



Foto: istockphoto

Produktinformationsblatt wird 2011 Pflicht

Die Einführung der obligatorischen Beipackzettel für alle Finanzprodukte sorgt ab April 2011 v.a. im Sekundärmarkt für mehr Aufwand in der Anlageberatung. Noch herrscht nicht nur Unsicherheit über die inhaltliche Ausgestaltung, sondern auch die Frage, ob Produkthanbieter oder Vertriebsstellen für die Pflege der ungeliebten PRIB verantwortlich sein werden, ist noch offen

Von Andreas Krause, Geschäftsführer Dericon GmbH

Die verbindliche Einführung des Beipackzettels verlangt vor allem bei Produkten aus dem Sekundärmarkt neue Lösungen

IM SOMMER 2009 legte das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) der Finanzbranche nahe, ihren Kunden auf freiwilliger Basis zu jedem Finanzprodukt sogenannte Produktinformationsblätter auszuhändigen. Die auch als „Beipackzettel“ bezeichneten schriftlichen Kundeninformationen sollen dazu dienen, Verständlichkeit und Vergleichbarkeit der Produkten zu verbessern und für mehr Transparenz auf Anlegerseite zu sorgen.

Nach einer Überprüfung der bislang von der Branche vorgelegten PRIB kam der Bundesverband der Verbraucherzentralen (VZBV) allerdings zu der Erkenntnis, dass die freiwillige

Umsetzung und die bis dahin ausgearbeiteten Muster nicht den Anforderungen an Vollständigkeit, Einheitlichkeit und Verständlichkeit genügen. Folge dieser Bestandsaufnahme und ihrer unbefriedigenden Ergebnisse ist die vom Bundeskabinett im September beschlossene Gesetzesvorlage, nach der voraussichtlich ab April in der Anlageberatung für alle Wertpapiere verbindlich PRIB ausgehändigt werden müssen, die den strengen Vorgaben des Ministeriums genügen.

Fester Gliederungskatalog

Während die gesetzliche Verpflichtung zur Ausgabe der standardisierten Kundeninformation also de facto beschlossene Sache ist,

gibt es bei der konkreten Umsetzung weiterhin Unklarheiten. Klar ist bislang nur, welche grundlegenden Informationen in den PRIB zwingend enthalten sein müssen. Dies sind:

- die Art des Finanzinstruments
- seine Funktionsweise
- die damit verbundenen Risiken
- die Aussichten für die Kapitalrückzahlung und Erträge in unterschiedlichen Marktzenarien
- alle mit der Anlage verbundenen Kosten

Konkret enthält das Muster des Ministeriums zehn verschiedene Einzelpunkte, die in dem Informationspapier aufzuführen sind. Der Bundesverband der Verbraucherzentralen (VZBV) ergänzt diese um die sinnvollen Angaben zur „Anlageklasse“ und dem Zeitpunkt, zu dem das Informationsblatt erstellt wurde (siehe Grafik). Ausdrücklich betont wird zudem, dass diese Kundeninformation keine werblichen Elemente enthalten darf. „Bunte Bildchen“, die den Eindruck einer zu prägnanten Hervorhebung der Chancen erwecken könnten, sind explizit unerwünscht. Während die Gliederung der Beipackzettel damit vom Ministerium vorgegeben wird, gibt es bei der inhaltlichen Umsetzung für einzelne Produkttypen keine eindeutigen Vorgaben. Diese liegt demnach weiterhin in den Händen der Finanzindustrie, wobei sämtliche Produktarten einschließlich geschlossener Fonds erfasst werden sollen.

Bisherige Vorschläge unzureichend

In Reaktion auf die Aufforderung der freiwilligen Umsetzung hatten zunächst einige Verbände und Finanzintermediäre Vorschläge für die Ausgestaltung dieser Produktinformationsblätter gemacht. Im Rahmen der Überprüfung wurden seitens des VZBV die Vorschläge des Bundesverbands Deutscher Banken (BDB), des Deutschen Sparkassen und Giroverbands (DSGV) und des Deutschen Derivate Verbands (DDV) genauer analysiert. Das Ergebnis: Keiner der Vorschläge genügte den Anforderungen, worauf sich schließlich die Gesetzesinitiative begründete. Neben der Kritik an den leichter zu behebbenden Mängeln in Gliederung und Vollständigkeit, monierten die Verbraucherschützer auch die zum Teil unverständliche inhaltliche Darstellung zur Funktionsweise oder den preisbeein-

flussenden Faktoren der Produkte. Hier herrscht speziell im Derivatebereich große Unsicherheit darüber, welche Formulierungen letztlich den Anforderungen genügen werden. Als wesentliche Hilfe hat der DDV gerade für die zwölf wichtigsten Produkttypen druckfähige Muster mit Formulierungsvorschlägen vorgelegt.

Folgen für das Beratungsgeschäft

Die Auswirkung des Gesetzes dürfte der Einführung der Beratungsprotokollpflicht in nichts nachstehen. Die bisher unbeantwortete Kernfrage lautet, wer letztlich für die Erstellung der Produktinformationen verantwortlich sein wird - die Emissionshäuser oder die Finanzintermediäre? Letztere dürften stark daran interessiert sein, die Verantwortung den Emittenten zu übertragen. Zum einen wegen der genannten inhaltlichen und damit auch rechtlichen Unsicherheiten und zum anderen, um den erheblichen administrativen Aufwand zu umgehen, der aus den PRIB zwangsläufig erwächst. Damit dürften künftige Vertriebschancen der Emittenten auch erheblich von der Bereitstellung entsprechender Unterlagen abhängen. Unabhängig davon, wer die Verantwortung für die Erstellung übernimmt, bleibt außerdem zu klären, welche konkreten Veränderungen sich für das Beratungsgeschäft ergeben. Grundsätzlich könnte die Beipackzettelpflicht das Gewicht vom Sekundärmarkt stärker zum Primärmarkt verschieben, da die Produktkonditionen hier zumindest über die Zeichnungsphase hinaus stabil bleiben. Ob das Verbraucherschutzministerium den Anlegern hiermit einen Gefallen tut, darf aber bezweifelt werden. Der gerade eingeleitete Trend im gehobenen Privatkundengeschäft, das Primärmarktgeschäft („ein Produkt für alle Kunden“) zu Gunsten des Sekundärmarktgeschäfts („für jeden Kunden das richtige Produkt“) zu reduzieren, könnte damit im negativsten Fall wieder gestoppt oder sogar umgekehrt werden.

Lösungen für den Sekundärmarkt

Um dies zu vermeiden, haben einige Anbieter die technischen Voraussetzungen geschaffen, um bei Sekundärmarktprodukten eine Versorgung mit stets aktuellen „Echtzeit-Beipackzetteln“ zu gewährleisten. Auf Emittentenseite hat sich HSBC

Trinkaus an die Spitze gesetzt und präsentiert schon jetzt seine „Produktinformationsblätter 2.0“, bei denen Kunden und Intermediäre über die HSBC-Webseite per Knopfdruck Produktinformationsblätter abrufen können, die jederzeit mit aktuellen Kursen und Kennzahlen und den daraus abzuleitenden Chancen und Risiken ausgestattet sind. Weitere Emittenten arbeiten derzeit auf unterschiedlichen Entwicklungsstufen an ähnlichen Lösungen.

Eine emittentenübergreifende Lösung bietet aber auch der auf das Beratungsgeschäft mit provisionierten Sekundärmarktprodukten spezialisierte Anbieter Dericon¹. Kunden der Sekundärmarktplattform *Derifin* können sich zu Discountern, Bonussen & Co. bereits heute per Knopfdruck aktuelle Produktinformationsblätter als pdf erzeugen lassen. Diese enthalten alle vom Gesetzgeber geforderten Informationen inklusive der Provisionen sowie Chancen und Risiken auf der Grundlage aktueller Kurse und Kennzahlen. Sie können darüber hinaus aber auch vom jeweiligen Intermediär inhaltlich und im Layout individuell gestaltet werden. Damit sind Finanzdienstleister auch für den Fall gerüstet, dass die Pflicht zur Erstellung der Produktinformationsblätter letztlich doch bei den beratenden Instituten liegen wird.

Aufbau der Kundeninformation*

1. Produktbezeichnung
2. Anlageklasse
3. Produktart
4. Herausgeber des Produkts
5. Produktbeschreibung
6. Risiken
7. Rendite und Wertentwicklung
8. Kosten und Provisionen
9. Verfügbarkeit
10. Besteuerung
11. Sonstiges
12. Stand des Produktinformationsblatts

*Gliederung für die Produktinformationsblätter nach den Vorschlägen des VZBV

¹Der Zertifikateberater ist Kooperationspartner von Dericon und der von ihr betriebenen Plattform Derifin.

*Dies ist ein externer Beitrag. Der Inhalt gibt nicht zwingend Meinung und Einschätzung der Redaktion wieder.