

# Umsetzung der Honorarberatung in Deutschland

## Bestandsaufnahme und Blick in die Zukunft

Stephan Paul und Fabian Schmitz

Schlagwörter: Anlageberatung, Anlegerschutz, Anreiz, Beratung, Finanzdienstleistung, Finanzkrise, Finanzwissen, Honorar, Immobilienfinanzierung, Provision, Vermögensverwaltung, Versicherungsvermittlung (STW) | Anlagevermögen, Anreizsystem, Beratung, Finanzdienstleistung, Finanzierung, Finanzkrise, Honorar, Immobilien, Versicherung (TheSoz)

### *Abstract*

*Die Honorarberatung im Finanzdienstleistungssektor hat sich bislang – trotz vergangener Anlegerkandale im Zuge der Finanzkrise und politisch motivierter Förderung – nicht umfänglich etabliert. Unsere Studie identifiziert auf Basis einer Befragung von Honorarberatern aus den Bereichen Finanzanlage-, Versicherungs- und Immobiliendarlehensberatung neun Problemkreise, die hierfür ursächlich sind und liefert Lösungsansätze zu ihrer Beseitigung.*

---

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz: Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International | CC BY-SA 4.0  
Kurzform | <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>  
Lizenztext | <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/de/legalcode>

Förderhinweis: Dieses Forschungsprojekt wurde durch das Ministerium für Kultur und Wissenschaft (MKW) des Landes Nordrhein-Westfalen im Rahmen des Kompetenzzentrums Verbraucherforschung (KVF NRW) gefördert. Das KVF NRW war zwischen 2011 und 2020 ein Kooperationsprojekt der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e. V. mit dem Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MULNV) und dem Ministerium für Kultur und Wissenschaft (MKW) des Landes Nordrhein-Westfalen.

# 1 Einleitung

*„Much like institutions, retail investors are demanding more transparency, better service and a more portfolio-based approach. Between these expectations and new regulations, distribution models in the US and Europe are moving away from commissions toward fee-based advisory models.“ (Larry Fink: Letter to the Shareholders 2020)*

Mit diesen Worten zeigt der CEO von BlackRock Inc., dem immerhin größten Vermögensverwalter der Welt, den Wandel von provisionsbasierten hin zu honorarbasierten Vertriebsmodellen im Finanzdienstleistungssektor auf. Nur allzu gut nachvollziehbar scheint diese Perspektive vor dem Hintergrund vergangener Skandale in der Vermögensanlagebranche und den zahlreichen regulatorischen Maßnahmen zum Schutz von Verbrauchern und Verbraucherinnen<sup>1</sup> in der vergangenen Dekade. Die Niederlande und Großbritannien erließen infolge der Finanzkrise sogar Provisionsverbote.<sup>2</sup> In Deutschland wurde mit dem Koalitionsvertrag 2013 die Förderung der Honorarberatung zum klaren politischen Ziel ausgerufen (CDU, CSU und SPD 2013, 46). Doch nach wie vor pflegt die Honorarberatung im Finanzdienstleistungssektor<sup>3</sup> in Deutschland eher ein Nischendasein und ist nicht in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Der Anteil der gesetzlich gemeldeten Honorarberater liegt je nach Fachgebiet zwischen 0,17 Prozent und 1,24 Prozent<sup>4</sup> (gemessen an allen in Deutschland gesetzlich gemeldeten Beratern).<sup>5</sup> Diese Studie soll daher in einem ersten Schritt die ur-

- 
- 1 Zur besseren Lesbarkeit wird im Folgenden auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Dies stellt keine Wertung dar und umfasst stets beide Geschlechter.
  - 2 Für Großbritannien siehe Kampen 2020, 224 und für die Niederlande Korski 2019, 186 f.
  - 3 Hier sollen der Geldanlage-, Versicherungs- und Immobiliendarlehensmarkt betrachtet werden.
  - 4 Eigene Berechnungen nach DIHK (2020a) und BaFin (2020a). In einer repräsentativen Kundenbefragung wurde ermittelt, dass 2,5 Prozent der Befragten bereits Honorarberatung in Anspruch genommen haben (vgl. Tekathen 2015, 218).
  - 5 Aus stilistischen Gründen soll im Folgenden semantisch nicht zwischen Beratung und Vermittlung unterschieden werden. Eine notwendige inhaltliche Abgrenzung

sächlichen Probleme und Hemmnisse eruieren, auf Basis derer sollen dann in einem zweiten Schritt Lösungsvorschläge abgeleitet werden.

Forschung zur Honorarberatung in Deutschland, wie beispielsweise die Untersuchung von Bluethgen, Meyer und Hackethal (2008), hat meist zum Ziel, die Vor- und Nachteile von Vergütungsmodellen zu untersuchen. In dieser Arbeit soll diese Frage bewusst ausgeklammert werden. Der Fokus liegt auf der Umsetzung der Honorarberatung und den sich dabei ergebenden Problemen aus der Perspektive der Angebotsseite, also der Berater. Zu dieser Fragestellung gab es in der Vergangenheit lediglich empirische Studien zur Nachfrageseite in Form von Kundenbefragungen, von denen Tekathen (2015) das umfassendste Bild liefert. Jüngere Untersuchungen, wie die von van Kampen (2020), Korski (2019) und Schafstädt (2016), analysieren schwerpunktmäßig die Gesetzesgrundlage aus juristischer Perspektive. Mit der vorliegenden Bestandsaufnahme der Haltungen der Berater wird somit eine Lücke in der Literatur geschlossen.

## 2 Grundlagen der Finanzberatung in Deutschland

Das in Deutschland vorherrschende Vergütungsmodell basiert auf Provisionen. Sie fallen im Rahmen einer erfolgreichen Vermittlung von Finanzprodukten an. Die reine Beratung hingegen wird in diesem Modell nicht vergütet.<sup>6</sup> Hieraus ergeben sich für den vermittelnden Berater zwei entscheidende Fehlanreize. Der Berater maximiert seinen Verdienst zum einen, indem er möglichst viele

---

erfolgt in Kapitel 2. (Honorarberatung; Honorarberater = HB) steht für Beratung und nicht direktvergüteter Vermittlung auf Honorarbasis, (Mischberatung; Mischberater = MB) repräsentiert Vermittlung und Beratung auf Honorar- und Provisionsbasis und (Provisionsberatung, Provisionsberater = PB) meint Vermittlung und Beratung auf Provisionsbasis.

6 Zur Definition von Provisionen vgl. Tekathen 2015, 32 und van Kampen 2020, 52 ff.

Finanzprodukte vermittelt, und zum anderen, indem er diejenigen auswählt, die die höchsten Provisionen auslösen (Roßbach 2011a, 52). Fehlanreize allein verursachen allerdings noch keine Schäden. Diese entstehen erst, wenn sich Berater bei ihren Empfehlungen von diesen Fehlanreizen leiten lassen. Somit handelt es sich in erster Linie um ein individuelles Problem. Dennoch decken mehrere Studien anhand von Experimenten oder Daten aus der Praxis auf, dass die Beeinflussung der Anlageempfehlung wohl eher die Regel als die Ausnahme ist und erhebliche Vermögensschäden verursachen kann.<sup>7</sup>

Das Modell der Honorarberatung stellt eine Alternative dar, weil in dieser Vergütungsform die provisionsinduzierten Fehlanreize nicht entstehen und Interessenskonflikte somit gemindert werden.<sup>8</sup> Dabei lassen sich verschiedene Honorarformen wie etwa das Zeit-, Pauschal- und Volumenhonorar unterscheiden.<sup>9</sup> Mangels einer einheitlichen Definition soll honorarbasierte Beratung in dieser Studie wie folgt definiert werden:

- Im **engeren Sinne** bedeutet Honorarberatung, dass ein neutraler Berater ausschließlich für sein Know-how und seinen Zeitaufwand unmittelbar vom Kunden vergütet wird und somit keine Zahlungen von Dritten erhält. Die Dienstleistung ist bei dieser Definition mit Ende der Beratung abgeschlossen.

- 
- 7 Beispielsweise zeigen Hoechle et al. (2018), dass Berater Transaktionen empfehlen, bei denen sie ihre Provision maximieren, und Mullainathan et al. (2012) können nachweisen, dass Verhaltensanomalien nicht nur nicht abgebaut, sondern sogar noch verstärkt werden, solange sie der Verkaufsförderung dienen. Beyer et al. (2013) sowie Anagol et al. (2017) konnten nachweisen, dass Vermittler tatsächlich zu Produkten mit hohen Provisionen tendieren, und Bucher-Koenen et al. (2020) stellten fest, dass Menschen mit schlechter finanzieller Allgemeinbildung durch Provisionsberatung besonders benachteiligt werden.
  - 8 Auch in der Honorarberatung entstehen Fehlanreize, vgl. hierzu zum Beispiel implizite Verkaufsanreize bei Roßbach 2011b, 271; Anreize, die Beratungszeit zu maximieren bei Beenken und Radtke 2013, 45; und Anreize, die Beratungszeit zu minimieren bei Robinson 2009, 60.
  - 9 Zeithonorar (zum Beispiel Bezahlung des Arbeitsaufwands pro Stunde), Pauschalhonorar (etwa ein vorher festgelegter Betrag für eine Leistung, häufig auch monatliche Service-Fee), Volumenhonorar (z. B. Prozentsatz in Abhängigkeit vom betreuten Vermögen), erfolgsabhängiges Honorar (zum Beispiel abhängig von einer gewissen Performance zu einer Benchmark). Vgl. hierzu auch Korski 2019, 198 und Tekathen 2015, 69-74 und 254 f.

sen. Gängig ist diese Form der Beratung bei Verbraucherzentralen<sup>10</sup> und Versicherungsberatern. In den meisten Fällen erwarten Verbraucher infolge der Beratung allerdings auch eine entsprechende Umsetzung der Empfehlungen.

- In diesem Fall kann von Honorarberatung **im weiteren Sinne** gesprochen werden, die auch eine Vermittlung passender Finanzprodukte inkludiert. Diese Definition entspricht dem Kodex der Honorarberater des Verbundes deutscher Honorarberater (VDH), der die „Lösungsbeschaffung“ – also Vermittlung – explizit mit einschließt (VDH 2020). Entscheidend ist, dass die Vergütung nicht vom Vermittlungserfolg abhängt. Sofern der Kunde also im Anschluss an eine Beratung die Umsetzung einer Empfehlung wünscht, darf ausschließlich der Zeitaufwand für die Umsetzung vergütet werden.<sup>11</sup>
- Bei der **reinen Honorarvermittlung** wird dagegen – genau wie in der provisionsbasierten Vermittlung – die erfolgreiche Vermittlung unabhängig von der Beratungsleistung vergütet. Zwar erfolgt auch hier die Bezahlung durch den Kunden und keinen Dritten, allerdings entsteht durch diese Vergütungsform ein Verkaufsanreiz.<sup>12</sup>

Unter dem Eindruck der Finanzkrise förderten weltweit Staaten honorarbasierete Finanzberatung. Einen strikten Weg verfolgten dabei beispielsweise Großbritannien und die Niederlande durch den Erlass von Provisionsverböten (van Kampen 2020, 224; Korski 2019, 186 f.). Auf europäischer Ebene setzte sich mit den MiFID II-Richtlinien allerdings kein Verbot durch, stattdessen sollte die Honorarberatung gefördert werden.<sup>13</sup> Hieran orientierte sich der deutsche Gesetzgeber 2014 bei Umsetzung des Gesetzes zur Förderung und Regulierung einer Honorarberatung über Finanzinstrumente (Honorar-Anlageberatungsgesetz).<sup>14</sup>

10 Für weitere Informationen zu den Verbraucherzentralen vgl. Hörmann 2017.

11 Die Einteilung (i. e. S. und i. w. S.) folgt Korski 2019, 57 f.

12 Für einen Überblick über die gängigsten Definitionsansätze vgl. Tekathen 2015, 347-368 und Teicher 2017, 41-64.

13 Vgl. Europäische Kommission 2011, 55. Die MiFID II-Richtlinie spricht zwar von einer „unabhängigen Beratung“ und nicht von einer „Honorarberatung“, meint aber inhaltlich das gleiche.

14 Vgl. BT-Drs. 17/12295, 1.

Damit wurden zwei Berufsbilder geschaffen: Der Honorar-Anlageberater (§§ 36c, d WpHG a. F.) und der Honorar-Finanzanlageberater (§ 34h GewO)<sup>15</sup>, der über Finanzinstrumente berät, die in die Bereichsausnahme nach dem KWG fallen. Kern der neuen Berufsgruppen ist das Verbot, Zuwendungen Dritter entgegenzunehmen (beziehungsweise die Pflicht, diese ungemindert auszukehren) sowie die Anforderung, der Anlageempfehlung einen hinreichenden Marktüberblick zugrunde zu legen. Darüber hinaus wurde die Bezeichnung Honorar-Anlageberatung – seit 2018 unabhängige Honorar-Anlageberatung – geschützt (§ 94 WpHG). Im März 2016 wurde mit dem Honorar-Immobilienanleiherberater (§ 34i Abs. 5 GewO) ein weiteres Berufsbild im Darlehensbereich geschaffen, und zwei Jahre später erfolgte die Neuregelung des – bereits seit 2008 in der Gewerbeordnung verankerten – Versicherungsberaters (das Honorar-Pendant im Versicherungsbereich) in § 34d Abs. 2 GewO. Im Kern entwickelte sich der neue Versicherungsberater dadurch weg von seinem Ursprung als rechtsberatender Beruf hin zum Vermittler, indem ihm eine bis dato nicht bestehende Vermittlererlaubnis erteilt wurde.<sup>16</sup>

Auf Basis der Gewerbeordnung bieten deutschlandweit aktuell (Stand 30. September 2020) 205 Honorarberater Finanzanlage-, 331 Versicherungs- und 672 Immobilienanleiherberatungen an. Im BaFin-Register für unabhängige Honorar-Anlageberater werden derzeit 18 Firmen geführt, davon beschäftigt die Quirin Privatbank AG mit 83 Angestellten die meisten Berater. Unter den Haftungs-dächern der DWPT Deutsche Wertpapiertreuhand GmbH, der GSAM + Spee Asset Management AG, der Honorarfinanz AG und der NFS Netfonds Financial Service GmbH summieren sich circa 115 Berater. Bei den Übrigen handelt es sich eher um Zusammenschlüsse von Einzelpersonen. Regulierungsfreie Dienstleistungen bieten neben freien Beratern vor allem die Verbraucherzentralen an.<sup>17</sup>

Daneben sind noch diejenigen Berater zu nennen, die in der Gewerbeordnung auf Basis von § 34 f., § 34d Abs. 1 oder § 34i Abs. 1 arbeiten sowie diejenigen, die als Finanzdienstleistungsinstitut oder Kreditinstitut (§ 32 KWG) bei der BaFin

---

15 Für eine detaillierte Aufstellung der gesetzlichen Bestimmungen vgl. Korski 2019, 87-148.

16 Für eine detaillierte Darstellung der Gesetzesgrundlage des Versicherungsberaters vgl. Korski 2019, 161-173.

17 Eigene Recherche auf Basis von BaFin 2020b, DIHK 2020a.

geführt werden, aber dennoch Beratung auf Honorarbasis anbieten. Mangels Meldepflicht liegen über die Anzahl dieser „Mischberater“ allerdings nur grobe Schätzungen vor.<sup>18</sup> Einschränkung muss berücksichtigt werden, dass einige Berater sich auf Firmenkunden fokussieren. (Nach Einschätzung des Bundesverbandes der Versicherungsberater, BVVB, beraten zum Beispiel lediglich ein Drittel der Versicherungsberater Privatkunden.)<sup>19</sup> Darüber hinaus bieten vor allem einige der Finanzdienstleistungsinstitute vornehmlich Vermögensverwaltung ab einer Mindesteinlage von 50.000 Euro bis zu 500.000 Euro an und stehen somit nicht allen Verbrauchern offen. Schließlich verfügen die meisten Berater über mehr als nur eine Zulassung, daher lassen sich die Gewerbeordnungs- und WpHG-Eintragungen nicht zu einer Gesamtanzahl an Beratern addieren.

### 3 Methodik der Studie

Zuerst wurden anhand von theoretischen Modellen, welche die Kunde-Berater-Beziehung beschreiben, mögliche Faktoren identifiziert, die aus Nachfrage- und Angebotsperspektive Einfluss in der honorarbasierten Beratung entfalten können. Das Vertrauensmodell von Mayer, Davis und Schoorman (2007) beschreibt dabei moderierende Faktoren, die zum Beispiel entscheidend dafür sind, ob Geschäftsbeziehungen überhaupt zustande kommen. Die Prinzipal-Agenten-Theorie bildet die Grundlage, Probleme hinsichtlich Informationsasymmetrien und Interessenskonflikten zwischen Prinzipal (Kunde) und Agenten (Berater) zu identifizieren. Und die Transaktionskostentheorie thematisiert und klassifiziert zum Beispiel die Kosten, die im Kontext von Austauschhandlungen der Wirtschaftssubjekte entstehen. Sie liefert also Hinweise auf Wirtschaftlichkeitsaspekte und die Bedeutung der Vergütungsschuldnerschaft (Paul et al. 2011, 751; Mattmüller und Tunder 1997; Tekathen 2015, 88-122).

---

18 Einen Hinweis hierzu liefert Wenig 2017 mit der Einschätzung, dass 20 Prozent der Versicherungsmakler auf Honorarbasis arbeiten.

19 Vgl. BT-PIPr 18/243, 25054A.

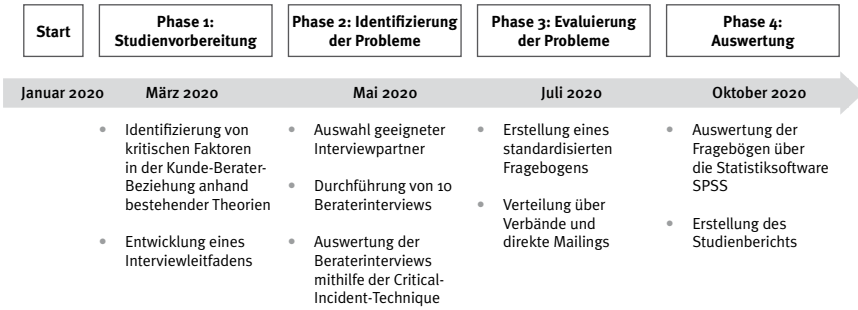


Abbildung 1: Projektplan der Studie (Quelle: Eigene Darstellung).

Anhand dieser Faktoren wurde anschließend ein Leitfaden entwickelt, der in semistrukturierten Tiefeninterviews mit zehn Beratern als Grundlage diente, um konkrete Probleme in der Praxis zu identifizieren. Die Anwendung eines qualitativen Forschungsansatzes begründet sich durch den hohen Komplexitätsgrad und das heterogene Befragungsfeld. Rein quantitative Ansätze würden Antwortspielräume in dieser frühen Phase zu stark begrenzen. Semistrukturierte Interviews geben dem Gespräch dagegen eine feste Struktur anhand des theoretischen Rahmens, und sie liefern durch eine offene Fragetechnik tiefere Erkenntnisse (Bock 1992). Bei der Auswahl der Interviewpartner für die eineinhalb- bis zweistündigen Gespräche zwischen März und Mai 2020 wurde darauf geachtet, das heterogene Feld an Honorarberatern (sowohl die Rechtsgrundlage als auch die fachliche Ausrichtung betreffend) möglichst umfassend abzubilden und so eine hohe Validität zu gewährleisten.<sup>20</sup>

Die Auswertung der Interviews erfolgte in Form einer strukturierten Inhaltsanalyse in Verbindung mit der Critical-Incident-Technique (Flanagan 1954). Dabei werden solche Aussagen als Critical Incidents (Probleme und Hemmnisse) aufgefasst, die in den Augen der Befragten den stärksten Deutungsbeitrag zur Fragestellung leisten. Die Critical Incidents werden aus den Interviews identifiziert, extrahiert und so lange (iterativ) sortiert und gruppiert, bis alle identifizierten Aussagen zu einer möglichst homogenen Gruppe zusammengefasst sind. Diese Gruppierungen liefern nun zusammen mit den theoretischen

<sup>20</sup> Vgl. Anhang 1.



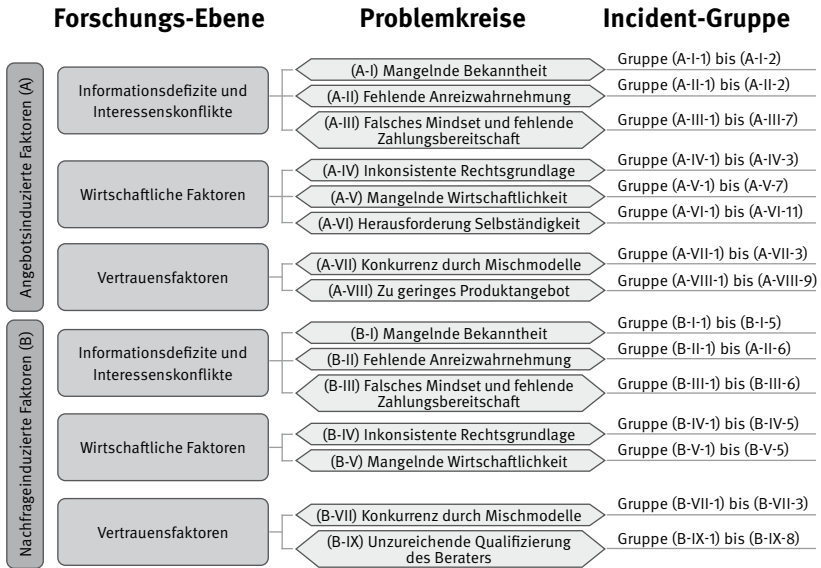


Abbildung 2: Kategorisierungssystem der Incidents (Quelle: Eigene Darstellung).

Vorüberlegungen den Rahmen zur Kategorisierung der Incidents in Form von Problemkreisen.

Die identifizierten Incident-Gruppen wurden anschließend in Aussagenform in einen standardisierten Fragebogen mit unipolaren, endpunktbenannten Likert-Type-Antwortskalen überführt, um die Ergebnisse auf breiterer Basis zu evaluieren.<sup>21</sup> Zwischen Juli und September 2020 wurden Honorarberater über verschiedene Verbände, Verbände, soziale Medien und über persönliche E-Mails zur Teilnahme an der Befragung eingeladen.

21 Die Aussagen konnten mit 1 = „trifft gar nicht zu“ bis 6 = „trifft völlig zu“ bzw. 1 = „gar nicht hemmend“ bis 6 = „völlig hemmend“ auf einer sechs Punkte umfassenden Skala bewertet werden.

## 4 Auswertung der Studie: Problemkreise der Honorarberatung

223 Berater haben den Fragebogen ausgefüllt, von denen auf Basis von Plausibilitätsprüfungen 202 für die weitere Auswertung und Analyse infrage kamen.<sup>22</sup> Dabei ist zu beachten, dass ein Berater mehrere Zulassungen haben kann, zum Beispiel kann ein Honorar-Finanzanlageberater gleichzeitig Versicherungsmakler und Immobiliendarlehensvermittler sein. Dadurch ergeben sich insgesamt 398 Beobachtungspunkte. Es zeigt sich, dass insbesondere Versicherungsmakler mit 41,6 Prozent und Honorar-Finanzanlageberater mit 34,2 Prozent aller Teilnehmer die Befragung dominieren. Insgesamt erweist sich der Datensatz aber als ausgewogen.

### Tabelle 1: Teilnahmefeld und Marktabdeckung

Download der Tabelle unter <https://www.verbraucherforschung.nrw/jahrbuch-konsum-und-verbraucherwissenschaften/2021-63875>.

Die folgende Auswertung der Fragebögen gliedert sich entlang der identifizierten Problemkreise (Abbildung 2). Die univariate Analyse anhand von Häufigkeiten und Zustimmungsqoten<sup>23</sup> sowie der Lageparameter Mittelwert ( $\mu$ ) inkl. Standardabweichung ( $\sigma$ ), Median ( $x_{Med}$ ) und Modus ( $x_{Mod}$ ) bilden die Basis der Untersuchung. Über Kontingenzanalysen beziehungsweise Kreuztabelleierungen konnten fünf Cluster identifiziert werden, die es ermöglichen, differenziertere Ergebnisse zu berichten. Cluster 1 unterscheidet Berater hinsichtlich ihres angebotenen Vergütungsmodells in Berater, die ausschließlich auf Honorarbasis arbeiten (HB), und Berater, die zusätzlich Provisionen annehmen (MB). Cluster 2 gliedert sich hinsichtlich der rechtlichen Grundlage in Versicherungsberater und Versicherungsvermittler. Analog dazu segmentiert Cluster 3 in Honorar-Finanzanlageberater und Finanzanlagevermittler. Eine Differenzie-

22 Ausschlusskriterien waren hierbei 1. die Beantwortungszeit, 2. Plausibilität der Antworten und 3. keine Tätigkeit auf Honorarbasis.

23 Dabei wurden Antworten von 1-3 als ablehnende und 4-6 als zustimmende Haltung definiert.

zung des Immobiliensektors erwies sich vor dem Hintergrund einer geringen Rücklaufquote als nicht sinnvoll. Das vierte Cluster unterscheidet zwischen angestellten und selbstständigen Beratern. Im fünften Cluster wird der Datensatz in Berater aufgeteilt, die direkt in die Honorarberatung eingestiegen sind und in Berater, die zuvor auf Provisionsbasis tätig waren.<sup>24</sup> Aufgrund der überwiegend nominalen und ordinalen Skalenniveaus wird die Signifikanz der Ergebnisse über den Pearson Chi-Quadrat-Test (p) (Behelfsweise über den exakten Test nach Fisher) und das Kontingenzmaß V nach Cramer (c) berichtet.

## 4.1 Mangelnde Bekanntheit

### Tabelle 2: Problembereich (I): Mangelnde Bekanntheit

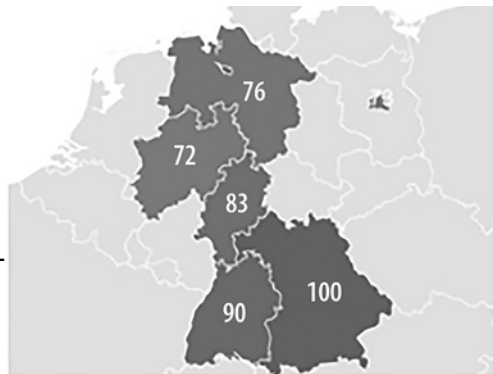
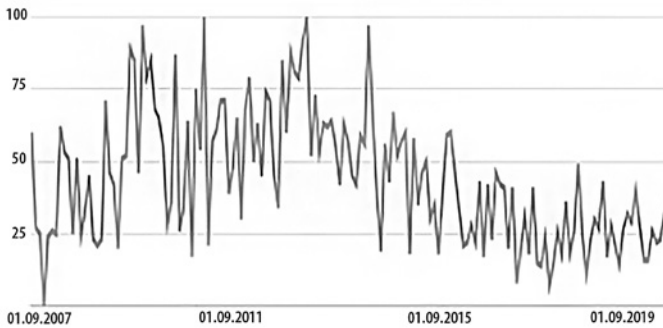
Download der Tabelle unter <https://www.verbraucherforschung.nrw/jahrbuchkonsum-und-verbraucherwissenschaften/2021-63875>.

Verbraucher können keine Dienstleistung in Anspruch nehmen, deren Existenz ihnen gänzlich unbekannt ist. Davon gehen jedoch 84,5 Prozent (B-I-1) der befragten Berater aus. Außerdem ist fraglich, ob Verbraucher – selbst wenn sie auf Honorarberatung aufmerksam werden – diese wirklich als Alternative wahrnehmen, denn 96,0 Prozent (B-I-2) der Befragten geben an, dass Kunden der Unterschied zwischen Vermittlung und Beratung nicht bewusst sei. Nach den Erfahrungswerten der Honorarberater, die zuvor selbst auf Provisionsbasis tätig waren, ist Honorarberatung unter Provisionsberatern zwar bekannter – nur 24,7 Prozent (Cluster 5: A-I-1) der Befragten gehen davon aus, dass Provisionsberater Honorarberatung nicht kennen. Allerdings geben 58,9 Prozent (Cluster 5: A-I-2) an, dass Provisionsberater nichts Genaueres über das Honorarmodell wissen.

Die Gründe für die geringe Bekanntheit sehen die meisten Berater in der starken öffentlichen Präsenz der Anbieter provisionsbasierter Beratung (82,5 Prozent) (B-I-3) und 95,5 Prozent (B-I-4) sogar darin, dass Banken und Finanzdienstleister über stärkere Interessensvertretungen als Honorarberater verfügen. Gleichzeitig fehlt es Honorarberatern an Sichtbarkeit. Das liegt zum einen an den suboptimalen Suchoptionen. Zwar bestehen mit dem von dem DIHK geführten Vermittler-Register und dem BaFin-Register für unabhängige

<sup>24</sup> Berichtet werden jeweils die signifikanten Ergebnisse im Anhang 2 bis 6.

Honoraranlageberater zwei behördliche Datenbanken aller registrierten Honorarberater, jedoch kann das Vermittlerregister nicht direkt zur Suche genutzt werden, und im BaFin-Register sind vornehmlich Vermögensverwalter geführt. Über Online-Suchmaschinen wie Whofinance sind die Korrektheit und die Aktualität der Eintragungen nicht gesichert. Das Register des BVVB führt nur ein Drittel der zugelassenen Versicherungsberater; und Dienstleister wie die HonorarKonzept GmbH und der VDH sowie der Bundesverband unabhängiger Honorarberater e. V. bieten auf ihren Seiten lediglich die Möglichkeit, über ein Kontaktformular einen Berater anzufragen.



**Abbildung 3: Google-Trends Analyse<sup>25</sup> zum Stichwort Honorarberatung (Quelle: <https://trends.google.de/trends/?geo=DE>).**

25 Die Werte geben das Suchinteresse relativ zum höchsten Punkt im Diagramm für die ausgewählte Region im festgelegten Zeitraum an. Der Wert 100 steht für die höchste Beliebtheit dieses Suchbegriffs. Der Wert 50 bedeutet, dass der Begriff halb so beliebt ist und der Wert 0 bedeutet, dass für diesen Begriff nicht genügend Daten vorlagen.

Zum anderen führt auch das verhältnismäßig geringe und regional ungleichmäßig verteilte Angebot zu einer geringen Sichtbarkeit. Für Honorar-Finanzanlageberater veröffentlicht der DIHK eine Statistik nach Bundesländern. Danach ist knapp die Hälfte aller Honorar-Finanzanlageberater in Bayern (57) und Nordrhein-Westfalen (43) tätig. Weniger als die Hälfte sind in Baden-Württemberg (24) und Hessen (19) zu finden. In allen anderen Bundesländern sind weniger, und in Mecklenburg-Vorpommern ist sogar kein Berater aktiv (DIHK 2020b). Daher hat auch nur knapp die Hälfte der Befragten den Eindruck, dass Honorarberatung in den letzten Jahren bekannter geworden ist (B-I-5).

Eine Google-Trends-Analyse nach dem Suchbegriff „Honorarberatung“ bestätigt diesen Eindruck. Relativ häufig wurde dieser Begriff zurzeit der Finanzkrise und zur Einführung des Honoraranlageberatungsgesetzes gesucht. Seit 2014 sind die Suchanfragen abnehmend. Und eine Analyse der regionalen Verteilung der Suchanfragen zeigt deutlich eine Korrelation zur regionalen Verteilung der Berater.

## 4.2 Fehlende Anreizwahrnehmung

**Tabelle 3: Problemkreis (II): Fehlende Anreizwahrnehmung.**

Download der Tabelle unter <https://www.verbraucherforschung.nrw/jahrbuchkonsum-und-verbraucherwissenschaften/2021-63875>.

Selbst wenn ein alternatives Vergütungsmodell bekannt ist, muss der Verbraucher in der Lage sein, die Fehlanreize des bestehenden Modells zu erfassen, um einen Wechsel in Betracht zu ziehen. Die befragten Berater stimmen mehrheitlich der Aussage zu, dass Verbraucher die beiden entscheidenden Fehlanreize im Provisionsmodell nicht erkennen. 79,5 Prozent (B-II-1) geben an, dass Verbraucher den Selektionsanreiz für „teurere“ Produkte nicht wahrnehmen, und 75,0 Prozent (B-II-2) sind der Ansicht, dass auch der Verkaufsanreiz im abschlussorientierten Vergütungsmodell den Kunden nicht bewusst ist. Unter den Beratern, die ausschließlich auf Honorarbasis arbeiten (Cluster 1), steigen die Zustimmungswerte zu diesen beiden Fragen auf 86,2 Prozent (Cluster 1: B-II-1) und 78,0 Prozent (Cluster 1: B-II-2). Genauso wenig wie diese Interessenkonflikte scheinen Verbraucher wahrzunehmen, ob ihr Berater unabhängig ist oder nicht (84,1 Prozent) (B-II-3). Indes scheint das Wahrnehmungsdefizit

von Fehlanreizen nach der Erfahrung von 71,3 Prozent (A-II-1) der Honorarberater nicht nur Verbraucher zu betreffen. Sie sind der Ansicht, dass Berater, die auf Provisionsbasis arbeiten, selbst den Verkaufsanreiz nicht wahrnehmen.

Auch in der Honorarberatung entstehen Fehlanreize. Durch die Verringerung der Interessenskonflikte wiegen diese aber nicht so schwer wie in der Provisionsberatung (Spielberg 2018, 5 und 15f.). So sehen 67,5 Prozent (A-II-2) der befragten Berater hierin keine Belastung der Beziehung zu ihren Kunden.

Neben dem mangelnden Wissen um Fehlanreize, könnte auch ihre (un-)bewusste Ausblendung eine Rolle spielen. 83,0 Prozent (B-II-4) der Befragten geben an, dass Verbraucher selbst dann, wenn ihnen Fehlanreize bekannt sind, diese nicht auf ihren persönlichen Berater projizieren. Hierfür lassen sich zwei erklärende Narrative ableiten. Entweder kann dies auf ein stabiles interpersonelles Vertrauen zurückzuführen sein, was in der direkten Berater-Kunde-Beziehung begründet liegt, oder die Ursache ist in den äußeren Umständen zu suchen.<sup>26</sup> Denn unabhängig von der direkten Beziehung zum Berater können Verbraucher aufgrund einer Überlastung durch die Komplexität der zu lösenden Finanzentscheidungen dazu neigen, ihrem Ansprechpartner „blind“ zu vertrauen. Ein zweiter Aspekt liegt in einem Information-Overload-Effekt im Zuge der gesetzlichen Protokoll- und Informationspflichten begründet. Diese beiden Aspekte identifizieren sogar über 90 Prozent (B-II-5) (B-II-6) der Befragten als problematisch.<sup>27</sup>

### 4.3 Falsches Mindset und fehlende Zahlungsbereitschaft

**Tabelle 4: Problemkreis (III): Falsches Mindset und fehlende Zahlungsbereitschaft**  
 Download der Tabelle unter <https://www.verbraucherforschung.nrw/jahrbuchkonsum-und-verbraucherwissenschaften/2021-63875>.

Probleme offenbaren sich auch hinsichtlich der grundsätzlichen Einstellung gegenüber Honorarberatung. Aus Beraterperspektive kann dies am ehesten mit

---

<sup>26</sup> Für eine Erläuterung von interpersonellem Vertrauen vgl. Waschbusch et. al 2018.

<sup>27</sup> Ähnliche Ergebnisse liefert Paul et al. 2019.

dem Begriff falsches Mindset umschrieben werden. Auf Kundenseite manifestiert sich das Problem vor allem in der fehlenden Zahlungsbereitschaft.

Ein Nachteil der Honorarberatung aus Beraterperspektive zeigt sich in der Unabhängigkeit von Produktgebern. So sehen erstens 62,4 Prozent (A-III-1) der Befragten ein Hemmnis im Verzicht auf Incentives (zum Beispiel Reisen und Veranstaltungen) und zweitens 87,2 Prozent (A-III-2) das Problem, dass die Loslösung von einzelnen oder ausgewählten Produkthanbietern mit höheren Suchkosten einhergeht. Darüber hinaus äußern sich 39,5 Prozent (Cluster 1: A-III-3) der reinen Honorarberater kritisch über eine polarisierende Grundhaltung zwischen den Vertretern beider Vergütungsmodelle und sind der Meinung, dass Provisionsberater von einem Wechsel abgehalten werden, da sie von Seiten der Honorarbefürworter scharfer Kritik ausgesetzt sind. Unter den Mischberatern stimmt jedoch nur ein Viertel dieser These zu.

Neben diesen eher allgemeinen Hemmnissen ergeben sich bei Geschäftsaufnahme weitere Herausforderungen bezüglich der Kunde-Berater-Beziehung, wenn nicht mehr der Vermittlungserfolg und die Produkte, sondern die Beratung im Fokus der Dienstleistung stehen. So weisen 71,4 Prozent (A-III-4) der Honorarberater darauf hin, dass gute Vermittler eben nicht zwingend auch gute Berater sind. Konkret empfinden beispielsweise 66,3 Prozent (A-III-5) die Offenlegung der einzelnen Provisionskomponenten von bestehenden Verträgen und 82,4 Prozent (A-III-6) die Anforderung, Honorare überzeugend zu legitimieren und zu kommunizieren, als Herausforderung – in letzterem Aspekt fühlen sich vor allem nicht selbstständige Berater unsicher (95,1 Prozent) (Cluster 4: A-III-6). Dass eine Bezahlung nun direkt zwischen Kunde und Berater vereinbart wird und somit der Wert der Dienstleistung im Raum steht und diskutiert werden kann, wird von den meisten Beratern (82,5 Prozent) (A-III-7) dagegen nicht grundsätzlich als problematisch angesehen. Mit 44,0 Prozent wählten hier die meisten Berater sogar die stärkste Ablehnungskategorie (1).

Auf Kundenseite wird insbesondere die generelle Zahlungsbereitschaft als Hemmnis gesehen. Die Mentalität der Kunden, für eine Beratung zu zahlen, ist historisch bedingt noch gering. Die Beratungsdienstleistung wird eben nicht analog zu der Leistung eines Rechtsanwalts oder eines Steuerberaters wahrgenommen (Boden 2016, 243). Dies bestätigt sich auch aus Sicht der Berater, denn 83,6 Prozent (B-III-1) geben an, dass eine Kultur der „kostenlosen Bera-

tung“ bestehe. Fraglich ist jedoch, ob generell keine Zahlungsbereitschaft besteht oder ob nicht vielmehr Informationsdefizite für die fehlende oder geringe Zahlungsbereitschaft verantwortlich sind. So weisen auch ca. 88,1 Prozent (B-III-2) der Berater darauf hin, dass Kunden bereit sind, für Honorarberatung zu zahlen, sobald sie den Mehrwert erkennen. 85,2 Prozent (B-III-3) bestätigen, dass Kunden nach einer Erstberatung weitere Beratungen in Anspruch nehmen und gegebenenfalls dauerhafte Mandate erteilen.

Die höchste Zustimmung in der gesamten Befragung zeigte sich für die These, dass die Höhe der Kosten in der provisionsbasierten Vermittlung den meisten Kunden immer noch nicht bewusst ist. 68,5 Prozent aller Berater stimmten vollständig zu (6) und 29,5 Prozent stimmen eher zu (4 und 5) (B-III-4). Unter den reinen Honorarberatern ist die Zustimmungquote insgesamt sogar bei 100 Prozent (Cluster 1: B-III-4). Korrespondierend sehen 86 Prozent (B-III-5) als Grund für die geringe Zahlungsbereitschaft, dass den Kunden ein Maß fehlt, um die Angemessenheit eines Preises für die Beratung zu beurteilen. Noch gravierender – insbesondere nach den vergangenen regulatorischen Bemühungen, Kosten offenzulegen – ist, dass 83,6 Prozent (B-III-6) der befragten Berater der Ansicht sind, den meisten Menschen sei nicht bewusst, dass sie überhaupt etwas bezahlen. Wenn Verbraucher also immer noch davon ausgehen, dass provisionsbasierte Beratung eine „kostenlose“ Dienstleistung sei, ist die Wahrnehmung und die daraus resultierende Zahlungsbereitschaft bei einem Anker von „0“ verzerrt.

## 4.4 Inkonsistente Rechtsgrundlage

### **Tabelle 7: Problembereich (IV): Inkonsistente Rechtsgrundlage**

Download der Tabelle unter <https://www.verbraucherforschung.nrw/jahrbuchkonsum-und-verbraucherwissenschaften/2021-63875>.

Zwei Drittel (A-IV-1) der Berater empfinden die inkonsistente Rechtsgrundlage als problematisch. Beispielhaft ist hier der Umgang mit Provisionen zu nennen. Honorar-Finanzanlageberater unterliegen einer Ausnahme vom Provisionsannahmeverbot mit Auskehrpflicht gemäß § 34h Abs. 5 GewO. Eine vergleichbare Regelung fehlt im § 34i Abs. 5 GewO für Honorar-Immobilienkreditgeber. Für den Versicherungsberater besteht ein Auskehrgebot (§ 34d Abs. 2 S. 6



GewO), das jedoch nicht vom Berater, sondern über ein Prämienkonto beim Versicherer vollzogen wird.<sup>28</sup> Außerdem unterliegen Berater je nach Bundesland der Zuständigkeit unterschiedlicher Behörden und Institutionen wie der IHK, einem Gewerbeamt oder dem Kreis (Korski 2019, 118). Im Anlagebereich kann zudem bei zusätzlicher Eintragung als unabhängiger Honoraranlageberater die BaFin zuständig sein. Ein Weg zur Vereinheitlichung soll nach den Vorstellungen des Bundesfinanzministeriums durch die Übertragung der Aufsicht über die Honorar-Finanzanlageberater auf die BaFin erfolgen (BMF 2019). Dies würde jedoch die produktorientierte Regulierung und damit Unterschiede in der Regulierung von Geldanlage und Versicherungsgeschäft zementieren. Gerade selbstständige Berater befürchten hier höhere Kostenbelastungen. Insgesamt sprechen sich nur 25,8 Prozent (A-IV-3) der Berater für diese Gesetzesänderung aus.

Die mangelnde regulatorische Proportionalität führt nach Ansicht von 70,1 Prozent (B-IV-1) der Berater ebenfalls zu Verwirrung bei Kunden. So ist zum Beispiel mit § 34h GewO ein eigenes Berufsbild entstanden, wogegen mit §§ 34d Abs. 2 und 34i Abs. 5 GewO nur Ausübungsregelungen geschaffen wurden. Deutlich wird dieser Unterschied bei Nutzung des Vermittlerregisters, da entgegen den §§ 34h und 34d Abs. 2 GewO der Honorar-Immobilienanleiherberater auch unter der Tätigkeitsart als Vermittler geführt wird und die Bezeichnung als Berater nur in einem separaten Feld erfolgt.<sup>29</sup>

Erlaubnisinhaber		Erlaubnisinhaber		Erlaubnisinhaber	
Registrierungsnummer D-H-XXX-2ERR-42	Tätigkeitsart Honorar-Finanzanlageberater	Registrierungsnummer D-DJ)9-XXX-13	Tätigkeitsart Versicherungsberater mit Erlaubnis nach § 34d Abs. 2 GewO	Registrierungsnummer D-W-XXX-DZTZ-22	Tätigkeitsart Immobilienanleiherberater (§ 34i Abs. 1 S. 1 GewO)
Name [REDACTED]	Vorname [REDACTED]	Name [REDACTED]	Vorname [REDACTED]	Name [REDACTED]	Vorname [REDACTED]
				Tritt auf als Honorar-Immobilienanleiherberater (§ 34i Abs. 5 GewO)	

Abbildung 4: Suchergebnis im Vermittlerregister (Quelle: Eigene Darstellung).

28 Darüber hinaus bestehen weitere Unterschiede, die zusammengefasst sind bei Korski 2019, 153-161; 164-173.

29 Abrufbar unter <https://www.vermittlerregister.info>.

Zwar denken 69,5 Prozent (B-IV-2), dass „Honorarberatung“ zum Markenbegriff geworden ist und deshalb grundsätzlich beibehalten werden sollte. Allerdings gehen mit der Bezeichnung auch Probleme einher. Zum einen ist das Wort „Honorar“ Teil des Namens und stellt damit anstatt der eigentlichen Dienstleistung – wie beispielsweise beim Steuerberater – die Bezahlung in den Fokus. Das empfinden 71,6 Prozent (B-IV-3) der Befragten als problematisch. Zum anderen wird Honorarberatung unter unterschiedlichen Bezeichnungen angeboten. Im Finanzanlage- und Immobiliendarlehensbereich enthalten die Bezeichnungen den Zusatz „Honorar“, im Versicherungsbereich entspricht der Versicherungsberater dem analogen Berufsbild, und im WpHG erhielt der Honoraranlageberater den Zusatz „unabhängig“. 79,6 Prozent aller Berater (B-IV-4) und sogar 85,5 Prozent der reinen Honorarberater (Cluster 1: B-IV-4) bestätigen, dass diese unterschiedlichen Bezeichnungen für Verbraucher verwirrend und nicht nachvollziehbar sind.

Des Weiteren ist der Begriff der Honorarberatung über die konkret in den Gesetzen genannten Begrifflichkeiten wie „Honorar-Anlageberatung“ hinaus nicht geschützt. Daher kann die Bezeichnung auch nicht als Siegel für Unabhängigkeit oder Transparenz dienen. 78,0 Prozent (Cluster 1: B-IV-5) der reinen Honorarberater und immerhin die Hälfte der Mischberater denken, dass dieses Problem sich hemmend auf die Nachfrage nach Honorarberatung auswirkt.

## 4.5 Mangelnde Wirtschaftlichkeit

### **Tabelle 6: Problembereich (V): Mangelnde Wirtschaftlichkeit**

**Download der Tabelle unter <https://www.verbraucherforschung.nrw/jahrbuchkonsum-und-verbraucherwissenschaften/2021-63875>.**

Das häufigste Argument gegen Honorarberatung aus Kundenperspektive ist die Aussage, dass sie speziell für Geringverdiener zu höheren Kosten führt als das Provisionsmodell. Darin sehen auch 56,2 Prozent (B-V-1) der Berater ein Hemmnis. Unter Anwendung von Zeit- und Pauschalhonoraren entfällt die im Provisionsmodell typische Quersubventionierung von Kunden, die nur kleinere Beträge zur Verfügung haben. Fraglich ist, ob Honorarberatung bei Geringverdienern tatsächlich regelmäßig zu höheren Kosten führt oder ob es sich hierbei eher um ein gefühltes Preisproblem handelt, weil Kunden unter

Offenlegung der Kosten nicht bereit sind, diese zu tragen, selbst wenn sie gleich hoch sind.

Eine grundsätzliche wirtschaftliche Benachteiligung ergibt sich dadurch, dass Beratungshonorare über den Werbungskostenpauschbetrag hinaus nicht steuerlich abzugsfähig sind. (Teicher 2017, 139) Provisionen sind dagegen – da sie direkt den Anlageerfolg schmälern oder Prämien erhöhen – indirekt steuerlich wirksam. Jedoch sieht nur knapp die Hälfte der Berater (B-V-2) ein Problem in der steuerlichen Ungleichbehandlung.

Eine weitere Benachteiligung aus Kundensicht entsteht dadurch, dass Versicherungen, wenn ein Honorarberater einen Bruttotarif vermittelt, nur maximal 80 Prozent der angefallenen Provisionen an die Kunden auskehren müssen (Korski 2019, 165). Durch diese Regelung bezahlt der Kunde erstens immer noch einen Teil der Provisionen und zweitens herrscht weiterhin über die Höhe Intransparenz. Durch die Formulierung von maximal 80 Prozent ist für Berater und Kunde nicht ersichtlich, wo die Quote letztendlich liegt. Damit ist eine Kontrolle der Zahlung aber nicht möglich. Immerhin 51,8 Prozent (B-V-3) der Befragten, die im Versicherungsbereich tätig sind, sehen in dieser Benachteiligung ein Hemmnis. Gerade im Versicherungsbereich ist allerdings grundsätzlich fraglich, inwiefern Honorarberatung wirtschaftlich sinnvoll ist. Zwar halten nur 41,1 Prozent (Cluster 2: B-V-4) der Versicherungsvermittler komplexere Versicherungen (wie solche mit biometrischen Risiken) für unwirtschaftlich, jedoch äußern im Sachversicherungsbereich schon mehr als die Hälfte (Cluster 2: B-V-5) diese Bedenken. Die Zustimmungswerte der Versicherungsberater liegen mit 15,2 Prozent (Cluster 2: B-V-4) und 36,4 Prozent (Cluster 2: B-V-5) allerdings signifikant niedriger.

Durch die geringe Popularität der Honorarberatung konnte bislang ein großes Nachfragepotenzial nicht gehoben werden. So sagen 76,0 Prozent (A-V-1) der Befragten, dass mehr Berater den Schritt in die Honorarberatung gehen würden, wenn die Nachfrage und damit die Verdienstmöglichkeiten größer wären. Dementsprechend geben auch 90,4 Prozent (A-V-2) der Befragten an, dass unter Provisionsberatern die Ansicht vorherrscht, Honorarberatung würde sich für sie wirtschaftlich nicht lohnen. Dagegen geben aber nur 39,5 Prozent (Cluster 5: A-V-3) der Wechsler in die Honorarberatung an, dass sie tatsächlich weniger verdienen als in der provisionsbasierten Beratung.

Für Selbstständige ergeben sich aus dem Honorarmodell weitere mögliche wirtschaftliche Probleme, die im Provisionsmodell nicht entstehen. Zum einen besteht das Risiko, dass abgesagte beziehungsweise entfallene Gespräche im Zeithonorarmodell nicht entlohnt werden. Dies sehen jedoch nur 26,4 Prozent (A-V-4) der Befragten als problematisch an. Darüber hinaus besteht die Gefahr, dass Kunden fällige Honorare nicht bezahlen. Jedoch scheint auch dies eher ein theoretisches Problem zu sein, denn nur 17,0 Prozent (A-V-5) denken, dass sich dieses Risiko hemmend auf die Honorarberatung auswirkt. Des Weiteren kann der Umgang mit Altbeständen für Berater, die zuvor auf Provisionsbasis tätig waren, problematisch sein. Im Finanzanlagebereich gehen beim Wechsel von § 34f in § 34h GewO Ansprüche auf Bestandsprovisionen aus Altverträgen verloren. Finanzanlagevermittler (Cluster 3) sehen hierin mehrheitlich ein Hemmnis zu wechseln (60,0 Prozent), wohingegen nur ein Drittel (Cluster 3: A-V-6) der Berater, die den Schritt in die Honorarberatung gewagt haben, hierin ein Problem erkennen. Anders stellt sich die rechtliche Situation im Versicherungsbereich dar. Hier sollen Versicherungsgeber auch bei einem Wechsel von § 34d Abs. 1 in § 34d Abs. 2 Bestandsprovisionen weiterzahlen. Jedoch geben 17 Berater (A-V-7) im Versicherungsbereich an, dass dies in der Praxis nicht funktioniert.

## 4.6 Herausforderung Selbstständigkeit

### **Tabelle 7: Problemkreis (VI): Herausforderung Selbstständigkeit**

**Download der Tabelle unter <https://www.verbraucherforschung.nrw/jahrbuch-konsum-und-verbraucherwissenschaften/2021-63875>.**

Die Entscheidung, einer selbstständigen Tätigkeit nachzugehen, bringt unabhängig vom Vergütungsmodell grundsätzlich gewisse Herausforderungen mit sich. Doch das Geschäftsmodell der Honorarberatung stellt zu Beginn darüber hinaus spezifische Anforderungen an Berater.<sup>30</sup> Die Zahlungsorganisation und die Rechnungsstellung werden dabei von der Mehrheit der selbstständigen Berater unkritisch gesehen (64,3 Prozent) (A-VI-1). Auch die Entscheidung für eine Rechtsgrundlage sehen nur knapp die Hälfte (A-VI-2) der Berater als problematisch an. Die Gestaltung des Beratervertrags (62,7 Prozent) (A-VI-3), die Wahl

---

<sup>30</sup> Siehe hierzu auch Teicher 2017, 97ff.

des passenden Honorarmodells (63,3 Prozent) (A-VI-4), die Aufstellung des Leistungskatalogs (65,8 Prozent) (A-VI-5) und die Kalkulation der Honorarhöhe (70,7 Prozent) (A-VI-6) werden dagegen eher mit Problemen assoziiert. Dabei lässt sich erkennen, dass diejenigen, die bereits Erfahrung als Provisionsberater gesammelt haben, alle Punkte signifikant weniger problematisch sehen als diejenigen ohne diese Erfahrung (Cluster 5: A-VI-1 bis A-VI-6). Unterstützung bieten hierbei Dienstleister wie die Honorarkonzept GmbH und der VDH. Mit 70,6 Prozent, gab insbesondere eine Mehrheit der Mischberater (Cluster 1: A-VI-7) an, dass für sie diese Angebote wichtig sind. Allerdings scheinen Angebot und Sichtbarkeit noch ausbaufähig, denn knapp die Hälfte der Befragten (A-VI-8) wünscht sich mehr Unterstützung und 21,0 Prozent (A-VI-9) geben sogar an, die Dienstleistungen nicht zu kennen.

Neben diesen eher administrativen Herausforderungen scheint die Reputation gerade aus Sicht der angestellten Berater ein Hemmnis darzustellen. 89,5 Prozent (Cluster 4: A-VI-10) der angestellten Honorarberater denken, dass der Aufbau einer eigenen Reputation in der Selbstständigkeit als Honorarberater schwierig ist. Unter denjenigen, die den Schritt in die Selbstständigkeit gegangen sind, bestätigen dies immerhin noch 67,7 Prozent (Cluster 4: A-VI-10). Ursächlich ist hierfür nach 86,0 Prozent (A-VI-11) aller Berater vor allem, dass die großen bekannten Finanzinstitutionen einen Vertrauensvorteil gegenüber den eher unbekannteren und meist eigenständigen Honorarberatern genießen. Sollten die Bedenken gegenüber der Selbstständigkeit nicht ausgeräumt werden können, bliebe lediglich die Alternative einer Anstellung als Honorarberater. Jedoch sind die Möglichkeiten dazu eher gering. Die Quirin Privatbank (ca. 89 angestellte Berater) und die Verbraucherzentralen sind die größten Arbeitgeber. Ansonsten ergeben sich nur vereinzelt Möglichkeiten, als angestellter Honorarberater tätig zu werden.

## 4.7 Konkurrenz durch Mischmodelle

**Tabelle 8: Problembereich (VII): Konkurrenz durch Mischmodelle**  
 Download der Tabelle unter <https://www.verbraucherforschung.nrw/jahrbuchkonsum-und-verbraucherwissenschaften/2021-63875>.

Zwar schloss der Gesetzgeber durch eine Inkompatibilitätsvorschrift in § 34h Abs. 2 S. 1 GewO eine gleichzeitige Eintragung als Finanzanlagevermittler und Honorar-Finanzanlageberater aus (analog genauso im Versicherungsbereich)<sup>31</sup>, jedoch sind Mischmodelle zwischen den Fachgebieten immer noch möglich. Sie sind zudem eher die Regel als die Ausnahme. In einer selbsterstellten Datenbank von 105 Honorar-Finanzanlageberatern waren mit 55 nur etwas mehr als die Hälfte ausschließlich als gesetzlich zertifizierte Honorarberater ohne weitere Vermittlerzulassung tätig. Sucht man nach reinen Honorarberatern, die in allen drei Fachbereichen tätig sind, ließen sich nur 14 identifizieren. (Bei aktuell 205 eingetragenen Honorar-Finanzanlageberatern entspricht dies hochgerechnet 107 beziehungsweise 27 Beratern für ganz Deutschland).<sup>32</sup> Darüber hinaus ist auch innerhalb eines Fachgebiets die Vermischung möglich, wenn beispielsweise Vermögensverwaltung nach § 93 Abs. 1 WpHG angeboten wird und gleichzeitig ein Eintrag nach § 34f GewO vorliegt. Insgesamt bestätigen zwar 64,3 Prozent (B-VII-1), dass Kunden durch die fehlende Trennung verunsichert werden, jedoch deutet die verhältnismäßig hohe Standardabweichung von 1,81 auf eine sehr breite Streuung der Ergebnisse hin. Am deutlichsten wird dies bei der Unterscheidung zwischen reinen Honorarberatern, von denen 86,9 Prozent diesem Problem zustimmen, und Mischberatern, unter denen nur 28,6 Prozent (Cluster 1: B-VII-1) dieser Auffassung sind. Neben dieser Verunsicherung durch Mischmodelle berichten 58,2 Prozent (A-VII-1) der Berater, dass Kunden, die schlechte Erfahrungen im Provisionsmodell gemacht haben, auch ihnen gegenüber skeptisch sind. Wenn Kunden sich also für die Honorarberatung entscheiden und grundsätzlich aufgrund ihrer Erfahrungen eine skeptische Haltung einnehmen, kann sich eine weitere Verunsicherung durch die Vermischung von Honorar und Provision als vertrauensschädlich erweisen.

Insbesondere die Erlaubnis für Finanzanlagevermittler, auch honorarbasierete Dienstleistungen anzubieten, führt aus Beraterperspektive dazu, dass der Wechsel in die entsprechende gesetzlich geregelte Honorarvariante mit rechtlichen Einschränkungen einhergeht. 65,3 Prozent (A-VII-2) der Berater im Finanzanlagebereich bestätigen, dass hierdurch ein Anreiz genommen wird, die gesetzliche Eintragung als Honorarberater vorzunehmen. Neben der Vermischung beider Vergütungsmodelle bringt auch die gängige Praxis der Provisi-

---

31 Vgl. BT-Drs. 17/12295, 23.

32 Eigene Berechnungen auf Basis von DIHK 2020a.

onsauskehrung/Durchleitung die Gefahr mit sich, das Vertrauensverhältnis zu belasten. Im Versicherungsbereich ist sogar gesetzlich vorgeschrieben, dass nur maximal 80 Prozent der Provisionen an den Kunden weitergereicht werden müssen.<sup>33</sup> Zwar berichten nur 19,4 Prozent (B-VII-2) der im Finanzanlagenbereich tätigen Berater, dass Kunden hinterfragen, ob sie die Provisionen gänzlich erstattet bekommen, allerdings glaubt die Hälfte (B-VII-3) der Berater im Versicherungsbereich, dass eine Gefahr für Kunden besteht, Honorare und Provisionen berechnet zu bekommen.

Problematisch ist auch, dass Honorarberater kein Girokonto anbieten. Kunden stehen also gezwungenermaßen weiterhin in Kontakt zu Banken. 66,8 Prozent (A-VII-3) sehen es als problematisch, dass Banken hierdurch weiterhin einen direkten Weg haben, um ihre Vertriebsinteressen wahrzunehmen.

## 4.8 Zu geringes Produktangebot

**Tabelle 9: Problembereich (VII): Zu geringes Produktangebot**  
 Download der Tabelle unter <https://www.verbraucherforschung.nrw/jahrbuchkonsum-und-verbraucherwissenschaften/2021-63875>.

Da die Provisionsauskehrung – wie in den vorangegangenen Kapiteln erläutert – mit administrativen und regulatorischen Problemen verbunden oder sogar wie im Falle des Honorar-Immobilienkreditberaters gar nicht und im Falle des Versicherungsberaters nur in Teilen vorgesehen ist, stellt sich das Angebot an Nettotarifen im Markt als eine entscheidende Geschäftsgrundlage für Honorarberater heraus. Hierbei zeigen sich in den einzelnen Fachgebieten durchaus große Unterschiede.

Im Bereich der Geldanlage sagen nur 19,5 Prozent (A-VIII-1) der Befragten, dass es zu wenig Nettoprodukte gibt. Im Immobilienkreditbereich sind es schon 58,3 Prozent (A-VIII-2). Für den Versicherungsmarkt lassen sich auch unterschiedliche Bewertungen hinsichtlich der Versicherungsart feststellen. Nur 42,0 Prozent (A-VIII-3) sehen die Produktbasis bezüglich Vorsorgeversicherungen als

33 Korsi 2019, 165; Die Differenz verbleibt allerdings nicht beim Berater, sondern beim Versicherer.

zu gering an. Mit dem Angebot an Nettosachversicherungen sind 70,5 Prozent (A-VIII-4) eher unzufrieden – wobei 42,9 Prozent dem sogar vollständig zustimmen (6) –, und bei Versicherungen mit biometrischen Risiken wünschen sich 74,1 Prozent (A-VIII-5) mehr Auswahl, wobei Mischberater signifikant häufiger Defizite bezüglich der Nettotarifauswahl sehen als reine Honorarberater (Cluster 1: A-VIII-5). Insofern muss differenziert betrachtet werden, ob wirklich zu wenig Tarife bestehen oder ob vielleicht Informationsdefizite bei denjenigen, die diese Tarife weniger nutzen, vorliegen. Die Qualität der bestehenden Nettotarife wird dagegen von den meisten der Befragten nicht als problematisch angesehen (Geldanlage 80,5 Prozent / Versicherung 67,0 Prozent) (A-VIII-6) (A-VIII-7).

Ein weiteres Problem ergibt sich allerdings daraus, dass Produktgeber oder Pools teilweise Geschäfte mit Honorarberatern ablehnen. Im Immobilienbereich stimmen knapp die Hälfte (A-VIII-8) der Befragten dieser Aussage zu – im Versicherungsbereich sogar 64,7 Prozent (A-VIII-9), wobei Versicherungsberater dies mit 82,1 Prozent häufiger bestätigen als Versicherungsvermittler mit 54,5 Prozent (Cluster 2: A-VIII-9).

## 4.9 Unzureichende Qualifizierung der Berater

**Tabelle 10: Problembereich (IX): Unzureichende Qualifizierung der Berater**  
 Download der Tabelle unter <https://www.verbraucherforschung.nrw/jahrbuchkonsum-und-verbraucherwissenschaften/2021-63875>.

79,6 Prozent (B-IX-1) aller Befragten befinden die Qualitätssicherung in der Finanzberatung als unzureichend. Noch höher fällt die Zustimmung unter Versicherungsberatern (Cluster 2: B-IX-1) (91,7 Prozent) und Honorar-Finanzanlageberatern (Cluster 3: B-IX-1) (83,3 Prozent) aus. In vergleichbaren Berufsfeldern wie der Steuer- oder Rechtsberatung werden akademische Abschlüsse vorausgesetzt. In der Finanzberatung hingegen reicht ein vor der IHK abzulegender Sachkundenachweis.<sup>34</sup> Insbesondere in Bezug auf die Honorarberatung sind 68,8 Prozent (B-IX-2) aller Befragten der Ansicht, dass diese Mindestqualifikation nicht ausreichend ist.

---

34 § 34 f Abs. 5 GewO.



Neben der nicht ausreichenden Eintrittsqualifikation sehen über 60,0 Prozent (B-IX-3) (B-IX-4) die Qualität von Fortbildungen als unzureichend an, da sie häufig als Verkaufsschulungen genutzt werden. Die quantitativen Anforderungen von mindestens 15 Stunden pro Jahr im Versicherungsbereich halten dagegen 75,9 Prozent (B-IX-5) für ausreichend.<sup>35</sup> Und obwohl im Finanzanlage- und Immobiliendarlehensbereich nicht einmal eine Mindestanzahl an Fortbildungsstunden gefordert wird, sehen weniger als die Hälfte darin ein Problem (B-IX-6) (B-IX-7).

Für 87,5 Prozent (B-IX-8) ist stattdessen kritisch, dass die Qualität einer Beratung sowohl vor als auch nach Vertragsabschluss häufig nicht beurteilbar ist (Korski 2019, 17). Dadurch fällt Falschberatung nicht oder viel zu spät auf (Armourt et al. 2016, 226). Das ist insbesondere für die Honorarberatung problematisch, da diese Vergütungsform eine Bezahlung vor Erbringung der Leistung impliziert. Der psychologische Aspekt der Kontrollüberzeugung (External Locus of Control) führt dazu, dass Verbraucher dieser Vergütung intuitiv eher eine Vergütung vorziehen, bei der sie ex-post entscheiden können, ob sie bezahlen wollen, indem sie den Vorschlag des Beraters umsetzen (Boden 2016, 244).

## 5 Fazit und Ausblick auf Lösungsansätze

Diese Studie identifiziert neun Problemkreise, die aus Sicht der Berater auf verschiedenste Arten mit dazu beitragen, dass die Honorarberatung sich in Deutschland bislang nicht in der Breite etabliert hat.

**Tabelle 11: Kumulierte Werte je Problemkreis in der Reihenfolge der Gesamtzustimmung**

Download der Tabelle unter <https://www.verbraucherforschung.nrw/jahrbuchkonsum-und-verbraucherwissenschaften/2021-63875>.

---

35 § 34 d Abs. 9 GewO.

Die kumulierten Zustimmungswerte der Problemkreise zeigen, dass die befragten Berater den identifizierten Problemen der Bereiche mangelnde Bekanntheit, fehlende Anreizwahrnehmung und falsches Mindset/fehlende Zahlungsbereitschaft am stärksten zustimmen. Bei allen drei Problemkreisen stehen Informationen im Mittelpunkt. Problemkreis (I) adressiert vornehmlich Informationsbereitstellungsproblematiken und Problemkreis (II) Informationsverarbeitungsaspekte. Der dritte Bereich adressiert eine damit verbundene Grundhaltung von Beratern und Kunden gegenüber Honorarberatung.

Um diese Probleme zu lösen, müssen den betroffenen Personengruppen entsprechende Informationen über die Vergütungssysteme, ihre Unterschiede und Anbieter zur Verfügung gestellt werden. Dies kann beispielsweise über Interessensvertretungen oder staatliche Institutionen wie die Verbraucherzentralen erfolgen. Um eine notwendige Sichtbarkeit zu erreichen, ist es ratsam, dies erstens werbewirksam und zweitens koordiniert zu tun. Dafür wäre die Etablierung einer zentralen Interessensvertretung aller Honorarberater essenziell. Um die Informationsverarbeitung zu verbessern, gilt es insbesondere, den Information-Overload und die Komplexität der Finanzthemen zu adressieren, da diese zu einem gefährlichen, häufig „blinden“ Vertrauen der Kunden führen. Komplexität kann dabei nur bedingt reduziert werden, weshalb die Befähigung der Verbraucher, diese zu durchblicken, im Fokus stehen sollte. Hierbei spielt finanzielle Allgemeinbildung, vom Schulfach Wirtschaft bis hin zur Erwachsenenfortbildung, eine entscheidende Rolle. Diese Maßnahmen können dazu beitragen, einen Wandel im Denken über Finanzberatung zu befördern. Aus Kundenperspektive betrifft dies insbesondere die Zahlungsbereitschaft beziehungsweise die Erkenntnis, dass unabhängige Beratung eben nicht „kostenlos“ ist und auf Beraterseite das Mindset, Ideen und Wege zu eröffnen, einen Berufsweg außerhalb der vertriebsfokussierten Beratung einzuschlagen.

Sofern die grundsätzliche Bereitschaft geweckt ist, Honorarberatung in Anspruch zu nehmen beziehungsweise anzubieten, kommen Aspekte aus weiteren Problemkreisen zum Tragen, die mit Zustimmungswerten von 64 Prozent bis 56 Prozent evaluiert wurden. Für Kunden sowie Berater gleichermaßen sind dabei Probleme in Bezug auf die gesetzlichen Rahmenbedingungen wichtig (IV). Aus Beraterperspektive sind darüber hinaus Herausforderungen in Bezug auf eine Selbstständigkeit (VI) als Honorarberater von Bedeutung. Aus Kundenperspektive spielt die unzureichende Qualifizierung der Berater (IX) eine große Rolle.

Um die Inkonsistenzen in der Regulierung der Honorarberatung zu beheben, wäre die Schaffung eines einheitlichen Berufsbildes über alle Fachgebiete hinweg eine mögliche Lösung. Für Berater würden unterschiedliche Rechte und Pflichten bezüglich der gesetzlichen Zertifizierung wegfallen und aus Kundenperspektive der Komplex aus verschiedensten Berufsbezeichnungen entwirrt werden. Die gravierendsten Herausforderungen in Verbindung mit einer Selbstständigkeit betreffen den Reputationsaufbau und stehen in direkter Verbindung mit den Problemen der Qualitätssicherung aus Perspektive der Kunden. Daher könnten beide Probleme durch eine höhere Qualifizierung und entsprechende Sichtbarkeit für den Kunden gelöst werden. Beispielsweise sind hier Maßnahmen von einer höheren Eintrittshürde in den Beruf bis hin zu einer staatlichen Bestellung von Beratern denkbar.

Geringere Zustimmungswerte ergaben sich für die Probleme bezüglich der Konkurrenz durch Mischmodelle, mangelnder Wirtschaftlichkeit und des zu geringen Produktangebots. Die Bewertung der Probleme im Zuge von Mischmodellen unterscheidet sich allerdings stark zwischen reinen Honorarberatern (Gesamtzustimmung 60,4 Prozent) und Beratern, die selbst Mischmodelle anbieten (Gesamtzustimmung 46,1 Prozent). Besonders gravierend waren hier die Punkte Verunsicherung der Kunden und Gefahr der doppelten Kosten. Gelöst werden kann dieses Problem am ehesten durch eine strikte Trennung zwischen Honorar- und Provisionsberatung.

Die größten Hemmnisse aus Beraterperspektive in Bezug auf die mangelnde Wirtschaftlichkeit dieses Geschäftsmodells sind die bisweilen geringe Nachfrage und die Befürchtung vieler Provisionsberater, in einem Honorarmodell zu wenig zu verdienen. Hier wird deutlich, wie stark die einzelnen Probleme miteinander verbunden sind, da die bislang angesprochenen Lösungsvorschläge auch einen positiven Einfluss auf diese Hemmnisse haben sollten. Aus Kundenperspektive ergibt sich ein Kostenproblem für Geringverdiener, sollten diese im Honorarmodell aufgrund der fehlenden Quersubventionierung von Leistungen höhere Kosten tragen müssen. Zum einen können Transferleistungen dazu beitragen, die Beratungskosten erschwinglicher zu machen – denkbar sind hier steuerliche Regelungen oder Beratungsgutscheine für Geringverdiener – zum anderen könnten Finanzdienstleistungen durch automatisierte Lösungen aus Kundensicht günstiger werden. Ein Beispiel hierfür sind Do-it-yourself-Lösungen wie Versicherungsvergleichsportale und Robo-Advisor.

Die geringsten Probleme werden im bestehenden Produktangebot gesehen. Insbesondere Quantität und Qualität im Geldanlagebereich bewerten die befragten Berater als zufriedenstellend. Hier ist sicherlich zuvorderst der wachsende ETF-Markt zu nennen, über den immer differenziertere Anlagelösungen zu immer geringeren Kosten umsetzbar sind. Ausbaufähig erscheint dagegen das Angebot an provisionsfreien Immobiliendarlehensverträgen und Nettoversicherungen. Ein Lösungsvorschlag hierfür wäre eine gesetzliche Verpflichtung zur Ausschreibung jedes Vertrages in einer Nettovariante. Selbst wenn (siehe Kapitel 4.5) die wirtschaftlich sinnvolle Umsetzung von zum Beispiel Sachversicherungen auf Honorarberatungsbasis fraglich ist, wäre eine Verpflichtung ein wichtiger Schritt, um die Kostentransparenz in der Honorarvermittlung zu fördern.

Mit dieser Studie konnte eine Vielzahl an konkreten Problemen für die Etablierung der Honorarberatung identifiziert und systematisiert werden. Die hier angeklungenen Lösungsvorschläge bedürfen jedoch eingehenderer Untersuchungen und vor allem einer Beleuchtung unter Berücksichtigung der mittlerweile vielfältigen internationalen Erfahrungen mit der Regulierung von Finanzberatung.

## Anhang

Anhang 1: Rechtsgrundlagen der Tätigkeit der Interviewpartner

Anhang 2: Cluster 1: Vergütungsmodell

Anhang 3: Cluster 2: Rechtsgrundlage im Versicherungsbereich

Anhang 4: Cluster 3: Rechtsgrundlage im Finanzanlagebereich

Anhang 5: Cluster 4: Arbeitsform

Anhang 6: Cluster 5: Wechsel in der Beratungsform

Download der Anhänge unter <https://www.verbraucherforschung.nrw/jahrbuch-konsum-und-verbraucherwissenschaften/2021-63875>.

## Literatur

- Anagol, Santosh, Shawn Cole und Shayak Sarkar. 2017. Understanding the advice of commissions-motivated agents: Evidence from the Indian Life Insurance Market. *Review of Economics and Statistics* 99, Nr 1: 1-15.
- Armourt, John, Dan Awrey, Luca Enriques, Jeffrey Gordon, Colin Mayer und Jennifer Payne. 2016. *Principles of Financial Regulation*. Oxford: Oxford University Press.
- BaFin (Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht). 2020a. Banken und Finanzdienstleister. *BaFin*. 7. Januar 2019. [https://www.bafin.de/DE/Aufsicht/BankenFinanzdienstleister/bankenfinanzdienstleister\\_node.html](https://www.bafin.de/DE/Aufsicht/BankenFinanzdienstleister/bankenfinanzdienstleister_node.html) (Zugriff: 20. Oktober 2020).
- . 2020b. Register unabhängiger Honorar-Anlageberater. *BaFin*. <https://portal.mvp.bafin.de/database/HABInfo/> (Zugriff: 20. Oktober 2020).
- Beenken, Matthias und Michael Radtke. 2013. *Betriebswirtschaftliche Konsequenzen eines Systemwechsels in der Vergütung von Versicherungsmittlern: Studie für den Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute e. V. (BVK)*. Bonn/Dortmund: Fachhochschule Dortmund.
- Beyer, Max, David de Meza und Diane Reyniers. 2013. Do financial advisor commissions distort client choice? *Economics Letters* 119, Nr. 2: 117-119.
- Bluethgen, Ralph, Steffen Meyer und Andreas Hackethal. 2008. *High-Quality Financial Advice Wanted!* <https://doi.org/10.2139/ssrn.1102445>.
- Bock, Marlene. 1992. „Das halbstrukturierte-leitfadenorientierte Tiefeninterview“: Theorie und Praxis der Methode am Beispiel von Paarinterviews. In: *Analyse verbaler Daten: Über den Umgang mit qualitativen Daten*, hg. von Jürgen Hoffmeyer-Zlotnik, 90-109. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Boden, Lutz. 2016. Bedarfsorientierte Beratung versus aktiver Bankvertrieb – Ein Widerspruch? In: *Handbuch Bankvertrieb*, hg. von Detlef Hellenkamp und Kai Fürderer, 241-251. Wiesbaden: Gabler.
- Bucher-Koenen, Tabea, Andreas Hackethal, Johannes Koenen, Christine Laudénbach und Annika Weber. 2020. *Gender Differences in Financial Advice*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2572961>.
- Bundesministerium der Finanzen (BMF). 2019. Eckpunktepapier zur Übertragung der Aufsicht über Finanzanlagenvermittler auf die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht. [https://www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Downloads/Finanzmarktpolitik/2019-07-24-eckpunkte-finanzanlagenvermittler-bafin.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=3](https://www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Downloads/Finanzmarktpolitik/2019-07-24-eckpunkte-finanzanlagenvermittler-bafin.pdf?__blob=publicationFile&v=3).

- CDU, CSU und SPD. 2013. *Deutschlands Zukunft gestalten: Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD*. 18. Legislaturperiode. Rheinbach: Union Betriebs-GmbH.
- Deutscher Bundestag. 2013. *Entwurf eines Gesetzes zur Förderung und Regulierung einer Honorarberatung über Finanzinstrumente (Honorarberatungsgesetz)*. Gesetzentwurf der Bundesregierung. Drucksache 17/12295. <http://dipbt.bundestag.de/dip21/btd/17/122/1712295.pdf>.
- . 2017. *Stenografischer Bericht: 243. Sitzung*. Plenarprotokoll 18/243. <http://dipbt.bundestag.de/dip21/btp/18/18243.pdf#P.25049>.
- DIHK (Deutscher Industrie- und Handelskammertag). 2020a. Statistiken Vermittlerverzeichnisse. *DIHK*. 30. September. <https://www.dihk.de/de/themen-und-positionen/recht-in-der-wirtschaft/gewerberecht/statistiken-vermittlerverzeichnisse-3344> (Zugriff: 20. Oktober 2020).
- . 2020b. Statistik Vermittler nach Bundesländern. *DIHK*. 1. Oktober. <https://www.dihk.de/resource/blob/25640/c16487adf646c3578fddf-301573be202/statistik-versicherungsvermittlung-nach-bundeslaendern-juli-2020-data.pdf> (Zugriff: 20. Oktober 2020).
- Europäische Kommission. 2011. *Commission Staff Working Paper: Impact Assessment*. SEC (2011) 1226 final. <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/2/2011/EN/SEC-2011-1226-F1-EN-MAIN-PART-1.PDF>.
- Fink, Larry. 2020. Larry Fink's Chairman's Letter to the Shareholders. *BlackRock*. 29. März. <https://www.blackrock.com/corporate/investor-relations/larry-fink-chairmans-letter> (Zugriff: 20. Oktober 2020).
- Flanagan, John C. 1954. The critical incident technique. *Psychological Bulletin* 51, Nr. 4: 327-358. <https://doi.org/10.1037/h0061470>.
- Hoechle, Daniel, Stefan Ruenzi, Nic Schaub und Markus Schmid. 2018. Financial advice and bank profits. *The Review of Financial Studies* 31, Nr. 11: 4447-4492. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhyo46>.
- Hörmann, Günther. 2017. Die Verbraucherzentralen. In: *Verbraucherwissenschaften: Rahmenbedingungen, Forschungsfelder und Institutionen*, hg. von Peter Kenning, Andreas Oehler, Lucia A. Reisch und Christian Grugel, 517-523. Wiesbaden: Gabler.
- Korski, Claudia. 2019. *Honorarberatung im Gewerberecht*. Studien zur Rechtswissenschaft. Band 432. Hamburg: Dr. Kovac.
- Mattmüller, Roland und Ralph Tunder. 1997. *Zur theoretischen Basis der Marketingwissenschaft: Die Verknüpfung der Neuen Institutionenökonomik mit dem Integrativ-Prozessualen Marketingansatz. Arbeitspapier*. Band 5.

- Oestrich-Winkel, Schloß Reichartshausen, European Business School.  
 Institut für Marketing-Management und Forschung an der EBS.
- Mullainathan, Sendhil, Markus Nöth und Antoinette Schoar. 2012. The market for financial advice: An audit study. Working Paper 17929. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1572334>.
- NAPFA (The National Association of Personal Financial Advisors). 2020. Mission and fiduciary oath. *NAPFA*. <https://www.napfa.org/mission-and-fiduciary-oath> (Zugriff: 20. Oktober 2020).
- Paul, Stephan, Nicola Schröder und Simon Schumacher. 2019. MiFID II/MiFIR und PRIIPs-VO: Verbraucherschutz gegen die Verbraucherinteressen? Eine regulierungsökonomische empirische Untersuchung. *Zeitschrift für Bankrecht und Bankwirtschaft (ZBB)* 31, Nr. 2: 115-125.
- Paul, Stephan, Fabian Prystav und Stefan Stein. 2011. Eine Analyse zentraler Aspekte der Finanzkommunikation nicht börsennotierter Unternehmen mit Hilfe der Critical-Incident-Technique. *Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung* 63: 745-771.
- Robinson, John. 2009. Who's the fairest of them all? A comparative analysis of financial advisor compensation models. *Journal of Financial Planning* 20, Nr. 5: 56-65.
- Roßbach, Peter. 2011a. Honorarberatung versus Provisionsvergütung. *die bank – Zeitschrift für Bankpolitik und Praxis*, Nr. 10: 50-54.
- . 2011b. Einfluss von Vergütungssystemen auf die Finanzberatungsqualität. In: *Anlageberatung im Privatkundengeschäft*, hg. von Herbert Berger und Michael Legner, 251-274. Frankfurt am Main: Frankfurt School Verlag.
- Schafstädt, Christian. 2016. Das Spannungsverhältnis zwischen Provisionsberatung und Honorarberatung im Versicherungsmarkt. Eine rechtsvergleichende und -ökonomische Analyse. In: *Berliner Reihe* 46. Karlsruhe: Verlag Versicherungswirtschaft GmbH.
- Schoorman, David, Roger Mayer und James Davis. 2007. An integrative model of organizational trust: Past, Present and Future. *Academy of Management Review* 32, Nr. 2: 344-354.
- Spielberg, Lea. 2018. Beratung, Organisation und Vertragsgestaltung nach dem Honorar-Anlageberatungsgesetz. Berlin und Heidelberg. Springer.
- Teicher, Ralf. 2017. *Honorarberatung aus Sicht von Kunden, Beratern und Produktgebern*. Karlsruhe: VVW GmbH.
- Tekathen, Johannes. 2015. Honorarberatung im Finanzdienstleistungsbereich: Konzeptionelle Grundlagen und empirische Untersuchung von Honorarbe-

- ratung aus Sicht von Privatkunden. In: *Private Finance and Wealth Management* 12. Bad Soden: Uhlenbruch.
- Van Kampen, Charlotte. 2020. Der Anlageberatungsvertrag. Untersuchung der Haftungsgrundlage bei fehlerhafter Anlageberatung. In: *Schriften zum Unternehmens- und Kapitalmarktrecht* 80, Tübingen: Mohr Siebeck.
- VDH (Verbund Deutscher Honorarberater). 2020. Kodex der Honorarberatung: Leitlinien. *VDH*. <https://www.verbund-deutscher-honorarberater.de/kodex-der-honorarberatung-in-deutschland/> (Zugriff: 20. Oktober 2020).
- Waschbusch, Gerd, Hannes Schuster und Susen Claire Berg. 2018. Banken und Vertrauen. Eine Grundlagenuntersuchung zur Bedeutung des Vertrauens in der Ökonomie am Beispiel des Kreditgewerbes. In: *Wettbewerb und Regulierung von Märkten und Unternehmen*. Band 38. Saarbrücken: Nomos.
- Wenig, Mirko. 2017. IDD-Gesetz: Verbund Deutscher Honorarberater spricht von „Politikversagen“. 25. Juli. <https://www.versicherungsbote.de/id/4856837/Honorarberater-IDD/> (Zugriff 14. August 2020).

## Über die Autoren

**Prof. Dr. Stephan Paul;** Inhaber des Lehrstuhls für Finanzierung und Kreditwirtschaft an der Ruhr-Universität Bochum.

**Dr. Fabian Schmitz;** Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Finanzierung und Kreditwirtschaft an der Ruhr-Universität Bochum.