**Christian Prantner**

# PRIVATE ALTERSVORSORGE – EIN KRITISCHER BLICK AUF ANGEBOTENE PRODUKTE

## EINLEITUNG

Viele KonsumentInnen fragen sich: Brauche ich eine private Vorsorge? Und wenn ja: Wie soll ich vorsorgen? Was wähle ich aus dieser Angebotsvielfalt aus? Die Antworten auf diese Fragen sind nicht einfach. Denn wenn es um die Schließung der viel zitierten „Pensionslücke" geht, sollte an mehreren Stellschrauben gedreht werden, um die Gesamtqualität der Angebote für VerbraucherInnen zu erhöhen – von der Produktkonzeption über die Bewerbung und die Informationsqualität der Offerte bis hin zur Entwicklung verantwortungsvoller Beratungsstandards.

## DIE VIEL ZITIERTE „PENSIONSLÜCKE"[1] IN DER WERBUNG

Banken, Versicherungen, Kapitalanlagegesellschaften und die Vermittlerbranchen weisen seit Jahren darauf hin, dass KonsumentInnen privat vorsorgen sollen. Die „Pensionslücke" ist zu einem geflügelten Wort geworden – perfekt für die Marketingstrategien der Finanzdienstleistungsindustrie, weil bereits der Begriff dringenden Bedarf signalisiert und unübersehbare Kaufsignale ausstrahlt: *„Schockiert über Ihre Lücke? Wir helfen Ihnen."*[2] Oder: *„Finden Sie die richtigen Instrumente für Ihre Vorsorge. Sprechen Sie mit Ihrem Anlageberater in der R-Bank"* – so beispielsweise einer der sanfteren Appelle, doch endlich ein Vorsorgeprodukt zu erwerben, das *„am besten zu Ihnen passt".* Der letzte Halbsatz ist allerdings keine einfache Übung, denn die Produktvielfalt ist tatsächlich unüberschaubar. Einen Eindruck über die Fülle an möglichen Vorsorgeprodukten vermittelt die Anzahl der von der österreichischen Finanzmarktaufsicht beaufsichtigten Unternehmen, die auf dem „Vorsorgemarkt" der zweiten (betrieblichen Vorsorge) und dritten (individuellen privaten) Pensionssäule um Kundinnen und Kunden rittern (Stand: Mai 2014): 790 Kreditinstitute (davon zehn betriebliche Vorsorgekassen), 100 Versicherungsunternehmen, 16 Pensionskassen, 82 Wertpapierfirmen und 70 Wertpapierdienstleistungsunternehmen, 2.153 inländische Investmentfonds von 24 Kapitalanlagegesellschaften, 5.699 ausländische Investmentfonds und fünf Immobilien-Kapitalanlagegesellschaften.[3]

---

[1] Eine genauere Untersuchung der Frage, ob und – falls ja – in welchem Ausmaß die Menschen tatsächlich eine „Pensionslücke" zu erwarten haben, würde über den Rahmen dieses Beitrags hinausgehen und bleibt deshalb ausgeklammert. Eine Möglichkeit, sich seriös über die zu erwartende Leistung aus dem öffentlichen System zu informieren, bietet der AK-Pensionsrechner: http://pensionsrechner.arbeiterkammer.at.

[2] Werbeslogan in einem Flugblatt einer Großbank in Wien, Oktober 2014.

[3] Vgl. dazu die Website der Österreichischen Finanzmarktaufsicht (FMA): https://www.fma.gv.at/de/unternehmen.html.



*Sozialpolitik in Diskussion, Band 17/2015: Seiten 88–95*

## Problemfeld 1: Komplexe Produkte schaffen ein Bewertungs- und Entscheidungsdilemma

Für KonsumentInnen bringt die Anbieter- und Produktfülle nicht nur Vorteile. Diese Vielfalt hat zwei Gesichter: Der (positiven) Wahlfreiheit steht ein Bewertungs- und Entscheidungsdilemma gegenüber. Die Qual der Wahl ist bei Finanzprodukten besonders ausgeprägt: Wer beschäftigt sich schon gerne selbst und ohne Beratungsbedürfnis mit komplexen Anlageformen, die häufig schon aufgrund der Konstruktion kaum verständlich sind?[4] Welcher/welche KonsumentIn kann zum Beispiel die Unterschiede der vielfältig ausgestalteten Zertifikate benennen, die in den letzten zehn Jahren auch an KleinanlegerInnen verkauft wurden?[5] Faktum ist, dass die Finanzdienstleistungsindustrie in den letzten 15 Jahren große Innovationsfreude gezeigt hat. Zwei Beispiele für Produktinnovationen:

- Die fondsgebundene Lebensversicherung kam Mitte der 1990er-Jahre als zartes Pflänzlein auf den Markt: Es setzte ein Verkaufsboom in Österreich ein, der dazu führte, dass der Bestand von Fondspolizzen von 829.000 Verträgen im Jahr 2003 auf 1,85 Millionen Verträge im Jahr 2006 anstieg (vgl. Versicherungsverband Österreich 2006, 128f). Im Jahr 2013 betrug der Vertragsbestand rund 2,8 Mio. Stück (vgl. Versicherungsverband Österreich 2013, 112).
- Kapitalanlageorientierte Lebensversicherungen fanden im Jahr 2009 als neue und spezielle Formen der Lebensversicherung Eingang ins Versicherungsvertragsgesetz.[6]

Kurz gesagt: Es gibt eine Vielzahl an Vorsorgeprodukten, viele KonsumentInnen fühlen sich mit dieser Vielfalt überfordert, und es besteht ein enormer Bedarf an kompetenter Beratung.

## Problemfeld 2: verkürzte Beratung – Verkaufsaspekte dominieren häufig

Es gibt viele engagierte MitarbeiterInnen im Bank- und Versicherungsbetrieb. Aber: Analysen zeigen, dass gute kundenzentrierte Beratung keineswegs selbstverständlich ist:

- „Konsument“ testete im Jahr 2012 40 FinanzberaterInnen zum Thema private Altersvorsorge. Zusammenfassend lässt sich aufgrund dieser Erhebung festhalten, dass in den Beratungen der Vorsorgebedarf der Kundinnen und Kunden unzureichend erhoben und das verfügbare Einkommen nicht abgefragt wurde; auch die Risikoneigung – als Basis für die Risikokategorie eines zu empfehlenden Produktes – wurde kaum erhoben (vgl. Konsument 2012).
- „Konsument“ befand in einem weiteren Testbericht (36 Wiener und 35 Tiroler Bankfilialen) in der Dezemberausgabe 2014, dass die Anlageberatung zu Investmentfonds „reine Glückssache“ ist (vgl. Konsument 2014, 42–44).

[4] Das geht implizit aus einer von der AK im Frühjahr 2014 durchgeführten VerbraucherInnenbefragung (n = 1.035) hervor: Die Befragten äußerten den Wunsch nach ausführlicher Beratung, wenn es um komplexe Anlageprodukte geht (für Details zur gewünschten Beratungsqualität vgl. u. a. Tröger/Prantner 2014).

[5] Zigtausende österreichische KleinanlegerInnen, oftmals unerfahren in Sachen Wertpapiere, haben – angefeuert durch die Werbetrommel – Immobilienzertifikate erworben. Die Folgen dieses Verkaufserfolges sind ernüchternd, denn tausende KleinanlegerInnen haben Geld verloren. Die AK hat sich erfolgreich für geschädigte AnlegerInnen eingesetzt: Aufgrund einer Initiative der AK hat sich etwa die Meinl Bank bereit erklärt, rund 5.000 AnlegerInnen, die sich an die AK gewandt hatten, die erlittenen Kursverluste in einer Gesamthöhe von bis zu 12,4 Millionen Euro auszugleichen (vgl. Presseaussendung der AK Wien vom 3. 8. 2010).

[6] Beispielhaft sei hier ein Artikel zu dieser neuen Produktform erwähnt, die als „eine Art klassische Lebensversicherung mit mehr Gewinnchance“ (Winternitz 2009, 5) beschrieben wurde.



Sozialpolitik in Diskussion, Band 17/2015: Seiten 88–95

Beratung findet häufig verkürzt statt, in vielen Fällen dominiert der Verkaufsaspekt. Das ist einerseits auf Provisionen zurückzuführen, die bei Lebensversicherungen und Wertpapieren von den Produktgebern an den Vertrieb ausbezahlt werden. Zum anderen gibt es neben monetären Anreizen für die VertriebsmitarbeiterInnen auch erheblichen Verkaufsdruck, der aus Vorgaben und Umsatzzielen der Banken und Versicherungen resultiert. Allerdings wäre es unangebracht, Schwarzmalerei zu betreiben und vom skrupellosen Finanzkeiler zu sprechen, der durch Provisionen reich wird. Das lässt sich aus einer Erhebung des Branchenverbandes AFPA aus dem Jahr 2012 herauslesen: Unter den selbstständigen VersicherungsmaklerInnen bzw. -agentInnen und FinanzberaterInnen haben 50 % ein monatliches Bruttoeinkommen zwischen 900 und 2.500 Euro (vgl. AFPA 2012). Dennoch stellt, nüchtern betrachtet, die Provisionsabhängigkeit der BeraterInnen im Vertrieb ein Problem dar, weil markant unterschiedliche Provisionssätze seitens der Produktgeber (Banken, Versicherungen) zu Verzerrungen bei Produktempfehlungen führen können.[7]

Die Berechnungen der privaten Anbieter, wie eine vorgerechnete Pensionslücke zu schließen sei, sind ebenfalls zu hinterfragen, und zwar aus mehreren Gründen: „Lückenberechnungen" sind zu statisch ausgelegt. Es greift nämlich zu kurz, einem/einer Kunden/Kundin vorzurechnen, wie hoch seine/ihre voraussichtliche Alterspension im Verhältnis zum (wegfallenden) Einkommen (Gehalt, Lohn) sein wird. In solchen simplen Plus-Minus-Berechnungen, die im Regelfall weit in die Zukunft reichen, fehlt die dynamische Betrachtung, welche Ausgaben voraussichtlich im Alter zu erwarten sind: Fallen Kredite weg? Ist ein Autoleasingvertrag abbezahlt? Sind Aufwendungen für Kinder zu leisten? Zu überlegen ist auch, welche möglichen Aufwendungen (z. B. Pflege) später hinzukommen könnten. Und: Ein wenig beachteter Umstand ist außerdem, dass eine in einem Versicherungsoffert vorgerechnete Rentenzahlung, die in etlichen Jahren fällig wird, zur Kaufkraftentwicklung ins Verhältnis gesetzt werden müsste. Ein plakatives Beispiel: Eine Monatsrente von (nominell) 100 € – erstmals zahlbar in zehn Jahren bzw. mit Beginn der Rentenzahlungsphase – ist nach heutiger Kaufkraft (bei einer angenommenen Inflation von 2 % pro Jahr) rund 82 € wert. Eine Besonderheit soll auch nicht unerwähnt bleiben: Die den KonsumentInnen vorgelegten Berechnungsbeispiele enthalten erfahrungsgemäß immer wieder Zusatztarife für eine private Unfall- oder Pflegeversicherung – diese „Bündelung" von Produkten erschwert die Bewertbarkeit und hat mit einer „Pensionslücke" im Alter nicht unmittelbar zu tun. Fazit: Die wichtige Frage der Vorsorge im Alter erfordert umfassende, ganzheitliche Finanzplanung.

Generell gilt: Lückenberechnungen beruhen auf vielen Unbekannten. Das betrifft vor allem die ungewisse künftige Leistungsfähigkeit der Anlageprodukte, deren Erträge ein vermindertes Einkommen in der Alterspension ausgleichen sollen. Dreh- und Angelpunkt aller künftig zu erwartenden Erträge (also Ablaufleistungen bei Fonds, Renten bei privaten Rentenversicherungen etc.) sind die Renditeannahmen in den Offerten.

Erfahrungen aus der AK-Konsumentenberatung zeigen, dass speziell zu Beginn der 2000er-Jahre Informationsunterlagen von kapitalmarktbasierten Anlageprodukten bisweilen Ertragsannahmen mit sehr hohen Ablaufleistungen enthielten. Dabei spielt der Zinseszinseffekt eine zentrale Rolle: Je länger die Laufzeit und je höher der angesparte Betrag, desto mehr wirkt sich jeder zusätzliche Prozentpunkt aus, der in einer Szenarioberechnung verwendet wird. Zum Beispiel beträgt die Ablaufleistung eines Anlageproduktes mit 35-jähriger Laufzeit (100 € pro

[7] Der EU-Gesetzgeber in Brüssel hat das Problemfeld der Interessenkonflikte im Finanzvertrieb erkannt und neue Regeln in der Richtlinie, die die Erbringung von Wertpapierdienstleistungen (MIFID 2) regelt, und in der Versicherungsvermittler-Richtlinie veranlasst. Die Umsetzung dieser neuen EU-Richtlinien in nationale Gesetzgebung steht noch aus.

Monat) bei einer angenommenen 9%igen Verzinsung der Einzahlung 271.306 €. Bei einer vermuteten 10%igen Verzinsung wird der Endbetrag auf rund 342.590 € gehebelt – ein Unterschied von einem Prozentpunkt bewirkt also eine Differenz von über 71.000 €. Allein, Gewinnprognosen sind unverbindlich. Vertrauen kann ein/e KonsumentIn nur auf vertraglich garantierte Werte, die allerdings immer schmaler ausfallen. Im Jahr 2015 fiel der Garantiezinssatz („Höchstzinssatz“)[8] bei neu abgeschlossenen Lebensversicherungen von zuletzt 1,75 % auf 1,5 % (auf die Frage, von welchem Ausgangswert dieser Garantiezins gerechnet wird, wird weiter unten eingegangen).

## Problemfeld 3: Die Informationsqualität in den Offerten ist oft unzureichend

Mit der Qual der Wahl rückt der Bedarf an soliden und aussagekräftigen Informationen über die Leistungsfähigkeit der Produkte in den Vordergrund. Um die Informationsqualität ist es erfahrungsgemäß nicht gut bestellt. Das lässt sich z. B. aus der Vielzahl an Beschwerden über nicht eingetroffene Gewinnversprechen bei kapitalbildenden Lebensversicherungen schließen, die bei Arbeiterkammer und VKI verzeichnet werden. Dabei zeigen sich zwei Kernprobleme:

a) AnlegerInnen ist oft nicht klar, dass sich der „Garantiezins“ nicht auf die bezahlte Prämie, sondern nur auf den „Sparanteil“ bezieht, d. h. auf die Prämie abzüglich Versicherungsteuer und diverser Kosten für Verwaltung, Vertrieb etc. (siehe Problemfeld 4).

b) In der Vergangenheit wurden viele kapitalbildende Lebensversicherungen mit allzu hohen, jedoch unverbindlichen Gewinnversprechen verkauft.

Verschiedene verbraucherInnenorientierte Studien zeigen, wie es um die Informationsqualität bei Investmentfonds und Versicherungsanlageprodukten bestellt ist:

- Die „Kundeninformationsdokumente“ für Investmentfonds („KID“), eine Art Vorzeigeprojekt für standardisierte VerbraucherInneninformation, sind nicht kundenorientiert ausgestaltet. Ein wesentliches Detail ist, dass Kostenhinweise im Rahmen der Performancedarstellung als unzureichend einzustufen sind. Denn die Tatsache, dass Ausgabe- und allfällige Rücknahmeaufschläge nicht in der Wertentwicklung berücksichtigt werden müssen, führt in der zahlenmäßigen und optischen Darstellung der Rendite zu irreführenden Annahmen (vgl. Prantner/Rupprecht/Tröger 2013, 39).
- Die Wertnachrichten für Lebensversicherungen sind für VersicherungsnehmerInnen unverständlich und lassen wesentliche Informationen vermissen. Das ging aus einer explorativ ausgelegten Befragung von VerbraucherInnen bzw. VersicherungsnehmerInnen im Jahr 2011 hervor, die vorgelegte jährliche Wertnachrichten in puncto Aussagekraft und Verständlichkeit interpretierten (vgl. AK Wien 2011).
- Auch die prämiengeförderte Zukunftsvorsorge, das staatlich geförderte Altersvorsorgeprodukt, das seit 2003 angeboten und mehrfach durch Novellen des Einkommensteuergesetzes abgeändert wurde, ist kein Vorzeigemodell für gelungene Produkttransparenz. Die AK-Studie über die Informationsqualität bei prämiengeförderten Zukunftsvorsorgeofferten aus dem November 2014 ergab, dass

[8] Die Höchstzinssatzverordnung der Finanzmarktaufsicht legt fest, dass Lebensversicherer nur den aktuell gültigen Höchstzinssatz garantieren dürfen. Mehr Informationen unter https://www.fma.gv.at/de/rechtliche-grundlagen/gesetzliche-grundlagen/verordnungen/versicherungsaufsichtsgesetz-vag/hoechstzinssatzverordnung.html.



Sozialpolitik in Diskussion, Band 17/2015: Seiten 88–95

etliche Versicherer die im Einkommensteuergesetz festgehaltenen vorvertraglichen Informationspflichten nur ansatzweise in den Angebotsblättern erfüllen. Die wesentlichen Ergebnisse der Studie im Detail: Manche Angebote beinhalteten durchaus kühne „Performanceannahmen" von 6 bis 9 % – was KonsumentInnen zu dem Glauben verleitet, mit derart hohen Zinsen rechnen zu können. Zudem waren die Kostenangaben mangelhaft: Nur acht von 17 Versicherern wiesen in den Angebotsblättern die Abschlusskosten aus. Drei machten dazu gar keine Angaben. Bei sechs Offerten fehlte der anzugebende Gesamtbetrag, aber Hinweise zur Berechnung der Abschlusskosten waren immerhin vorhanden. Nur eine einzige der 17 Versicherungen informierte – wie im Gesetz gefordert – über den Gesamtbetrag der laufenden Kosten. Auch fehlten nötige Angaben zur Veranlagung: Bei fünf Versicherungen fehlten diese Angaben zur Gänze, bei vier teilweise, die anderen führten sie an. Es waren kaum Angaben zu den Grundlagen der Rentenberechnung zu finden, nur drei Versicherer erfüllten diese Informationspflicht komplett. Es ist höchst unterschiedlich, was garantiert wird und was nicht, etwa die derzeitige Rententafel oder eine vorgerechnete lebenslange Rentenhöhe. Wesentlich und eine für vorsorgewillige KonsumentInnen alarmierende Erkenntnis war, dass die Angebotsblätter, die den AK-Testkundinnen und -kunden ausgehändigt wurden, einen Produktvergleich nicht erlaubten. Fazit der AK: Der Informationsstandard beim staatlich geförderten Pensionsvorsorgeprodukt lässt sehr zu wünschen übrig. Verbesserungen – nach AK-Ansicht in der Form eines standardisierten Produktinformationsblattes – sind dringend notwendig, um die Produkte transparenter zu gestalten.[9]

## Problemfeld 4: Wie wirken die Kosten eines Vertrages auf die Renditen?

Die Ertragsargumente der Versicherungsunternehmen müssen auf den Boden der Realität gebracht werden, denn in der Werbung und Vermarktung taucht immer wieder das Phänomen auf, dass mit allzu hohen Zinssätzen geworben wird.

Die Vertragskosten, die auf die Rendite drücken, dürfen daher nicht verschwiegen werden. Sie sind im Regelfall erheblich und wirken umso stärker, je niedriger die zu erzielenden Renditen sind. Das ist bei der momentanen Niedrigzinsphase (Spar- und Anleihezinsen) der Fall. Wie wirken Kosten auf die Rendite eines Lebensversicherungsvertrages? Um diese Frage zu beantworten, können ebenfalls verbraucherInnenorientierte Studien herangezogen werden:

- Die AK-Studie über private Rentenversicherungen (vgl. Hager 2012) zeigte, dass die Effektivverzinsungen der getesteten Produkte äußerst niedrig waren. Bezogen auf die einbezahlte Prämie erhielt eine 30-jährige Frau (Altersprofil der AK-Testerin) eine garantierte Effektivverzinsung (ohne Gewinnbeteiligung) von 0,1 bis 0,3 % je nach Versicherer. Eine 35-Jährige stieg sogar mit einem Minus aus. Die garantierte Effektivverzinsung betrug in ihrem Fall minus 1,2 bis minus 1,6 % – das heißt, dass die Höhe der garantierten Rentenauszahlungen geringer war als die Summe der einbezahlten Prämien (vgl. AK Wien 2015). In der Zwischenzeit ist der Höchst-

[9] Zwei Versicherer argumentierten, dass zentrale Informationen nicht in (unverbindlichen) Angebotsblättern, sondern hauptsächlich im Versicherungsantrag enthalten seien. Dies ist aus VerbraucherInnensicht der falsche Platz: Versicherungsanträge – in der Praxis Formulare, die eine Willenserklärung des/der Versicherungsnehmers/Versicherungsnehmerin abbilden sollen – fungieren als Vorstufe für den Versicherungsvertragsabschluss und dienen nicht als Informationsinstrument für den vorvertraglichen Produktvergleich.

zinssatz gesunken: Ab 31. 12. 2014 werden bei Neuverträgen die Sparprämien bei kapitalbildenden Lebensversicherungen nur mehr mit 1,5 % verzinst (vgl. Österreichische Finanzmarktaufsicht 2015).

- Die AK-Studie „Prämiengeförderte Zukunftsvorsorge bei Versicherungsunternehmen“ (2014) ergab, dass die Effektivverzinsung nach Abzug der Vertragskosten nach derzeitigem Stand ebenfalls bescheiden ist.

Zwei wesentliche Details, die für die Informationsqualität Bedeutung haben: Performance ist nicht gleich Effektivverzinsung. Performance ist ein zentraler Begriff, wenn es um die Darstellung des Erfolges von Investmentfonds (Anteilsscheinen an Kapitalanlagefonds) geht. Die Performance – zu Deutsch: Wertentwicklung – gibt in Prozent an, um wie viel das Wertpapiervermögen innerhalb einer betrachteten Periode (z. B. ein Jahr) gewachsen ist. Diese Kennzahl berücksichtigt nicht die Kosten, die AnlegerInnen für Kauf bzw. Verkauf zu bezahlen haben; ebenso unberücksichtigt sind Steuern auf Ausschüttungen. Die Performancekennzahl bei einem Investmentfonds gibt damit schon per se keine Effektivverzinsung wieder. Liegt nun einem Versicherungsvertrag ein Fonds mit einer bestimmten Performance zugrunde, so sind zusätzlich noch die Kosten des Versicherungsvertrages (im Wesentlichen die Abschluss-, Inkasso- und Verwaltungskosten) von der Performance „abzuziehen“. Die Diskrepanz aus beworbener Performance und Effektivverzinsung ist durch die angelasteten Kosten zu erklären.

## ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK

Ein erster Erfolg des AK-Konsumentenschutzes ist die Umsetzung der Novelle zum Versicherungsaufsichtsgesetz. Darin ist aufgrund neuer Informationspflichten festgehalten, dass bei Lebensversicherungen Effektivzinssätze vorgerechnet werden müssen – ein Fortschritt gegenüber jenen Zinssätzen, die Kosten kalkulatorisch nicht berücksichtigen. Wichtig ist, dass dem/der interessierten VersicherungsnehmerIn auch ein Zinssatz vorgerechnet wird, der auf vertraglich zugesicherten Werten (effektiver Garantiezinssatz) basiert. Wichtig ist zudem, dass die Erträge bzw. Auszahlungen aus einem privaten Vorsorgeprodukt nicht nur das Nominale der Einzahlungen (Kapitalerhalt), sondern zumindest die Inflationsrate abdecken. Alles andere bedeutet Kaufkraftverlust.

Weitere Punkte, um die Gesamtqualität – also die gesamte Dienstleistungskette von der Produktkonzeption über die Bewerbung bis hin zum Vertrieb – der privaten Altersvorsorgeprodukte zu verbessern:

- Es bedarf einer seriösen Berechnung allfälliger „Pensionslücken“ aus dem öffentlichen System, z. B. auf Basis des AK-Pensionsrechners[10] (siehe oben – Fußnote 1). Dazu gehört auch, die Möglichkeiten der freiwilligen Höherversicherung fair darzustellen.
- Produktemittenten sollten den Grundsatz beherzigen: Keep it simple. Einfach konzipierte und damit verständliche Produkte schaffen Vertrauen und verhindern Fehlverkäufe. „Verpackte“ Anlageprodukte dienen eher der Angebotsdifferenzierung und weniger dem Bedürfnis der Kundinnen und Kunden.

[10] Der AK-Pensionsrechner ist abrufbar unter http://pensionsrechner.arbeiterkammer.at.

- Produktgeber und FinanzberaterInnen, die sich die private Vorsorge auf die Fahnen geheftet haben, sollten mit verantwortungsvoller und kompetenter Beratung punkten – die Ermittlung des Vorsorgebedarfs für das Alter sollte einen ganzheitlichen Ansatz verfolgen. Im wichtigen Segment der Altersvorsorge sind verbraucherInnenorientierte Beratungsstandards in der Anlage- und Versicherungsberatung notwendig (Stichwort Pensionskonto, umfassende Finanzplanung).

- Es braucht ein standardisiertes Produktinformationsblatt für die prämiengeförderte Zukunftsvorsorge. Die AK verlangt ein verpflichtendes standardisiertes Produktinformationsblatt für alle Versicherungssparten, denn die Komplexität und Angebotsvielfalt steigt, kompakte und lesbare Schlüsselinformationen sind wichtig. Die AK schlägt vor, dass auch für die prämiengeförderte Zukunftsvorsorge jene Informationsstandards zur Anwendung kommen, die die EU-Verordnung über sogenannte Basisinformationsblätter für Anlageprodukte vorsieht.[11]

- Provisionen sollten verbraucherInnenfreundlicher gestaltet sein: Bei kapitalbildenden Lebensversicherungen dominieren zurzeit Provisionen, die dem/der VersicherungsvermittlerIn zum Großteil vorab bezahlt werden. Diese Praxis ist auf die Interessen des Vertriebs ausgerichtet und kann zu Interessenkonflikten führen. Daher tritt die AK dafür ein, dass Provisionsschemata so gestaltet werden, dass nicht der schnelle Abschluss, sondern der Bestand des Vertrages im Vordergrund steht. Ein Modell dafür ist die Verteilung der sogenannten Abschlusskosten auf die gesamte Laufzeit des Vertrages statt auf die ersten fünf Jahre.

## BIBLIOGRAFIE


*Austrian Financial & Insurance Professionals Association* (AFPA) (2012), Provisionen beim Verkauf von Versicherungen und Kapitalanlagen. Factsheet; Download: http://www.afpa.at/cms12/download/category/18-2013.html?download=197.

*AK Wien* (2011), AK verlangt mehr Klarheit bei Infos über Fondspolizzen. Presseaussendung vom 27. 1. 2011 der Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien; Link: http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20110127_OTS0068/ak-verlangt-mehr-klarheit-bei-infos-ueber-fondspolizzen.

*AK Wien* (2014), Prämiengeförderte Zukunftsvorsorge bei Versicherungsunternehmen; Download: http://media.arbeiterkammer.at/PDF/Praemiengefoerderte_Zukunftsvorsorge_2014.pdf.

*AK Wien* (2012), Private Renten können mickrig sein. Homepage der Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien, Konsumentenschutz; Link: http://www.arbeiterkammer.at/beratung/konsument/Versicherungen/Private_Renten_koennen_mickrig_sein.html.

*Hager*, Walter (2012), Private Rentenversicherungen. Studie im Auftrag der Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien, Konsumentenschutz, 3/2012; Download: http://media.arbeiterkammer.at/PDF/Rentenversicherungen.pdf.


[11] Veröffentlicht im Amtsblatt der Europäischen Union: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=OJ:JOL_2014_352_R_0001&from=DE.

*Konsument* (2012), Altersvorsorge: Wie gut ist die Beratung?, in: Konsument 8/2012; Link: http://www.konsument.at/cs/Satellite?pagename=Konsument/MagazinArtikel/Detail&cid=318882023470.

*Konsument* (2014), Reine Glücksache – Beratung zum Fondskauf, in: Konsument 12/2014, 42–44.

*Österreichische Finanzmarktaufsicht* (2014), Berechnungsmethode des Höchstzinssatzes. Homepage der Österreichischen Finanzmarktaufsicht (Stand: 25. 9. 2014); Link: https://www.fma.gv.at/de/unternehmen/versicherungsunternehmen/hoechstzinssatz.html.

*Prantner*, Christian, Benedikta *Rupprecht* und Nina *Tröger* (2013), Qualität von Kundeninformationsdokumenten („KID") bei Investmentfonds. Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien, Konsumentenschutz, 36b/2013; Download: http://media.arbeiterkammer.at/PDF/Qualitaet_der_Kundeninformationsdokumente_fuer_Investmentfon.pdf.

*Tröger*, Nina und Christian *Prantner* (2014), Welche Bank wünschen sich die KonsumentInnen? Verbraucherbefragung der Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien; Download: http://media.arbeiterkammer.at/wien/PDF/studien/Wunschbank_aus_Sicht_der_VerbraucherInnen.pdf.

*Versichertenverband Österreich* (2006), Jahresbericht, Wien.

*Versichertenverband Österreich* (2013), Jahresbericht, Wien.

*Winternitz*, Christian (2009), Kapitalanlageorientierte Lebensversicherung erweitert Produktvielfalt, in: FA€TS – Informationen des Fachverbandes Finanzdienstleister (WKO) 2/2009; Download: http://www.finanzberaterforum.at/files/n431/090704221408_Facts%202009-02.pdf.