterversicherung bei großen Bevölkerungsschichten wäre die Folge mit den entsprechenden Belastungen von öffentlichen Kassen auf lange Sicht.

Um ein faires Nebeneinander von Honorar- und Provisionstarifen zu gewährleisten, halten wir vom Grunde her die Einführung einer Honorarordnung für überlegenswert. So ein Regelwerk könnte sich an den Bestimmungen orientieren, die bereits für die provisionsbasierte Vermittlung gelten.

Die Ergebnisse dieser Studie bestätigen unsere Haltung. Wir gehen davon aus, dass sie einen wertvollen, wissenschaftlich basierten Beitrag zur aktuellen Diskussion darstellen wird.

Dortmund, im März 2025

Stefanie van Holt

Mitglied des Vorstands, VOLKSWOHL BUND Versicherungen

1. Hintergrund und Ziel der Untersuchung

Die Europäische Kommission möchte mit der sogenannten „Kleinanlegerstrategie“ Anleger*innen ermutigen, ihr Kapital renditeträchtiger anzulegen und Vorteile der Kapitalmärkte zu nutzen. „Kernziel der Kapitalmarktunion ist es, sicherzustellen, dass Verbraucher in vollem Umfang von den Investitionsmöglichkeiten profitieren können, die sich ihnen mit den Kapitalmärkten bieten.“¹

Das sei aus verschiedenen Gründen zumindest nicht in allen Mitgliedsstaaten bisher der Fall. Anleger*innen würden „häufig in zu hohem Maße auf Sparprodukte mit geringem Ertrag setzen“.² Als Ursachen werden neben mangelnden Informationen und irreführenden Marketingpraktiken besonders im Internet auch Interessenkonflikte genannt, „die sich aus der Zahlung von Anreizen zwischen Produktherstellern und Vertreibern ergeben können“.³ Eng damit zusammen hängt schließlich die Kritik an der Preiskalkulation: „In einigen Anlageprodukten sind Kosten in ungerechtfertigter Höhe enthalten und sie bieten Kleinanlegern damit nicht immer ein günstiges Preis-Leistungs-Verhältnis“⁴.

Die Kommission erkennt ein Vertrauensproblem. Sie zitiert eine Umfrage, nach der „nur 38 % der Verbraucher sicher [sind], dass die von Finanzintermediären geleistete Beratung in erster Linie ihrem Interesse dient“⁵. Dieses Ziel will man unter anderem durch eine interessenkonfliktärmere, vertrauenswürdige Beratung erreichen. Das Europäische Parlament und der Europäische Rat haben dem Grundanliegen der Kommission bereits zugestimmt, aber Veränderungen am Vorschlag einer Omnibusrichtlinie vorgeschlagen.⁶ Unter der polnischen Ratspräsidentschaft soll es nun nach Verzögerungen vor allem durch die Parlamentswahl 2024 noch im ersten Halbjahr 2025 zum Abschluss des Trilogus kommen.⁷

Die Kritik an potenziellen Interessenkonflikten zwischen dem Vertrieb und den Kund*innen sowie deren schädlicher Auswirkung unmittelbar auf die Beratungsqualität und mittelbar auf das Preis-Leistungs-Verhältnis von Anlagen und Versicherungsanlagen ist nicht neu. Im Versicherungsbereich wird dieses Problem mindestens seit der EU-Sektorenuntersuchung 2007 im Markt der Unternehmensversicherungen adressiert, ausgelöst durch den Marsh/Spitzer-Skandal in den USA 2005.⁸

Die Kommission stellte damals fest, dass insbesondere Versicherungsmakler oft in einer Doppelrolle einerseits als Berater*innen ihrer Kund*innen und andererseits als Vertriebskanal der Versicherungsunternehmen agieren, oft sogar mit Zeichnungsvollmachten.⁹ Makler würden vergütungsinduziert ihrer Rolle nicht gerecht, den Wettbewerb zwischen Versicherern anzuregen. Im Zentrum der Kritik standen volumenabhängige (Zusatz-) Vergütungen sowie eine fehlende Vergütungstransparenz.¹⁰

Im Jahr 2012 legte die EU-Kommission einen Vorschlag zur Revision der Europäischen Versicherungsvermittlerrichtlinie vor („IMD 2“), die ein Provisionsverbot für solche Versicherungsvermittler vorsah, die angeben ihre Versicherungsberatung auf unabhängiger Basis zu erbringen.¹¹ Auch wenn dieser Vorschlag nicht umgesetzt wurde, kehrt die Diskussion immer wieder, ob sich eine vom Versicherer gewährte Vergütung und eine Beratung auf unabhängiger Basis miteinander vereinbaren lassen.

¹ Europäische Kommission 2023, S. 1

² Europäische Kommission 2023, S. 2

³ Europäische Kommission 2023, S. 2

⁴ Europäische Kommission 2023, S. 2

⁵ Europäische Kommission 2023, S. 2

⁶ Vgl. Europäisches Parlament 2024, Europäischer Rat 2024

⁷ Vgl. Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute 2025

⁸ Vgl. Europäische Kommission 2007, S. 4

⁹ Vgl. Europäische Kommission 2007, S. 3

¹⁰ Vgl. Europäische Kommission 2007, S. 4

¹¹ Vgl. Art. 24 Abs. 5 IMD 2-E, Europäische Kommission 2012, S. 58

Im Anlagebereich wurde dies mit der zweiten Richtliniengeneration (MiFID II) beantwortet. Danach dürfen Wertpapierfirmen keine Gebühren, Provisionen oder andere monetäre oder nichtmonetäre Vorteile annehmen, wenn sie die Kund*innen darüber informieren, dass die Anlageberatung unabhängig erbracht wird.¹² Selbst, wenn sie keine unabhängige Beratung angeben, haben sie dafür Sorge zu tragen, dass Provisionen und sonstige Vorteile dazu bestimmt sind, die Qualität der jeweiligen Dienstleistung für die Kund*innen zu verbessern.¹³ Der Hinweis auf die qualitätsverbessernde Wirkung einer Provision wurde auch in die Versicherungsvertriebsrichtlinie IDD übernommen, soweit es Versicherungsanlageprodukte betrifft.¹⁴ Ein Provisionsverbot ist hingegen bisher nur national über eine Mitgliedsstaatenoption möglich¹⁵, Deutschland hat davon in seiner nationalen Umsetzung keinen Gebrauch gemacht.

Die EU-Kommission versuchte mit der Kleinanlegerstrategie erneut, ein Provisionsverbot für diejenigen Vermittler durchzusetzen, die im Auftrag von Kund*innen tätig werden (Makler).¹⁶ Laut Begründung sollte das allerdings Makler nicht davon abhalten, doch Provisionen anzunehmen, sofern sie keine unabhängige Beratung behaupten und die Kund*innen über diese Anreize informieren.¹⁷ Die Vorschläge lösten erhebliche Proteste von Vermittlerverbänden und von ihnen in Auftrag gegebene Rechtsgutachten aus, in denen mögliche europa- und verfassungsrechtliche Hindernisse eines solchen Provisionsverbots diskutiert wurden.¹⁸ Der Wirtschafts- und Währungsausschuss des EU-Parlaments (ECON) hat dieses grundsätzliche Provisionsverbot dahingehend angepasst, dass Versicherungsvermittler zwar nach ihrer Rechtsform als unabhängig eingestuft werden können, aber Anreize annehmen dürfen, wenn sie sich als nicht vertraglich an ein bestimmtes Versicherungsunternehmen gebunden darstellen und die Kund*innen auf die Tatsache hinweisen, dass sie von Versicherern Anreize erhalten.¹⁹

Wie auch immer am Ende der genaue Richtlinientext aussehen wird, geht es offensichtlich um die Qualität insbesondere der „unabhängigen“ Versicherungsberatung sowie um deren Preis, und wer diesen nach welchen Kriterien zahlen soll. Diese Kosten haben auch eine hohe Relevanz für die Nutzenbewertung von Anlagen und Versicherungsanlagen, die im Rahmen der Aufsichts- und Lenkungsanforderungen und damit bei der Produktkonzeption vorzunehmen ist.²⁰

Wenn das Ziel der Kleinanlegerstrategie ist, mehr Kleinanleger*innen für die Chancen des Kapitalmarkts zu gewinnen, dann muss auch die Akzeptanz dieser Kleinanleger*innen von Vergütungen für die entsprechende Beratung und Vermittlungsleistung berücksichtigt werden. Dies insbesondere bei Versicherungsanlageprodukten, die gerade keine reinen Anlageprodukte darstellen, sondern einen Versicherungscharakter besitzen, der insbesondere das Kaufmotiv Altersvorsorge anspricht.

Hinzu kommt, dass in der nationalen Umsetzung schärfere Vorgaben möglich sind. Entsprechende politische Forderungen gibt es auch von verschiedenen Parteien.²¹

Daher stellt sich die zentrale Frage, ob Kleinanleger*innen bereit sind, für die Beratung und Vermittlung von Versicherungsanlageprodukten separate Kosten zu tragen, die nicht traditionell in den Gesamtpreis der Versicherungsanlage einkalkuliert sind. Denn wenn sie dazu nicht bereit sind, könnte

¹² Vgl. Art. 24 Abs. 4 lit. a llit. i, Abs. 7 lit. b Richtlinie 2014/65

¹³ Vgl. Art. 24 Abs. 9 Richtlinie 2014/65

¹⁴ Vgl. Art. 29 Abs. 2 Richtlinie 2016/97

¹⁵ Vgl. Art. 29 Abs. 3 Richtlinie 2016/97

¹⁶ Vgl. Art. 29a Abs. 1 IDD2-E, Europäische Kommission 2023, S. 91

¹⁷ Vgl. Europäische Kommission 2023, S. 19

¹⁸ Vgl. AfW Bundesverband Finanzdienstleistung 2023; Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute 2023

¹⁹ Vgl. Europäisches Parlament 2024, S. 8; Art. 29a Abs. 4a IDD2-E, Europäisches Parlament 2024, S. 128

²⁰ Vgl. Art. 25 Abs. 1 Unterabs. 2 Buchst. f, Abs. 5a IDD2-E, Europäisches Parlament 2024, S. 109 ff.

²¹ Vgl. Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute 2024, S. 150 f.

eine wie auch immer geartete Beschränkung oder ein Verbot von Provisionen die Akzeptanz unabhängiger oder ungebundener Beratung durch Versicherungsmakler untergraben. Im besten Fall würde sich dann die Nachfrage hin zu Vertriebswegen verlagern, die keine Unabhängigkeit und/oder Ungebundenheit behaupten, insbesondere also zu Ausschließlichkeits- oder an einzelne Versicherer gebundene Mehrfachvertreter*innen. Im schlechtesten Fall würde Nachfrage verloren gehen und darunter die Altersvorsorge der betroffenen Kund*innen leiden.

Auch die Frage einer Zahlungsbereitschaft für eine separierte Gebühr für Beratung und Vermittlung ist in der Vergangenheit häufiger gestellt und in wissenschaftlichen wie kommerziellen Studien beantwortet worden. Insbesondere kurz nach der Weltfinanzkrise 2007/2008 kamen solche Studien in der Regel zum Ergebnis, dass zwar eine überzeugend hohe Zahlungsbereitschaft in der Bevölkerung besteht, nicht aber in einer wirtschaftlich für Versicherungsmakler*innen vertretbaren Höhe. Zudem ist unklar, ob diese kurz nach einer weltweiten Krise der Finanzsysteme und der erhöhten öffentlichen Aufmerksamkeit für Fragen des Wertes unabhängiger Beratung entstandenen Studien die heutige Haltung der Kleinanleger*innen angemessen wiedergeben.

Die Forschungsfrage für diese Studie lautet:

F1: Erleichtert die Externalisierung von Beratungs- und Vermittlungskosten die Entscheidung für ein Versicherungsanlageprodukt?

Eine auch durch die bisherige Forschung gestützte Vermutung ist, dass schon allein die Tatsache einer separaten Vergütungsforderung („Honorar“) die Akzeptanz der Leistung einer unabhängigen Beratung zu Versicherungsanlagen gefährden kann. Dies, zumal es bisher in der Breite keine Erfahrung mit solchen Vergütungsmodellen gibt, sie decken europaweit nur einen Nischenmarkt ab. Eine weitere Vermutung ist, dass die Höhe der Vergütungsforderung eine weitere Hürde darstellen kann. Gleichzeitig birgt sie aber auch einen neuen Fehlanreiz, die Zeitinkonsistenz zwischen der Fälligkeit einer separierten Vergütung und dem Nutzen aus der Versicherungsanlage auszunutzen und überzogene Forderungen an die Kund*innen zu stellen. Ursächlich dafür könnte sein, dass ein Nominalkostenvergleich statt eines barwertigen Vergleichs vorgenommen wird. Die dritte Vermutung ist, dass eine am Zeitaufwand orientierte, separate Vergütung für Kund*innen leichter zu akzeptieren ist als eine am Anlagevolumen ausgerichtete Vergütung, wie sie als Provision – nur einkalkuliert in die Versicherungsprämie – weit verbreitet ist.

Als abgeleitete Teilforschungsfragen werden deshalb formuliert:

F1.1: Gibt es eine grundsätzliche Akzeptanz von externalisierten Vergütungen für Beratung und Vermittlung von Versicherungsanlageprodukten?

F1.2: Vergleichen Kund*innen rational den Nettotarif plus separierte Vergütung mit dem Bruttotarif, oder unterliegen sie dabei einem Bias?

F1.3: Akzeptieren Kund*innen eine separierte Vergütung für Beratung und Vermittlung leichter, wenn sie am Zeitaufwand anstatt am Anlagevolumen ausgerichtet wird?

Das Ziel der Untersuchung ist, durch Onlineexperimente mit Kund*innen diese Forschungsfragen zu beantworten.

Zusätzlich soll mit dieser Studie erstmals der Einsatz eines mit Künstlicher Intelligenz (KI) generierten Avatars getestet werden, um eine realistischere Beratungssituation zu simulieren, als sie bei einem reinen Lesen von Texten in einer klassischen Marktforschung gegeben ist. Der Avatar wird das Angebot einer fondsgebundenen Rentenversicherung erläutern, die es wahlweise mit oder ohne separierte Ver-

gütung zu erwerben gibt. Der generelle Nutzen dieser Vorgehensweise liegt darin, dass ein sympathischer Ansprechpartner auf die Entscheidung der Proband*innen Einfluss nimmt. So ist es auch in echten Beratungssituationen der Fall, bei denen bei weitem nicht nur die Rezeption von sachlichen Informationen und rationale Erwägungen ausschlaggebend sind für eine Versicherungsentscheidung. Der spezielle Nutzen des KI-generierten Avatars liegt in den günstigeren Kosten im Vergleich zur Filmproduktion mit Schauspieler*innen und von je einem separaten Video pro Experimentalgruppe.

2. Stand der Forschung

2.1 Anekdotische Evidenz zu Problemen mit Provisionssystemen

Es gibt sowohl national als auch international verschiedene anekdotische Beispiele für Missbrauch von Vergütungs- und Anreizsystemen zulasten von Kund*innen, die eine so große Aufmerksamkeit erfahren haben, dass sie einen politischen Handlungsdruck ausgelöst haben. Nachfolgend werden dazu drei Beispiele kurz geschildert.

2.1.1 Der Fall Schmidt-Tobler/Zantop

Zwischen 1986 und 1992 nutzten der Versicherungsmathematiker Reinhard Schmidt-Tobler und sein Partner, der Makler Dieter Zantop, das Vergütungssystem in der deutschen Lebensversicherung aus. Sie vermittelten im großen Stil Lebensversicherungen zur betrieblichen Altersvorsorge gegen die damals marktüblichen Provisionen von bis zu 50 Promille der Versicherungssumme. Sie bezahlten die Beiträge selbst, teilweise mithilfe von Krediten, und kündigten die Verträge nach kurzer Zeit wieder, sobald die damals noch vertraglich frei auszuhandelnde Stornohaftungszeit abgelaufen war. Marktüblich waren zu der Zeit drei Jahre Stornohaftung. Die Rechnung aus erhaltener Abschlussprovision zuzüglich eines von der Versicherungsaufsicht damals bereits verlangten Mindestrückkaufswerts auch bei Frühstornierung abzüglich der Beiträge und Kreditzinsen brachte einen erheblichen Gewinn ein. Juristisch wurde das Konstrukt zum Problem, weil viele der versicherten Personen, Beschäftigte verschiedener Firmen, von den auf sie abgeschlossenen Versicherungen nichts wussten, auch soll es Unterschriftsfälschungen gegeben haben. Rund 20 Lebensversicherer sollen Geschäft erhalten haben, deren Vertriebsvorstände sich um den vermeintlich hoch erfolgreichen Vertriebspartner rissen. Der Gesamtertrag des Modells soll bei rund 60 Millionen DM gelegen haben.²²

Das Bundesaufsichtsamt für das Versicherungswesen wies die Versicherungsunternehmen an, maximal 40 Promille der Versicherungssumme an Provisionen zu zahlen.²³ Das Rundschreiben wurde im Februar 2008 von der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) aufgehoben. Die BaFin hielt eine solche Begrenzung für entbehrlich, weil 2008 mit der VVG-Reform eine zusätzliche Transparenz durch den Ausweis der Vertriebskosten in Produktinformationsblättern zur Lebensversicherung eingeführt wurde. Zudem habe sich der Wettbewerb durch ausländische Anbieter verändert und es solle eine Entbürokratisierung erreicht werden.²⁴

Die Branche wurde 2015 mit dem Lebensversicherungsreformgesetz (LVRG) erneut an den „Fall Schmidt-Tobler/Zantop“ erinnert. Mit dem LVRG wurde der Höchstzillmersatz nach § 4 Abs. 1 DeckRV von 40 auf 25 Promille der Beitragssumme gesenkt. Das ist der maximale Betrag an einmaligen Abschluss- und Vertriebskosten, die zu Beginn einer aufgeschobenen Lebensversicherung als Forderung zulasten des einzelnen Versicherungsvertrags gebucht werden dürfen. Diese Abschluss- und Vertriebskosten dürfen zudem im Fall eines vorzeitigen Rückkaufs nur über die ersten fünf Vertragsjahre gleichmäßig verteilt abgezogen werden (§ 169 Abs. 3 VVG). Durch die Absenkung des Höchstzillmersatzes konnte erneut ein Missbrauchspotenzial entstehen, wenn zu hohe, einmalige Abschlussprovisionen und gleichzeitig erhöhte Rückkaufswerte im Frühstornofall zusammentreffen. Die Absenkung des

²² Vgl. Ruhkamp 2009

²³ Vgl. BAV, Rundschreiben 5/95, VerBAV 1995 S. 366 f.

²⁴ Vgl. BaFin: Aufhebung des Rundschreibens 5/1995 des ehemaligen BAV, Mitteilung vom 22.2.2008 (https://www.bafin.de/SharedDocs/Veroeffentlichungen/DE/Anschriften/sc_080222_aufhebungr595_va.html)

Höchstzillmersatzes hatte das Ziel, den Druck auf die Lebensversicherer zu erhöhen, die Abschlusskosten zu senken.²⁵

Das Bundesfinanzministerium (BMF) stellt allerdings nach drei Jahren mithilfe von Zahlen der BaFin fest, dass die Vergütungen für Versicherungsvermittler, die über zwei Drittel der Abschluss- und Vertriebskosten der Lebensversicherer ausmachen sollen, nur um rund fünf Prozent gesunken seien. Zudem habe sich das Gewicht der Einmalvergütung für den Vermittlungserfolg zu Vertragsbeginn von rund 75 auf rund 65 Prozent der Gesamtvergütungen reduziert.²⁶

In der Folge legte das BMF einen Gesetzentwurf zur Deckung der Abschlussprovision von Lebensversicherungen und von Restschuldversicherungen vor. Damit sollte die Provision für kapitalbildende Lebensversicherungen auf 25 Promille der Beitragssumme begrenzt werden, zudem auf eine Beitragssumme von maximal 35 Jahren. Eine Anhebung auf bis zu 40 Promille sollten Versicherer vornehmen können, wenn sie ein System zur Beurteilung der Vermittlung nach qualitativen Kriterien einrichten. Insbesondere sollten solche qualitativen Kriterien sein:

1. Die Anzahl von Verbraucherbeschwerden über eine*n Versicherungsvermittler*in im Vergleich zu anderen Versicherungsvermittler*innen;
2. Die Stornoquote, also der Anteil stornierter an der Gesamtzahl vermittelter Verträge bei dem/der Versicherungsvermittler*in;
3. Umfang von Beanstandungen hinsichtlich der Einhaltung gesetzlicher Vorgaben der Versicherungsvermittler*innen;
4. Nachprüfbar Maßnahmen zur Gewährleistung einer hochwertigen und umfassenden Beratung im bestmöglichen Interesse der Kund*innen.²⁷

Als „Abschlussprovision“ sollten alle Vertriebsvergütungen unabhängig von ihrem Zahlungszeitpunkt gewertet werden, die an den Abschluss oder den Fortbestand des Vertrags geknüpft sind.²⁸ Damit wären nicht nur Abschlussprovisionen gemäß dem Sprachgebrauch der Branche als einmalige Vergütungen bei Vertragsbeginn, sondern auch laufende oder Bestandsprovisionen erfasst gewesen. Ein einfaches Umverteilen von Abschluss- in Bestandsprovisionen sollte offensichtlich nicht ausreichen, um einen Provisionsdeckel zu umgehen.

Die laufenden Abschlussprovisionen sollten allerdings nicht zulasten der Beteiligten nominal, sondern abgezinst berücksichtigt werden. Vorgesehen war für die Abzinsung allerdings ein ungünstiger Zinssatz, und zwar der Marktzinssatz nach § 253 Abs. 2 S. 2 HGB für die Abzinsung von Altersvorsorgeverpflichtungen in der Handelsbilanz.²⁹ Dieser Zinssatz wird von der Deutschen Bundesbank nach § 7 Rückstellungsabzinsungsverordnung festgestellt und ist ein gleitender Durchschnitt von Marktzinsen, in dem sich noch viele Jahre die Niedrigzinsphase niederschlagen dürfte. Jedenfalls ist dieser Zinssatz deutlich niedriger als derjenige für die Berücksichtigung von Altersvorsorgeverpflichtungen in der Steuerbilanz – und je niedriger der Zinssatz, desto höher ist der Barwert einer abgezinsten künftigen Provisionszahlung.

Eine weitere Umgehungsmöglichkeit in Gestalt von sogenannten Dienstleistungsentgelten sollte ebenfalls ausgeschlossen werden. Diese dürften nur dann zusätzlich zu Provisionen an Versicherungsvermittler*innen gezahlt werden, wenn die vereinbarten Leistungen zu einer nachweisbaren Ersparnis beim Versicherer führen, und wenn die Höhe des Dienstleistungsentgelts auf den Betrag begrenzt

²⁵ Vgl. Bundesministerium der Finanzen 2014, S. 20

²⁶ Vgl. Bundesministerium der Finanzen 2018, S. 13

²⁷ Vgl. § 50a Abs. 1, 2 VAG-E, Bundesministerium der Finanzen 2019, S. 7f.

²⁸ Vgl. § 7 Nr. 34c VAG-E, Bundesministerium der Finanzen 2019, S. 6

²⁹ Vgl. § 50a Abs. 3 VAG-E, Bundesministerium der Finanzen 2019, S. 8

bleibt, den ein ordentlicher und gewissenhafter Geschäftsleiter auch mit anderen Unternehmen vereinbaren würde. Ansonsten sollten solche Vereinbarungen über Dienstleistungsentgelte unwirksam sein.³⁰

Der Gesetzentwurf scheiterte am Widerstand der Unionsfraktionen in der damaligen Regierungskoalition aus CDU, CSU und SPD. Übrig blieb nur ein Provisionsdeckel in der Restschuldersicherung, der zum 1.7.2022 in Kraft trat (§ 50a VAG). Seitdem darf die Abschlussprovision 2,5 Prozent der Darlehenssumme, die durch die Restschuldersicherung abgesichert wird, nicht überschreiten.

2.1.2 Der Fall Marsh/Spitzer

Ein Skandal in den Vereinigten Staaten um volumenabhängige Zusatzvergütungen (contingent commissions) für Versicherungsmakler in der Industrieversicherung hatte erhebliche Auswirkungen auf Europa. 2004 verklagte der New Yorker Generalbundesanwalt Eliot Spitzer das weltgrößte Versicherungsmaklerunternehmen Marsh & McLennan. Es seien mehr als eine Milliarde US-Dollar an volumenabhängigen Zusatzvergütungen durch „Dienstleistungsvereinbarungen“ geflossen. Um diese Vergütungen zu erlangen, wurden Preisangebote an Kund*innen manipuliert. Am 31.1.2005 akzeptierte Marsh eine Schadenersatzzahlung von 850 Mio. US-Dollar.³¹ In großen Anzeigen entschuldigte sich das Unternehmen bei seinen Kund*innen, ihr Vertrauen missbraucht und sie betrogen zu haben.³² Es gab auch weitere Maklerfirmen, die davon betroffen waren.³³

Die Europäische Kommission nahm dies zum Anlass zu einer Sektorenuntersuchung im europäischen Markt der Firmenversicherungen. Laut ihrem Bericht vom Januar 2007 ist das Firmenkundengeschäft trotz vieler nationaler Unterschiede grundsätzlich von Versicherungsmaklern dominiert. Dabei habe sich die Rolle des Maklers in den davorliegenden 20 Jahren verändert. Die ursprüngliche Rolle des „Market-Matchers“, der Versicherer und Kund*innen zusammenbringt, sei einer Rolle als Serviceprovider sowohl für Versicherer als auch für Kund*innen gewichen. Es wurde eine wachsende Marktkonzentration, aber auch technologische Fortschritte als Grundlage für neue Services festgestellt. Insbesondere würden Makler oft nur mit einer kleinen Anzahl an Versicherern eng zusammenarbeiten. Sie unterlägen einem Interessenkonflikt, weil sie einerseits Berater der Kund*innen und andererseits ein Vertriebskanal der Versicherer seien. Problematisch sei das für kleine und mittlere Unternehmen (KMU), die weniger gut über den Versicherungsmarkt informiert sind als Großunternehmen.

Die Kommission stellt auch fest, dass es vergütungsinduzierte Interessenkonflikte in Europa gibt. Volumenabhängige Vergütungen seien weit verbreitet.³⁴ Hinzu kämen Transparenzmängel hinsichtlich der Tatsache, dass und welche Vergütungen von Versicherern an die Makler fließen.³⁵

Die Sektorenuntersuchung hatte keine erkennbare, unmittelbare Konsequenz für gesamt Europa. Zudem betraf sie einen Markt, in dem Kund*innen gemeinhin als nicht besonders schutzbedürftig angesehen werden. Dennoch darf man davon ausgehen, dass die Erkenntnisse der Kommission in die weiteren Überlegungen zum Thema Vergütungen eingeflossen sind. In Kapitel 1 wurde bereits ausgeführt,

³⁰ Vgl. § 32a Abs. 1-3 VAG-E, Bundesministerium der Finanzen 2019, S. 8

³¹ Vgl. Cummins/Doherty 2005/2006, S. 13

³² Vgl. McDonald, Ian: Marsh, Spitzer Settle With \$850 Million, An Apology to Clients; in: The Wall Street Journal vom 1.2.2005

³³ Vgl. Europäische Kommission 2007, S. 4

³⁴ Vgl. Europäische Kommission 2007, S. 146

³⁵ Vgl. Europäische Kommission 2007, S. 3 f.

dass die Kommission 2012 ein Provisionsverbot für Versicherungsmakler in der EU vorschlug, wovon sie erst nach langer Lobbyarbeit vor allem über das Europäische Parlament abgebracht werden konnte.

Diverse nationale Verbotsregelungen stellten sich zudem als nicht wirklich wettbewerbskonform heraus. In Schweden, Norwegen und Finnland hatten schon zwischen 2002 und 2005 faktische Provisionsverbote für Versicherungsmakler kartellartige Absprachen der Versicherungsunternehmen herbeigeführt, auch wenn sie später geprüft und legitimiert wurden.³⁶ Die Niederlande führten infolge des Marsh-/Spitzer-Skandals zum 1.10.2009 eine Offenlegungspflicht für Provisionen bei „komplexen Finanzprodukten“ einschließlich der Kapitallebensversicherung ein. Zudem wurde die Abschlussprovision auf zunächst 70 Prozent, ab 2010 auf 60 Prozent und ab 2011 auf 50 Prozent der Gesamtvergütung begrenzt.³⁷ 2013 wurde Maklern die Annahme von Provisionen ganz verboten. Auch Großbritannien verbot ab 2013 die Annahme von Provisionen für Anlagen und Versicherungsanlagen durch Makler.

Die Europäische Kommission, Parlament und Rat einigten sich 2014 darauf, in der Versicherungsvertriebsrichtlinie (IDD) nur Transparenzregeln und Wohlverhaltensprinzipien zur Vermeidung von Interessenkonflikten, aber keine Provisionsverbote vorzusehen. Den Mitgliedsstaaten wurde es über eine Option überlassen, schärfere als die in der IDD vorgesehenen Regeln anzuwenden.

2.1.3 Der Fall Göker

Konsequenzen für die Regulierung von Vergütungen zog auch die Insolvenz der MEG AG des Unternehmers Mehmet E. Göker nach sich. Sein in Kassel ansässiges Maklerunternehmen beschaffte Interessent*innen („Leads“) im Internet und beriet diese über ein Callcenter zum Abschluss von Krankenversicherungen. Oft dürfte es sich um Umdeckungen bereits bei anderen Krankenversicherern bestehender Krankenversicherungen gehandelt haben.

2007 geriet das Unternehmen erstmals in Schwierigkeiten, da seine Callcenter-Mitarbeitenden per Handelsvertreterverträgen tätig waren, was aber als Scheinselbstständigkeit eingeordnet und geahndet wurde. 2009 scheiterte das Unternehmen in einer Insolvenz und nach einem kurzen Rettungsversuch durch einen Finanzinvestor mit einem Krankenversicherer im Hintergrund ebenso die Anschlussinsolvenz. Im Insolvenzbericht wurde die Vergütung der MEG AG bei ihren wichtigsten Partnern auf Krankenversicherungsseite auf durchschnittlich 14,4 Monatsbeiträge beziffert.³⁸ Das war etwa das Doppelte dessen, was zu der Zeit an Abschlussprovisionen für Versicherungsmakler marktüblich war.³⁹ Hinzu kam, dass es zu dieser Zeit keine gesetzliche Regelung für eine Stornohaftung für Abschlussprovisionen gab, diese wurde vertraglich vereinbart. Es gibt empirische Indizien dafür, dass damals eine negative Korrelation zwischen der Höhe der vereinbarten Abschlussprovision und der Länge der Stornohaftungszeit gab, also entgegen dem, was eigentlich vernünftigerweise zu erwarten gewesen wäre.⁴⁰

Die Konsequenz daraus war die Einführung eines gesetzlichen Provisionsdeckels für substitutive Krankenversicherungen (§ 50 VAG) zum 1.4.2012. Außerdem wurde eine Stornohaftung von fünf Jahren eingeführt, die neben substitutiven Krankenversicherungen auch für Lebensversicherungen gilt (§ 49 VAG). Mittlerweile wurde, wie zuvor beschrieben, ein weiterer Provisionsdeckel für Restschuldversicherungen ergänzt (§ 50a VAG).

³⁶ Vgl. Schafstädt 2015, S. 320 ff.; Krauß 2009, S. 40 ff.

³⁷ Vgl. Krauß 2009, S. 75 f.

³⁸ Vgl. Grill 2010

³⁹ Vgl. Beenken/Radtke 2017, S. 46

⁴⁰ Vgl. Beenken 2011, S. 28, 76 f.

2.2 Politische Kritik an der Provision und Förderung der Honorarberatung

In Deutschland kam es infolge der Weltfinanzkrise zu einer verschärften Diskussion über Interessenkonflikte, die durch Vergütungen der Finanzdienstleister an ihre Vermittler*innen entstehen würden. Das damalige Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) legte Ende 2008 eine Studie vor, die eine erhebliche Kritik an der Qualität der „Finanzvermittler“ übte. So gebe es im europäischen Vergleich zu viele Vermittler*innen in Deutschland, eine fragmentierte Regulierung der verschiedenen Finanzdienstleistungsbereiche und Verbraucher*innen mit niedriger finanzieller Allgemeinbildung. Als empirischen Beleg für die fast als zwingend dargestellten Mängel im Finanzmarkt wurden der vorzeitige Abbruch von 50-80 Prozent der Finanzanlagen und ein jährlicher Vermögensschaden von 20 bis 30 Mrd. Euro genannt.⁴¹ Dabei orientierten sich die Autoren offenkundig an Informationen zur Bestandsfestigkeit von Kapitallebensversicherungen sowie zu Schätzungen von Verbraucherschutz-Lobbyisten, die jedenfalls nicht auf überprüfbaren, wissenschaftlichen Kriterien beruhen.⁴²

Die Studienautoren unterbreiteten eine Reihe Vorschläge zur Verbesserung der Finanzbildung der Verbraucher*innen, für eine konsistentere rechtliche Regulierung oder zur Entwicklung von Standards und Opt out-Modellen. Ein zentraler Vorschlag war eine Finanzberatung ohne Produktverkauf zu fördern, die als Honorarberatung bezeichnet wurde. Helfen sollten Öffentlichkeitskampagnen des Staates, Förderzuschüsse für Berater*innen und deren Kund*innen sowie ein Bezeichnungsschutz für Berater*innen.⁴³ Gleichzeitig sollte der Provisionsvertrieb beschnitten werden durch eine Deckelung der Abschlussprovision auf 50 Prozent der Gesamtvergütung nach niederländischem Vorbild und einen ausagekräftigeren Renditeausweis.⁴⁴

Die Bundesregierung griff vor allem die Idee eines Bezeichnungsschutzes für „Honorarberater*innen“ auf. Dafür startete das BMELV 2009 eine „Qualitätsoffensive Verbraucherfinanzen“⁴⁵ und legte 2011 ein Eckpunkte-Papier vor.⁴⁶ In der Folge entstanden über mehrere Legislaturperioden hinweg neue oder angepasste, gewerberechtliche Erlaubnistatbestände, die zu einem Bezeichnungsschutz und teilweise zur Förderung des Umstiegs vom Provisionsvermittler zum Honorarberater führten:

- 2014 Honorar-Finanzanlagenberater (§ 34h GewO) in Ergänzung des ein Jahr zuvor eingeführten Finanzanlagenvermittlers (§ 34f GewO),
- 2016 Honorar-Immobilienkreditgeberberater (§ 34i GewO) in Ergänzung des gleichzeitig eingeführten Immobilienkreditgebervermittlers (§ 34j GewO),
- 2018 Versicherungsberater (§ 34d Abs. 2 GewO): Erweiterung des erlaubten Tätigkeitsbereichs über die rechtliche Beratung zu Versicherungen und außergerichtliche Vertretung hinaus auf Vermittlung und Abschluss von Versicherungsverträgen sowie Förderung des Umstiegs vom Versicherungsvermittler (§ 34d Abs. 1 GewO) durch Lockerung des strikten Provisionsannahmeverbots (§ 156 Abs. 3 GewO).

Allerdings führte das nicht zu einer durchgängigen Vereinheitlichung dessen, was vereinfachend als „Honorarberatung“ bezeichnet wird. So gilt für Versicherungsberater und für Honorar-Immobilienkreditgeberberater ein striktes Provisionsannahmeverbot, für Honorar-Finanzanlagenberater nicht. Diese dürfen auch Finanzanlagen gegen Provision anbieten, wenn sie nicht anders erhältlich sind, sollen

⁴¹ Vgl. Habschick/Vers 2008, S. 9

⁴² Vgl. Habschick/Vers 2008, S. 12, 76

⁴³ Vgl. Habschick/Vers 2008, S. 152

⁴⁴ Vgl. Habschick/Vers 2008, S. 153

⁴⁵ Vgl. BMELV 2009

⁴⁶ Vgl. BMELV 2011

diese Provision aber an ihre Kund*innen auskehren. Versicherungsberater können einem wirksamen Wettbewerbshindernis aufgrund fehlender sogenannter Nettoprodukte, in die jedenfalls keine Provisionen eingerechnet sind⁴⁷, durch die Vermittlung von Bruttoprodukten entgehen, sofern das Versicherungsunternehmen diese annimmt. Denn dann ist es zur Durchleitung wesentlicher Teile der erhaltenen Vermittlungskosten an die Kund*innen verpflichtet (vgl. § 48c VAG).

Alle bisherigen Bemühungen zur Förderung eines gleichberechtigten Angebots an Beratung und Vermittlung von Finanzprodukten gegen Honorar statt gegen eine vom Anbieter gezahlte Provision haben bisher keine durchschlagende Wirkung gezeigt. Der Anteil derjenigen Vermittler*innen, die die gewerberechtliche Erlaubnis als Honorarberater*innen gewählt haben, liegt bei maximal knapp über einem Prozent.⁴⁸ Im Neugeschäft mit Versicherungen liegt der Anteil an Nettotarifen im einstelligen Promillebereich und entwickelt sich seit Jahren kaum positiv.⁴⁹

Diese Tatsache wurde in der Politik immer wieder wahrgenommen. Von liberaler und konservativer Seite wird dies als Beleg dafür gesehen, dass es keine Nachfrage seitens der Kund*innen nach Honorarberatung gebe und deshalb kein Anlass besteht, weitergehende Maßnahmen zu ergreifen. Von linker Seite wird das anders gesehen, insbesondere werden dort immer wieder Argumente von Verbraucherschutzorganisationen aufgegriffen.

So forderte beispielsweise die SPD-Bundestagsfraktion in einem Beschlussantrag an den Deutschen Bundestag 2011 unter anderem, Anbieter von Finanzprodukten „dazu zu verpflichten, Nettotarife flächendeckend für alle Produkte des Finanzmarktes einzuführen und diese im Produktinformationsblatt auszuweisen“.⁵⁰ Die Vergütung der Honorarberater*innen sollte zudem reguliert und eine Stunden-satz-Abrechnung vorgeschrieben werden. Zudem sollte eine umsatzsteuerliche Gleichbehandlung von Honorarberater*innen und Versicherungsmakler*innen herbeigeführt werden, denn Provisionen gelten als umsatzsteuerbefreit (vgl. § 4 Nr. 11 UStG), zeitabhängige Beratungshonorare hingegen nicht.⁵¹

Besonders intensiv beschäftigte sich immer wieder die Bundestagsfraktion von Bündnis90/Die Grünen mit der Thematik Provisionsvertrieb und Honorarberatung. Beispielsweise forderte sie in einem Fraktionsbeschluss vom 10.9.2012 „Grüne Eckpunkte zum Versicherungsvertrieb“ ebenfalls eine Pflicht für Versicherungsunternehmen, ihre Produkte als Nettotarife zur Verfügung zu stellen und ein Vermittlungsrecht für Versicherungsberater*innen, also eine Beschränkung der Freiheit der Versicherer, mit wem sie zusammenarbeiten wollen. Gefordert wurde eine Übergangsregelung für Versicherungsvermittler*innen, die ihren Status zu Versicherungsberater*innen wechseln und dabei alte Provisionsansprüche nicht verlieren wollen, und eine Honorar- bzw. Gebührenordnung. Provisionen sollten offengelegt werden müssen, die Zillmerung untersagt und die Gesamtsumme aller Zuwendungen auf fünf Prozent der Anlagesumme gedeckelt werden.⁵² Die Wirksamkeit des Provisionsdeckels in der privaten Krankenversicherung wurde kritisch hinterfragt⁵³ sowie ein effektiver Verbraucherschutz bei Restschuldversicherungen gefordert.⁵⁴ Bei der Bundestagswahl 2021 forderten die Grünen eine schrittweise Abkehr vom Provisionsvertrieb und einen Wechsel zur Honorarberatung sowie die Einführung einer gesetzlichen Honorarordnung.⁵⁵

⁴⁷ Der Nettotarif ist nicht legaldefiniert, die hier zitierte Definition stammt vom ehemaligen Bundesaufsichtsamt für das Versicherungswesen, vgl. VerBAV 9/1996, S. 222

⁴⁸ Vgl. Beenken/Schradin 2021, S. 14

⁴⁹ Vgl. Beenken/Schradin 2021, S. 26

⁵⁰ Vgl. Bundestags-Drucksache 17/8182 vom 14.11.2011, S. 4

⁵¹ Vgl. Bundestags-Drucksache 17/8182 vom 14.11.2011, S. 4

⁵² Vgl. Bündnis90/Die Grünen 2012, S. 2

⁵³ Vgl. Bundestags-Drucksache 19/6663 vom 21.12.2018

⁵⁴ Vgl. Bundestags-Drucksache 19/14386 vom 23.10.2019

⁵⁵ Vgl. Bündnis90/Die Grünen 2021, S. 108

Einige der politischen Forderungen sind inzwischen umgesetzt worden. Es gibt den Bezeichnungsschutz für Honorarberater*innen, eine Umstiegsförderung für Versicherungsvermittler*innen zur Vermeidung eines wirtschaftlichen Einbruchs durch abrupten Verlust der Provisionseinnahmen und das Durchleitungsgebot für Bruttoproducte, sofern diese von Versicherungsberater*innen vermittelt werden sollen. Die Provisionen wurden zum Teil gedeckelt (substitutive Kranken- sowie Restschuldversicherungen), zum Teil indirekt über die Senkung des Höchstzillmersatzes unter Druck gesetzt (Lebensversicherungen) sowie der Interessenkonflikt beim Verkauf über Abschlussprovisionen durch die gesetzliche Stornohaftung gemildert (substitutive Kranken- sowie Lebensversicherung). In der Lebensversicherung wird der Druck zudem über die Versicherungsaufsicht stetig gesteigert, Kund*innen einen Kundennutzen durch eine Mindestrendite oberhalb der mittelfristigen Inflationserwartung der Europäischen Zentralbank zu bieten.⁵⁶ In dieselbe Richtung geht auch die aufsichtliche Meinung der Europäischen Versicherungsaufsichtsbehörde EIOPA, dass Kund*innen einen Anspruch auf „Value for Money“ haben.⁵⁷

Eine Forderung der Verbraucherschutzlobby wurde allerdings bislang nicht umgesetzt: ein allgemeines Provisionsverbot für den Vertrieb von Anlagen und Versicherungsanlagen nach dem Vorbild der Niederlande und Großbritanniens, wobei unklar bleibt, ob dies nur für Versicherungsmakler*innen oder auch für jede andere Vertriebsform wie den Vertrieb durch Versicherungsvertreter*innen oder gar durch Angestellte eines Versicherers gelten sollte.⁵⁸

Zudem wird weiter eine Klarstellung gefordert, dass sich die Annahme von Vergütungen und eine behauptete Unabhängigkeit im Versicherungsvertrieb gegenseitig ausschließen.⁵⁹ Dies wäre im Zuge der Umsetzung der IDD in deutsches Recht fast so gekommen, denn das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie hatte in einem ersten Referentenentwurf eines IDD-Umsetzungsgesetzes ein Honorarannahmeverbot für Versicherungsvermittler*innen vorgesehen. „Damit soll eine klare Trennung zwischen Versicherungsvermittlern und Honorar-Versicherungsberatern gewährleistet werden. Anderenfalls besteht das Risiko, dass Vermittler z.B. für Beratungsleistungen zusätzlich noch eine Unabhängigkeit suggerierende Honorarvereinbarung mit dem Kunden abschließen“⁶⁰, so die Begründung. Das Honorarannahmeverbot wurde jedoch im weiteren Verlauf der IDD-Umsetzung fallengelassen, weil es dem Ziel der Bundesregierung einer Förderung und Ausbreitung des Angebots an Honorarmodellen widersprochen hätte. Denn viele Versicherungsmakler*innen bieten schon seit Jahrzehnten Honorarmodelle an, beispielsweise in der Industrieversicherung. Das lässt sich daran erkennen, dass sich das frühere Bundesaufsichtsamt für das Versicherungswesen immer wieder zur „Honorarberatung durch Versicherungsmakler“ äußerte, zuletzt im Jahr 1996.⁶¹ Im Privatkundengeschäft haben Honorarmodelle zumindest in der Lebensversicherung eine gewisse Verbreitung auf zumindest niedriger Basis gefunden.⁶²

⁵⁶ Vgl. Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht 2023, Ziff. 15

⁵⁷ Vgl. EIOPA 2021, Ziff. 3

⁵⁸ Vgl. VZBV 2023, S. 5 f.

⁵⁹ Vgl. VZBV 2023, S. 7

⁶⁰ Bundesministerium für Wirtschaft und Energie 2016, S. 35

⁶¹ Vgl. Bundesaufsichtsamt für das Versicherungswesen, VerBAV 9/96, S. 222

⁶² Vgl. Beenken/Schradin 2021, S. 26, 29

2.3 Honorarberatung und Unabhängigkeit

Der Begriff der „Honorarberatung“ ist unscharf.⁶³ Er wird in der Branche für sehr unterschiedliche Sachverhalte angewendet und wurde so schon von der Versicherungsaufsicht geprägt.⁶⁴

Im Versicherungskontext handelt es sich zunächst um Versicherungsvertrieb. Zur Vertriebstätigkeit eines Versicherungsunternehmens und eines Versicherungsvermittlers gehören:

1. Beratung,
2. Vorbereitung von Versicherungsverträgen einschließlich Vertragsvorschlägen,
3. Abschluss von Versicherungsverträgen,
4. Mitwirken bei Verwaltung und Erfüllung von Versicherungsverträgen, insbesondere im Schadensfall sowie die Bewerbung und das Vergleichen von Versicherungen im Internet, sofern dies mit einer direkten oder indirekten Abschlussmöglichkeit verbunden ist (vgl. §§ 1a Abs. 1 S. 2, Abs. 2, 59 Abs. 1 S. 2, Abs. 4 S. 2 VVG). Damit ist ein umfassender Komplex an Tätigkeiten abgedeckt, der weit über den Verkauf von Versicherungsverträgen hinausgeht.

Den Versicherungsvertrieb kann man weiter in den Provisionsvertrieb und den Honorarvertrieb unterscheiden.

Provisionsvertrieb ist der Vertrieb von Versicherungen gegen Zahlung von erfolgs- und umsatzabhängigen Vergütungen des Versicherers, die in die Versicherungsprämie einkalkuliert sind (vgl. §§ 87, 87a, 87b, 92 Abs. 3, 4 HGB), an den Vertreiber. Gewerberechtlich erlaubt ist der Provisionsvertrieb Versicherungsvermittlern, also Versicherungsvertretern und Versicherungsmaklern, die über eine Gewerbeerlaubnis nach § 34d Abs. 1 GewO verfügen oder erlaubnisfrei nach § 34d Abs. 7 S. 1 Nr. 1 GewO, auf Antrag erlaubnisbefreit nach § 34d Abs. 6 GewO (produktakzessorische Vermittler*innen) oder in bestimmten Sonderfällen nach § 34d Abs. 8 GewO nicht von einer Registrierungs- und Erlaubnispflicht betroffen sind (bestimmte Reise-, Garantie- und Restschuldversicherungsvermittler*innen). Unter Provision ist ein Anteil an dem Umsatz zu verstehen, der dem Versicherungsunternehmen vermittelt worden ist. Damit gilt unter anderem der Schicksalsteilungsgrundsatz, wonach die Provision das Schicksal der Prämie teilt.⁶⁵ Zahlen die Kund*innen die vereinbarte Prämie nicht (mehr), entfällt auch die Provision ganz oder zeitanteilig. Provisionen sind umsatzsteuerbefreit.

Es gibt eine umfangreiche Regulierung des Provisionsvertriebs. Dazu zählen Provisionsdeckel in der substitutiven Kranken- und der Restschuldversicherung, eine fünfjährige Stornohaftung für Abschlussprovisionen in der substitutiven Kranken- und der Lebensversicherung, eine indirekte Begrenzung der Abschlussprovisionshöhe durch den Höchstzillmersatz in der Lebensversicherung oder das Provisionsabgabeverbot, durch das Vermittler*innen daran gehindert werden, individuelle Preisabsprachen mit Kund*innen durch Weitergabe eines Teils ihrer Provision vorzunehmen.

Der Honorarvertrieb kann wiederum in die Honorarberatung i.e.S. und die Honorarvermittlung unterschieden werden.

Die Honorarberatung ist eine vornehmlich rechtliche Beratung zu Sachverhalten des Versicherungsvertriebs wie die Vereinbarung, Änderung oder Prüfung von Versicherungsverträgen oder bei der Wahrnehmung von Ansprüchen aus Versicherungsverträgen im Versicherungsfall sowie die außergerichtliche Interessenvertretung der Kund*innen. Diese Tätigkeiten werden gegen ein ausschließlich

⁶³ Vgl. Schroeder 2015, S. 94 f.

⁶⁴ Vgl. Bundesaufsichtsamt für das Versicherungswesen, VerBAV 9/96, S. 222

⁶⁵ Vgl. Schafstädt 2015, S. 56 f.

von den Kund*innen zu entrichtendes Entgelt erbracht. Wie dieses Entgelt zu berechnen ist, ist gesetzlich nicht geregelt. Als Vergütung bietet sich eine aufwandsabhängige Honorierung an, zum Beispiel ein Stundenhonorar oder ein Pauschalhonorar für bestimmte, standardisierte Sachverhalte. Manche Versicherungsberater*innen stützen sich auch auf die Rechtsanwaltsvergütungsverordnung.

Gewerberechtlich ist die Honorarberatung Versicherungsberater*innen und eingeschränkt auch Versicherungsmakler*innen gegenüber Firmenkunden und gegenüber Beschäftigten von Unternehmen, mit denen Rahmenvereinbarungen bestehen („Belegschaftsgeschäft“), erlaubt.

Die Honorarvermittlung ist die Vermittlung oder der Abschluss von Versicherungsverträgen gegen ein separat von den Kund*innen zu zahlendes Entgelt. Gewerberechtlich gibt es keine besonderen Beschränkungen für ihre Anwendung. Ausdrücklich erlaubt ist sie Versicherungsberater*innen, umgekehrt ist sie Versicherungsmakler*innen nicht verboten und wird auch insbesondere im Industriekundengeschäft oft angewendet. Ein Sonderfall sind honorarähnliche Kostenausgleichsvereinbarungen, bei denen die Kosten für Beratung und Vermittlung in einem separaten Vertrag geregelt werden und diese von den Kund*innen an eine dritte Partei beglichen werden müssen, die ein Provisionsfactoring gegenüber den Vermittler*innen betreibt.⁶⁶ Zumindest wettbewerbsrechtlich sind auch Versicherungsvertreter*innen berechtigt, solche Kostenausgleichsvereinbarungen einzusetzen⁶⁷, was praktisch nur mit Zustimmung des oder der Vertragspartner Versicherungsunternehmen funktioniert.

Voraussetzung für eine Honorarvermittlung ist die Verfügbarkeit von Nettotarifen.⁶⁸ Der Begriff Nettotarif ist nicht legaldefiniert. Nach alter Ansicht des ehemaligen Bundesaufsichtsamts für das Versicherungswesen handelt es sich dabei um abschlusskostenfreie Tarife, „in die namentlich keine Provision eingerechnet wird“⁶⁹. Etwas anderes gilt im Fall einer Durchleitung bei Vermittlung eines Bruttotarifs durch Versicherungsberater*innen. Hier ist der Versicherer nicht verpflichtet, alle „Provisionen“ durchzuleiten. Er soll vielmehr höchstens 80 Prozent der maßgeblichen Zuwendungen, die in den Versicherungsvertrag einkalkuliert sind, bis zum Gegenwert von 80 Prozent der in den ersten fünf Vertragsjahren fälligen Versicherungsprämien mit diesen Prämienforderungen verrechnen. Die Beschränkung auf 80 Prozent dient zum Ausgleich der Kosten, die dem Versicherungsunternehmen bei der Einführung und Umsetzung des Durchleitungsgebots entstehen.⁷⁰

Der Schicksalsteilungsgrundsatz gilt bei der Honorarvermittlung nicht⁷¹. Das heißt, es kann dazu kommen, dass Kund*innen trotz vorzeitiger Kündigung ihrer Versicherungsverträge vollständig zur Zahlung des Vermittlungshonorars verpflichtet bleiben, also sogar Schulden verbleiben.⁷²

Die Honorargestaltung bei der Honorarvermittlung ist nicht reguliert. Naheliegend ist, analog der Provision eine erfolgsabhängige und umsatzbezogene Honorargestaltung vorzunehmen, das Honorar also in einem prozentualen Verhältnis zu der von den Kund*innen zu zahlenden Versicherungsprämien zu bemessen.⁷³ Diesen Weg scheint beispielsweise auch der Versicherungsvertrieb in Großbritannien überwiegend gegangen zu sein, wie das britische Finanzministerium und die britische Finanzaufsicht in ihren Auswirkungsstudien zur dortigen Reform Retail Distribution Report von 2013 zeigen.⁷⁴ Faktisch handelt es sich um eine Provision, die transparent mit den Kund*innen vereinbart wird. Möglich ist

⁶⁶ Vgl. Beenken/Schiller 2015, S. 531

⁶⁷ Vgl. Bundesgerichtshof, Urteil vom 6.11.2013 (Az. I ZR 104/12)

⁶⁸ Vgl. Icha 2014, S. 235 f.

⁶⁹ Bundesaufsichtsamt für das Versicherungswesen, VerBAV 9/96, S. 222

⁷⁰ Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie 2016, S. 41

⁷¹ Vgl. Schulz 2015, S. 23 f.

⁷² Vgl. Icha 2015, S. 438 f.

⁷³ Vgl. Schroeder 2015, S. 115 f.

⁷⁴ Vgl. HM Treasury/FCA 2017, S. 25 f.

aber auch eine am Aufwand orientierte Honorargestaltung. Diese ist aber nicht naheliegend, weil diese Form des Honorars mit Umsatzsteuer belastet und damit für die Kund*innen aufwändiger wird.

Merkmal	Versicherungsvertrieb		
	Provisionsvertrieb	Honorarvertrieb	
	Versicherungsvermittlung	Honorarberatung	Honorarvermittlung
Gegenstand	Vermittlung oder Abschluss von Versicherungsverträgen (vgl. § 34d Abs. 1 GewO)	(Auch) rechtliche Beratung des Auftraggebers bei der Vereinbarung, Änderung oder Prüfung von Versicherungsverträgen oder bei der Wahrnehmung von Ansprüchen aus Versicherungsverträgen im Versicherungsfall sowie außergerichtliche Vertretung gegenüber dem Versicherungsunternehmen (vgl. § 34d Abs. 2 S. 1 Nr. 1, 2 GewO)	Vermittlung oder Abschluss von Versicherungsverträgen (vgl. § 34d Abs. 1, 2 S. 1 Nr. 3 GewO)
Erlaubnisgrundlage	<ul style="list-style-type: none"> • Versicherungsvertreter eines oder mehrerer Versicherungsunternehmen oder eines Versicherungsvertreters • Versicherungsmakler (§ 34d Abs. 1 S. 1 GewO) 	<ul style="list-style-type: none"> • Versicherungsberater (§ 34d Abs. 2 S. 1 Nr. 1, 2 GewO) • Versicherungsmakler, aber nur gegenüber Nicht-Verbrauchern sowie Beschäftigten im Beleggeschäft (§ 34d Abs. 1 S. 8 GewO) 	<ul style="list-style-type: none"> • Versicherungsberater (§ 34d Abs. 2 S. 1 Nr. 3 GewO) • Versicherungsmakler • Versicherungsvertreter unter bestimmten Voraussetzungen
Vermittelte Versicherungsprodukte	Bruttotarif	Keine Vermittlung, allenfalls Empfehlung	<ul style="list-style-type: none"> • Nettotarif • Bruttotarif mit Durchleitung (nur Versicherungsberater, vgl. §34d Abs. 2 S. 6 GewO)
Vergütung	Provision ⁷⁵	Aufwandsabhängiges Honorar	<ul style="list-style-type: none"> • Umsatzbezogenes Honorar • Aufwandsabhängiges Honorar • Honorarähnliche Kostenausgleichsvereinbarung
Umsatzsteuer	Umsatzsteuerbefreit	Umsatzsteuerpflichtig	<ul style="list-style-type: none"> • Umsatzsteuerbefreit (nur: Umsatzbezogenes Honorar oder ho-

⁷⁵ Bei Makler*innen wird die Provision als Courtage bezeichnet, was aber rein historische Gründe hat und keine inhaltlichen Unterschiede zur Provision umfasst, vgl. Umhau 2003, S. 9 ff.

Versicherungsvertrieb			
Merkmal	Provisionsvertrieb	Honorarvertrieb	
	Versicherungsvermittlung	Honorarberatung	Honorarvermittlung
			norähnliche Kostenausgleichsvereinbarung) • Umsatzsteuerpflichtig (Aufwandsabhängiges Honorar)
Vergütungsregulierung	<ul style="list-style-type: none"> • Provisionsdeckel (substitutive Kranken- und Restschuldversicherungen, vgl. §§ 50, 50a VAG) • Stornohaftung (substitutive Kranken-, Lebensversicherung, vgl. § 49 VAG) • Indirekt: Zillmergrenzen (Lebensversicherungen, vgl. § 4 Abs.1 DeckV) • Provisionsabgabeverbot (vgl. §§ 48b VAG, 34d Abs. 1 S. 6 f. GewO) 	Keine	<ul style="list-style-type: none"> • Keine • Durchleitung bei Bruttotarif: Ermittlung und Umsetzung geregelt in § 48c VAG

Tabelle 1: Provisions- und Honorarvertrieb im Vertrieb von Versicherungen

Ein weiterer, zentraler Begriff in Zusammenhang mit der Diskussion über einen Vergütungswechsel ist die Unabhängigkeit. Das hat für Deutschland eine große Relevanz, weil sich Versicherungsmakler*innen traditionell als „unabhängige Vermittler*innen“ verstehen, unbeschadet der Tatsache, dass sie üblicherweise gegen Provision tätig werden.

Ein weiterer Begriff in diesem Zusammenhang ist derjenige des treuhänderähnlichen Sachwalters. Diese Rechtsstellung wies der Bundesgerichtshof in seinem sogenannten Sachwalterurteil 1985⁷⁶ den Versicherungsmakler*innen zu, und das, „trotz der in vielen Ländern gleichförmig bestehenden Übung des Versicherungsvertragsrechts, wonach die Provision der Versicherungsmakler vom Versicherer getragen wird“. Allerdings wurde den Versicherungsmakler*innen in diesem Urteil nicht das Etikett „unabhängig“ zugesprochen. Der Duden definiert den Sachwalter als eine „Person, die für jemanden, etwas in der Öffentlichkeit eintritt, die sich zum Fürsprecher oder Verteidiger von jemandem, etwas macht, gemacht hat“ oder als „Person, die im Auftrag einer dritten Person bestimmte Aufgaben wahrnimmt“. Als Synonyme nennt er die Begriffe „Anwalt, Anwältin, Bevollmächtigte, Bevollmächtigter“.⁷⁷ Unabhängig von der juristischen Definition stellt sich die Frage, ob ein*e „Sachwalter*in“ seine/ihre

⁷⁶ Vgl. BGH, Urteil vom 22.05.1985, Az. IVa ZR 190/83 (<https://wirth-rae.de/ratgeber/sachwalterurteil-des-bgh/>)

⁷⁷ Duden: Sachwalter, der (<https://www.duden.de/rechtschreibung/Sachwalter>)

Aufgabe überhaupt erfüllen könnte, wenn er/sie von der Gegenseite durch Zuwendungen in ein Abhängigkeitsverhältnis gebracht wird. Das dürfte man eigentlich als Parteienverrat einordnen.

Wenn Wertpapierfirmen angeben, unabhängig zu beraten, dann sollen sie laut der Richtlinie MiFID II eine „ausreichend breite Palette an Produkten unterschiedlicher Produkthanbieter“ heranziehen und möglichst keine Gebühren, Provisionen oder andere monetäre und nichtmonetäre Vorteile von Dritten annehmen oder diese wieder an die Kund*innen auskehren.⁷⁸

In die IDD ist diese Bestimmung nur abgeschwächt übernommen worden. Insbesondere sollen sich Anreize für Versicherungsanlageprodukte nicht „nachteilig auf die Qualität der entsprechenden Dienstleistung für den Kunden auswirken“.⁷⁹ Schärfere Bestimmungen sind in der nationalen Umsetzung möglich. Für alle sonstigen Versicherungsprodukte gilt die allgemeine Wohlverhaltensregel des Handelns im bestmöglichen Interesse der Kund*innen.⁸⁰ Vergütungen, Verkaufsziele und andere Anreize dürfen nicht dazu führen, dass Versicherungsvertreiber*innen den Kund*innen ein Versicherungsprodukt empfehlen, obwohl ein anderes Versicherungsprodukt besser den Bedürfnissen der Kund*innen entsprochen hätte.⁸¹

Mit der Kleinanlegerstrategie soll die IDD in Bezug auf Versicherungsanlageprodukte stärker an die MiFID II angeglichen werden. Dabei stützt sich der Entwurf auf den Begriff „ungebunden“.

Wenn eine ungebundene Beratung angegeben werde, soll eine entsprechend breite Beratungsgrundlage angewendet werden. Es soll vorgeschrieben werden, dass jemand, der ungebunden vermittelt, „für die Erbringung der Dienstleistung an die Kunden keine Gebühren, Provisionen oder andere monetäre und nichtmonetäre Vorteile einer dritten Partei oder einer Person, die im Namen einer dritten Partei handelt, annimmt und behält“⁸².

Aufgrund der erheblichen Widerstände gegen ein vermutetes Provisionsverbot für Versicherungsmakler*innen gerade auch aus Deutschland ergänzte der ECON-Ausschuss folgenden Text als Vorschlag: „Dieser Absatz hindert Versicherungsvermittler, die aufgrund ihres Rechtsstatus als unabhängig eingestuft werden, nicht daran, sich als nicht vertraglich an ein bestimmtes Versicherungsunternehmen gebunden darzustellen, wenn sie darauf hinweisen, dass sie Anreize erhalten.“⁸³ In der Begründung dazu heißt es: „Damit Kleinanleger nicht irregeführt werden, ist es wichtig, in der Richtlinie (EU) 2016/97 festzulegen, dass Versicherungsvermittler, die ihren Kunden mitteilen, dass sie Beratung unabhängig erbringen, im Einklang mit den bestehenden Vorschriften der Richtlinie 2014/65/EU eine hinreichende Zahl von auf dem Markt angebotenen Versicherungsprodukten beurteilen müssen. Diese Vorschrift sollte Versicherungsvermittler, die Kunden Beratung anbieten, nicht daran hindern, Anreize zu akzeptieren, sofern die Beratung nicht als unabhängig dargestellt wird, die Kunden im Einklang mit den geltenden Transparenzanforderungen über die Anreize informiert werden und andere rechtliche Anforderungen, einschließlich der Verpflichtung, im bestmöglichen Interesse des Kunden zu handeln, eingehalten werden. Angesichts der Vielfalt der Strukturen für den Versicherungsvertrieb in den Mitgliedstaaten sollten Versicherungsvermittler, die aufgrund ihrer Rechtsform als unabhängig eingestuft werden, durch diese Vorschrift auch nicht daran gehindert werden, sich als nicht vertraglich an ein bestimmtes Versicherungsunternehmen gebunden darzustellen, sofern sie darauf hinweisen, dass sie Anreize erhalten.“⁸⁴

⁷⁸ Vgl. Erwägungsgründe 73 f. Richtlinie 2014/65; Art. 24 Abs. 4, Abs. 7 Richtlinie 2014/65

⁷⁹ Art. 29 Abs. 4 S. 1 lit. a Richtlinie 2016/97, umgesetzt in § 48a Abs. 6 VAG

⁸⁰ Vgl. Art. 17 Abs. 1 Richtlinie 2016/97, umgesetzt in § 1a Abs. 1 S. 1 VVG

⁸¹ Vgl. Art. 17 Abs. 3 Richtlinie 2016/97, umgesetzt in § 48a Abs. 1 VAG

⁸² Art. 29a Abs. 4a IDD-E in der Fassung von: Europäisches Parlament 2024, S. 128

⁸³ Art. 29a Abs. 4a IDD-E in der Fassung von: Europäisches Parlament 2024, S. 128

⁸⁴ Erwägungsgrund 5 IDD-E in der Fassung von: Europäisches Parlament 2024, S. 8

Wieder fragt sich jenseits rechtlicher Begriffswelten, inwieweit hier eine laienverständliche Differenzierung gefunden wurde. Ist „ungebunden“ tatsächlich ungleich „unabhängig“? Kann man also „ungebunden“, aber „abhängig“ sein? Oder gar „gebunden“ und „unabhängig“ zugleich? Der Duden jedenfalls definiert „ungebunden“ unter anderem als „durch keinerlei verpflichtende Bindungen festgelegt; frei von Verpflichtungen“ und nennt als Synonyme „autonom, eigenständig, eigenverantwortlich, emanzipiert“⁸⁵. Unter „unabhängig“ versteht der Duden „nicht von etwas beeinflusst, durch etwas bedingt, bestimmt“ und nennt teilweise dieselben Synonyme „autonom, eigenstaatlich, eigenständig, eigenverantwortlich“⁸⁶.

Zumindest scheint so eine Kompromissformel gefunden zu sein, die es Versicherungsmakler*innen ermöglicht, sich als „ungebunden“ im Sinne von nicht an ein oder mehrere Versicherungsunternehmen vertraglich gebunden zu bezeichnen, aber trotzdem Provisionen anzunehmen. Sie dürfen sich dann nur nicht mehr als „unabhängig“ bezeichnen und müssen auf die Tatsache des Erhalts von Provisionen besonders hinweisen. Das allerdings ist bereits seit Umsetzung der IDD ins nationale Recht gegeben, stellt also keine Erweiterung der bisherigen Informationspflichten dar.⁸⁷

	Abhängig	Unabhängig
Gebunden	<ul style="list-style-type: none"> • Vertraglich gebunden an ein (Ausschließlichkeitsvertreter*innen) oder an mehrere Versicherungsunternehmen (Mehrfachvertreter*innen). • Beratungsgrundlage: Auf den/die Versicherer begrenzt. • Mitteilungspflicht zur Beratungsgrundlage; Möglichkeit zum Verzicht der Kund*innen auf diese Mitteilung (§ 60 Abs. 2, Abs. 3 VVG). 	Nicht möglich
Ungebunden	<ul style="list-style-type: none"> • Nicht vertraglich an ein oder mehrere Versicherungsunternehmen gebunden, aber abhängig von Provisionen und anderen Zuwendungen (gegen Courtage tätige Versicherungsmakler*innen). • Beratungsgrundlage: Grundsätzlich hinreichende Anzahl von Versicherern und Versicherungsverträgen, die geeignet sind, die Bedürfnisse der Kund*innen zu erfüllen (vgl. § 60 Abs. 1 S. 1 VVG). • Möglichkeit zur Beschränkung der Beratungsgrundlage im Einzelfall sowie des Verzichts der Kund*innen auf die Mitteilung der Beratungsgrundlage (§ 60 Abs. 1 S. 2, Abs. 3 VVG). 	<ul style="list-style-type: none"> • Nicht vertraglich an ein oder mehrere Versicherungsunternehmen gebunden und unabhängig von Provisionen und anderen Zuwendungen (Versicherungsberater*innen oder nicht gegen Courtage tätige Versicherungsmakler*innen) • Beratungsgrundlage: Hinreichende Anzahl von Versicherern und Versicherungsverträgen, die geeignet sind, die Bedürfnisse der Kund*innen zu erfüllen (vgl. § 60 Abs. 1 S. 1 VVG). • Keine Möglichkeit zur Beschränkung der Beratungsgrundlage im Einzelfall sowie des Verzichts der Kund*innen auf die Mitteilung der Beratungsgrundlage (§ 68 VVG).

Tabella 2: Zusammenhang zwischen Unabhängigkeit und Ungebundenheit

⁸⁵ Duden: ungebunden (<https://www.duden.de/rechtschreibung/ungebunden>)

⁸⁶ Duden: unabhängig (<https://www.duden.de/rechtschreibung/unabhaengig>)

⁸⁷ Vgl. Art. 19 Abs. 1 S. 1 lit. d, e Richtlinie 2016/97, umgesetzt in § 15 Abs. 1 Nr. 5-8 VersVermV

2.4 Forschungsergebnisse zur Qualität der Beratung

In der Vergütungsregulierung wird zumindest erwähnt, dass Vergütungen auch etwas mit der Qualität zu tun haben. So sollen sich laut Art. 29 Abs. 2 S. 1 lit. a IDD Vergütungen „nicht nachteilig auf die Qualität der entsprechenden Dienstleistung für den Kunden“ auswirken. Laut Art. 24 Abs. 9 S. 1 lit. a MiFID II soll ein Anreiz gegenüber einer Wertpapierfirma „dazu bestimmt“ sein, „die Qualität der jeweiligen Dienstleistung für den Kunden zu verbessern“. Was allerdings in diesem Zusammenhang mit „Qualität“ gemeint ist, bleibt in beiden Richtlinien unklar.

Aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht ist die Aufgabe der Versicherungsvermittler*innen, die Informationsasymmetrie zwischen Versicherungsunternehmen und Kund*innen abzubauen und adverse Selektion zu verhindern. Dies wird noch effizienter, wenn sie ihre Vergütungen offenlegen.⁸⁸ Ob allerdings Vergütungen wie insbesondere die in den USA nach dem Marsh/Spitzer-Skandal besonders betrachteten volumenabhängigen Zusatzvergütungen den Kund*innen Schaden zufügen, lässt sich empirisch nicht belegen, so *Cummins/Doherty*.⁸⁹

Die Rolle der Versicherungsmakler*innen geht weit über diejenige eines Beschaffers von Versicherungsprodukten hinaus. Immer häufiger werden Problemlösungskompetenzen erwartet. Erfolgreiche Makler*innen müssten soziale und Netzwerkqualitäten besitzen, Vertrauenswürdigkeit zeigen und langfristige vertrauensvolle Bindungen aufbauen.⁹⁰ Es gibt Versicherungsvertreter*innen und -makler*innen, die sich am kurzfristigen, schnellen Gewinn orientieren, eine Mehrheit aber wägt den kurzfristigen Vorteil eines Provisionsverdienstes gegen den langfristigen Nutzen stabiler Kundenbeziehungen ab.⁹¹

In der Literatur wurde diskutiert, warum es in vielen Märkten parallel verschiedene Vertriebskanäle wie gebundene Vertreter*innen und Versicherungsmakler*innen gibt. Dafür wurden die Marktunvollkommenheitshypothese und die Produktqualitätshypothese diskutiert.⁹² Die erste Hypothese geht davon aus, dass es gravierende Ineffizienzen in den Märkten gibt, weshalb sich gebundene Vertriebe trotz einer vermuteten höheren Qualität der Makler*innen halten können. Die zweite Hypothese besagt, dass Versicherungsmakler*innen größere Anreize als gebundene Vertriebe haben, ihren Kund*innen bessere Dienstleistungen anzubieten. Mithilfe einer empirischen Erhebung kommen *Eckardt/Räthke-Döppner* zum Schluss, dass ungebundene Vermittler*innen zwar bessere Informationen liefern und erfolgreicher Abschlüsse erreichen, dafür aber gebundene Vermittler*innen mehr Zusatzservices anbieten – eine klar überlegene Leistung der Makler*innen lässt sich nicht feststellen. Bestätigt wird die Produktqualitätshypothese von *Trigo-Gamarrá*, die vor allem eine höhere Servicequalität und komplexere Produktangebote, die über Versicherungsmakler*innen vermittelt werden, nachweist.⁹³

Karau kommt auf dem Weg einer empirischen Untersuchung zu dem Ergebnis, dass die Beratungsqualität eher von persönlichen Fähigkeiten und der Dienstleistungsbereitschaft der Vermittler als von der Vergütung abhängt.⁹⁴ Auf der Basis der Dienstleistungstheorie modelliert er die Beratungsqualität als ein komplexes Konstrukt aus der Potenzialqualität, Prozessqualität und Ergebnisqualität, die von Erwartungen der Kund*innen, deren Wünschen und Bedürfnissen, Erfahrungen und Wahrnehmungen der Qualität moderiert und durch gesetzliche Mindestanforderungen beeinflusst werden.⁹⁵ Ein Indikator der Dimension Potenzialqualität kann der Vertriebsweg oder anders ausgedrückt die verwendete

⁸⁸ Vgl. *Cummins/Doherty* 2006, S. 384

⁸⁹ Vgl. *Cummins/Doherty* 2006, S. 394

⁹⁰ Vgl. *Maas* 2010, S. 16

⁹¹ Vgl. *Beenken/Riedel/Wende* 2014

⁹² Vgl. *Eckardt/Räthke-Döppner* 2010, S. 670

⁹³ Vgl. *Trigo-Gamarrá* 2008, S. 405

⁹⁴ Vgl. *Karau* 2014, S. 229

⁹⁵ Vgl. *Karau* 2014, S. 72

Beratungsgrundlage sein. In den Dimensionen Prozess- und Ergebnisqualität gibt es jedoch kaum erkennbare Unterschiede.

Rein modelltheoretisch betrachtet kann man eine Verbesserung der Beratungsqualität in einem Honorarmarkt anders als in einem Provisionsmarkt nachweisen, so *Höckmayr*. Der Preiswettbewerb zwischen Honorarvermittler*innen könnte zu einer Leistungsdifferenzierung beitragen, die sich in unterschiedlichen Beratungspreisen niederschlägt.⁹⁶ Die europäische Regulierung des Versicherungsvertriebs kann man als „regulatorischen Ansatz zur Anhebung der Beratungsqualität“ interpretieren.⁹⁷ Allerdings bleibt es auch für *Schafstädt* letztlich nur bei einer Vermutung, dass es einen positiven Einfluss durch eine Honorargestaltung auf die Beratungsqualität gibt.⁹⁸

Ein empirischer Ansatz zur Messung von Beratungsqualität ist, den Produktbesitz von Kund*innen zu erheben. Beispielsweise zeigte eine Erhebung, dass Kund*innen, die keine Beratung in Anspruch nehmen, signifikant weniger Vorsorge- und Versicherungsprodukte abgeschlossen haben. Kund*innen, die eine Honorarberatung in Anspruch genommen hatten, wiesen etwas häufiger einen Besitz von Personenversicherungen und solche Kund*innen, die von Provisionsvermittler*innen beraten werden, einen Besitz von Schaden-/Unfallversicherungen auf.⁹⁹ Kritisch zu beurteilen ist zum einen, dass Kund*innen unter „Honorar“ auch die von einigen Provisions-Vertrieben erhobenen Zusatzgebühren für eine (vorgelagerte) Finanzplanung verstanden hatten. Zum anderen lässt der Produktbesitz allein keine Rückschlüsse auf darauf zu, ob mit diesen Produkten die Wünsche und Bedürfnisse der Kund*innen bestmöglich befriedigt wurden. Forschungsökonomisch lässt sich das auch kaum erheben, weil Kund*innen in den seltensten Fällen eine genaue Erinnerung an versicherungstechnische Details ihrer Versicherungsverträge haben dürften und nicht innerhalb angemessener Zeit auch zu ihren Bedürfnissen befragt werden können.

2.5 Forschungsergebnisse zur Wirkung der Provision

Provisionen und ähnlichen Anreizen werden vielfach negative Wirkungen zugeschrieben. Bereits an früherer Stelle wurde die auf Basis einer Desktoprecherche entstandene Studie von *Habschick/Evers* angesprochen, die erhebliche Vermögensschäden durch provisionsinduzierte Falschberatung behauptete.¹⁰⁰

Eine eingängige, theoretische Begründung ist die Anwendung der Prinzipal-Agent-Theorie. Nach dieser beauftragt ein Prinzipal, hier ein*e Kund*in, einen Agenten, hier ein Versicherungsunternehmen, die Risiken des/der Kund*in zu übernehmen. Dabei besteht jedoch eine erhebliche Informationsasymmetrie, die Kund*innen können die Qualität und Preiswürdigkeit der angebotenen Versicherungsverträge nicht hinreichend bewerten. Das könnte zu einem Marktversagen führen, Kund*innen wären systematisch unterversichert.

An dieser Stelle kommen Versicherungsvermittler*innen als zusätzliche Agenten ins Spiel. Sie übernehmen es, für die Kund*innen die Informationsasymmetrien bei der Beschaffung von Versicherungsschutz zu überwinden und für hinreichenden Versicherungsschutz zu sorgen. Allerdings handeln Agenten eigennutzorientiert und könnten ihren Informationsvorsprung missbrauchen, indem sie den Kund*innen nicht die bestgeeigneten Angebote beschaffen. Dieser Eigennutz könnte noch dadurch

⁹⁶ Vgl. Höckmayr 2012, S. 180 ff.

⁹⁷ Höckmayr 2012, S. 203

⁹⁸ Vgl. Schafstädt 2015, S. 262 f.

⁹⁹ Vgl. IMWF 2010, Folie 31

¹⁰⁰ Vgl. Habschick/Evers 2008, S. 9

angeregt werden, dass Versicherungsunternehmen durch Vergütungen die Agenten Versicherungsvermittler*innen anreizen, bei ihrer Tätigkeit das Absatzinteresse der Versicherer dem bestmöglichen Kund*inneninteresse vorzuziehen. Provision stellt damit einen vergütungsinduzierten Interessenkonflikt dar.¹⁰¹

Die Europäische Kommission begründete die Kleinanlegerstrategie unter anderem mit erheblichen Mängeln im Provisionsvertrieb. Dazu ließ sie von Kantar eine empirische Studie anfertigen, die einem Mixed-Methods-Ansatz aus Desktoprecherche, Dokumentenanalysen, Experimenten, Experteninterviews und verdeckten Testkäufen in 15 verschiedenen europäischen Ländermärkten folgte. Danach legen Retail-Kund*innen ihr Geld oft nicht rentierlich genug an, weil ihnen nicht der ganze Finanzmarkt zugänglich ist. Unter anderem kommt die Studie zu dem Schluss, dass Anlageprodukte mit eingerechneter Provision im Durchschnitt 24-26 Prozent teurer seien als solche ohne Zuwendungen.¹⁰² Die Studie musste nach Erscheinen korrigiert werden, in der Ursprungsfassung war sogar von 33 Prozent höheren Kosten die Rede, es habe aber einen nicht näher spezifizierten Rechenfehler gegeben.¹⁰³ Tatsächlich wurden dabei nur ausgewählte Investmentfonds und explizit keine Versicherungsanlageprodukte betrachtet¹⁰⁴. Die Aussage war zudem banal, denn dass die Externalisierung von Beratungskosten die beratenen Produkte günstiger macht, liegt in der Natur der Sache. Es wurde jedoch nicht weiter untersucht, wie der Vergleich von Brutto-Produkten mit Nettoprodukten unter Berücksichtigung externalisierter Beratungskosten (Honorare) ausfallen würde. Auch zur Auswahl der Stichprobe der verglichenen Anlagen und der Interpretation von deren Kosteninformationen gibt es Kritik.¹⁰⁵

Es gibt aber auch andere, empirische Ergebnisse, die der Kritik auch positive Aspekte der Provision gegenüberstellen. So zeigte beispielsweise eine Kundenbefragung, dass Kund*innen sich mehrheitlich der Tatsache bewusst sind, dass ihre Versicherungsverträge Provisionen enthalten. Zudem überschätzten sie den Provisionsanteil an der Versicherungsprämie teilweise deutlich. Umgekehrt gaben die Befragten an, dass sie mehrheitlich ihre Kaufentscheidung nicht revidieren würden, selbst wenn sie wüssten, dass die in die Prämie einkalkulierte Provision zu hoch sei.¹⁰⁶

Eine weitere, empirische Studie untersuchte mittels einer Kundenbefragung die „Trennhypothese“, nach der die Beratung zu und das Angebot von Finanzdienstleistungen getrennt werden sollten. Es konnten keine signifikanten Unterschiede in der Zufriedenheit der Kund*innen mit den Leistungen ihrer Vermittler*innen verschiedener Finanzdienstleistungen wie Versicherungen, Bausparverträgen und Anlagen abhängig von deren Vergütungsform festgestellt werden. Deutlich schlechter bewertet wurden die Beschaffung von Produkten über den Arbeitgeber oder über das Internet. Wer auf Beratung verzichtete oder sich von Verbraucherzentralen beraten ließ, wies auffallend oft kein Finanzprodukt und insgesamt ein unausgewogenes, versicherungslastiges Portfolio auf. Es konnte damit nicht belegt werden, dass Honorarberatungen zu besseren Ergebnissen führen als Provisionsvermittlungen.¹⁰⁷

2.6 Forschungsergebnisse zu alternativen Vergütungsmodellen

Ob ein Wechsel des Vergütungsregimes vom Provisions- zum Honorarvertrieb mehr Vor- oder Nachteile bringt, ist ebenfalls verschiedentlich untersucht worden. Aus informationstheoretischer Sicht

¹⁰¹ Vgl. Schafstädt 2015, S. 233 ff.

¹⁰² Vgl. Europäische Kommission 2023, S. 25

¹⁰³ Vgl. Ruß/Kling/Seyboth 2023, S. 12

¹⁰⁴ Vgl. Europäische Kommission 2023, S. 180 f.

¹⁰⁵ Vgl. Ruß/Kling/Seyboth 2023, S. 13 ff.

¹⁰⁶ Vgl. Beenken 2014, S. 49 ff.

¹⁰⁷ Vgl. Beenken/Heuser 2021, S. 7 ff.

können Honorarvereinbarungen Fehlanreize für Überversicherungen vermeiden und „die Erzielung eines Deckungsbeitrags für die erbrachte Informationsleistung (Versicherungsberatung)“ fördern. Allerdings können Pauschalhonorare umgekehrt einen Anreiz zur Begrenzung des Anreizes zur bestmöglichen Leistung setzen. *Traub* plädierte daher für erfolgsabhängige (Vermittlungs-) Honorare.¹⁰⁸

Wenn es keine klaren Regeln beim Regimewechsel gibt, kann es zu Gewinnmaximierungen wie einem gleichzeitigen Einsatz von Honoraren und Provision kommen.¹⁰⁹ Diese von *Umhau* 2003 geäußerte Sorge ist nicht unberechtigt, tatsächlich verlangen viele Versicherungsmakler*innen sogenannte Servicegebühren zusätzlich zu Provisionen.¹¹⁰

Focht zeigte mittels spieltheoretischer Modellierung, dass ein Wechsel zum Honorarmarkt durch Provisionsverbot Wohlfahrtsverluste nach sich ziehen kann. Denn schlechter über ihre Risiken informierte Kund*innen könnten auf eine notwendige Absicherung verzichten, wenn sie dafür separat bezahlen müssen.¹¹¹ Ähnlich argumentiert *Schiller* und spricht sich gegen Provisionsverbote, aber für eine Aufhebung des Provisionsabgabeverbots aus, um den Honorarvertrieb flexibler gestalten zu können.¹¹²

Aus rechtswissenschaftlicher Sicht sieht *Icha* die Honorargestaltung als Möglichkeit, Kostentransparenz herzustellen und Interessenkonflikte zu vermeiden. Allerdings sollte der Gesetzgeber den Begriff der Nettopolice legaldefinieren, um Benachteiligungen von Honorarvermittler*innen gegenüber Provisionsvermittler*innen zu vermeiden, falls Versicherer zu wenige Kosten herausrechnen.¹¹³

Kurz nach der Finanzkrise wurden verschiedene empirische Studien zur Honorarberatung vorgelegt. Zum Teil wurde eine große, mehrheitliche Bereitschaft in der Bevölkerung festgestellt, separate Honorare für eine unabhängige Beratung beim Erwerb von Finanzanlagen und Versicherungsanlagen zu akzeptieren.¹¹⁴ Zum Teil wurde das glatte Gegenteil von zum Beispiel einem Anteil von nur 15 Prozent ermittelt. Als wesentliches Hindernis wurde dabei eine generelle Ablehnung genannt, für eine Finanzberatung zu bezahlen. Offenbar war die Bereitschaft bei den wenigen Teilnehmenden mit eigener Erfahrung in separaten Gebührenmodellen höher.¹¹⁵

Zudem wurde zumeist eine Zahlungsbereitschaft festgestellt, die nicht ausreicht, um eine betriebswirtschaftlich auskömmliche Anlage- oder Altersvorsorgeberatung zu finanzieren.¹¹⁶ Die Bandbreiten der ermittelten Zahlungsbereitschaften sind jedoch je nach Studie enorm. Sie schwankten zwischen unter 50 Euro bis zu mehreren 100 Euro für ein Pauschalhonorar für eine Anlage- oder Altersvorsorgeberatung oder ermittelten Stundenhonorare, die ebenfalls weit unter denjenigen lagen, die zu der Zeit der Durchführung der Studien beispielsweise als Stundensatz in Werkstätten oder erst recht an Stundenhonoraren von Rechtsanwälten zu zahlen waren.¹¹⁷

In einer Studie wurde zudem eine große Bereitschaft der Anlageberater*innen und Versicherungsvermittler*innen – mutmaßlich schwerpunktmäßig Makler*innen – festgestellt, Honorarmodelle anzuwenden. Rund vier von zehn Teilnehmenden wiesen zu diesem Zeitpunkt bereits Erfahrungen mit Honoraren oder Servicegebühren auf, allerdings zumeist als Zusatzeinnahme zu Provisionen. Der Rest war zu zwei Dritteln grundsätzlich bereit, solche Honorarmodelle einzuführen. Als Haupthindernis für eine

¹⁰⁸ Vgl. Traub 1995, S. 155

¹⁰⁹ Vgl. Umhau 2003, S. 72 ff.

¹¹⁰ Vgl. Evers/Stallbaum 2018

¹¹¹ Vgl. Focht 2009, S. 145 f.

¹¹² Vgl. Schiller 2010, S. 128

¹¹³ Vgl. Icha 2014, S. 546

¹¹⁴ Vgl. Honorarkonzept/MC4MS/Universität Mainz 2009, Folie 37

¹¹⁵ Vgl. IMWF 2010, Folie 32

¹¹⁶ Vgl. Honorarkonzept/MC4MS/Universität Mainz 2009, Folien 43 ff.

¹¹⁷ Vgl. Überblick bei Schafstädt 2015, S. 27 ff.

Einführung oder sogar eine Umstellung auf eine Honorartätigkeit wurde eine mangelnde Zahlungsbereitschaft der Kund*innen für betriebswirtschaftlich auskömmliche Honorare angegeben.¹¹⁸

Die vorgenannten empirischen Studien dürften alle stark von der Finanzkrise geprägt gewesen sein, sodass sich die Frage stellt, ob die heutige Haltung in der Bevölkerung damit noch zutreffend wiedergegeben wird.

Eine etwas jüngere, wissenschaftliche Studie kam mit einem Mixed-Methods-Ansatz aus Experteninterviews und Live-Experimenten am Computer allerdings mit Studierenden zu den Ergebnissen, dass die Grundhaltung zur Honorarzahung grundsätzlich positiv ist. Die Risikoeinstellung sowie die Beurteilung der Unabhängigkeit und der direkten Vergütung waren als Einflussfaktoren einer Kaufentscheidung nachzuweisen, nicht dagegen das Produktinvolvement und das Produktwissen. Im Median wurde eine Zahlungsbereitschaft von 41 Euro pro Stunde oder von 134 Euro pauschal für eine Altersvorsorgeberatung festgestellt.¹¹⁹

Es wurden zwei Experimente durchgeführt. In einem ersten mit 67 Proband*innen sollte eine Entscheidung über die Anlage eines fiktiv vorhandenen Startgeldes in eine Altersvorsorge mit fester Ablaufleistung, aber wahlweisen Modellen mit einer laufend einkalkulierten oder ohne eine Provision getroffen werden. Zum Nettotarif sollte eine Zahlungsbereitschaft eines einmaligen Honorars innerhalb einer vorgegebenen Bandbreite angegeben werden. Als Risikofaktor wurde die Wahrscheinlichkeit des Eintritts einer Arbeitslosigkeit mit der Folge einer vorzeitigen Vertragskündigung angegeben, bei der zwar die einkalkulierte Provision mit entfallen würde, nicht aber das gezahlte Honorar. Ergebnis war eine Zahlungsbereitschaft des Honorars von rund 22 Prozent unterhalb des nominalen Betrags der einkalkulierten Provisionen, was als nicht rational bezeichnet wurde¹²⁰, eigentlich aber durchaus berücksichtigt, dass ein Nominalvergleich „Honorar heute“ und „Provision in künftigen Raten“ finanzmathematisch nicht korrekt ist.

Im zweiten Experiment mit 551 Studierenden wurde die Wahl für eine Honorarzahung durch zwei Faktoren beeinflusst, zum einen durch die Glaubwürdigkeit einer Information über die Honorarberatung, indem einem Teil der Proband*innen als Quelle das damalige Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) angegeben wurde, einem anderen Teil keine Quelle. Zudem wurde die Tonalität dieser Information variiert, zum einen positiv pro Honorarberatung und zum anderen neutral. Nur die Tonalität zeigte einen signifikanten Einfluss auf die Entscheidung.¹²¹

In einer länderübergreifenden Studie wurden Kund*innen aus Deutschland sowie aus zwei Ländermärkten mit Provisionsverboten befragt, Niederlande und Großbritannien. Dabei zeigte sich, dass die Rahmenbedingungen für die Altersvorsorge bereits sehr unterschiedlich sind. In Deutschland ist weitaus mehr eigenverantwortliche Vorsorge notwendig, insbesondere für Geringverdienende, weil betriebliche Altersversorgungssysteme weitaus weniger verbreitet sind und weniger rentierliche Anlagen betreiben. Dadurch sind die Auswirkungen der Provisionsregulierung in den Niederlanden und Großbritannien weitaus geringer, als es für Deutschland zu erwarten wäre.¹²² Die Provisionsverbote haben nicht zu einer generell positiveren Haltung gegenüber Honoraren geführt, Beratung gegen Honorar bleibt besserverdienenden Kundenklientelen vorbehalten.¹²³

¹¹⁸ Vgl. European Business School 2009, S. 14 f.

¹¹⁹ Vgl. Bender 2013, S. 126 ff.

¹²⁰ Vgl. Bender 2013, S. 143 ff.

¹²¹ Vgl. Bender 2013, S. 166 ff.

¹²² Vgl. Assekurata 2016, S. 12 f.

¹²³ Vgl. Assekurata 2016, S. 15

2.6 Relevante Forschungslücke und Forschungshypothesen

Die Sichtung der Literatur und Studien zeigt, dass es möglicherweise ein Interesse der Kund*innen an Honorarmodellen alternativ zum Provisionsvertrieb gibt, um eine mutmaßlich unabhängigere Beratung durch Vermeidung des vergütungsinduzierten Interessenkonflikts zu erhalten. Gleichzeitig ist die Zahlungsbereitschaft früheren Studien zufolge zu gering gewesen, um eine wirtschaftlich auskömmliche Finanzierung der Leistung bei einer Anlage- oder Versicherungsanlageberatung zu leisten, insbesondere in dem komplexen Fall einer Altersvorsorgeberatung. Allerdings beruhen diese Angaben zu meist auf Befragungen, bei denen die Befragten nicht auf eigene Erfahrungen mit Honorargestaltungen zurückgreifen konnten, oder auf Experimenten mit Studierenden, die nicht repräsentativ für die Grundgesamtheit der Entscheider*innen über Altersvorsorgeverträge sind.

Passend zur Forschungsfrage für diese Studie

F1: Erleichtert die Externalisierung von Beratungs- und Vermittlungskosten die Entscheidung für ein Versicherungsanlageprodukt?

und den daraus abgeleitete Teilforschungsfragen werden Forschungshypothesen formuliert, die im Rahmen einer quantitativen Forschung beantwortet werden sollen. Zur Teilforschungsfrage

F1.1: Gibt es eine grundsätzliche Akzeptanz von externalisierten Vergütungen für Beratung und Vermittlung von Versicherungsanlageprodukten?

werden nachfolgende Forschungshypothesen H1 und H2 aufgestellt.

H1: Kund*innen haben eine stabile Präferenz für eine Rentenversicherung unabhängig von der Darstellung des Angebots.

Mittels einer Kontrollgruppe soll festgestellt werden, welche Präferenz für eine Rentenversicherung besteht, und ob diese unabhängig von der Darstellung des Angebots entweder nur als ein Bruttotarifangebot oder aber in den Varianten Brutto- und Nettotarif stabil ist.

H2: Kund*innen entscheiden sich für einen Nettotarif mit separater Vergütung für Beratung und Vermittlung, wenn sie einen Preisvorteil gegenüber dem Bruttotarif erkennen.

Empirisch zeigt sich, dass die Nachfrage nach Nettotarifen, die für den Vertrieb mit Honorarmodellen benötigt werden, sehr gering ist.¹²⁴ Einige Studien deuten darauf hin, dass es einen grundsätzlichen Widerstand geben könnte, separate Vergütungen für die Beratung und Vermittlung zu zahlen.¹²⁵ Auch aus wirtschafts- und rechtswissenschaftlicher Sicht gibt es Zweifel, ob schon die Tatsache eines Honorars an sich einen Teil der Kund*innen davon abhält, eine Beratung nachzufragen und dadurch eine Unterversorgung mit Altersvorsorgeberatung entstehen kann.¹²⁶

Zur Teilforschungsfrage

F1.2: Vergleichen Kund*innen rational den Nettotarif plus separierte Vergütung mit dem Bruttotarif, oder unterliegen sie dabei einem Bias?

wird nachfolgende, weitere Forschungshypothese aufgestellt.

¹²⁴ Vgl. Beenken/Schradin 2021, S. 26

¹²⁵ Vgl. IMWF 2010, Folie 32

¹²⁶ Vgl. Focht 2009, S. 145 f.; Schafstädt 2015, S. 216 f., 254 f.

H3: Kund*innen können beim Vergleich der Vorteilhaftigkeit einer separaten Vergütung für Beratung und Vermittlung eines Nettotarifs mit einem Bruttotarif nicht die Zeitinkonsistenz bewerten und entscheiden deshalb auf Basis eines Nominalvergleichs.

Das Finanzwissen in der europäischen Bevölkerung gilt als zu gering, um kompetente Finanzentscheidungen treffen zu können.¹²⁷ Für Deutschland stellt die OECD fest, dass die finanzielle Allgemeinbildung besser ist als im weltweiten Vergleich. 85 Prozent der Erwachsenen erreichen beim Finanzwissen das Mindestkompetenzniveau, Schwierigkeiten haben viele allerdings mit den Themen Zinseszins und Risikostreuung.¹²⁸ Beim Finanzverhalten werden 73 Prozent der möglichen Punktzahlen erreicht. Als bedenklich eingeordnet wird, dass sich nur 60 Prozent langfristige finanzielle Ziele setzen, nur 35 Prozent Angebotsvergleiche bei Finanzprodukten durchführen und 37 Prozent auf eine unabhängige Finanzberatung setzen. Das könne sich „negativ auf die langfristige Vermögensbildung und die Ruhestandsplanung auswirken“.¹²⁹ Kritisch sei auch die Einstellung zum langfristigen Sparen, denn nur 45 Prozent der Erwachsenen würden nicht der Aussage zustimmen, dass sie ihr Geld lieber ausgeben statt für später zu sparen und nur 57 Prozent würden der Aussage widersprechen, sie würden nur für den Augenblick leben und nicht an später denken.¹³⁰

Vor diesem Hintergrund ist es vorstellbar, dass viele Kund*innen damit überfordert sind, die Vorteilhaftigkeit einer separaten Vergütung zum Nettotarif gegenüber einem Bruttotarif mit eingerechneter Provision zu bewerten, vor allem, wenn es dabei zu einem größeren Zeitabstand zwischen der Fälligkeit des Beratungshonorars (bei Vertragsschluss) und dem Nutzen aus dem Nettotarif (über die Laufzeit bei einer aufgeschobenen Lebensversicherung) kommt. Es ist denkbar, dass sie einen Nominalvergleich anstellen und sich für ein Honorar entscheiden, wenn dieses jedenfalls nicht höher als der nominal summierte Prämienvorteil des Nettotarifs ist. Nicht selten wurde dies ausgenutzt, um überhöhte Vergütungen durchzusetzen.¹³¹ Dabei muss zusätzlich beachtet werden, dass ein separates Honorar nicht dem Schicksalsteilungsgrundsatz unterliegt, also – je nach freier vertraglicher Vereinbarung – oft nicht zurückzuzahlen ist, wenn der Versicherungsvertrag vorzeitig beendet wird.¹³² Demgegenüber kann ein Vorteil in einem Transparenzgewinn und dem Wegfall des Interessenkonflikts des Beratenden bestehen.¹³³

¹²⁷ Vgl. Europäische Kommission 2023, S. 2; Evers/Habschick 2008, S. 95 mit weiteren Literaturverweisen

¹²⁸ Vgl. OECD 2024, S. 19

¹²⁹ OECD 2024, S. 21

¹³⁰ Vgl. OECD 2024, S. 22

¹³¹ Vgl. Beenken/Schiller 2015, S. 530

¹³² Vgl. Icha 2014, S. 438 f.

¹³³ Vgl. Icha 2014, S. 546

Zur Teilforschungsfrage

F1.2: Akzeptieren Kund*innen eine separierte Vergütung für Beratung und Vermittlung leichter, wenn sie am Zeitaufwand anstatt am Anlagevolumen ausgerichtet wird?

wird nachfolgende, weitere Forschungshypothese aufgestellt.

H4: Kund*innen entscheiden sich signifikant häufiger für eine separierte Vergütung für Beratung und Vermittlung zu Nettopolicen, wenn diese zeitaufwandsabhängig berechnet wird.

Insbesondere Verbraucherschutzverbände argumentieren, dass im Provisionsvertrieb die Produkte nach der höchstmöglichen Provision ausgesucht würden und dadurch den Kund*innen Schaden entstehe.¹³⁴ Falls diese Annahme stimmt, müsste es im Umkehrschluss für Kund*innen günstiger werden, wenn sie nur den tatsächlichen Aufwand bezahlen müssen. Welcher Aufwand entsteht, ist jedoch im Provisionsvertrieb für die Kund*innen naturgemäß nicht relevant und daher auch kein Bewertungskriterium. Dagegen müsste es sie im Honorarvertrieb besonders interessieren und die Entscheidung erleichtern, wenn sie den in Rechnung gestellten Aufwand offengelegt und beziffert bekommen.

¹³⁴ Vgl. VZBV 2023, S. 5; Evers/Jung 2008, S. 12

3. Methodik der Untersuchung

Im Auftrag der Fachhochschule Dortmund führte das Kölner Marktforschungsinstitut Heute und Morgen GmbH ein Onlineexperiment durch. Genutzt wurde das Payback-Verbraucherpanel, das nach Angaben von Heute und Morgen mehr als 120.000 Panelteilnehmer*innen enthält, die aktiv rekrutiert werden und sich nicht selbst anmelden können. Dadurch sei eine höhere Qualität gewährleistet.

Das Onlineexperiment erfolgte Mitte Februar 2025. Die Bearbeitungszeit des Onlineexperiments betrug im Durchschnitt sieben Minuten (arithmetisches Mittel) bzw. sechs Minuten (Median).

Die Grundgesamtheit für diese Befragung war die deutsche Bevölkerung im Alter zwischen 25 und 55 Jahren. Teilnahmebedingung war zudem, dass sich die Teilnehmer*innen grundsätzlich vorstellen können, eine zusätzliche Altersvorsorge mittels einer Rentenversicherung vorzunehmen. Die Teilnahme wurde zur Erreichung einer Bevölkerungsrepräsentativität nach den Kriterien Alter und Geschlecht quotiert. Insgesamt wurden 2.034 Personen einbezogen.

Die Proband*innen wurden auf sechs Experimentalgruppen verteilt. Auch hierbei wurde auf eine ähnliche Verteilung hinsichtlich Alter und Geschlecht sowie Einkommen und grundsätzlicher Abschlussbereitschaft einer Rentenversicherung geachtet. Dadurch konnten zwei Experimente mit jeweils drei Varianten durchgeführt werden. Zuzüglich einer Kontrollgruppe ergab sich somit eine Verteilung auf sieben Gruppen.

Gruppe	Alternative zum Bruttoprodukt
1 Kontrollgruppe	Keine Alternative
Experiment 1: Nettoprodukt plus erfolgsabhängiges Einmalhonorar versus Bruttoprodukt	
2	Nettoprodukt, 500 Euro Honorar
3	Nettoprodukt, 900 Euro Honorar
4	Nettoprodukt, 1.300 Euro Honorar
Experiment 2: Nettoprodukt plus aufwandsabhängiges Einmalhonorar versus Bruttoprodukt	
5	Nettoprodukt, 4 Stunden à 105 Euro + 19% MWSt. ≈ 500 Euro
6	Nettoprodukt, 6 Stunden à 126 Euro + 19% MWSt. ≈ 900 Euro
7	Nettoprodukt, 8 Stunden à 137 Euro + 19% MWSt. ≈ 1.300 Euro

Tabelle 3: Experimentalgruppen und Kontrollgruppe des Onlineexperiments

Die Proband*innen erhielten zunächst eine Vorinformation: „„Bitte stellen Sie sich nun vor, Sie hätten 100 Euro im Monat übrig und überlegen, diese 100 Euro für Ihre Altersvorsorge zu sparen. Sie haben ein Beratungsgespräch vereinbart, in dem Ihnen ein Angebot für eine Rentenversicherung vorgestellt wird. Dabei wird Ihr Geld angelegt und später werden Sie eine Rente erhalten.“

Anschließend wurde ihnen ein mit Künstlicher Intelligenz (KI)¹³⁵ erzeugtes Video vorgespielt. In diesem Video erläuterte ein Avatar zunächst, dass er die Proband*in zu einer Rentenversicherung berät. Als Vorteilsargumentation wurde auf die lebenslängliche Rentenleistung verwiesen, wodurch sich die Rentenversicherung von anderen Kapitalanlagen unterscheidet. Folgende Informationen erhielten die Proband*innen:

- Es werden 20 Jahre lang 100 Euro im Monat eingezahlt.
- Es wird von einer Wertsteigerung von 6 Prozent pro Jahr ausgegangen.
- In 20 Jahren werde so ein Kapital von 35.000 Euro erreicht, aus dem die nicht näher bezifferte Rentenleistung berechnet werde.

¹³⁵ Verwendet wurde das System HeyGen (<https://app.heygen.com/>).

Die Kontrollgruppe erhielt nur diese Information und wurde anschließend in den Fragebogen zurückgeleitet, um die Kaufentscheidung zu treffen.

In **Experiment 1** wurden zwei Modelle vorgestellt:

- Modell 1: Bruttotarif, das heißt, alle Kosten für Beratung und Vermittlung sind im Monatsbeitrag von 100 Euro enthalten.
- Modell 2: Nettotarif, das heißt, es sind keine Kosten für Beratung und Vermittlung im Beitrag enthalten. Diese Kosten werden stattdessen zusätzlich in Rechnung gestellt.

Die Proband*innen erhielten sodann die Information, dass in Modell 2 nur 95 Euro Monatsbeitrag zu leisten seien, was über 20 Jahre einer Ersparnis von 1.200 Euro an Beiträgen entspreche. Die Ablaufleistung sei mit 35.000 Euro dieselbe wie in Modell 1. Anschließend wurden in drei unterschiedlichen Experimentalgruppen wahlweise die einmalig zu zahlenden Honorare von 500, 900 oder 1.300 Euro genannt.

Das **Experiment 2** war gleich aufgebaut, mit dem Unterschied, dass dieselben Honorare mit einer Begründung verbunden wurden, wie viele Stunden Aufwand die Beratung und Vermittlung ausmachen, und welchen Stundensatz zuzüglich Mehrwertsteuer die Proband*innen zu zahlen hätten. Mit leichten Rundungen, um die Proband*innen nicht durch ungerade Zahlen zu verwirren, wurden so dieselben Honorare in drei verschiedenen Experimentalgruppen von 500, 900 oder 1.300 Euro genannt.

Hinter den Zahlen stehen folgende Annahmen:

- Die Wertsteigerung von 6 Prozent reduziert sich um einen Effektivkostenabzug (Reduction in Yield), in dem die kalkulatorischen Kosten der Lebensversicherung und die Fondskosten berücksichtigt sind.
- Der Effektivkostenabzug wurde im Bruttoprodukt mit 2,5 Prozent angesetzt, sodass 3,5 Prozent Effektivverzinsung übrigbleiben.
- Der Effektivkostenabzug wurde im Nettoprodukt mit 2,0 Prozent angesetzt, sodass 4,0 Prozent Effektivverzinsung übrigbleiben. Der geringere Kostenabzug von 0,5 Prozentpunkten entspricht der typischen Provisionsbelastung einer Lebensversicherung.

Durch die unterschiedlichen Effektivverzinsungen ergibt sich- gerundet – dasselbe Endkapital aus dem Bruttovertrag mit 100 Euro Monatsbeitrag wie dem Nettovertrag mit 95 Euro Monatsbeitrag. Die nominale Ersparnis an Beitragssumme beträgt 1.200 Euro.

Werte	Bruttoprodukt		Nettoprodukt	Beitragsersparnis Nettoprodukt
Monatsbeitrag	100 Euro		95 Euro	5 Euro
Effektivverzinsung	3,5%		4,0%	3,5%
Dauer	240 Monate		240 Monate	240 Monate
Beitragssumme nominal	24.000 Euro		22.800 Euro	1.200 Euro
Endkapital (exakt)	34.575,60 Euro		34.678,12 Euro	
Endkapital (gerundet)	35.000 Euro		35.000 Euro	
Barwert Beitragsersparnis				866,42 Euro
Honorar	Nominal	Entspricht einer Provision von:		Beitragsersparnis ./. Honorar =
Version 1	500 Euro	20,8‰		366,42 Euro
Version 2	900 Euro	37,5‰		-33,58 Euro
Version 3	1.300 Euro	54,2‰		-433,58 Euro

Tabella 4: Zahlenvergleich Brutto- und Nettotarif mit Honorar

Modell 1

- ✓ 20 Jahre
- ✓ 100 Euro monatlich
- ✓ 6% jährliche Wertsteigerung



Abbildung 1: Screenshot 1 Avatar-Beratung

Modell 1

- ✓ 20 Jahre
- ✓ 100 Euro monatlich
- ✓ 6% jährliche Wertsteigerung
- ✓ 35.000 Euro Ergebnis



Abbildung 2: Screenshot 2 Avatar-Beratung

Modell 2

- ✓ 95 Euro monatlich
- ✓ 1.200 Euro Ersparnis gesamt
- ✓ 35.000 Euro



Abbildung 3: Screenshot 3 Avatar-Beratung

Modell 2

- ✓ Honorar 1.300 Euro



Abbildung 4: Screenshot 4 Avatar-Beratung

Vergleichen die Proband*innen Nominalwerte miteinander, würde die Beitragsersparnis im Nettotarif von 1.200 Euro sowohl das Honorar 1 von 500 Euro als auch das Honorar 2 von 900 Euro rechtfertigen. Honorar 3 mit 1.300 Euro wäre knapp teurer und dürfte selbst im Nominalvergleich nicht gewählt werden.

Der Barwert der nominal 1.200 Euro Beitragsersparnis beträgt jedoch unter der Prämisse, dass diese 5 Euro monatlicher Ersparnis zusätzlich in einem Bruttovertrag mit effektiv 3,5 Prozent Zins angelegt werden könnten, tatsächlich nur 866,42 Euro. Daran gemessen erscheint nur das Honorar 1 mit 500 Euro deutlich günstiger, das Honorar 2 mit 900 Euro – gerundet – gleichwertig und Honorar 3 mit 1.300 Euro deutlich teurer.

Anders ausgedrückt, entspricht in einem klassischen Bruttotarif mit hier 24.000 Euro Beitragssumme Honorar 1 mit 500 Euro einer Provision von 20,8 Promille der Beitragssumme. Das liegt unterhalb der marktdurchschnittlichen Abschlussprovision für Ausschließlichkeitsvertreter. Honorar 2 mit 900 Euro entspricht einer Provision von 37,5 Promille der Beitragssumme, das ist etwas mehr als marktüblich Mehrfachvertreter*innen und Versicherungsmakler*innen gezahlt wird.¹³⁶ Honorar 3 mit 1.300 Euro entspricht einer Provision von 54,2 Promille der Beitragssumme, in dieser Größenordnung dürften die Provisionen von Maklerpools¹³⁷ und größeren Finanz- und Strukturvertrieben liegen.

Am Ende des jeweiligen Videos wurden die Proband*innen zurück in den Fragebogen geleitet. Es folgte hier die Entscheidungsfrage, ob sie

- das Angebot annehmen (Kontrollgruppe),
- Modell 1 oder Modell 2 oder keines der beiden Modelle annehmen (Experimentalgruppen).

Um besser zu verstehen, nach welchen Kriterien diese Entscheidung gefällt wurde, wurden Fragen ergänzt:

- Attraktivität der Rentenversicherung zum Bruttotarif versus zum Nettotarif mit separater Vergütung als semantisches Differenzial mit zwei Endpolen,
- Ob ein Vergleich des Honorars mit der Beitragsersparnis vorgenommen wurde, als nominalskalierte Abfrage,
- Einschätzung der Angemessenheit der genannten Honorare, als ordinalskalierte Abfrage.

Zusätzlich wurden diverse soziodemografische und -ökonomische Merkmale der Proband*innen erfragt.

¹³⁶ Vgl. Beenken/Radtke 2017, S. 18

¹³⁷ Als Kombination aus der Abschlussprovision der kooperierenden Versicherungsmakler*innen und der Superprovision des Maklerpools, der das Geschäft einzelner, kleinerer Versicherungsmakler*innen bündelt.

4. Stichprobenbeschreibung

4.1 Soziodemografische Merkmale der Stichprobe

Die Proband*innen sind im Mittel 41 Jahre alt. Die Altersgruppe 46 bis 55 Jahre ist mit 37 Prozent Anteil relativ am stärksten vertreten, gefolgt von der jüngsten Altersgruppe 25 bis 35 Jahre mit 33 Prozent und der mittleren Altersgruppe 36 bis 45 Jahre mit 30 Prozent. Die Verteilung ist ähnlich derjenigen in der Gesamtbevölkerung mit Stand 2022.¹³⁸

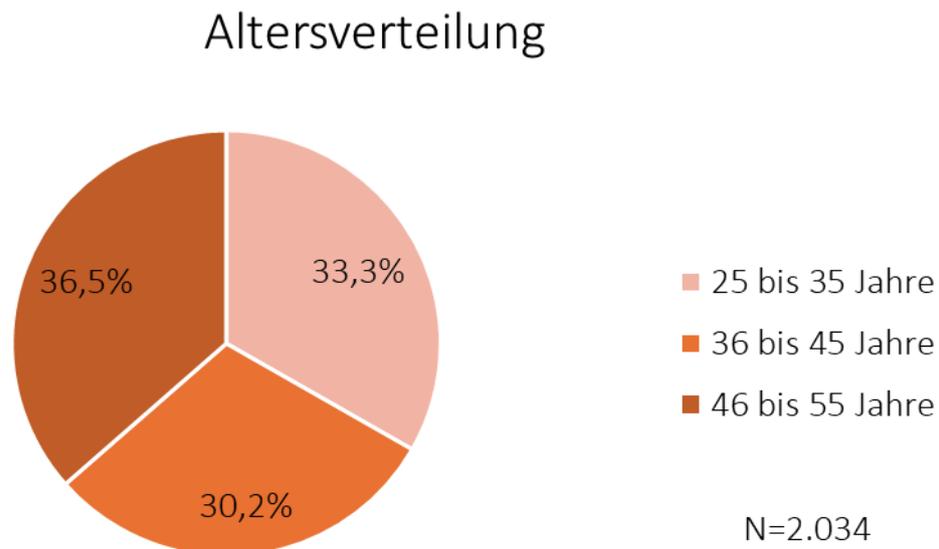


Abbildung 5: Stichprobenbeschreibung - Altersverteilung

Die Umfrageteilnehmer*innen verteilen sich zu knapp über 50 Prozent auf Frauen und knapp unter 50 Prozent auf Männer, Diverse nehmen einen kleinen Anteil von 0,2 Prozent ein. Die Geschlechtsverteilung ist ähnlich derjenigen der bundesdeutschen Bevölkerung.¹³⁹

¹³⁸ Vgl. Demografieportal 2022, die Gruppen 25 bis 35 Jahre sind dort mit 35 Prozent, 36 bis 45 Jahre mit 32 Prozent und 46 bis 55 Jahre mit 33 Prozent der Gesamtbevölkerung im Alter zwischen 25 und 55 Jahre vertreten.

¹³⁹ Vgl. Statistisches Bundesamt: Bevölkerung nach Nationalität und Geschlecht, Stand 20.6.2023 (<https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/Tabellen/liste-zensus-geschlecht-staatsangehoerigkeit.html#616584>)

Geschlecht

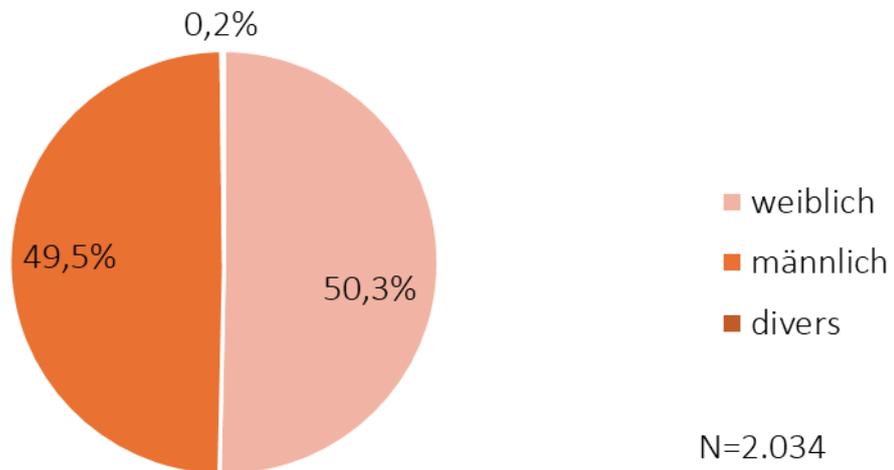


Abbildung 6: Stichprobenbeschreibung - Geschlechtsverteilung

Nur in einem Fall wurde angegeben, über keinen Schulabschluss zu verfügen. Knapp fünf Prozent haben einen Volks- oder Hauptschulabschluss und 27 Prozent die mittlere Reife. Rund 19 Prozent verfügen über die Fachhochschul- und 49 Prozent über die allgemeine Hochschulreife. Diese Verteilung weicht deutlich von derjenigen in der Gesamtbevölkerung zugunsten höherer Schulabschlüsse ab. In der Gesamtbevölkerung lag der Anteil der Personen mit Fachhochschul- oder Hochschulreife 2019 bei 33,5 Prozent, allerdings steigt er kontinuierlich an.¹⁴⁰

Höchster Schulabschluss

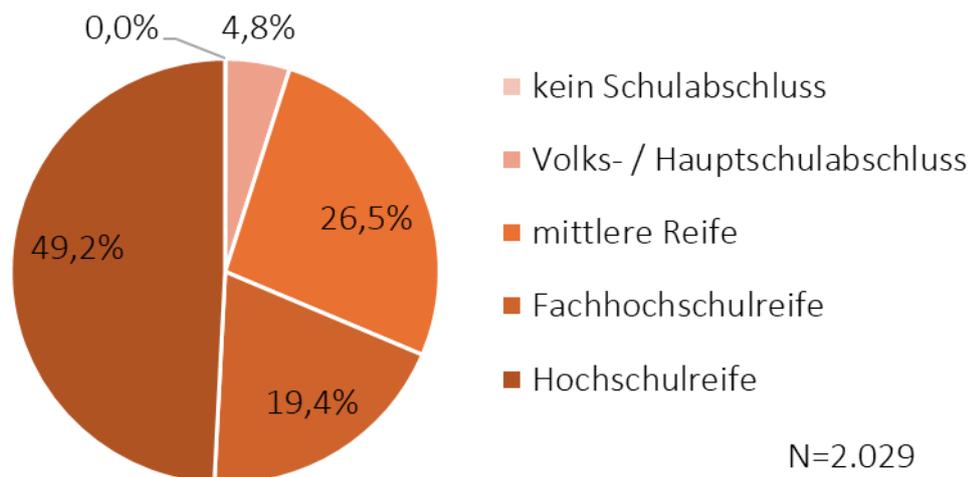


Abbildung 7: Stichprobenbeschreibung – Höchster Schulabschluss

¹⁴⁰ Vgl. Statistisches Bundesamt: Bevölkerung nach Bildungsabschluss in Deutschland, Stand 2019, <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Bildungsstand/Tabellen/bildungsabschluss.html>

Die größte Teilnehmergruppe stammt aus dem bevölkerungsreichsten Bundesland Nordrhein-Westfalen mit rund 24 Prozent, gefolgt von Baden-Württemberg mit knapp 13 Prozent und Bayern mit gut zwölf Prozent.

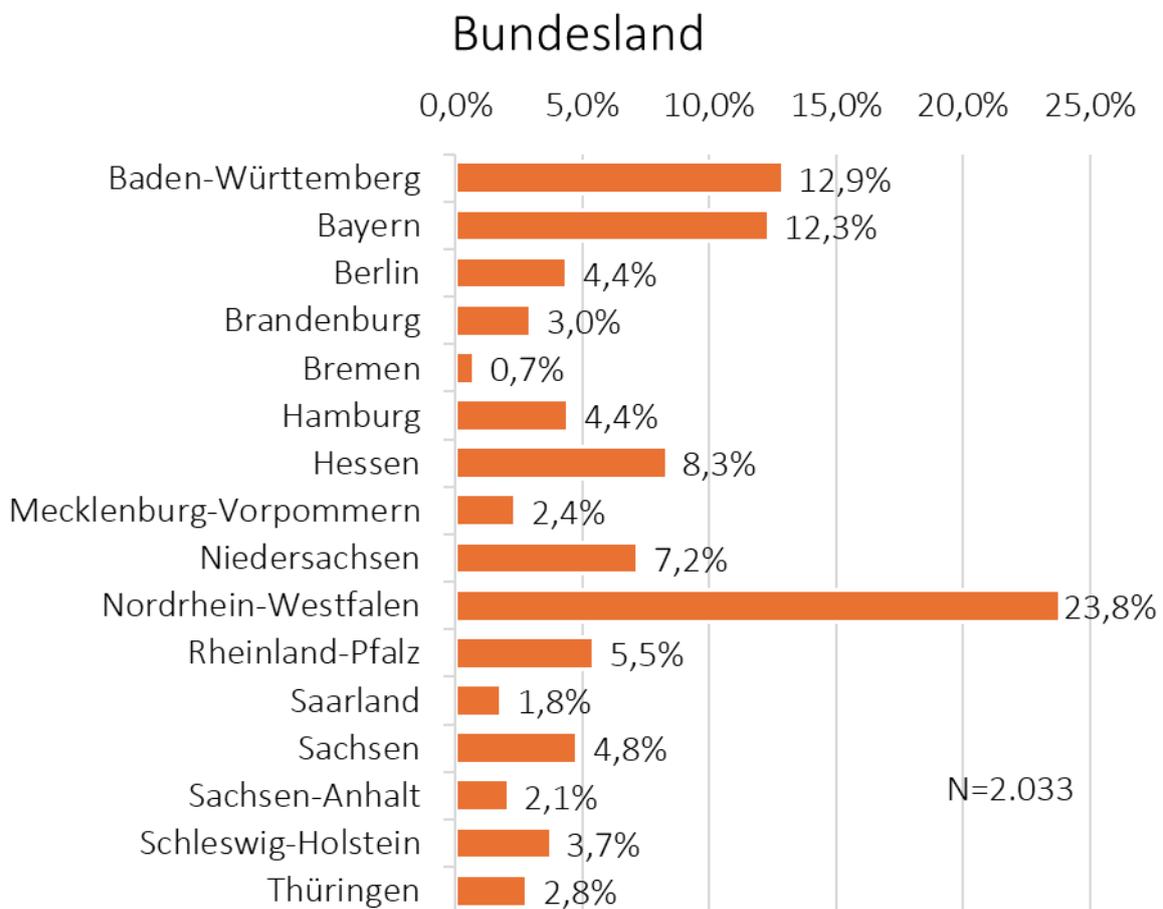


Abbildung 8: Stichprobenbeschreibung – Bundesland

Gut ein Viertel der Proband*innen gibt an, ländlich zu wohnen. 38 Prozent leben in einer Kleinstadt und 36 Prozent in einer Großstadt.

Wohnort

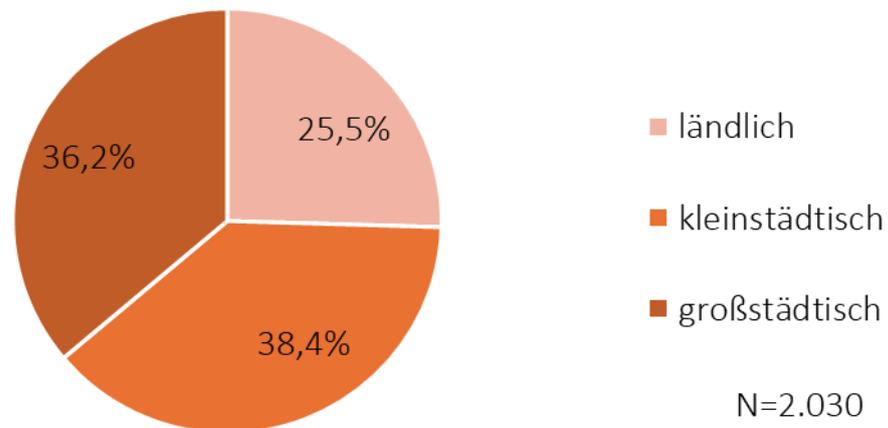


Abbildung 9: Stichprobenbeschreibung – Wohnort

Der relativ größte Anteil der Proband*innen lebt in einem Haushalt mit Partner*in und Kindern (40 Prozent). Dahinter folgen Haushalte mit Partner*in ohne Kinder (29 Prozent) und Single-Haushalte (25 Prozent). Knapp über fünf Prozent Anteil haben Alleinerziehenden-Haushalte.

Haushaltssituation

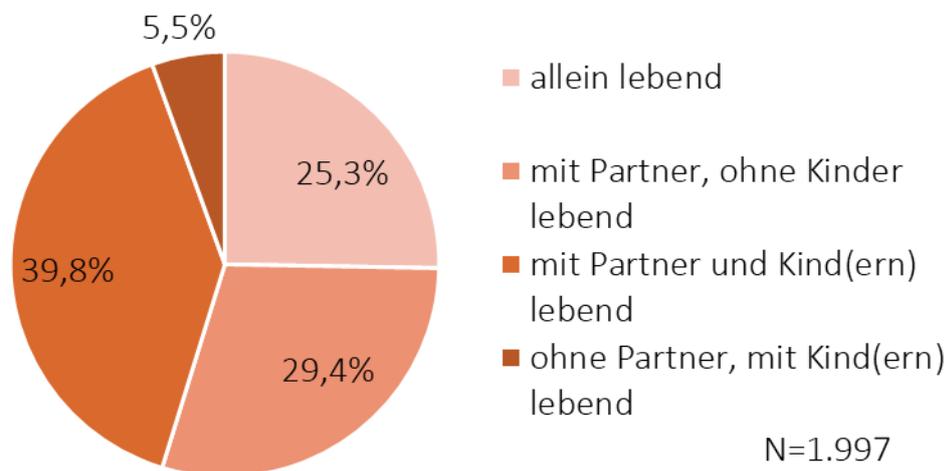


Abbildung 10: Stichprobenbeschreibung – Haushaltssituation

4.2 Sozioökonomische Merkmale der Stichprobe

Acht von zehn Proband*innen geben an, als Angestellte berufstätig zu sein. Sechs Prozent sind selbstständig, zehn Prozent verbeamtet bzw. im öffentlichen Dienst tätig. Nur kleine Anteile entfallen auf Hausfrauen/-männer (1,7 Prozent), Personen in Berufsausbildung (0,3 Prozent) oder im Studium (1,8 Prozent) sowie Arbeitssuchende (0,6 Prozent).

Berufsstand

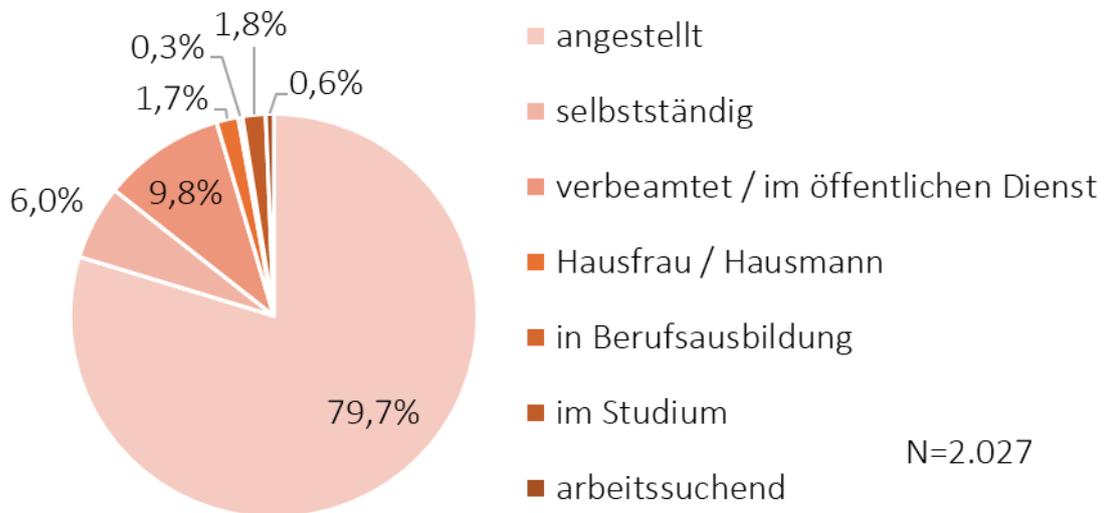


Abbildung 11: Stichprobenbeschreibung – Berufsstand

Das mittlere Haushaltsnettoeinkommen der Proband*innen liegt bei 4.600 Euro.¹⁴¹ Damit liegt es um 21 Prozent über dem Haushaltsnettoeinkommen der Bevölkerung nach den Zahlen des Statistischen Bundesamts.¹⁴² Da diese aber nur für 2021 vorliegen, dürfte das mittlere Einkommen inflationsbedingt inzwischen mindestens die Höhe desjenigen dieser Stichprobe erreicht haben, sodass die Einkommen dieser Stichprobe in etwa repräsentativ sind für die Haushaltsnettoeinkommen in Deutschland.

Insgesamt drei Prozent der Haushalte haben weniger als 1.500 Euro netto im Monat zur Verfügung, weitere 27 Prozent zwischen 1.500 und unter 3.000 Euro. Mit 39 Prozent Anteil die größte Gruppe sind Haushalte mit zwischen 3.000 und unter 5.000 Euro Haushaltsnettoeinkommen. Es folgen 29 Prozent mit einem verfügbaren Einkommen ab 5.000 bis zu unter 10.000 Euro und zwei Prozent mit nochmals darüber liegendem Einkommen.

¹⁴¹ Mittelwert der Klassenmittelwerte zuzüglich dem Klassenschwellenwert der nach oben offenen, obersten Einkommensklasse (10.000 Euro und mehr).

¹⁴² Vgl. Statistisches Bundesamt (2021), https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/_Grafik/_Interaktiv/einnahmen-ausgaben-haushaltstypen.html

Haushaltsnettoeinkommen

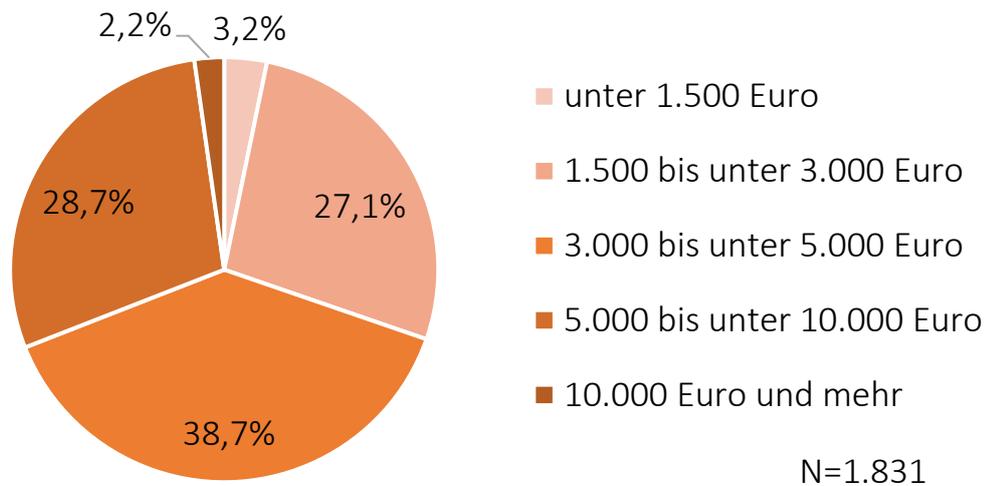


Abbildung 12: Stichprobenbeschreibung – Haushaltsnettoeinkommen

Nicht untypisch ist, dass die Frage nach dem Haushaltsnettoeinkommen von zehn Prozent der Proband*innen nicht beantwortet wurde. Solche Daten gelten immer noch als sensibel und werden in öffentlichen Befragungen ungern angegeben.

4.3 Qualität der Stichprobe

Wie schon weiter oben deutlich geworden ist, handelt es sich um eine bevölkerungsrepräsentative Stichprobe hinsichtlich der folgenden Merkmale:

- Die Altersverteilung ist ähnlich zu derjenigen in der Gesamtbevölkerung,
- Die Geschlechterverteilung entspricht ungefähr derjenigen in der Gesamtbevölkerung und
- Die Haushaltsnettoeinkommen sind ebenfalls ähnlich verteilt wie in der Gesamtbevölkerung.

Die Gesamtgröße der Stichprobe von beachtlichen 2.034 Befragten erleichtert zudem statistische Auswertungen und die Bildung von Teilstichproben zur Untersuchung von einzelnen Zusammenhängen.

Für das Onlineexperiment wurden allerdings sechs Experimentalgruppen plus eine Kontrollgruppe gebildet, die zwischen 277 und 304 Proband*innen enthalten. Deshalb wurde untersucht, ob sich die Zusammensetzung der Experimentalgruppen von derjenigen der Gesamtstichprobe unterscheidet. Dazu wurden Kreuztabellen mit allen zuvor besprochenen soziodemografischen und -ökonomischen Merkmalen gebildet und der Chi-Quadrat-Test angewendet. Für kein einziges der soziodemografischen und -ökonomischen Merkmale ergibt sich eine systematische Verzerrung. Das bedeutet, dass auch die Teilstichproben ein repräsentatives Abbild der Gesamtstichprobe leisten können. Unterschiede im getesteten Verhalten der Proband*innen sind jedenfalls nicht auf systematische Verzerrungen bei soziodemografischen und -ökonomischen Merkmalen zurückzuführen.

5. Versicherungsbesitz

Die Teilnehmer*innen wurden befragt, welche der in einer Liste genannten Versicherungen in ihren Haushalten bestehen. Durchschnittlich wurden 6,0 Versicherungen je Haushalt angegeben. Nur zwei Prozent der Proband*innen haben nach eigenen Angaben überhaupt keine Versicherungen abgeschlossen. Gut zwei Drittel (68 Prozent) haben zwischen drei und acht verschiedenen Versicherungen abgeschlossen.

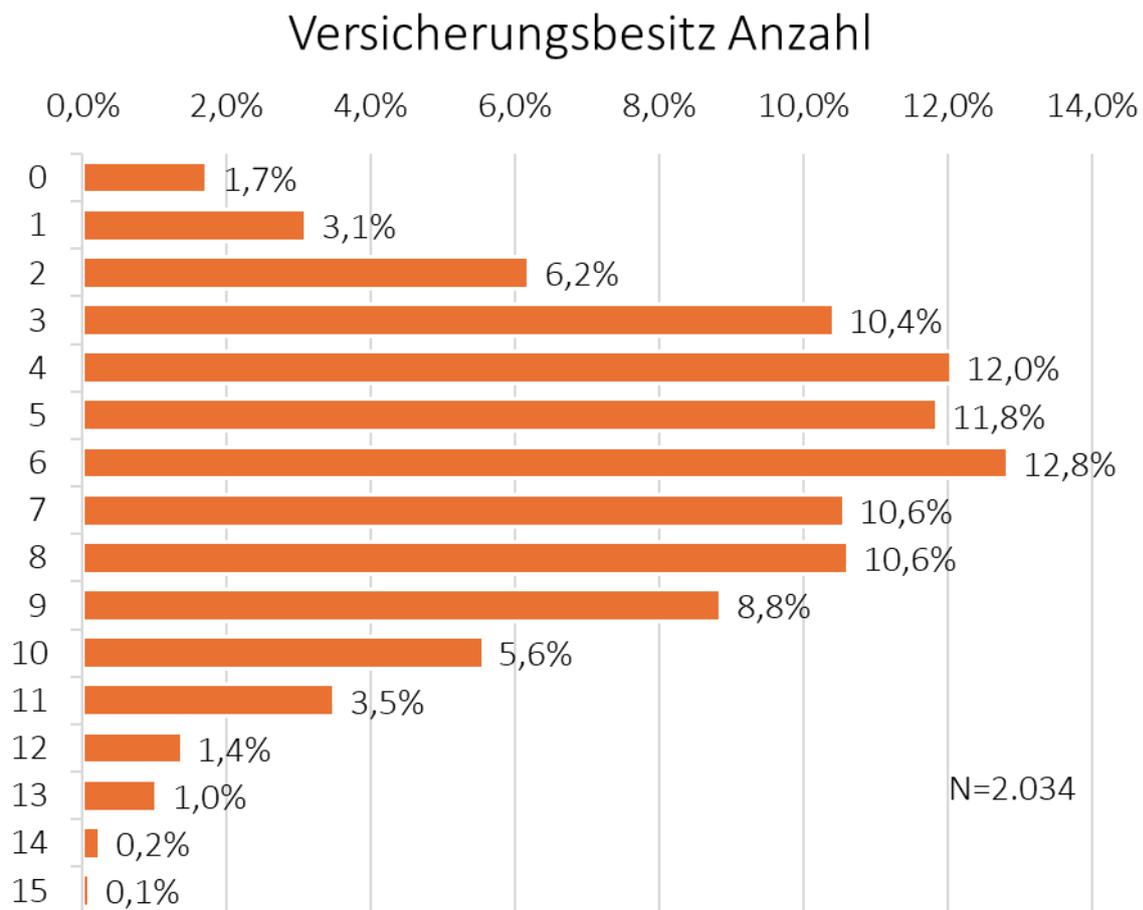


Abbildung 13: Versicherungsbesitz – Anzahl der Versicherungen im Haushalt

Mit 87 Prozent Anteil am häufigsten wurde der Besitz einer privaten Haftpflichtversicherung genannt, gefolgt von der Kfz-Versicherung mit 82 Prozent und Hausratversicherung mit 78 Prozent.

Unter den Schadenversicherungen sind ansonsten noch Rechtsschutzversicherungen (58 Prozent) und Wohngebäudeversicherungen (40 Prozent) vertreten.

Deutlich weniger verbreitet sind die Personenversicherungen. Am häufigsten genannt werden die Berufsunfähigkeitsversicherung und die private Unfallversicherung mit jeweils 42 Prozent. Es folgen die private Rentenversicherung (36 Prozent), private Kranken-Zusatzversicherung für gesetzlich Versicherte (32 Prozent), Risikolebensversicherung (24 Prozent), kapitalbildende Lebensversicherung (21 Prozent) und die staatlich geförderten Riester- oder Basis-/Rürup-Rentenversicherungen (19 Prozent).

Privat krankenvollversichert sind 13 Prozent der Stichprobe, das ist leicht mehr als im Bevölkerungsdurchschnitt (rund zehn Prozent).¹⁴³ Mit neun Prozent Anteil seltener vertreten sind private Pflege-Zusatzversicherungen. Sehr selten mit drei Prozent kommen Grundfähigkeits-/Schwere Krankheiten-/Dread Disease-Versicherungen im Portfolio der Teilnehmenden vor.

Ein Prozent gab an, keine der genannten Versicherungen zu besitzen. Knapp unter einem Prozent gab ein Nichtwissen an.

Versicherungsbesitz Art

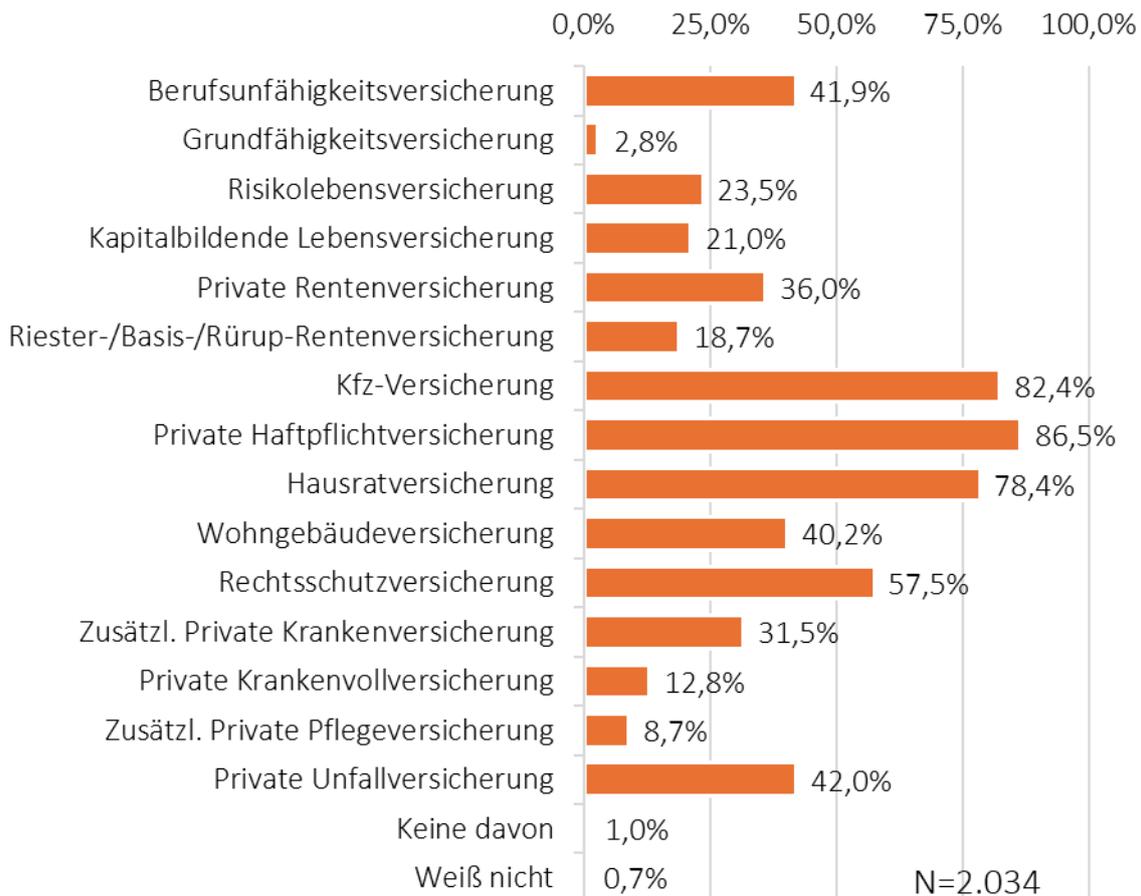


Abbildung 14: Versicherungsbesitz der Befragten

Der Produktbesitz an Versicherungen weist Ähnlichkeiten zu demjenigen auf, den das Statistische Bundesamt in der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe 2018 für die bundesdeutschen Haushalte insgesamt festgestellt hat.¹⁴⁴ Der Produktbesitz unterscheidet sich zwischen dieser Stichprobe und den Feststellungen des Statistische Bundesamtes teilweise nur leicht voneinander. Auffällig ist der deutlich höhere Besitz von Berufsunfähigkeitsversicherungen der Proband*innen im Vergleich zu den Feststellungen des Statistischen Bundesamtes (42 zu 26 Prozent Anteil). Zudem besitzen die Teilnehmenden deutlich häufiger private Rentenversicherungen (36 zu 23 Prozent), was auf die Positivselektion im

¹⁴³ Vgl. Statista (2024c)

¹⁴⁴ Vgl. Statistisches Bundesamt: Wirtschaftsrechnungen, Einkommens- und Verbrauchsstichprobe, Ausstattung privater Haushalte mit ausgewählten Gebrauchsgütern und Versicherungen, Fachserie 15 Heft 1, Wiesbaden 2018, S. 33

Verlauf der Studie zurückzuführen sein dürfte, nach der nur Proband*innen zugelassen wurden, die sich grundsätzlich den Abschluss einer (ggf. zusätzlichen) Rentenversicherung vorstellen könnten. Ebenfalls erhöht ist der Anteil an Risikolebensversicherungen (24 zu 17 Prozent) sowie an Rechtsschutzversicherungen (58 zu 46 Prozent).

Auffallend seltener als in der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe vertreten sind zum einen kapitalbildende Lebensversicherungen (21 zu 32 Prozent). Das könnte darauf zurückzuführen sein, dass die Proband*innen konsequenter als die Gesamtbevölkerung dem durch die Steuergesetzgebung vorgegebenen Trend gefolgt sind, vermehrt auf Renten- anstelle auf Kapitallebensversicherungen zur privaten Altersvorsorge zu setzen. Zum anderen werden private Unfallversicherungen deutlich seltener genannt (33 zu 42 Prozent Anteil).

Versicherungsbesitz Art

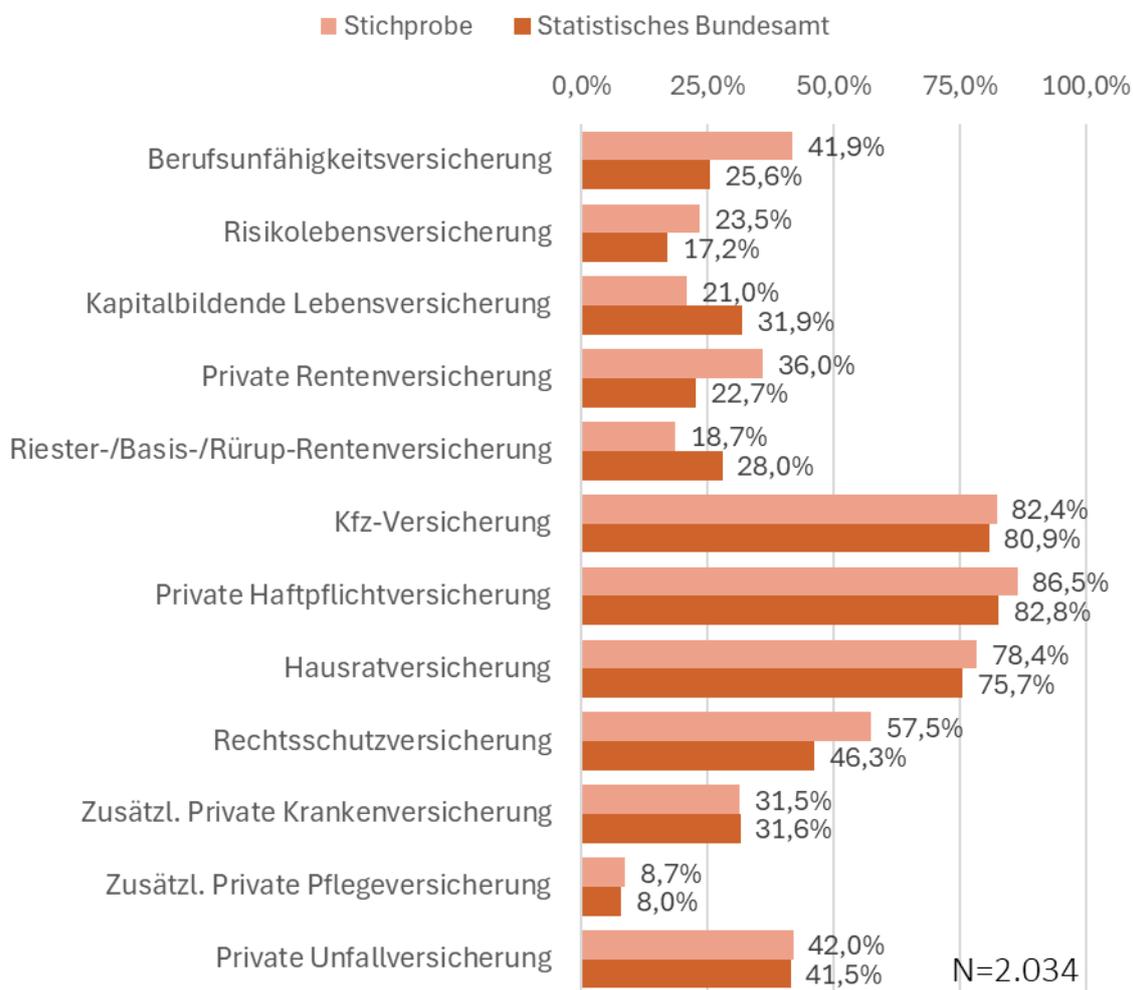


Abbildung 15: Versicherungsbesitz der Befragten im Vergleich zur Gesamtbevölkerung

6. Ergebnisse der Experimente

6.1 Akzeptanz der Externalisierung von Beratungs- und Vermittlungskosten

Die Experimente sollten die Forschungsfrage beantworten, ob eine Externalisierung von Beratungs- und Vermittlungskosten die Entscheidung für ein Versicherungsanlageprodukt erleichtert. Dazu lautet die erste Hypothese:

H1: Kund*innen haben eine stabile Präferenz für eine Rentenversicherung unabhängig von der Darstellung des Angebots.

Alle Proband*innen erhielten ein Video gezeigt, in dem ihnen ein Rentenversicherungsangebot erläutert wurde. Der wesentliche Unterschied zwischen der Kontrollgruppe und den sechs Experimentalgruppen bestand darin, dass die Kontrollgruppe nur das eine Angebot eines Bruttotarifs gezeigt bekam und sich dafür oder dagegen entscheiden sollte. Dagegen bekamen alle Experimentalgruppen stets zwei Varianten des einen Angebots gezeigt, einen Brutto- und einen Nettotarif gegen Honorarzahlung. Die anschließende Entscheidungsfrage sah drei Antwortmöglichkeiten vor:

- Annahme: „Ich nehme das Angebot Modell 1 (alle Kosten sind im monatlichen Beitrag enthalten) an.“
- Annahme: „Ich nehme das Angebot Modell 2 (Kosten für Beratung und Vermittlung sind separat zu zahlen) an.“
- Ablehnung: „Ich nehme keines der Angebote an.“

Allein diese Differenzierung in drei Entscheidungsvarianten führt zu einer erheblichen Steigerung der Annahme bzw. umgekehrt einer Abnahme der Ablehnung. Während 69 Prozent der Teilnehmenden in der Kontrollgruppe den Abschluss der angebotenen Rentenversicherung ablehnten, waren es nur 28 Prozent in den Experimentalgruppen.

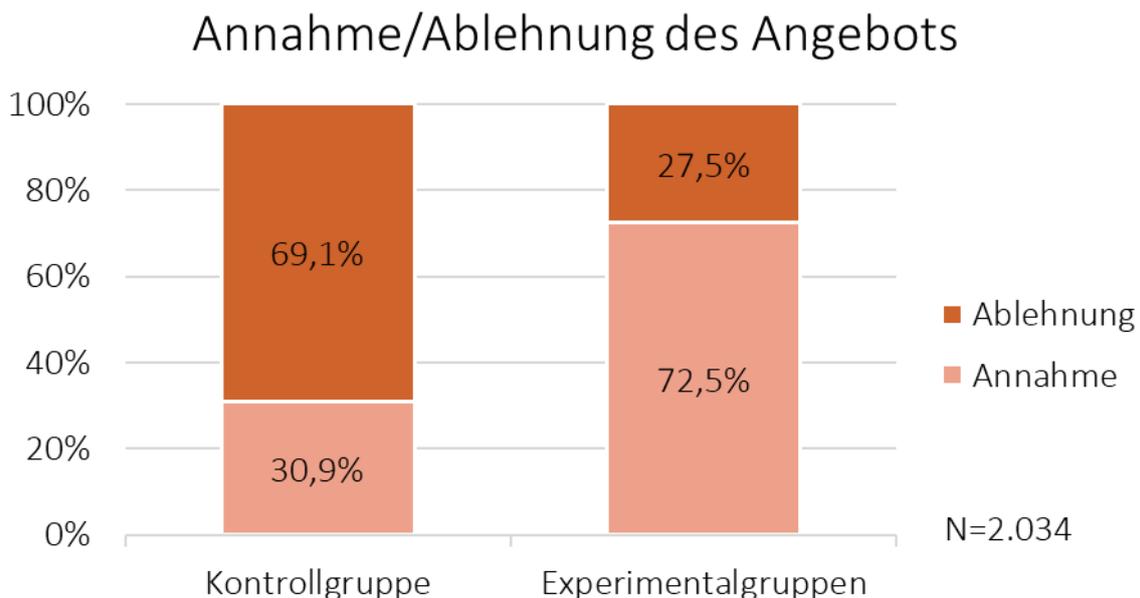


Abbildung 16: Annahme/Ablehnung des Angebots gesamt

Verantwortlich für diesen Effekt dürfte ein standardisiertes Verhaltensmuster (Behavior Pattern) sein.¹⁴⁵ So gibt es bei der Wahl zwischen Brutto- und Nettotarif plus Honorar möglicherweise einen Dominanzeffekt. Das Hinzufügen des Nettotarifs mit Honorar könnte aus Sicht vieler Proband*innen als eine dem Bruttotarif unterlegene Variante angesehen werden, weil der Bruttotarif den (vermeintlichen) Vorteil hat, dass alle Kosten für Beratung und Vermittlung inkludiert sind. Dieser Decoy-Effekt¹⁴⁶ könnte das Abschlussinteresse gesteigert und die Angebotsablehnung reduziert haben.

Das zeigt auch der nachfolgende Vergleich, wonach die Annahme der Variante „Bruttotarif“ in den Experimentalgruppen mit 47 Prozent immer noch deutlich höher liegt als in der Kontrollgruppe mit 31 Prozent. Das Hinzufügen der Alternative Nettotarif mit Honorar hat offensichtlich das Interesse an der Abschlussentscheidung für den Bruttotarif gefördert.

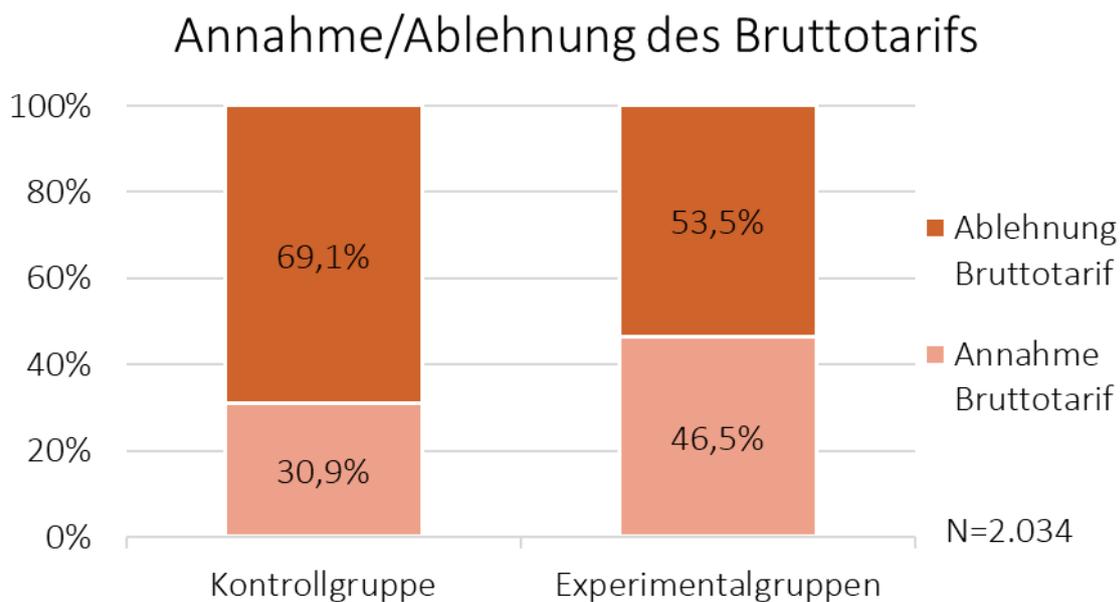


Abbildung 17: Annahme/Ablehnung des Bruttotarifs

Zusammenfassend ist die H1 zu verwerfen. Es gibt keine stabile Präferenz für eine Rentenversicherung unabhängig von der Darstellung des Angebots. Vielmehr führt eine Differenzierung in eine Brutto- und eine Honorarvariante aus Sicht der Proband*innen zu einer neuen Entscheidungslage, in der sich weit- aus mehr Proband*innen positiv für eine Annahme und gegen eine Ablehnung entscheiden können.

6.2 Rationalität des Entscheidungsverhaltens

In der Verbraucherpolitik wird oft von der Annahme eines rationalen Entscheiders ausgegangen, der auf Basis hinreichender Informationen eine Entscheidung ausschließlich nach ihrer rechnerischen Vorteilhaftigkeit trifft. Diese Annahme wird in der H2 wiedergegeben:

H2: Kund*innen entscheiden sich für einen Nettotarif mit separater Vergütung für Beratung und Vermittlung, wenn sie einen Preisvorteil gegenüber dem Bruttotarif erkennen.

¹⁴⁵ Vgl. Spreer 2021, S. 27

¹⁴⁶ Vgl. Conolly/Reb 2011, S. 38; Im/Lee 2021, S. 5

Beide Experimente sind so aufgebaut, dass das Honorar-Angebot 500 Euro effektiv deutlich günstiger ist als der Bruttotarif. Das Honorar-Angebot 900 Euro ist zumindest nominal günstiger als die 1.200 Euro Prämiensparnis, die gegenüber dem Bruttotarif erreicht wird, bei einer sachgerechten barwertigen Betrachtung sind beide Varianten gleichwertig. Das Honorar-Angebot 1.300 Euro ist auch nominal unattraktiver als der Bruttotarif.

Demzufolge müsste eine rationale Entscheidung lauten:

- Bei 500 Euro Honorar = 100 Prozent Honorartarif und 0 Prozent Bruttotarif,
- Bei 900 Euro Honorar = 50 Prozent Honorartarif und 50 Prozent Bruttotarif,
- Bei 1.300 Euro Honorar = 0 Prozent Honorartarif und 100 Prozent Bruttotarif.

Die tatsächliche Verteilung weicht in Experiment 1 deutlich davon ab. Selbst beim günstigsten Honorarangebot entscheiden sich immer noch 55 Prozent der Proband*innen für den teureren Bruttotarif. Dieser Anteil nimmt zwar annahmegemäß mit steigendem Honorar auch weiter zu, dennoch gibt es selbst beim unattraktivsten Angebot von 1.300 Euro Honorar noch 21 Prozent Teilnehmende, die sich für die Netto- und gegen die Bruttovariante entscheiden.

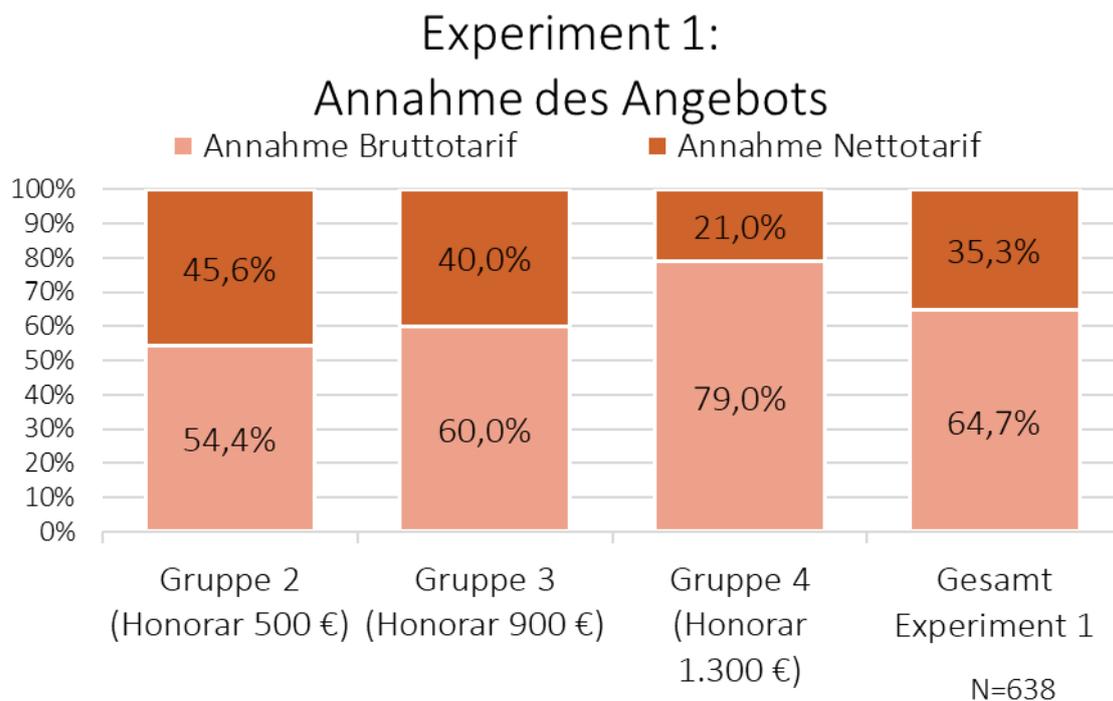


Abbildung 18: Annahme des Angebots Brutto-/Nettotarif Experiment 1

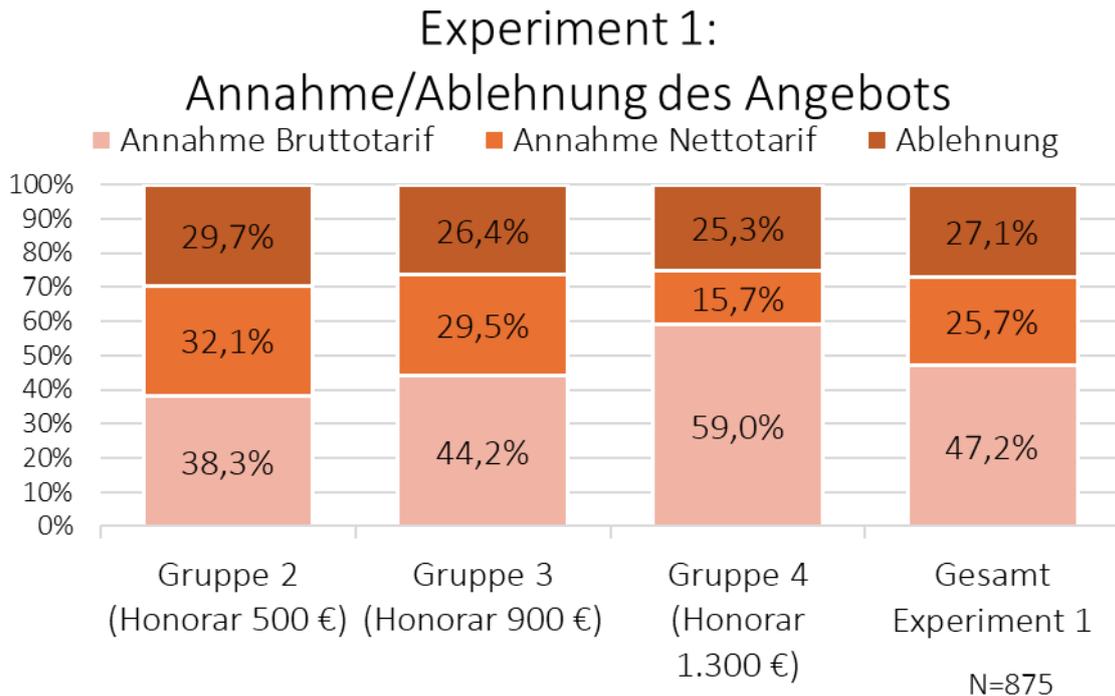


Abbildung 19: Annahme/Ablehnung des Angebots Experiment 1

Zusammenfassend kann die Hypothese 2 nicht eindeutig bestätigt werden. Größere Anteile der Proband*innen entscheiden sich nicht so, wie es rational zu erwarten wäre.

6.3 Entscheidungsverhalten unter Zeitinkonsistenzen

Aufschlussreich ist die ergänzende Frage, ob die Kaufentscheidung auf einem Vergleich von Prämiensparnis gegenüber dem Bruttotarif und gefordertem Honorar erfolgt. Das führt zur nächsten Hypothese, die ebenfalls mit dem Ergebnis des Experiments 1 beantwortet wird:

H3: Kund*innen können beim Vergleich der Vorteilhaftigkeit einer separaten Vergütung für Beratung und Vermittlung eines Nettotarifs mit einem Bruttotarif nicht die Zeitinkonsistenz bewerten und entscheiden deshalb auf Basis eines Nominalvergleichs.

Zunächst wird das Entscheidungsverhalten der Experimentalgruppen betrachtet, bei denen ein Vergleich der Kosten für Beratung und Vermittlung mit der Ersparnis durch den geringeren Monatsbeitrag zu einem eindeutigen Ergebnis führt, und zwar unabhängig davon, ob ein Nominalvergleich oder ein eigentlich sachgerechter barwertiger Vergleich vorgenommen wird. Bei Gruppe 2 mit dem rational vorteilhaft niedrigen Honorar von 500 Euro gaben 95 Prozent derjenigen, die sich für die Netto-Variante mit Honorar entschieden, an, verglichen zu haben. Das ist nachvollziehbar. Allerdings behaupteten auch 64 Prozent derjenigen, die sich gegen die günstigere Netto- und für die teurere Brutto-Variante entschieden hatten, dabei einen solchen Vergleich vorgenommen zu haben. Das ist dagegen rational schwer nachzuvollziehen.

Im umgekehrten Fall mit dem selbst im Nominalvergleich unattraktiv hohen Honorar von 1.300 Euro in Gruppe 4 wollten immer noch 74 Prozent derjenigen, die die Honorarvariante gewählt hatten, dabei einen Vergleich vorgenommen haben. Nachvollziehbar dagegen ist hier, dass zumindest 74 Prozent

derjenigen, die sich – rational richtig – für die Bruttovariante entschieden hatten, das mit einem Vergleich begründen.

Wenn man einen Nominalvergleich als Entscheidungsgrundlage annimmt, hat sich etwa ein Drittel der vergleichenden Proband*innen falsch entschieden. Sie hätten in den eindeutigen Situationen der Gruppen 2 und 4 zur jeweils anderen Entscheidung kommen müssen. Es wird an dieser Stelle deutlich, dass selbst ein relativ einfacher Nominalvergleich, der hier zu einer rational richtigen Entscheidung geführt hätte, eine nennenswerte Anzahl der Proband*innen zu überfordern scheint.

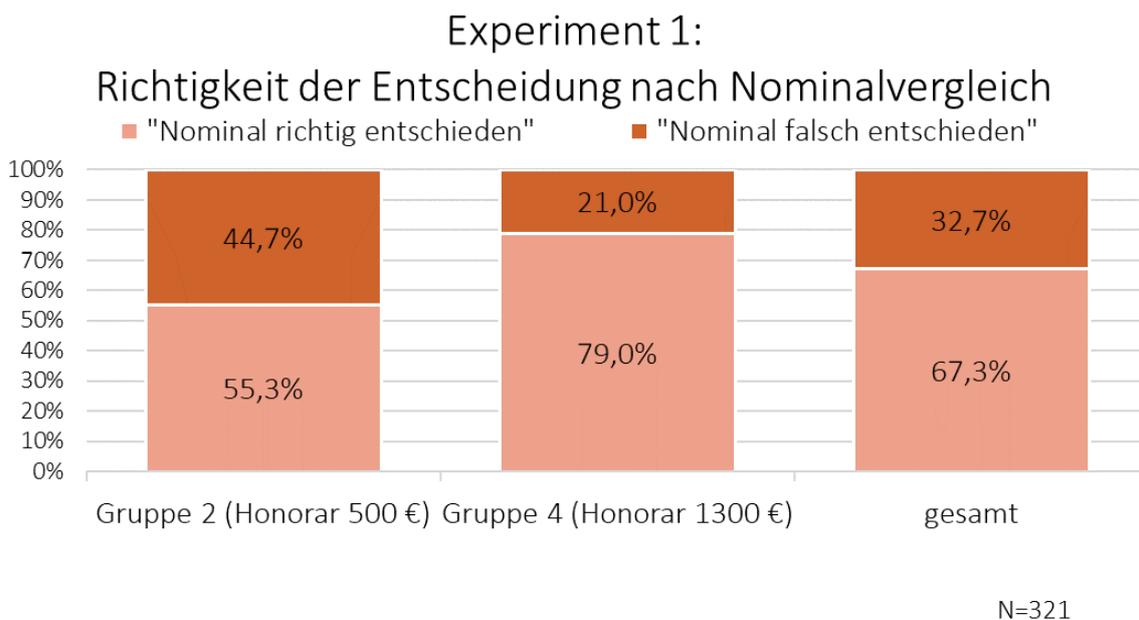


Abbildung 20: Richtigkeit der Entscheidung nach Nominalvergleich Experiment 1

Aus dieser Betrachtung lässt sich allerdings noch keine Schlussfolgerung in Bezug auf die Hypothese 3 ziehen, denn welche Art von Vergleich, nominal oder barwertig, die Proband*innen vorgenommen haben, ist nicht erkennbar. Es spielt für die Erkenntnis der rational richtigen Entscheidung auch keine Rolle, denn beide Vergleiche führen in den Gruppen 2 und 4 zum selben Ergebnis.

Aussagekräftiger ist dafür die Gruppe 3, denn hier ergibt sich bei 900 Euro Honorarforderung im Nominalvergleich ein vermeintlicher Vorteil für die Nettovariante. Der Barwert der Prämienersparnis von nominal 1.200 Euro entspricht (gerundet) allerdings diesem Honorar, so dass Brutto- und Nettovariante gleich attraktiv sind, wenn man die Zeitinkonsistenz berücksichtigt. Tatsächlich sind es bei denjenigen Proband*innen, die sich für die Nettovariante entschieden haben, auch 87 Prozent, die einen Vergleich als Entscheidungsgrundlage nennen. Allerdings begründen immerhin auch 57 Prozent derjenigen, die sich trotzdem für die Bruttovariante entschieden haben, darauf per Nominalvergleich gekommen zu sein.

Betrachtet man nur diejenigen Proband*innen der Gruppe 3, die angeben, einen Vergleich vorgenommen zu haben, so entscheiden sich 39 Prozent dafür, die Nettovariante anzunehmen. Dagegen sind es nur 13 Prozent derjenigen, die nicht verglichen haben.

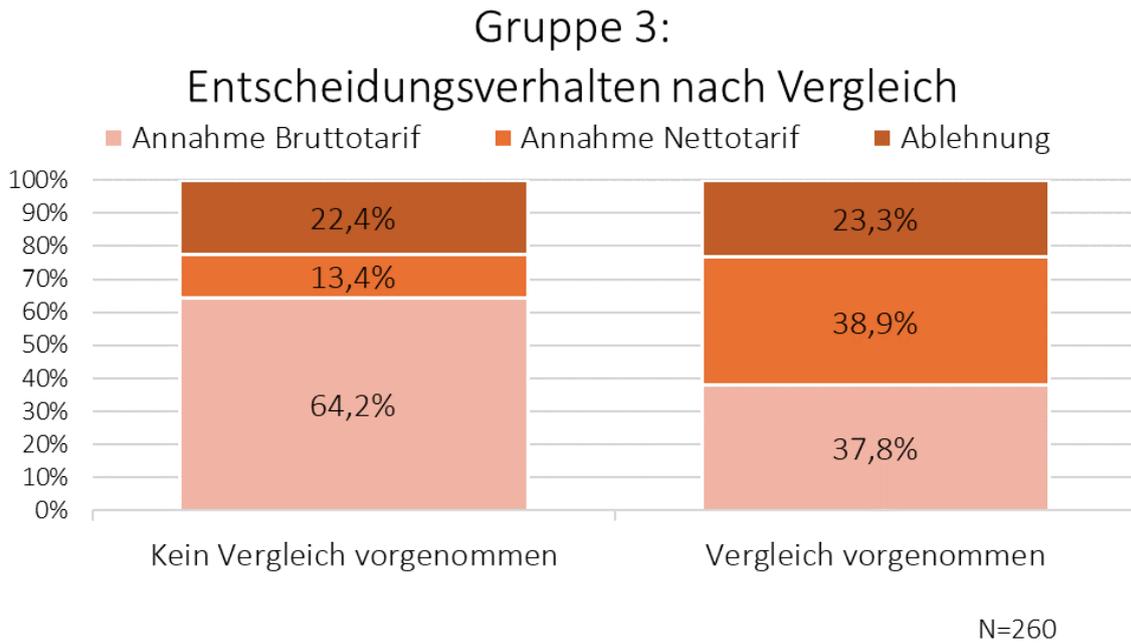


Abbildung 21: Entscheidungsverhalten Gruppe 3 nach Vergleich

Noch deutlicher sichtbar wird dieser Effekt anhand der Anteile der Brutto- bzw. Nettovariante unter den nach erfolgtem Vergleich angenommenen Angeboten. Wird ein Vergleich vorgenommen, steigt der Anteil der Nettovariante von 17 auf 51 Prozent.

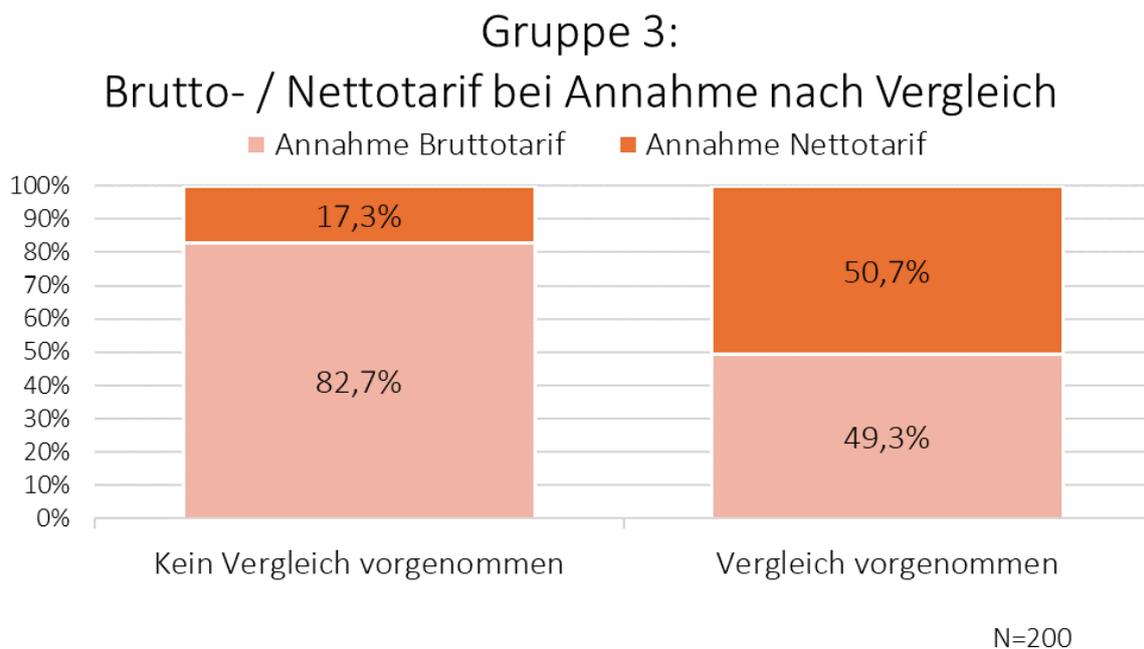


Abbildung 22: Anteile Brutto- / Nettotarif bei Annahme nach Vergleich Gruppe 3

Dies lässt den Schluss zu, dass vornehmlich ein Nominalvergleich durchgeführt wurde, der aufgrund des vermeintlichen Vorteils eine Entscheidung für die Nettovariante begünstigt.

Zusammenfassend lässt sich die Hypothese 3 knapp bestätigen.

6.4 Framing des Honorars durch Aufwandsbegründung

Eine weitere Teilforschungsfrage ist, ob Kund*innen eine separierte Vergütung für Beratung und Vermittlung leichter akzeptieren, wenn sie am Zeitaufwand anstatt am Anlagevolumen ausgerichtet wird. Das könnte man als ein Framing verstehen. Die Honorarforderung wird also in einen erklärenden Rahmen gestellt und dadurch die Wahrnehmung des Preises beeinflusst.¹⁴⁷ Dazu wurde folgende Hypothese aufgestellt:

H4: Kund*innen entscheiden sich signifikant häufiger für eine separierte Vergütung für Beratung und Vermittlung zu Nettopolicen, wenn diese zeitaufwandsabhängig berechnet wird.

Vergleicht man nur die positiven Kaufentscheidungen in beiden Experimenten 1 (Pauschalhonorare) und 2 (Aufwandshonorare), dann ist kein nennenswerter Unterschied zu erkennen. Zusammen entscheiden sich 64 Prozent für den Brutto- und 36 Prozent für den Nettotarif. Zwischen den beiden Experimenten liegt nur rund ein Prozentpunkt Unterschied, das ist nicht statistisch signifikant.

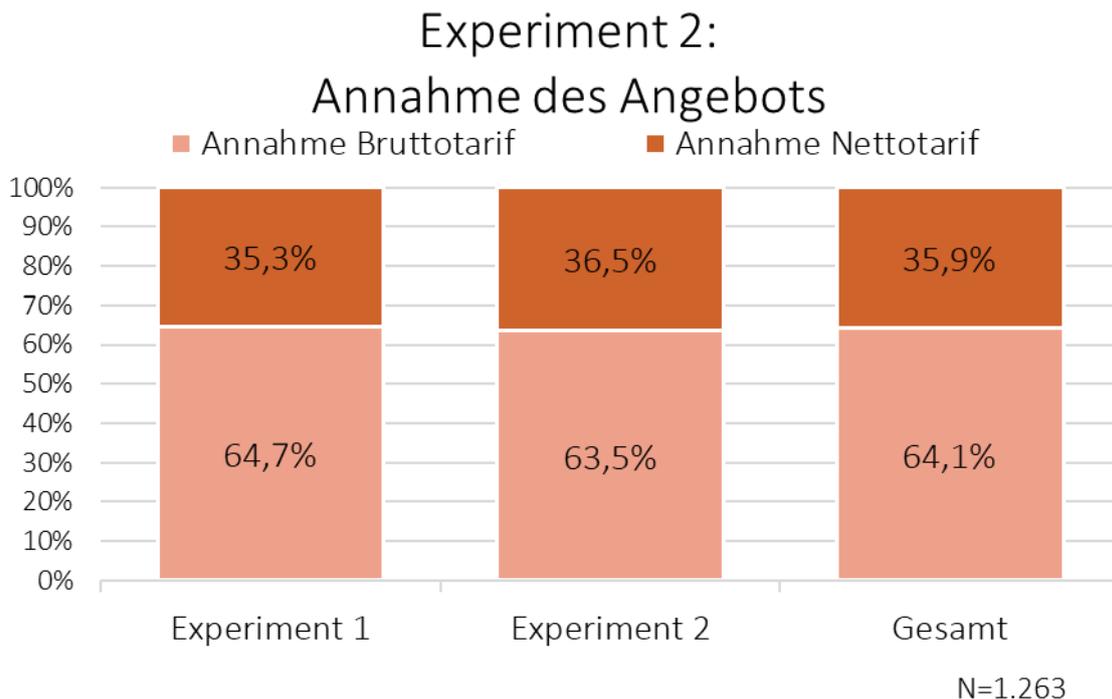


Abbildung 23: Kaufentscheidung in den Experimenten 1 und 2

Auch im differenzierten Vergleich der einzelnen Experimentalgruppen mit pauschalem oder mit Aufwandshonorar miteinander zeigen sich wenig beachtliche Unterschiede im Detail. Beim günstigsten Honorar von 500 Euro entscheiden sich mehr Proband*innen für den Nettotarif, wenn der Aufwand

¹⁴⁷ Tversky/Kahneman1981, S. 453 ff.

dazu benannt wird, bei den beiden teureren Honorarforderungen ist es umgekehrt. Plausibler wäre es dagegen, wenn die Zahlungsbereitschaft mit der Aufwandsbegründung ansteigen würde.

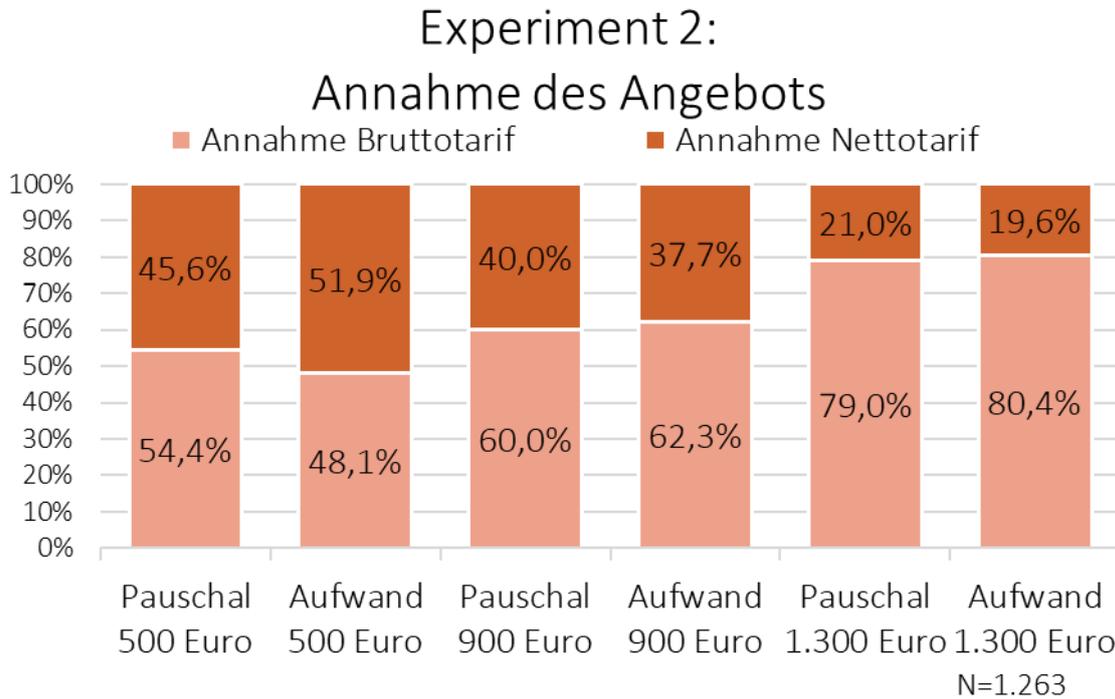


Abbildung 24: Kaufentscheidung nach Begründung des Honorars und Gruppen

Nimmt man die Ablehnungen hinzu, ergibt sich wiederum kein eindeutiges Bild. Die Ablehnungsquote liegt bei Experiment 2 mit 28 Prozent geringfügig höher als bei Experiment 1, auch hier wäre eher Gegenteiliges zu erwarten gewesen.

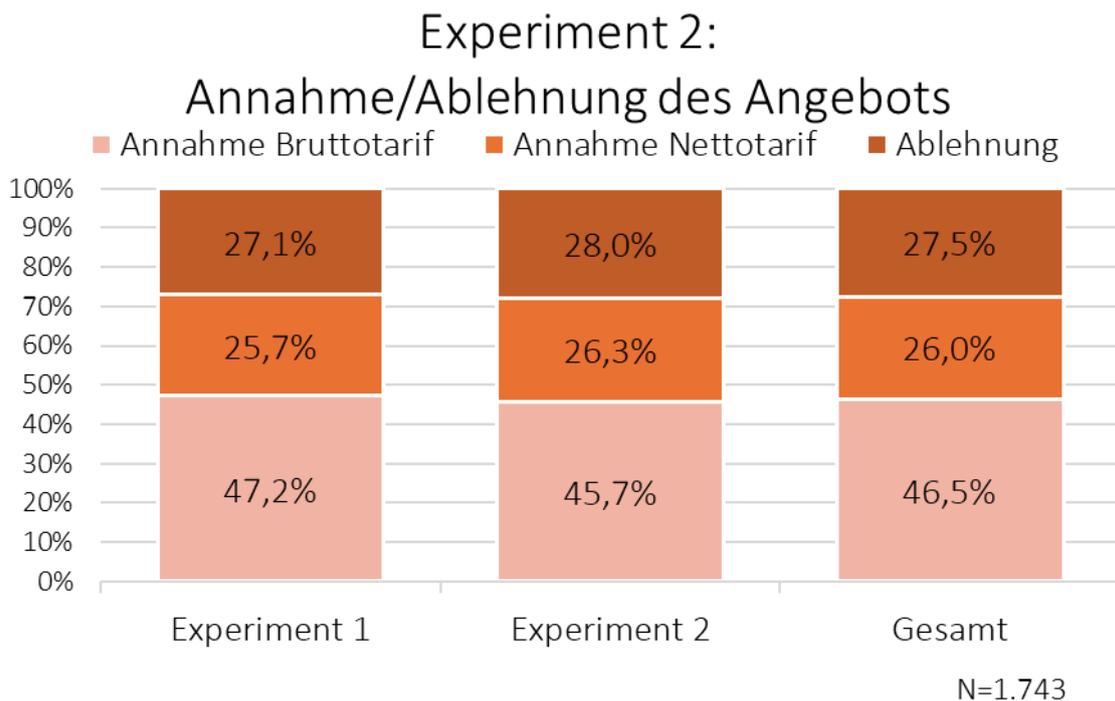


Abbildung 25: Annahme/Ablehnung des Angebots nach Experimenten

Im Vergleich der einzelnen Experimentalgruppen miteinander fällt auf, dass die Ablehnungsquote bei der niedrigsten Honorarforderung von 30 auf 26 Prozent sinkt, wenn der damit verbundene Aufwand benannt wird. Dagegen steigt der Anteil der Ablehnungen sowohl bei 900 Euro als auch 1.300 Euro Honorarforderung um drei bis vier Prozentpunkte an, wenn der Aufwand benannt wird.

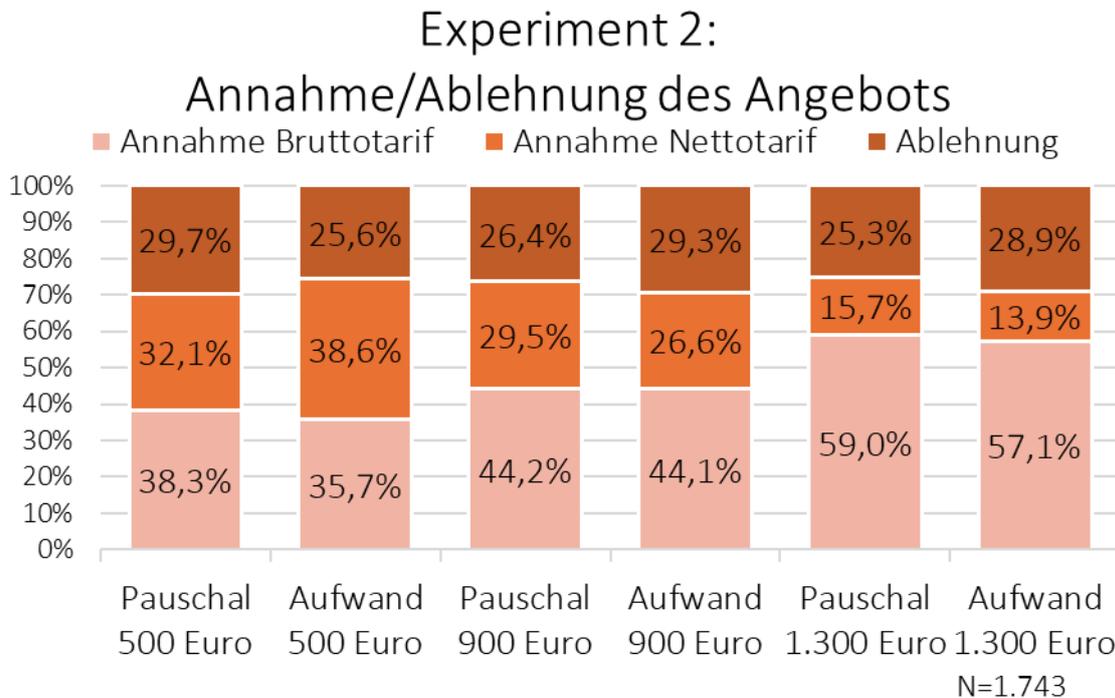


Abbildung 26: Annahme/Ablehnung des Angebots nach Experimentalgruppen

Zusammenfassend ist die Hypothese 4 zu verwerfen. Eine Begründung des Honorars mit dem damit bezahlten Aufwand führt zu keiner erkennbar höheren Akzeptanz.

Aufschluss zu den Ursachen geben zwei weitere, ergänzende Fragestellungen, die zum Ende des Experiments gestellt wurden. Zunächst wurde den Proband*innen die dichotome Entscheidungsfrage vorgelegt, ob sie einkalkulierte oder externalisierte Kosten für attraktiver halten. Die Antwort konnte abgestuft mit „auf jeden Fall“ oder „eher“ beantwortet werden. Zusammengefasst zeigt sich, dass 71 Prozent der Proband*innen es attraktiver finden, wenn die Kosten in der Versicherungsprämie enthalten sind. Dabei gibt es keine nennenswerten Unterschiede zwischen den beiden Experimenten. Das heißt, auch die Aufwandsbegründung in Experiment 2 hat die grundsätzliche Haltung nicht verändert, dass einkalkulierte Kosten attraktiver erscheinen als separat berechnete.

Nachbefragung: Attraktivität einkalkulierter versus separierter Kosten

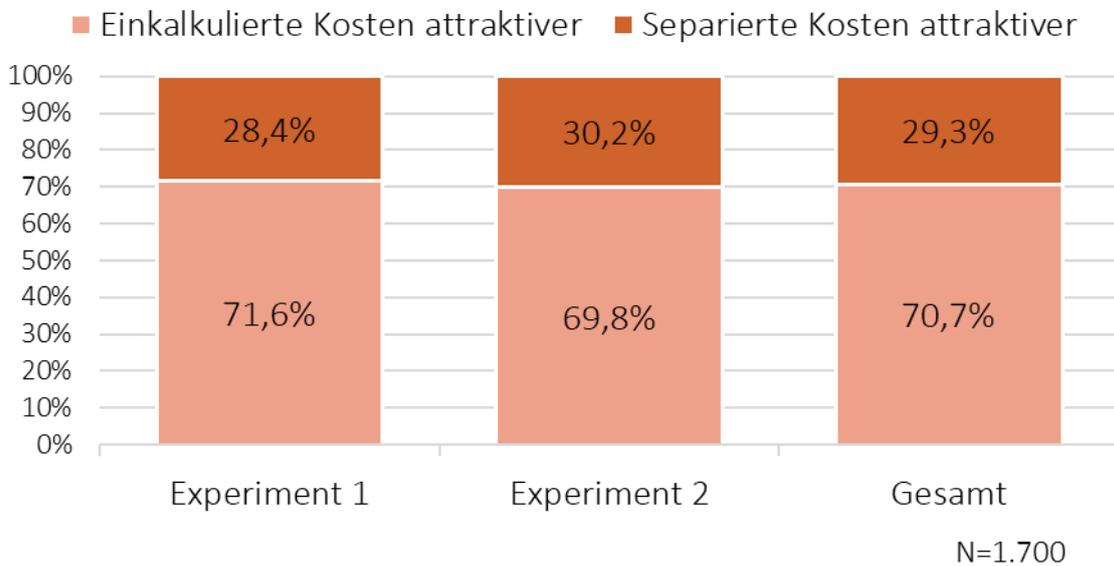


Abbildung 27: Attraktivität einkalkulierter versus separierter Kosten nach Experimenten

Allerdings gibt es innerhalb beider Experimente einen erkennbaren Zusammenhang mit der geforderten Honorarhöhe. Je höher das Honorar, desto seltener wird das separate Honorar als attraktiv empfunden und werden einkalkulierte Kosten vorgezogen. Das erscheint plausibel. Dennoch bleibt festzustellen, dass selbst das niedrigste Honorar mehrheitlich nichts an der Haltung ändert, lieber mit einkalkulierten Kosten rechnen zu können. 64 bzw. 58 Prozent der beiden Experimentalgruppen 2 und 5 ziehen damit den Bruttotarif trotz besonders günstigem Honorar vor.

Nachbefragung: Attraktivität einkalkulierter versus separierter Kosten

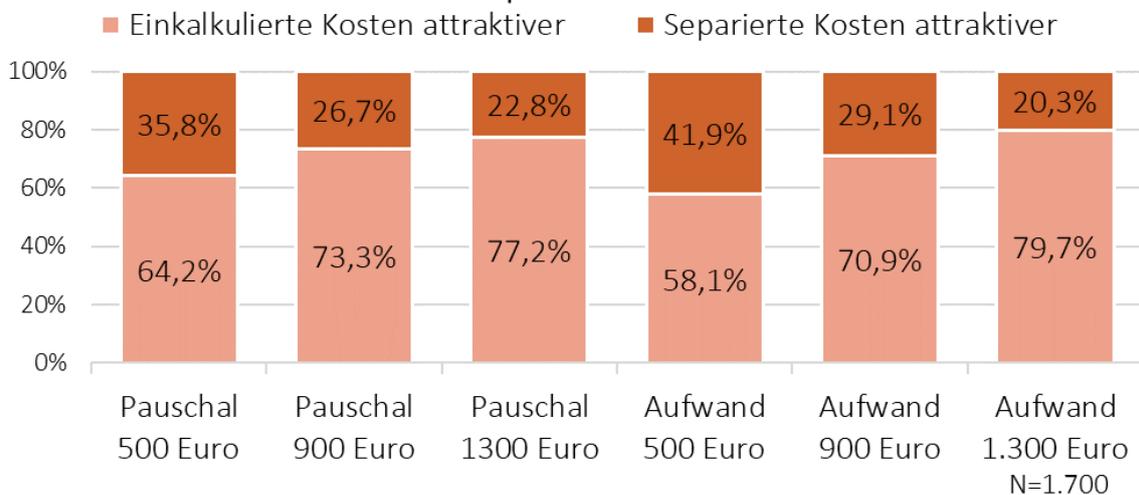


Abbildung 28: Attraktivität einkalkulierter versus separierter Kosten nach Experimentalgruppen

Das wiederum könnte damit zusammenhängen, dass viele Proband*innen die geforderten Honorare grundsätzlich nicht für angemessen halten. Das zeigt eine weitere, ergänzende Fragestellung nach der Angemessenheit des geforderten Honorars. In beiden Experimenten ist eine ungefähr gleich hohe Ablehnung von rund 65 Prozent der Proband*innen festzustellen, sie halten das geforderte Honorar nicht für angemessen.

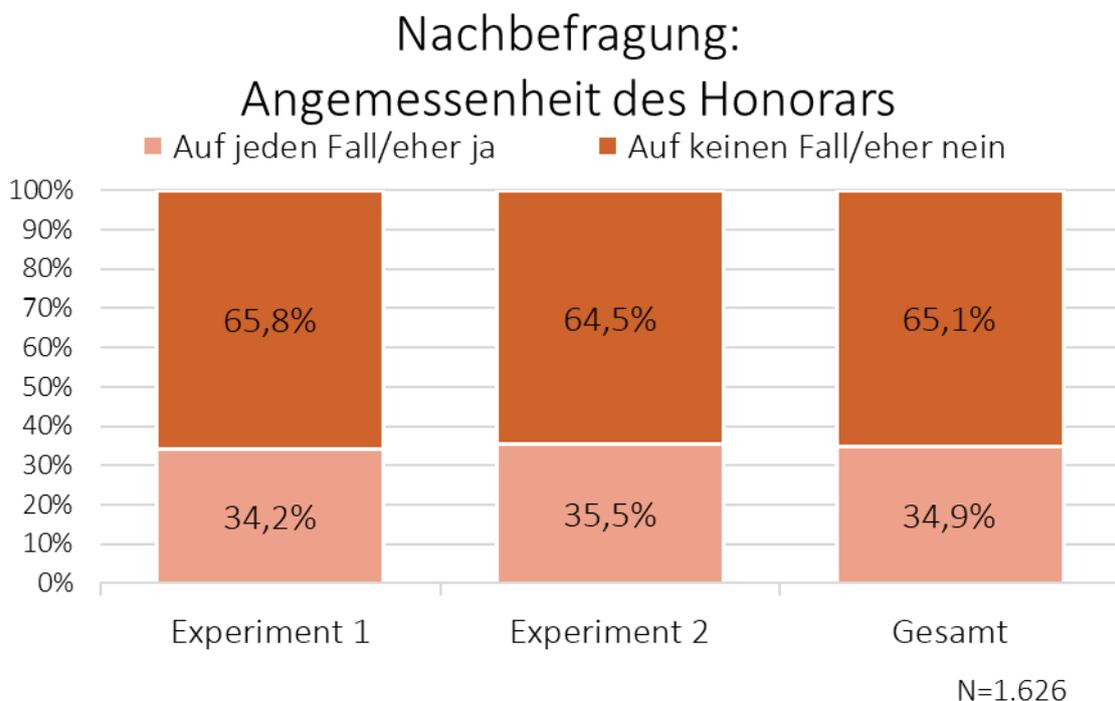


Abbildung 29: Akzeptanz des Honorars nach Experimenten

Bei einem Vergleich des Antwortverhaltens zwischen den Experimentalgruppen fällt erneut auf, dass die Angemessenheit des Honorars bei zunehmender Honorarhöhe stark abnimmt. Aber selbst das niedrigste Honorar von 500 Euro wird mehrheitlich nicht als angemessen angesehen, 43 bzw. 44 Prozent in den Experimenten 1 und 2 antworten so.

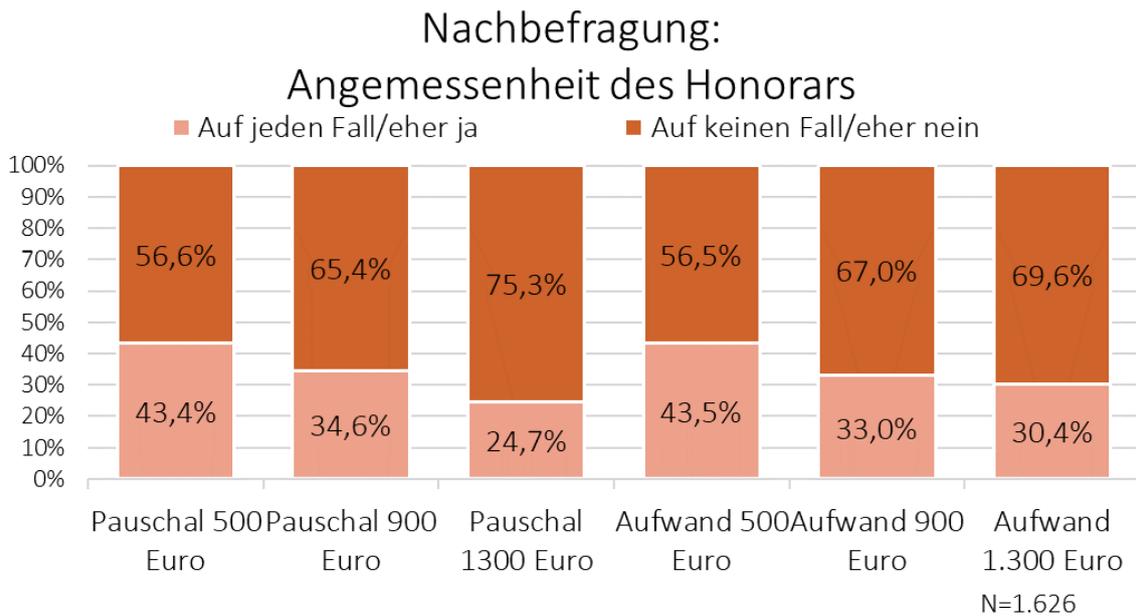


Abbildung 30: Akzeptanz des Honorars nach Experimentalgruppen

Damit bestätigen sich frühere Forschungsergebnisse, wonach Kund*innen oft ihren Vermittler*innen oft keine auskömmlich hohen Honorare zugestehen wollen. Es gibt vielfach kein entwickeltes Wertempfinden für den Wert der Beratung und Vermittlung, nicht einmal im direkten Vergleich eines Honorars mit den einkalkulierten Kosten bei Ausweis dieser im Bruttotarif einkalkulierten Kosten.

6.5 Weitere Einflüsse auf das Entscheidungsverhalten

Die Kaufentscheidung für oder gegen eine Rentenversicherung hängt grundsätzlich auch von soziodemografischen und -ökonomischen Merkmalen ab. Dazu wurden Kreuztabellierungen zwischen den Kaufentscheidungen und den verschiedenen soziodemografischen und -ökonomischen Merkmalen der Proband*innen sowie Signifikanztests¹⁴⁸ durchgeführt.

Dabei zeigten sich in der Kontrollgruppe keine signifikanten Gruppenunterschiede. Ganz anders in den Experimentalgruppen und damit dem Großteil dieser Stichprobe (N=1.743). Dafür werden zunächst soziodemografische Merkmale betrachtet.

Der Anteil der Ablehnungen steigt mit zunehmendem Alter. Das ist plausibel, denn der Bedarf an (neuen) Rentenversicherungen sinkt im Lauf des Erwerbslebens. Dagegen zeigt sich bei der Annahmehentscheidung kein eindeutiger Alterszusammenhang: Die Annahmehquoten sowohl des Brutto- als auch des Nettotarifs mit Honorar sinken von der jüngeren zur mittleren Alterskohorte, steigen dann aber wieder an. Besonders stark ist der Anstieg im Fall des Nettotarifs. Möglicherweise sind einerseits jüngere, andererseits aber gerade auch rentennähere Jahrgänge stärker als die mittleren sensibilisiert für den Bedarf an Altersvorsorge. Zudem scheint mit zunehmendem Alter und Erfahrung die Akzeptanz für eine Honorargestaltung zu steigen.

¹⁴⁸ Chi-Quadrat-Test, alle Untersuchungen wurden mit IBM SPSS for Statistics Version 29 durchgeführt.

Alter	Annahme Bruttotarif	Annahme Nettotarif mit Honorar	Ablehnung	Gesamt
25 bis 35 Jahre	37,2%	32,7%	27,1%	33,2%
36 bis 45 Jahre	30,7%	30,7%	29,4%	30,3%
46 bis 45 Jahre	32,1%	36,6%	43,5%	36,4%
Gesamt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabella 5: Abhängigkeit Kaufentscheidung vom Alter

Beim Geschlecht gibt es keine statistisch signifikanten Unterschiede in der Kaufentscheidung. Anders dagegen bei der Kaufentscheidung nach dem Bildungsstand. Die Ablehnungsquoten sinken mit dem Bildungsniveau. Die Annahme des Bruttotarifs dagegen liegt relativ genau im Mittel der gesamten Stichprobe. Dagegen nimmt die Annahme des Nettotarifs mit Honorar mit dem Bildungsniveau deutlich zu. Der Vergleich der Angebote und die Bewertung der Vorteilhaftigkeit einer Honorargestaltung scheint damit auch eine Frage der Schulbildung zu sein.

Höchster Schulabschluss	Annahme Bruttotarif	Annahme Nettotarif mit Honorar	Ablehnung	Gesamt
Keiner oder Volks-/ Haupt- schulabschluss	4,4%	3,8%	6,1%	4,7%
Mittlere Reife	26,8%	20,4%	32,6%	26,7%
(Fach-) Hochschulreife	68,8%	75,9%	61,3%	68,6%
Gesamt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabella 6: Abhängigkeit der Kaufentscheidung vom Bildungsniveau

Nach Bundesland der Proband*innen gibt es keine statistisch signifikanten Unterschiede bei der Kaufentscheidung. Dasselbe gilt für die städtische oder ländliche Ausprägung des Wohnorts sowie für den Familienstand der Teilnehmenden.

Bei den soziökonomischen Merkmalen gibt es einen statistisch signifikanten Gruppenunterschied nach dem Haushaltsnettoeinkommen. Abgelehnt wird das Angebot vergleichsweise am häufigsten von Proband*innen mit mittlerem Einkommen. Das überrascht nicht. Denn Haushalt mit niedrigen Einkommen sind sich des Vorsorgebedarfs aufgrund ihrer prekären Situation oft stärker bewusst als die Mittelschicht. Besserverdienende wiederum haben mehr wirtschaftliche Möglichkeiten zur Vorsorge. Bei der Annahme der Angebote fällt auf, dass die mittleren Einkommen am ehesten den Bruttotarif wählen würden. Beim Nettotarif mit Honorar gibt es über alle Einkommensklassen hinweg einen klaren Zusammenhang – je höher das Haushaltsnettoeinkommen, desto höher die Akzeptanz des Honorars. Offensichtlich haben die Proband*innen das Gefühl, nur mit höheren Einkommen sich das Honorar leisten zu können.

Haushaltsnettoeinkommen	Annahme Bruttotarif	Annahme Nettotarif mit Honorar	Ablehnung	Gesamt
Unter 3.000 Euro	31,9%	24,0%	33,4%	30,2%
3.000 bis unter 5.000 Euro	39,9%	36,6%	37,7%	38,5%
5.000 Euro und mehr	28,1%	39,5%	28,9%	31,3%
Gesamt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabella 7: Abhängigkeit der Kaufentscheidung vom Haushaltsnettoeinkommen

Nach dem ausgeübten Beruf gibt es ganz knapp keinen signifikanten Gruppenunterschied bei der Kaufentscheidung. Dennoch lohnt sich ein Vergleich der drei Haupt-Beschäftigtengruppen im Detail. Dabei zeigt sich, dass sowohl Selbstständige als auch Verbeamtete/Angehörige des öffentlichen Dienstes relativ häufiger den Nettotarif mit Honorar annehmen würden, als es dem Anteil ihrer Berufsgruppen in der Stichprobe entspricht.

Berufsstand	Annahme Bruttotarif	Annahme Nettotarif mit Honorar	Ablehnung	Gesamt
Angestellt	84,8%	79,3%	84,4%	83,3%
Selbstständig	5,9%	8,3%	5,9%	6,5%
Verbeamtet/öff. Dienst	9,3%	12,4%	9,8%	10,2%
Gesamt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabella 8: Abhängigkeit der Kaufentscheidung vom Berufsstand

Kein signifikanter Unterschied ergibt sich im Entscheidungsverhalten nach der Anzahl bereits abgeschlossener Versicherungen. Unterschiede gibt es jedoch im Detail bezüglich Versicherungsbesitz derjenigen Versicherungsarten, die mit der in den Experimenten angebotenen Rentenversicherung vergleichbar sind. Wer schon eine private Rentenversicherung besitzt, neigt etwas seltener zur Ablehnung des Angebots, was plausibel erscheint.

Besonders interessant ist, dass Besitzer solcher Rentenversicherungen bei einem Neuabschluss deutlich häufiger zum Nettotarif mit Honorar greifen würden. Dieser Zusammenhang zeigt sich auch bei staatlich geförderten Riester- oder Rürup-/Basis-Rentenversicherungen.

Besitz einer privaten Rentenversicherung	Annahme Bruttotarif	Annahme Nettotarif mit Honorar	Ablehnung	Gesamt
Vorhanden	34,3%	41,5%	32,9%	35,8%
Nicht vorhanden	65,7%	58,5%	67,1%	64,2%
Gesamt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabella 9: Abhängigkeit der Kaufentscheidung vom Besitz einer privaten Rentenversicherung

Besitz einer Riester-/Basis-/Rürup-Rentenversicherung	Annahme Bruttotarif	Annahme Nettotarif mit Honorar	Ablehnung	Gesamt
Vorhanden	30,0%	39,7%	33,5%	33,5%
Nicht vorhanden	70,0%	60,3%	66,5%	66,5%
Gesamt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabella 10: Abhängigkeit der Kaufentscheidung vom Besitz einer staatlich geförderten Rentenversicherung

7. Handlungsempfehlungen

Die Experimente liefern mehrere, für die Praxis relevante Erkenntnisse. Zunächst einmal zeigt sich, dass die Aufnahme eines Alternativangebots zum Bruttotarif von Vorteil sein kann. Die Kund*innen bekommen zumindest gefühlt eine Entscheidungsalternative, wenn auch letztlich für dieselbe Versicherung. Sie kann einmal mit einkalkulierten Kosten der Beratung und Vermittlung und einmal mit externalisierten Kosten abgeschlossen werden. Allein diese Wahlmöglichkeit senkt das Risiko der Ablehnung deutlich, es wird also häufiger zu einem Abschluss kommen.

Allerdings ist das ein Effekt, der nur da eine Rolle spielt, wo von vornherein nur ein Angebot zur Entscheidung steht. Das ist typisch im Fall des Ausschließlichkeitsvertriebs, in dem nur ein begrenztes Produktangebot eines Anbieters zur Wahl steht. Sofern es auch nicht einmal Produktalternativen geben sollte, können Ausschließlichkeitsvertreter*innen in die ungünstige Lage geraten, nur ein Angebot zu unterbreiten, das mangels Alternativen bereits als unattraktiv wahrgenommen wird. In diesen Fällen wäre eine Alternative Nettotarif mit einer separaten Vergütung hilfreich, um insgesamt leichter eine positive Entscheidung zu erreichen.

Für Versicherungsmakler*innen und Mehrfachvertreter*innen dagegen sollte es selbstverständlich sein, dass sie verschiedene Angebote verschiedener Versicherungsunternehmen vergleichen, sodass deren Kund*innen bereits hinreichende Wahlmöglichkeiten besitzen. Dennoch zeigen die Experimentalergebnisse, dass sie jedenfalls keinen Nachteil haben dürften, wenn sie zusätzlich auch eine Wahl zwischen einem Bruttotarif und einem Nettotarif gegen Honorar bieten möchten.

Weiter zeigt sich, dass die Kund*innen bei ihrer Kaufentscheidung überwiegend nicht rein rational vorgehen. Selbst ein einfacher Nominalvergleich „Honorar heute“ versus „Prämienvorteil in Zukunft“ überzeugt viele Kund*innen nicht von einer Nettotarif-Lösung. Eine Bewertung der effektiven Vorteilhaftigkeit unter Berücksichtigung der oft erheblichen zeitlichen Differenz zwischen den aufgezeigten Zeitpunkten von Honorarzahlung und der Realisierung von Vorteilen aus dem Nettotarif gelingt erst recht selten. Hier spielt sicher die begrenzte finanzielle Allgemeinbildung eine Rolle.

Die Experimente haben weiter gezeigt, dass es grundsätzliche Vorbehalte gegenüber der Idee einer Externalisierung von Kosten der Beratung und Vermittlung gibt. Eine Mehrheit der Kund*innen wünscht „Komplettpreise“ – „alles inklusive“. Man kann nur mutmaßen, welche Erfahrungen und welche Einstellungen dafür verantwortlich sind. Festzuhalten bleibt, dass die rational überzeugende Idee einer separierten Vergütung unter Abwägung von Vorteilhaftigkeiten bei einer Mehrheit der Bevölkerung nicht verfängt.

Zudem zeigt ein Vergleich nach soziodemografischen und -ökonomischen Merkmalen, dass es einen Zusammenhang mit der Schulbildung, der Beschäftigungs- und der Einkommenssituation gibt. Nettotarife gegen Honorar sprechen eher gebildete Personen an, die selbstständig oder verbeamtet tätig sind und höhere Einkommen erzielen. Eine einseitige Förderung der Honorarberatung wäre damit ein sozialpolitisch unausgewogener Ansatz, von dem Personenkreise profitieren könnten, die sich ohnehin souveräner am Markt bewegen und entscheiden. In der langen Perspektive könnte das sogar bedeuten, dass Vermittler*innen gut verdienende Kund*innen nur noch mit unwirtschaftlich niedrigen Honoraren gewinnen, das aber nicht etwa mit höheren Provisionen bei weniger gut verdienenden Kund*innen ausgleichen könnten. Der Vertrieb von Altersvorsorge würde insgesamt an Attraktivität verlieren.

Eine sinnvolle Empfehlung könnte deshalb sein, aus der Frage „Brutto- oder Nettotarif-Vertrieb“ keine Glaubensfrage zu machen, sondern die Entscheidung marktwirtschaftlichen Prozessen zu überlassen. Der Gesetzgeber sollte insbesondere nicht den Weg fortsetzen, einerseits den Provisionsvertrieb durch

regulatorische und Verbraucherschützende Maßnahmen zu beschränken, gleichzeitig aber den Honorarvertrieb unreguliert zu belassen. Insbesondere wäre ein partielles oder umfassendes Provisionsverbot falsch. Denn auch das hat die Studie gezeigt: Ein nicht unbeachtlicher Anteil der Kund*innen würde sogar überhöhte Honorare akzeptieren, weil sie weder in der Lage sind einen Nominalvergleich durchzuführen noch verstehen, dass dieser Vergleich bei einer eigentlich notwendigen barwertigen Betrachtung zu einem anderen, nachteiligen Ergebnis führen kann. Ein Missbrauch des Honorarsystems zulasten weniger gebildeter Kund*innen ist damit nicht auszuschließen, und solche Fälle hat es in der Vergangenheit bereits gegeben.

Literatur

AfW Bundesverband Finanzdienstleistung e.V.: AfW-Stellungnahme zur EU-Kleinanlegerstrategie, Gutachten bescheinigt teilweise Rechtswidrigkeit, Pressemitteilung vom 28.8.2023

Assekurata Solutions (Hrsg.): Einfluss der Vermittlerregulierung auf die private Altersvorsorge der deutschen Bevölkerung, Studie, Köln 7.12.2016

Beenken, Matthias: Provisionen und Courtagen, Was die Versicherer ihren Vermittlern zahlen, Ahrensburg 2011

Beenken, Matthias: Wahrnehmung der Vergütung in der Versicherungsbranche aus Kundensicht, Studie im Auftrag der Bayerische Beamten Versicherungen (die Bayerische), München 2014

Beenken, Matthias; Heuser, Michael: Provisions- oder Honorarberatung - Was erwarten die Kunden -, Schriftenreihe des DIVA Deutsches Institut für Vermögensbildung und Alterssicherung, Marburg 2021

Beenken, Matthias; Radtke, Michael: Provisionen und Courtagen, Was die Versicherer ihren Vermittlern zahlen, Ahrensburg 2017

Beenken, Matthias; Riedel, Oliver; Wende, Sabine: Gewinn- versus Kundenorientierung: Welche Ziele verfolgen deutsche Versicherungsvermittler?, in: ZVersWiss 2014, DOI 10.1007/s12297-013-0259-x

Beenken, Matthias; Schiller, Jörg: Die Angemessenheit selbstständiger Vergütungsvereinbarungen in der Lebensversicherung, in: r+s 2015, S. 529-537

Beenken, Matthias; Schradin, Heinrich R.: Nettotarifangebot deutscher Versicherungsunternehmen, Mitteilung 1/2021 des Instituts für Versicherungswissenschaft an der Universität zu Köln, Köln 2021

Bender, Oliver: Die Honorarberatung auf dem Versicherungsmarkt, Dissertation, 2013 Erlangen-Nürnberg

Bündnis90/Die Grünen: Grüne Eckpunkte zum Versicherungsvertrieb, Fraktionsbeschluss vom 10.9.2012, Berlin 2012

Bündnis90/Die Grünen: Deutschland. Alles ist drin. Programmentwurf zur Bundestagswahl 2021, Berlin 2021

Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin): Merkblatt 01/2023 (VA) zu wohlverhaltensaufsichtlichen Aspekten bei kapitalbildenden Lebensversicherungsprodukten, Bonn 8.5.2023

Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV): Thesenpapier zur Qualität der Finanzberatung und Qualifikation der Finanzvermittler, Berlin 1.7.2009

Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV): Eckpunkte für eine gesetzliche Regelung des Berufsbildes der Honorarberatung, Berlin 2011

Bundesministerium der Finanzen: Referentenentwurf, Entwurf eines Gesetzes zur Absicherung stabiler und fairer Leistungen für Lebensversicherte (Lebensversicherungsreformgesetz – LVRG), Berlin 26.5.2014

Bundesministerium der Finanzen: Evaluierung des Lebensversicherungsreformgesetzes, Bericht an den Finanzausschuss des Deutschen Bundestags, Berlin Juni 2018

Bundesministerium der Finanzen: Referentenentwurf, Entwurf eines Gesetzes zur Deckung der Abschlussprovision von Lebensversicherungen und von Restschuldversicherungen, Berlin 14.6.2019

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie: Referentenentwurf, Entwurf eines Gesetzes zur Umsetzung der Richtlinie (EU) 2016/97 des Europäischen Parlamentes und des Rates vom 20. Januar 2016 über Versicherungsvertrieb, Berlin 21.11.2016

Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) e.V.: Rechtsgutachten: Beinhaltet die RIS ein Provisionsverbot für Versicherungsmakler?, Pressemitteilung vom 14.9.2023

Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) e.V.: BVK-Wahlprüfsteine zur Europawahl 2024, in: Zeitschrift Versicherungsvermittlung, Mai 2024, S. 150 f.

Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute e.V. (BVK): Zum Start der Trilogverhandlungen, BVK fordert Vereinfachungen bei der EU-Kleinanlegerstrategie, Pressemitteilung vom 4.3.2025

Connolly, Terry; Reb, Jochen: Regret aversion in reason-based choice, in: Theory Dec. (2012) 73:35–51, DOI 10.1007/s11238-011-9269-0

Cummins, J. David; Doherty, Neil A.: The Economics of Insurance Intermediaries, Working Paper, Philadelphia 2005; The Journal of Risk and Insurance, 2006, Vol. 73, No. 3, 359-396

Eckardt, Martina; Rätke-Döppner, Solveig: The Quality of Insurance Intermediary Services – Empirical Evidence for Germany, in: The Journal of Risk and Insurance, 2010, Vol. 77, No. 3, S. 667-701

EIOPA: Supervisory Statement On assessment of value for money of unit-linked insurance products under product oversight and governance, EIOPA(2021)0045739, Frankfurt/Main 30.11.2021

Europäische Kommission: Business insurance sector inquiry, Inquiry into the European business insurance sector pursuant to Article 17 of Regulation 1/2003, Interim Report, Brüssel Januar 2007

Europäische Kommission: Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on insurance mediation (recast), COM(2012) 360/2, Brüssel 2012

Europäische Kommission: Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinien (EU) 2009/65/EG, 2009/138/EG, 2011/61/EU, 2014/65/EU und (EU) 2016/97 im Hinblick auf die Unionsvorschriften zum Schutz von Kleinanlegern, COM(2023) 279 final (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52023PC0279>), Brüssel 24.5.2023

Europäische Kommission: Disclosure, inducements, and suitability rules for retail investors study, Final report, Brüssel 2022

Europäischer Rat: Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council amending Directives (EU) 2009/65/EC, 2009/138/EC, 2011/61/EU, 2014/65/EU and (EU) 2016/97 as regards the Union retail investor protection rules - Mandate for negotiations with the European Parliament: legal text, Brüssel 7.6.2024

Europäisches Parlament: Bericht über den Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinien 2009/65/EG, 2009/138/EG, 2011/61/EU, 2014/65/EU und (EU) 2016/97 im Hinblick auf die Unionsvorschriften zum Schutz von Kleinanlegern (COM(2023)0279 – C9-0182/2023 – 2023/0167(COD)), Ausschuss für Wirtschaft und Währung, A9-0162/2024, Brüssel 2.4.2024

European Business School: Die Zukunft des unabhängigen Finanzdienstleistungsvertriebs in Deutschland, Zusammenfassung der Studienergebnisse, Oestrich-Winkel November 2009

Evers, Jürgen; Stallbaum, Sascha Alexander: Vereinbarung von Honoraren und Servicegebühren: Was ist sinnvoll?, in: Asscompact vom 9.4.2018 (<https://www.asscompact.de/nachrichten/vereinbarung-von-honoraren-und-servicegeb%C3%BChren-was-ist-sinnvoll>)

Focht, Uwe: Einfluss von Maklern und Wettbewerb auf Industrieversicherungsmärkten, Karlsruhe 2009

Grill, Markus: „Nur du bist das Gesetz“, in: Spiegel Online vom 21.11.2010

Habschick, Marco; Evers, Jan: Anforderungen an Finanzvermittler – mehr Qualität, bessere Entscheidungen, Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Hamburg September 2008

HM Treasury/FCA Financial Conduct Authority: FAMR Financial Advice Market Review, Baseline Report, London Juni 2017

Honorarkonzept/MC4MS/Universität Mainz: Studie Honorarberatung, Foliendokumentation, Göttingen/Wiesbaden/Mainz 2009

Icha, Alina: Die Nettopolice, Karlsruhe 2014

Im, Changkuk; Lee, Jinkwon: On the fragility of third-party punishment: The context effect of a dominated risky investment option, in: Journal of Behavioral and Experimental Economics, Volume 98, June 2022, 101872, <https://doi.org/10.1016/j.socec.2022.101872>

IMWF: Verbraucherschutz durch Vergütungsmodelle im Finanzvertrieb – Handlungsbedarfe und -optionen –, Foliendokumentation, Hamburg 2010

Karau, Torsten: Qualitätsmessung in der Versicherungsvermittlung, : Eine empirische Untersuchung der Unterschiede zwischen Provisions- und Honorarvergütung in der Altersvorsorge, Siegburg 2015

Krauß, Harald: Die Vergütung des Versicherungsmaklers im Rahmen internationaler Entwicklungen, Karlsruhe 2009

Maas, Peter: How insurance brokers create value – a functional approach, in: Risk Management and Insurance Review, 2010, Vol. 13, No. 1, 1-20

OECD: Finanzbildung in Deutschland, Finanzielle Resilienz und finanzielles Wohlergehen verbessern, <https://doi.org/10.1787/bf84ff64-en>, 2024

Richtlinie 2014/65 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 15. Mai 2014 über Märkte für Finanzinstrumente sowie zur Änderung der Richtlinien 2002/92/EG und 2011/61/EU (Neufassung), Amtsblatt der Europäischen Union vom 12.6.2014, S. L 173/349-496

Richtlinie 2016/97 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Januar 2016 über Versicherungsvertrieb (Neufassung), Amtsblatt der Europäischen Union vom 2.2.2016, S. L 26/19-59

Ruhkamp, Stefan: Deutschlands größter Versicherungsskandal, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 1.5.2009

Ruß, Jochen; Kling, Alexander; Seyboth, Andreas: Provisionsverbot und Kleinanlegerstrategie, Studie, Ulm 2023

Schafstädt, Christian: Das Spannungsverhältnis zwischen Provisionsberatung und Honorarberatung im Versicherungsmarkt, Karlsruhe 2015

Schiller, Jörg: Ökonomische Aspekte der Entlohnung und Regulierung unabhängiger Versicherungsvermittler, in: ZVersWiss (2011) 100: 113–130, DOI 10.1007/s12297-010-0129-8

Schroeder, Nina: Die Vergütung von Versicherungsmaklern, Hamburg 2015

Schulz, Steffen: Rechtliche Fragen der Honorarberatung, Karlsruhe 2015

Spreer, Philipp: PsyConversion®, 2. Aufl., Wiesbaden 2021

Traub, Wolfgang: Marktfunktion und Dienstleistung des Versicherungsmaklers, Karlsruhe 1995

Trigo-Gammara, Lucinda: Reasons for the Coexistence of Different Distribution Channels: An Empirical Test for the German Insurance Market, in: The Geneva Papers, 2008, 33, (389–407)

Tversky, Amos; Kahneman, Daniel: The Framing of Decisions and the Psychology of Choice, in: Science, Vol. 211, 30.1.1981,

Umhau, Gerd: Vergütungssysteme für die Versicherungsvermittlung im Wandel, Karlsruhe 2003

VZBV Verbraucherzentrale Bundesverband: Den Fehlverkauf stoppen – Das Provisionsverbot endlich einführen, Stellungnahme des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) zum Entwurf einer Omnibusrichtlinie im Hinblick auf die Stärkung der Vorschriften zum Schutz von Kleinanlegern im Rahmen der Retail Investment Strategy (RIS), Berlin 7.7.2023

Autoren

Prof Dr. Matthias Beenken

Professur ABWL, insb. Versicherungswirtschaft an der Fachhochschule Dortmund

Prof. Dr. Lukas Linnenbrink

Stiftungs-Professur Versicherungs- und Risikomanagement an der Fachhochschule Dortmund

Anhang: Tabellenband

HEUTE UND MORGEN

Frage-Nr.	Frage	Label	Gesamt		Testgruppe							
			Total	Kontrollgruppe	Gruppe 2 (pauschal 500 €)	Gruppe 3 (pauschal 900 €)	Gruppe 4 (pauschal 1.300 €)	Gruppe 5 (4 Stunden à 105 € 500 €)	Gruppe 6 (6 Stunden à 126 € 900 €)	Gruppe 7 (8 Stunden à 137 € 1.300 €)		
			(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)			
			%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
f1	Alter (kategorisiert)	25 bis 35 Jahre 36 bis 45 Jahre 46 bis 55 Jahre Gesamt Mittelwerte Signifikanz	33 30 36 2.034 40,7	34 30 37 291 40,7	33 30 37 290 40,8	34 29 38 292 40,7	33 32 35 293 40,5	32 30 38 277 40,8	34 29 37 304 40,7	33 32 34 287 40,7		
f2	Geschlecht	weiblich männlich divers Gesamt Signifikanz	50 49 0 2.034	50 49 0 291	51 49 0 290	51 49 0 292	49 51 0 293	49 51 0 277	51 49 1 304	51 49 0 287		
f7	Können Sie sich grundsätzlich vorstellen, eine (weitere) Rentenversicherung abzuschließen?	auf jeden Fall eher ja Gesamt Signifikanz	26 74 2.034	26 74 291	25 75 290	26 74 292	27 73 293	25 75 277	25 75 304	25 75 287		
test-gruppe	Testgruppe	Kontrollgruppe Gruppe 2 (pauschal 500 €) Gruppe 3 (pauschal 900 €) Gruppe 4 (pauschal 1.300 €) Gruppe 5 (4 Stunden à 105 € 500 €) Gruppe 6 (6 Stunden à 126 € 900 €) Gruppe 7 (8 Stunden à 137 € 1.300 €) Gesamt Signifikanz	14 14 14 14 15 14 2.034	100 0 0 0 0 0 291	0 100 0 100 0 0 290	0 0 100 0 0 0 292	0 0 0 100 0 0 293	0 0 0 100 0 100 277	0 0 0 0 0 100 304	0 0 0 0 0 100 287		
f8_1	Wie entscheiden Sie sich? (Kontrollgruppe)	Ich nehme das Angebot an. Ich nehme das Angebot nicht an. Gesamt Signifikanz	31 69 291	31 69 291	0 0 0	0 0 0	0 0 0	0 0 0	0 0 0	0 0 0		
f8_2	Wie entscheiden Sie sich? (Experimentalgruppen)	Ich nehme das Angebot Modell 1 (alle Kosten sind im monatlichen Beitrag enthalten) an. Ich nehme das Angebot Modell 2 (Kosten für Beratung und Vermittlung sind separat zu zahlen) an. Ich nehme keines der Angebote an. Gesamt Signifikanz	46 26 1.743	0 32 0	38 29 290	44 16 292	59 39 293	36 27 277	44 14 304	57 29 287		
f9	A) Ich finde es grundsätzlich attraktiver, wenn bei einer Rentenversicherung alle Kosten im monatlichen Beitrag enthalten sind. B) Ich finde es grundsätzlich attraktiver, wenn ich die Beratung und Vermittlung separat bezahlen kann.	auf jeden Fall Aussage A eher Aussage A eher Aussage B auf jeden Fall Aussage B Gesamt Signifikanz	31 39 21 1.700	0 38 28 7	31 42 19 7	37 40 14 8	27 31 29 13	34 37 21 8	33 46 16 5	33 46 16 281		
f10	Trifft die folgende Aussage auf Sie zu? Bei Modell 2, wo die Kosten für Beratung und Vermittlung separat zu zahlen sind, habe ich die Kosten für Beratung und Vermittlung mit der Ersparnis verglichen, die ich durch den geringeren Monatsbeitrag habe.	ja nein weiß nicht / keine Angabe Gesamt Signifikanz	69 20 11 1.743	0 72 19	285 23 11	267 22 9	296 14 12	281 22 11	287 22 12	287 22 12		
f11	Ich halte die Kosten für Beratung und Vermittlung, die separat zu zahlen sind, für angemessen.	auf jeden Fall eher ja eher nein auf keinen Fall Top-2-Box Bottom-2-Box Gesamt Signifikanz	4 31 47 18 35 65 1.626	6 37 45 11 43 57	6 31 48 17 35 75	6 31 49 26 25 271	7 38 46 10 43 57	7 29 51 16 33 67	7 29 44 25 30 70	7 29 44 25 30 70		
f3	Was ist Ihr höchster Schulabschluss?	kein Schulabschluss Volk- / Hauptschulabschluss mittlere Reife Fachhochschulreife Hochschulreife Gesamt Signifikanz	0 5 27 19 49 2.029	0 6 25 20 48 289	0 5 28 20 47 289	0 5 25 20 51 292	0 4 27 17 51 291	0 5 24 19 52 277	0 4 32 18 46 304	0 6 22 24 48 287		
f4	In welchem Bundesland leben Sie?	Baden-Württemberg Bayern Berlin Brandenburg Bremen Hamburg Hessen Mecklenburg-Vorpommern Niedersachsen Nordrhein-Westfalen Rheinland-Pfalz Saarland Sachsen Sachsen-Anhalt Schleswig-Holstein Thüringen Gesamt Signifikanz	13 12 4 3 1 4 8 2 7 24 5 2 5 2 4 2 2.033	12 11 6 4 1 5 12 1 5 22 6 2 3 3 2 291	14 15 5 3 0 3 6 4 8 20 7 2 2 3 2 290	13 12 3 2 1 4 7 4 7 23 8 3 2 2 2 292	13 10 4 3 1 4 10 3 8 25 5 2 2 3 3 293	12 11 4 3 0 6 10 4 8 27 2 1 1 2 3 277	12 11 3 2 1 5 8 4 6 23 6 2 1 1 4 1 304	12 17 5 4 1 3 7 2 6 26 4 1 5 2 2 286		
f5	Wie hoch ist ca. Ihr monatliches Haushalts-Nettoeinkommen, also das Einkommen in Ihrem Haushalt nach Abzug von Steuern und Sozialabgaben?	unter 1.500 Euro 1.500 bis unter 3.000 Euro 3.000 bis unter 5.000 Euro 5.000 bis unter 10.000 Euro 10.000 Euro und mehr Gesamt Signifikanz	3 27 39 29 2 1.831	3 27 40 26 3 263	3 25 40 30 2 256	4 26 36 32 2 261	3 27 37 30 3 266	3 29 40 27 2 254	3 28 39 28 2 274	3 28 39 28 2 257		
smfa_f6	Welche der nachfolgenden Versicherungen gibt es in Ihrem Haushalt?	Berufsunfähigkeitsversicherung Grundfähigkeitsversicherung (auch: schwere Krankheiten- / Dread-Disease-Versicherung) Risikolebensversicherung kapitalbildende Lebensversicherung private Rentenversicherung Riester- / Basis- / Rürup-Rentenversicherung Kfz-Versicherung private Haftpflichtversicherung Hausratversicherung Wohngebäudeversicherung Rechtsschutzversicherung zusätzliche private Krankenversicherung private Krankenvollversicherung zusätzliche private Pflegeversicherung private Unfallversicherung keine davon Gesamt Signifikanz	42 3 24 21 36 34 83 87 79 40 58 32 13 9 42 1 2.029	45 2 22 23 38 33 82 87 78 41 56 31 11 8 41 2 287	47 3 26 21 43 36 82 87 81 43 59 34 14 11 50 1 286	41 3 26 20 35 34 84 88 77 43 55 35 14 9 39 1 291	39 5 23 21 33 33 83 86 80 36 58 31 12 9 40 1 293	42 2 21 11 35 34 87 87 80 41 57 29 12 9 43 1 277	44 2 21 20 34 30 86 89 78 41 62 30 15 9 41 1 302	39 3 26 20 36 30 82 86 79 38 62 31 13 7 42 0 284		
f12	Berufsstand	angestellt selbstständig verbeamtet / im öffentlichen Dienst Hausfrau / Hausmann in Berufsausbildung im Studium arbeitslos Gesamt Signifikanz	80 6 10 2 0 2 1 2.027	80 4 10 3 0 2 1 290	80 8 9 1 0 1 1 289	81 4 10 2 0 2 1 290	76 6 10 1 1 3 1 293	82 5 8 1 1 1 1 277	78 5 10 3 1 2 1 302	80 6 11 1 0 1 1 286		
f13	Wohnort	ländlich kleinstädtisch großstädtisch Gesamt Signifikanz	25 38 36 2.030	24 41 35 291	28 41 31 289	27 41 32 292	26 36 38 293	24 34 42 276	27 37 38 304	24 39 38 285		
f14	Haushaltsituation	allein lebend mit Partner, ohne Kinder lebend mit Partner und Kind(ern) lebend ohne Partner, mit Kind(ern) lebend Gesamt Signifikanz	25 29 40 6 1.997	23 29 43 5 284	26 29 39 6 284	24 31 38 7 287	25 31 40 4 286	25 29 35 4 282	25 25 43 7 302	31 32 40 6 282		

HEUTE UND MORGEN			Können Sie sich grundsätzlich vorstellen, eine (weitere) Rentenversicherung abzuschließen?		Wie entscheiden Sie sich? (Kontrollgruppe)		Wie entscheiden Sie sich? (Experimentiergruppen)				Trifft die folgende Aussage auf Sie zu? Bei Modell 2, wo die Kosten für Beratung und Vermittlung separat zu zahlen sind, habe ich die Kosten für Beratung und Vermittlung mit der Einsparung verglichen, die ich durch den geringeren Monatsbeitrag habe.				Angemessenheit der Kosten (reduziert)					
Frage Nr.	Frage	Label	Gesamt		Ich nehme das Angebot an		Ich nehme das Angebot nicht an		Ich nehme das Angebot Modell 1 (alle Kosten sind im monatlichen Beitrag enthalten) an		Ich nehme das Angebot Modell 2 (Kosten für Beratung und Vermittlung sind separat zu zahlen) an		Ich nehme keines der Angebote an		auf jeden Fall / eher ja		eher nein / auf keinen Fall			
			n	(A)	n	(B)	n	(B)	n	(A)	n	(B)	n	(A)	n	(B)	n	(A)	n	(B)
f1	Alter (kategorisiert)	25 bis 35 Jahre	33	35	33	34	33	33	37	33	27	33	37	27	37	32	37	32	37	32
		36 bis 45 Jahre	30	31	30	27	31	31	31	31	29	30	31	29	30	31	29	31	29	30
		46 bis 55 Jahre	26	34	27	29	26	32	27	27	24	27	32	27	32	29	32	29	32	29
	Gesamt	2.034	519	1.515	90	201	810	453	880	1.207	349	187	567	1.059	567	567	1.059	567	1.059	
	Mittelwerte	40,7	40,1	40,9	40,8	40,6	39,7	40,6	42,5	40,7	40,0	42,1	39,8	43,1	39,8	43,1	39,8	43,1	39,8	43,1
	Signifikanz																			
f2	Geschlecht	weltlich	50	47	52	51	50	50	50	48	53	47	52	67	51	48	51	48	51	48
		männlich	49	53	48	48	50	50	50	50	52	48	52	48	53	49	52	49	52	50
		divers	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
	Gesamt	2.034	519	1.515	90	201	810	453	880	1.207	349	187	567	1.059	567	1.059	567	1.059	567	1.059
	Signifikanz																			
f7	Können Sie sich grundsätzlich vorstellen, eine (weitere) Rentenversicherung abzuschließen?	auf jeden Fall	26	30	9	33	32	28	27	27	30	24	27	24	32	26	36	26	36	26
		eher ja	78	0	100	67	78	72	72	73	80	73	80	73	78	78	74	74	74	74
		Gesamt	2.034	519	1.515	90	201	810	453	880	1.207	349	187	567	1.059	567	1.059	567	1.059	567
	Signifikanz																			
test-gruppe	Testgruppe	Kontrollgruppe	14	14	14	100	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Gruppe 2 (pauschal 500€)	14	14	14	0	0	14	21	18	17	16	13	21	15	15	17	16	17	15
		Gruppe 3 (pauschal 1000€)	14	15	14	0	0	14	19	16	19	18	17	17	16	17	16	17	16	17
	Gruppe 4 (pauschal 1.300€)	14	15	14	0	0	21	10	15	17	19	14	12	19	14	12	19	14	12	
	Gruppe 5 (4 Stunden à 20€ = 80€)	14	13	14	0	0	12	24	15	17	11	18	20	14	14	17	18	17	18	
	Gruppe 6 (8 Stunden à 20€ = 160€)	14	15	15	0	0	15	15	15	17	18	17	18	17	18	17	18	17	18	
	Gruppe 7 (8 Stunden à 137€ = 1.096€)	14	14	14	0	0	20	9	17	16	18	17	14	17	14	17	14	17	14	
	Gesamt	2.034	519	1.515	90	201	810	453	880	1.207	349	187	567	1.059	567	1.059	567	1.059	567	1.059
	Signifikanz																			
f8.1	Wie entscheiden Sie sich? (Kontrollgruppe)	Ich nehme das Angebot an	31	40	28	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Ich nehme das Angebot nicht an	89	90	72	0	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Gesamt	793	79	216	90	201	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Signifikanz																			
f8.2	Wie entscheiden Sie sich? (Experimentiergruppen)	Ich nehme das Angebot Modell 1 (alle Kosten sind im monatlichen Beitrag enthalten) an	46	51	45	0	0	100	0	0	44	59	40	40	50	0	0	0	0	0
		Ich nehme das Angebot Modell 2 (Kosten für Beratung und Vermittlung sind separat zu zahlen) an	26	27	25	0	0	0	100	0	33	11	9	43	18	0	0	0	0	0
		Ich nehme keines der Angebote an	28	21	30	0	0	0	100	23	30	51	17	32	0	0	0	0	0	0
	Gesamt	1.743	444	1.299	0	0	810	453	489	1.207	349	187	567	1.059	567	1.059	567	1.059	567	1.059
	Signifikanz																			
f9	A) Ich finde es grundsätzlich attraktiver, wenn bei einer Rentenversicherung alle Kosten im monatlichen Beitrag enthalten sind.	auf jeden Fall Aussage A	31	40	28	0	0	49	5	26	28	42	33	26	36	26	36	26	36	26
		eher Aussage A	29	31	42	0	0	47	19	45	36	48	52	32	32	41	32	41	32	41
		eher Aussage B	21	16	23	0	0	3	54	21	25	11	12	30	17	14	12	30	17	14
	auf jeden Fall Aussage B	8	12	7	0	0	0	22	8	10	4	12	7	4	12	7	4	12	7	
	Gesamt	423	443	432	0	0	108	446	1.168	342	166	558	1.059	567	1.059	567	1.059	567	1.059	
	Signifikanz																			
f10	B) Ich finde es grundsätzlich attraktiver, wenn ich die Beratung und Vermittlung separat bezahlen kann.	ja	69	74	68	0	0	65	88	58	100	0	76	68	0	0	0	0	0	0
		nein	20	17	21	0	0	8	6	0	0	100	0	16	21	0	0	0	0	0
		wählt nicht / keine Angabe	11	9	11	0	0	19	4	4	20	0	100	8	10	0	0	0	0	0
	Gesamt	1.743	444	1.299	0	0	810	453	489	1.207	349	187	567	1.059	567	1.059	567	1.059	567	1.059
	Signifikanz																			
f11	Ich halte die Kosten für Beratung und Vermittlung, die separat zu zahlen sind, für angemessen.	auf jeden Fall	4	5	4	0	0	3	7	3	5	2	3	11	0	0	0	0	0	0
		eher ja	31	30	31	0	0	27	49	19	33	27	26	89	0	0	0	0	0	0
		eher nein	47	42	49	0	0	42	37	40	50	46	50	49	51	0	0	0	0	0
	auf keinen Fall	18	23	16	0	0	17	7	29	16	21	22	0	27	0	0	0	0	0	
	Top-2-Box	35	35	35	0	0	30	56	37	37	29	100	0	100	0	0	0	0	0	
	Bottom-2-Box	65	65	65	0	0	68	44	68	61	71	71	0	100	0	0	0	0	0	
	Gesamt	1.626	421	1.205	0	0	756	433	437	318	152	567	1.059	567	1.059	567	1.059	567	1.059	
	Signifikanz																			
f3	Was ist Ihr höchster Schulabschluss?	kein Schulabschluss	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Voll- / Hauptschulabschluss	5	5	5	8	5	4	4	3	6	13	5	5	5	5	5	5	5	5
		mittlere Reife	27	27	26	22	27	27	20	33	24	32	34	25	28	28	28	28	28	28
	Hochschulreife	19	20	19	24	19	18	18	22	18	19	19	19	22	18	22	18	22	18	
	Hochschulreife	49	48	50	45	50	51	54	43	54	44	34	49	49	49	49	49	49	49	
	Gesamt	2.029	519	1.510	89	200	810	462	478	1.207	349	184	566	1.057	566	1.057	566	1.057	566	1.057
	Signifikanz																			
f4	In welchem Bundesland leben Sie?	Baden-Württemberg	13	13	13	10	13	11	16	13	13	11	17	13	13	13	13	13	13	13
		Bayern	12	10	13	14	9	9	11	13	17	11	17	12	12	13	12	13	12	13
		Berlin	4	3	5	7	5	4	5	4	3	5	3	5	4	4	5	4	4	5
	Brandenburg	3	3	3	6	4	3	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	
	Bremen	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Hamburg	4	5	4	3	6	3	5	5	5	2	6	5	4	4	5	4	4	5	
	Hessen	8	9	8	11	12	8	7	8	8	8	6	6	9	9	9	9	9	9	
	Mecklenburg-Vorpommern	2	3	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
	Niedersachsen	7	7	7	6	5	8	8	7	8	5	12	8	7	7	7	7	7	7	
	Nordrhein-Westfalen	24	27	23	16	24	26	24	24	24	26	20	26	23	20	26	23	20	26	
	Rheinland-Pfalz	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5		
	Saarland	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
	Sachsen	5	4	5	6	2	5	4	5	4	6	7	4	6	6	6	6	6	6	
	Sachsen-Anhalt	1	2	1	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
	Schleswig-Holstein	4	5	3	4	5	3	4	4											

HEUTE UND MORGEN

Frage-Nr.	Frage	Label	Gesamt				Alter (kategorisiert)				Geschlecht				Haushalt Nettoeinkommen (rekodiert)				höchster Schulabschluss (rekodiert)			
			Total	25 bis 35 Jahre (A)		36 bis 45 Jahre (B)		46 bis 55 Jahre (C)		w	m	d	unter 3.000 Euro (A)	3.000 bis unter 5.000 Euro (B)	5.000 Euro und mehr (C)	kein Abschluss / Volkshochschulabschluss (A)	mittlere Reife (B)	Fachhochschulreife (C)	Hochschulreife (A)	Hochschulreife (B)	Hochschulreife (C)	
			%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
f1	Alter (kategorisiert)	25 bis 35 Jahre	33	100	0	0	0	38	29	41	35	29	30	21	26	37						
		36 bis 45 Jahre	30	0	100	0	27	33	25	30	33	30	30	31	31	30						
		46 bis 55 Jahre	36	0	0	100	25	38	34	35	37	48	43	43	43	33						
		Gesamt	2.034	677	615	742	1.024	1.006	4	555	709	567	99	538	1.392							
Mittelwerte			40,7	30,7	40,9	49,7	40,2	41,2	39,5	40,3	41,3	43,0	42,2	39,9								
Signifikanz			(A)	(A)	(A)	(A)	(A)	(A)	(A)	(A)	(A)	(A)	(A)	(A)								
f2	Geschlecht	w	50	57	46	48	100	0	57	50	39	48	56	48								
		m	49	43	54	52	0	100	42	50	61	52	44	52								
		d	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0								
		Gesamt	2.034	677	615	742	1.024	1.006	4	555	709	567	99	538								
Signifikanz			(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(B)									
f7	Können Sie sich grundsätzlich vorstellen, eine (weitere) Rentenversicherung abzuschließen?	auf jeden Fall	26	27	26	24	24	27	23	24	20	29	26	25								
		eher ja	74	73	74	76	76	73	77	76	70	71	74	75								
		eher nein	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0								
		Gesamt	2.034	677	615	742	1.024	1.006	4	555	709	567	99	538								
Signifikanz			(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(B)									
test-gruppe	Testgruppe	Kontrollgruppe	14	14	14	14	14	14	15	15	13	17	14	14								
		Gruppe 2 (pauschal 500 €)	14	14	14	14	15	14	13	15	15	14	15	14								
		Gruppe 3 (pauschal 900 €)	14	14	15	14	15	14	15	14	16	14	15	14								
		Gruppe 4 (pauschal 1.300 €)	14	13	13	14	13	14	15	14	13	13	12	14								
Signifikanz			(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(B)									
f8_1	Wie entscheiden Sie sich? (Kontrollgruppe)	Ich nehme das Angebot an.	31	32	28	33	32	30	33	36	25	27	31									
		Ich nehme das Angebot nicht an.	69	68	72	67	68	70	67	64	75	73	69									
		Gesamt	291	98	86	107	146	144	1	81	106	76	17	73								
		Signifikanz	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)								
f8_2	Wie entscheiden Sie sich? (Experimentgruppen)	Ich nehme das Angebot Modell 1 (alle Kosten sind im monatlichen Beitrag enthalten) an.	46	52	47	41	46	47	50	49	42	44	47									
		Ich nehme das Angebot Modell 2 (Kosten für Beratung und Vermittlung sind separat zu zahlen) an.	26	26	26	26	25	27	21	25	33	21	20									
		Ich nehme keines der Angebote an.	28	22	27	33	29	26	30	26	25	35	34	25								
		Gesamt	1.743	579	529	635	878	862	3	474	603	493	82	465								
Signifikanz			(C)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(B)									
f9	A-ich finde es grundsätzlich attraktiver, wenn bei einer Rentenversicherung alle Kosten im monatlichen Beitrag enthalten sind. B-ich finde es grundsätzlich attraktiver, wenn ich die Beratung und Vermittlung separat bezahlen kann.	auf jeden Fall Aussage A	31	31	30	31	32	31	36	31	25	44	40									
		eher Aussage A	39	42	40	36	41	37	42	41	32	35	38									
		eher Aussage B	21	18	22	23	21	21	18	21	24	17	16									
		auf jeden Fall Aussage B	8	7	8	9	6	11	7	7	15	4	5									
Signifikanz			(C)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(B)									
f10	Trifft die folgende Aussage auf Sie zu? Bei Modell 2, wo die Kosten für Beratung und Vermittlung separat zu zahlen sind, habe ich die Kosten für Beratung und Vermittlung mit der Ersparnis verglichen, die ich durch den geringeren Monatsbeitrag habe.	ja	69	69	67	71	65	73	64	70	77	46	63									
		nein	20	22	20	18	21	20	23	21	16	24	15									
		weil nicht / keine Angabe	11	9	12	11	14	7	15	9	7	29	14	8								
		Gesamt	1.743	579	529	635	878	862	3	474	603	493	82	465								
Signifikanz			(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)									
f11	Ich halte die Kosten für Beratung und Vermittlung, die separat zu zahlen sind, für angemessen.	auf jeden Fall	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5									
		eher ja	31	34	31	28	32	30	31	30	34	25	27									
		eher nein	47	49	45	48	50	44	50	48	42	43	48									
		auf keinen Fall	18	13	19	21	13	22	16	18	19	24	20									
Signifikanz			(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)									
f13	Was ist ihr höchster Schulabschluss?	kein Schulabschluss	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0									
		Volkshochschulabschluss	5	3	5	6	5	5	5	2	99	0	0									
		mittlere Reife	27	21	27	32	30	23	37	25	16	0	100									
		Hochschulreife	19	20	20	18	21	18	17	22	19	0	28									
Signifikanz			(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)										
f14	In welchem Bundesland leben Sie?	Baden-Württemberg	13	10	15	14	12	13	13	11	11	13	14									
		Bayern	12	13	13	11	12	13	11	11	13	17	14									
		Berlin	4	4	4	5	4	5	4	6	3	3	3									
		Brandenburg	3	2	3	4	3	3	3	3	2	4	3									
Signifikanz			(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)										
f5	Wie hoch ist ca. ihr monatliches Haushalts-Nettoeinkommen, also das Einkommen in Ihrem Haushalt nach Abzug von Steuern und Sozialabgaben?	unter 5.000 Euro	3	5	3	2	4	2	11	0	3	10	4									
		1.500 bis unter 3.000 Euro	27	30	23	27	31	23	89	0	0	41	39									
		3.000 bis unter 5.000 Euro	39	38	40	38	40	38	0	100	0	39	39									
		5.000 bis unter 10.000 Euro	29	25	32	29	23	34	0	0	93	10	19									
Signifikanz			(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)										
Sfma_16	Welche der nachfolgenden Versicherungen gibt es in Ihrem Haushalt?	Berufsunfähigkeitsversicherung	42	41	47	40	38	46	30	44	50	24	41									
		Grundfähigkeitsversicherung (auch schwere Krankheiten / Dread-Disease-Versicherung)	3	3	3	2	2	4	1	3	4	2	3									
		Risikolebensversicherung	24	15	27	29	20	27	11	24	35	21	25									
		Kapitalbildende Lebensversicherung	21	8	23	31	18	24	11	19	31	12	19									
Signifikanz			(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)										
f12	Berufstand	angestellt	80	76	84	79	81	79	81	81	77	87	84									
		selbstständig	6	4	5	9	4	8	4	6	8	3	7									
		verbeamtet / im öffentlichen Dienst	10	12	9	9	9	10	5	13	2	6	12									
		Hausfrau / Hausmann	2	2	1	2	3	0	3	1	1	7	3									
Signifikanz			(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)										
f13	Wohnort	ländlich	25	23	29	25	27	23	22	20	27	33	22									
		kleinstädtisch	38	38	39	39	39	38	37	39	38	42	40									
		großstädtisch	36	39	33	36	33	39	40	35	35	26	27									
		Gesamt	2.030	675	615	740	1.023	1.024	4	555	708	567	99	536								
Signifikanz			(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)									
f14	Haussituation	allein lebend	25	32	18	25	23	27	53	22	3	21	25									
		mit Partner, ohne Kinder lebend	29	35	25	28	29	30	18	31	40	38	27									
		mit Partner und Kind(ern) lebend	40	30	49	41	40	40	17	42	55	33	39									
		ohne Partner, mit Kind(ern) lebend	6	3	7	7	8	3	12	4	2	8	10									
Signifikanz			(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)										

