

CHECK - ANALYSE

Ausweichmanöver zu Direktanlagen ohne Verkaufsprospekte, zu Nachrangdarlehen, Genussscheinen etc. sind aus der Not geboren. Sie erscheinen wie Umgehungsprodukte, die gesellschaftsrechtlich an den AIFM- und §34 f-Regelungen vorbeigeschleust werden. Doch die BAFIN hat z. B. die Nachrangdarlehen bereits auf die "Beobachtungsstufe" gestellt und prüft nicht erst seit den Prokon-Problemen bei den Genussscheinen auf unerlaubtes Einlagengeschäft.

Beteiligungsvertrieb in der Praxis

Einige, CHECK gut bekannte Vermittler, haben mit ihren Kunden frühzeitig eine sorgfältige Risikoauflklärung durchgeführt. In der Regel investierte der Kunde sein Vertrauen in den Kompetenzvorsprung des Vermittlers. Dieser gab in der Regel den Anstoß zugunsten der Beteiligungsentscheidung. In der entscheidenden Phase der Abwägung des Für und Wider zu seiner Beteiligungsentscheidung gab das positive Vertrauen des Kunden den Ausschlag. Immer wenn der Kunde nachträglich formulierte, welche Entscheidungsgründe zur Investition geführt haben, fiel die Erinnerung an die Einwände spärlich, die Erwidern und Relativierung dieser Einwände durch den Vermittler dagegen eindeutig und ausführlich aus. Die persönliche Kundenvorstellung der erkennbaren Risiken zum Beteiligungszeitpunkt war selten ausgewogen. Dazu trug auch dessen persönliche Hoffnung auf einen außergewöhnlichen Vermögenszuwachs bei. Die Kundenvorstellungen waren in aller Regel einseitig chancenorientiert, selten risikobewusst.

Risiken nicht kleinreden

Neuerdings wird von dem Vermittler erwartet, dass die Kundenvorstellung zum Beteiligungszeitpunkt ausgewogen ist, d.h. ohne Kleinreden der Risiken und Überbetonen der Chancen. Dazu verlangt der Gesetzgeber z. B. die Einstufung der Beteiligung in Risikoklassen. Daraus entnehmen einige Vermittler und Marketingprofis, dass die Anlehnung an Bankenstandards diese verkaufsschädliche Einstufungspflicht erleichtert. Denn wenn alle Beteiligungen in der höchsten Risikoklasse 5 landen, kann die "Risikoklassifizierung" mangels Unterscheidung und Differenzierung im Beratungsgespräch ad absurdum geführt werden. Und der Verkäufer kehrt zu seiner persönlich klassischen "Risikoauflklärung" zurück. Ein Verständnis der individuellen Risiken des Projekts und den daraus möglichen Risiken für die Vermögenslage des Kunden entsteht dadurch nicht.

Das muss sich ändern

Es geht nicht darum, den Kunden von der Investition in Beteiligungen abzuhalten. Die verkäuferische Kunst be-

steht darin, den unternehmerischen Willen des Kunden so zu stärken, dass dieser, trotz der objektiven Projekt- und in seiner Lebenssituation liegenden Risiken, zu einer angemessenen Beteiligungsentscheidung kommt. Dazu muss sich der Vermittler jedoch zunächst einmal selbst von den Details, der Relevanz und der Begrenzbarkeit der Risiken überzeugen. Und dazu muss er in das Projekt so weit einsteigen, dass ihm klar wird, welches die entscheidenden Fragen sind, von deren klärender Beantwortung Erfolg oder Nichterfolg der Beteiligung abhängt!

Dem Kunden sitzt kein "Dach" gegenüber

Diese Arbeit kann dem Vermittler niemand abnehmen, wenngleich er dazu Hilfe in Anspruch nehmen kann. Seriöse Analysen und Aufklärungsschriften, Gutachten und Leistungsbefragungen können dabei helfen. Fachliche Kompetenz und sachliche Überzeugung kann im konkreten Kundengespräch nur von ihm, dem Vermittler und/oder Berater kommen. Aus CHECK-Sicht sind Haftungsdächer (und "Sorglospakete", siehe Amicus) keine Lösung, da dem Kunden niemals ein "Dach" gegenübersteht. Vertrauen entsteht durch persönliche Überzeugung. Die Rechtfertigung für die Vereinnahmung der Provision oder des Honorars liegt in dem nachweislichen Wissensvorsprung, den sich der Vermittler erarbeitet hat. Dieser muss in der Lage sein, auf Kundenniveau die Beteili-

"Besondere Aufklärungspflichten bestehen in Anlagemodellen wie Unternehmensbeteiligungen, Immobilienfonds, Immobilien, Medienfonds, Schiffsfonds etc. Der potenzielle Anleger muss durch die Aufklärung des Anlageberaters bzw. Anlagevermittlers in die Lage versetzt werden, dass er selbst Risiko und Tragweite seiner Entscheidung erkennt oder ersehen kann. Bei einem neu gegründeten Unternehmen ist der Anleger beispielsweise auf die fehlende Markttauglichkeit hinzuweisen, dass das Risiko des Totalverlustes der Anlage enorm hoch sein kann."...beispielsweise, ob ein angemessenes Verhältnis von Risiken und Ertragschancen besteht und die Haftung des Anlegers auf die Einlage beschränkt ist." (RA Philipp Wolfgang Bayer: Anleger und Verbraucherschutz. Wirtschaftsrecht, Kapitalanlagerecht. Investment Consultant EBS/Deutsche Börse, 2013)

gungsrisiken eines Angebots so zu erklären, dass der Kunde eine für seine individuelle Situation angemessene Risiko-/Chancenabwägung treffen kann. Ohne Kenntnis der Kernrisiken des Projekts und die Vermögensverlustrisiken des Kunden ist dies nicht möglich. Daher kommt dem Vermittler die verantwortungsvolle Aufgabe zu, sich so

weit in den Kunden hineinzusetzen, dass er auf dessen Frage: "Wie würden Sie an meiner Stelle entscheiden?" erwidern kann: "Diese Entscheidung kann ich Ihnen nicht abnehmen. Allerdings könnte ich Ihnen weitere Informationen liefern, die Sie in Ihrer Entscheidung berücksichtigen könnten." Um dafür eine haftungssichere Dokumentation (Bestandteil des Beratungsprotokolls) in der Hand zu haben, liefert CHECK dem Vermittler eine Arbeitsvorlage für eine Plausibilitätsprüfung (pro Fonds bei uns anzufragen), in der 10 Kernrisiken zusammen mit dem Kunden durchgesprochen werden und deren individuelle Gewichtung auf dieser Excel-Arbeitsvorlage eingetragen und festgehalten wird. Damit wird beides erfüllt: die Risikoeinstufung des Projekts und die Qualifizierung der Risikotragfähigkeit des Kunden.

Positionierung zwischen Provisionsumsatz und Anlegerinteresse

Konflikte im Kapitalanlagevertrieb sind Interessenkonflikte. Aus der Sicht des Initiators ziehen Anbieter und Vermittler an einem Strang. Der eine liefert das Produkt, der andere überzeugt den Kunden zu investieren. Aus der Sicht des Vermittlers kommt das Interesse des Kunden systembedingt verstärkt hinzu. Welche Chancen bietet ein Initiatorprofil, Kunden zu gewinnen? Hat er den "hochprozentigen" Kurzläufer, der sofort ausschüttet? Nimmt mir der Kunde das ab? Bekomme ich genügend Vertriebsunterstützung?

Initiatorauswahl folgenreich

Daher spielt die Initiatorauswahl für die die Vermittlerperformance und den Kundenerfolg eine entscheidende Rolle. Ist die Entscheidung für einen Anbieter gefallen, geht es in der Regel um Details im Platzierungsgeschäft. Von der wirtschaftlichen Unabhängigkeit des Vermittlers und dessen Erfolgsquote hängt ab, ob der Anbieter zu Zugeständnissen gegenüber dem Anleger zu bewegen ist, z.B. beim Reporting und Controlling; bei Gesellschafterversammlungen und bei der Wahrnehmung von Anlegerrechten. So konnte z. B. im Jahre 2009 in einem CHECK gut bekannten Sanierungsfall ein Exklusivvertrieb den Anbieter - mit CHECK-Unterstützung - dazu bewegen, nachträglich einen aus Experten und Beiräten zusammengesetzten Investitionsausschuss einzuberufen, der Investitionsentscheidungen grundsätzlich einstimmig bestätigen musste.

Elementarer Interessenkonflikt

Je mehr und häufiger der Kunde zeichnet, je größer sind Umsatz und Gewinn für Vertrieb und Initiator. Beim Kunden argumentiert der Vermittler aus der Sicht des Kunden. Hat ihm der Anbieter gute Argumente für und wider-