

Fluch oder Segen?



sb ■ Vergleichsportale sind keine Verbraucherschutzportale, sagt Michael Heinz in diesem Heft. Damit hat er insofern recht, als die Plattformen ihren Nutzern den Marktüberblick nicht aus purem Altruismus bieten. Sondern auch sie haben ein Geschäftsmodell, das in vielen Fällen auf der Zahlung von Provisionen durch diejenigen Anbieter beruht, an die Abschlüsse vermittelt werden. Verbraucherschützer hatten die Portale gleichwohl bislang kaum auf der Agenda. Offenbar bewerten sie das Mehr an Transparenz über das Angebot von Finanzdienstleistungen höher als die Gefahr, dass Provisionen zu einer Selektion des abgebildeten Angebotsportfolios führen oder gar das Ranking beeinflussen. Schließlich gewinnt der Nutzer selbst dort, wo Anbieter fehlen, zumindest einen besseren Überblick über die verfügbaren Angebote, als er ihn sich vielleicht sonst verschaffen könnte. Zudem lässt sich argumentieren, dass die Vergleichsportale keine Empfehlung aussprechen, sondern lediglich Angebote auflisten und dadurch die Interessenkollision infolge der Provisionen mindestens geringer ausfällt. Gleichwohl bleibt die Frage, warum Kreditinstitute alle Provisionen ausweisen müssen, die sie von Produktgebern erhalten, die Portale hingegen nicht.

Dass sie zumindest deutlich (und nicht nur im „Kleingedruckten“, das der Nutzer etwa über einen Link aufrufen muss) auf Provisionszahlungen hinweisen müssen, ist jetzt höchst-richterlich geklärt. Wer Provisionen von den Anbietern erhält, so hat der BGH geurteilt, muss dies deutlich machen, umso mehr, wenn Anbieter, mit denen keine Verträge bestehen, gar nicht erst aufgelistet werden. Dann gilt es, diese Lücken ganz klar zu benennen. Denn mit ihnen rechnet der Nutzer von Vergleichsplattformen nicht unbedingt – anders als in der Bankberatung, wo es längst Allgemeinwissen ist und von den Kreditinstituten nicht bestritten wird, dass die Empfehlungen sich auf eine Auswahl von Produktgebern konzentrieren. Wo es um die Vermittlung von Versicherungsverträgen geht, hat der Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute vor dem OLG München noch etwas anderes erstritten: Vergleichsportale müssen nicht nur in aller Deutlichkeit darauf hinweisen, dass sie als Makler agieren (wobei die Provisionen einen ganz anderen Stellenwert haben als etwa bei der Auflistung der günstigsten Ratenkredite oder der Tagesgeldkonten mit den höchsten Zinssätzen), sondern als Makler dürfen sie nicht einfach die Angebote nebeneinanderstellen und es dem Nutzer überlassen, das passende auszuwählen. Auch sie müssen die im Versicherungsvertragsgesetz vorgeschriebenen Beratungspflichten erfüllen. Wenn das Urteil rechtskräftig wird, wird damit ein Stück Waffengleichheit zwischen den Vertriebsformen geschaffen. Auch der Bankvertrieb wird davon vermutlich profitieren können. Denn nicht jeder Nutzer mag auf einem Portal, auf dem er einen anonymen Produktvergleich erwartet, eine Vielzahl persönlicher Fragen beantworten.

Generell wird sich die Frage, ob die Plattformen für Kreditinstitute eher Fluch oder Segen sind, nicht so einfach beantworten lassen. Klar ist, dass die Transparenz die Konditionensensitivität der Kunden steigen und die Bindung an einen Anbieter sinken lässt. Profitieren können somit vor allem diejenigen, die sich zu den Konditionenführern zählen. Oft sind das Direktbanken. Aber auch weniger bekannte, bundesweit tätige Banken haben so die Chance, neue Kunden zu gewinnen, die sich vielleicht nicht bei ihnen direkt informiert hätten. Anbieter, die auf ein regional begrenztes Geschäftsgebiet beschränkt sind, sind hingegen im Nachteil. Denn selbst dann, wenn sie es mit ihren Preisen oder Zinssätzen auf die vorderen Plätze im Ranking schaffen, können sie nur einen Bruchteil derjenigen, die so auf sie aufmerksam werden, als Kunden gewinnen. Da nützen weder eine starke, vertrauenswürdige Marke noch gute Kundenbewertungen oder ein Mithalten im Preiswettbewerb. Digital wird das Regionalprinzip, das Volksbanken und Sparkassen im stationären Vertrieb davor schützt, sich gegenseitig Konkurrenz zu machen, immer mehr zum Hemmschuh. Die Sparda-Bank Baden-Württemberg hat daraus jetzt die Konsequenz gezogen und macht ihre Leistungen online bundesweit verfügbar. ■