



**IMWF INSTITUT**  
FÜR MANAGEMENT- UND  
WIRTSCHAFTSFORSCHUNG

## Pressemitteilung

### **Honorarberatung vergrößert Unterversorgung der Deutschen in der Risiko- und Altersvorsorge**

*Hamburg, 12. Juli 2010* – Manche Politiker und Verbraucherschützer machen sich für eine Umstellung von der Provisions- auf die Honorarberatung stark. Klassische Provisionsmodelle werden in Frage gestellt, weil man sich von Honorarmodellen eine bessere Beratung der Kunden verspricht. Ein Vergleich der beiden Varianten in der Versicherungsbranche kommt jedoch zu einem überraschenden Ergebnis: Die unterschiedlichen Vergütungsmodelle selber wirken sich auf die Absicherungsqualität der Bundesbürger kaum aus. Sorgen macht dagegen ein ganz anderer Befund: Die Menschen, die sich überhaupt nicht beraten lassen, offenbaren in allen Bereichen der Risiko- und Altersabsicherung große Lücken. Das ergab die Studie „Verbraucherschutz durch Vergütungsmodelle im Finanzvertrieb“ des IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung ([www.imwf.de](http://www.imwf.de)). Für die Studie im Auftrag von Canada Life, Standard Life, Stuttgarter Versicherung, Volkswohl Bund und Zurich Versicherung wurden repräsentativ 2.088 Bundesbürger befragt.

Diese Erkenntnis ist für den aktuellen politischen Diskurs in Deutschland brisant. Der Fokus der Verantwortlichen sollte sich dem Studienergebnis nach darauf konzentrieren, die Bürger erst einmal von der Notwendigkeit einer Beratung zu überzeugen. Die Honorarberatung ist der Befragung zufolge für dieses Ziel nicht geeignet. Rund 85 Prozent der befragten Deutschen sind gar nicht bereit, für eine Beratungsleistung Honorar zu bezahlen. Sollten also Honorarmodelle weiter forciert werden, dürften damit in Zukunft immer weniger Bürger bereit sein, sich über ihre Risiko- und Vorsorgelücken beraten zu lassen.

Wichtigster Grund für diese Haltung: Die Bürger stehen der Idee grundsätzlich negativ gegenüber, für eine Beratungsleistung Geld auszugeben. Rund 40 Prozent halten dieses Modell für zu teuer. Das Preisargument spielt dabei nicht nur für die Gruppe der strikten Honorargegner eine wichtige Rolle. Auch die Bürger, die zumindest bei dem Angebot einer ganzheitlichen Finanzberatung ein Honorar in Erwägung ziehen, sehen den finanziellen Aufwand dafür in engen Grenzen. Jeder zweite spricht sich dafür aus, maximal 100 Euro zu investieren.

Sieht man sich an, wie sich die Vergütungsmodelle im Detail auf die Absicherungsqualität auswirken, zeigen sich kaum Unterschiede. So werden beispielsweise Versicherungsleistungen bei

der Sach- und Vermögensabsicherung von den Befragten beider Vergütungsansätze etwa gleich stark in Anspruch genommen. Dazu zählen etwa die private Haftpflicht-, Hausrat-, oder Kfz-Kaskoversicherung. Für diese Leistungen liegen die Abschlussquoten bei den Gruppen beider Vergütungsmodelle bei rund 70 Prozent oder deutlich höher. Bei den Befragten ohne Beratung berichten dagegen knapp 40 Prozent über ein Versorgungsdefizit. Eine Stärkung der Honorarberatung zu Lasten der Provisionsberatung wird an diesem Zustand wenig ändern. Denn die bisher nicht beratene Bevölkerung zeigt keinerlei Neigung, ihre Absicherungsdefizite durch eine kostenpflichtige Honorarberatung zu beheben.

Dieses Ergebnis setzt sich mit noch weitergehenden Abweichungen bei der Personenabsicherung sowie der Altersvorsorge fort. So verfügt bei den provisions- und honorarberateten Kunden gut jeder zweite Bürger über eine Unfallversicherung. Bei den Befragten, die bisher keinerlei Beratung in Anspruch genommen haben, stehen 66 Prozent der Deutschen ohne Versicherungsschutz dar. In der Altersvorsorge fallen die Qualitätsunterschiede ausgerechnet bei der staatlich geförderten Riesterreente dramatisch aus. Knapp 90 Prozent der Bevölkerung, die bisher keinerlei Beratung für die finanzielle Absicherung im Alter in Anspruch genommen hat, vermeldet hier eine Versorgungslücke. Bei der Provisionsberatung und der Honorarberatung liegt die Quote um mehr als 20 Prozentpunkte niedriger.

### **Zur Studie**

Für die Studie „Verbraucherschutz durch Vergütungsmodelle im Finanzvertrieb“ wurden repräsentativ 2.088 Bundesbürger Ende April 2010 durch das IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung befragt.

### **IMWF – Institut für Management- und Wirtschaftsforschung**

Das IMWF wurde aus der Erfahrung heraus gegründet, dass die Ergebnisse wissenschaftlicher Ausarbeitungen und Marktanalysen für Entscheider in der Wirtschaft oftmals nicht die hinreichende Praxisnähe und Relevanz haben. In Folge dessen bleibt die Unterstützung wissenschaftlicher Institutionen durch Unternehmen oftmals hinter den Erwartungen der Lehrstühle zurück. Vor diesem Hintergrund versteht sich das IMWF als Plattform, auf der Kontakte zwischen Wissenschaft und an fundierter Aufarbeitung relevanter Management- und Wirtschaftsthemen interessierter Unternehmen geknüpft werden.

Dieses Netzwerk wird wesentlich durch Wilhelm Alms aufgebaut. Er hat als ehemaliger Vorstandsvorsitzender von Mummert Consulting vielfältige Erfahrungen mit der Umsetzbarkeit von Forschungsergebnissen in der Managementpraxis gesammelt und hat es sich zur Aufgabe gemacht, Brückenschläge zwischen Wissenschaft und Wirtschaft zu initiieren.

Wenn Sie an diesem Netzwerk partizipieren wollen, freut sich das IMWF über Ihre Nachricht. Von wissenschaftlichen Partnern wird erwartet, nachweislich praxisorientierte Forschung leisten zu wollen. Im Gegenzug hierzu obliegt es den eingebundenen Unternehmen, relevante Fragestellungen zu formulieren und die Freiräume für die Aufarbeitung dieser Themen zu gewährleisten

**Weitere Informationen finden Sie unter [www.imwf.de](http://www.imwf.de)**

---

### **Pressekontakt**

Jörg Forthmann  
Tel.: +49 40 22703-7787  
E-Mail: [joerg.forthmann@faktenkontor.de](mailto:joerg.forthmann@faktenkontor.de)