

Digitale Welt und Finanzen.

Ergebnisse und Handlungsempfehlungen

Version: 19. Januar 2016



Veröffentlichungen des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen

ISSN: 2365-919X

Digitale Zahlungsdienste: Ergebnisse und Handlungsempfehlungen

- Man muss ganz nüchtern festhalten, dass es zwar noch gute Gründe für Barzahlung geben kann, die **Barzahlung** in Deutschland aber nur noch in einer **Nische** relevant ist. Mittlerweile ist die Digitalisierung so weit fortgeschritten, dass im gesamten Zahlungsverkehr weniger als 1 Prozent des Euro-Volumens und nur ca. 10 Prozent aller Transaktionen noch bar abgewickelt werden. Eine Diskussion um die Abschaffung des Bargelds erscheint überflüssig.
- Digitales Bezahlen wird längst nicht mehr nur von Banken, sondern auch von international tätigen Informations-, Handels- und Telekom-Unternehmen wie Google, Amazon oder Apple, aber auch Start-ups, angeboten. Diese Unternehmen, die sog. **FinTechs** (Financial Services & Technology), erweitern ihre Geschäftsfelder der Information, des Handels und der Kommunikation um das strategische Feld der Finanzen.
- **Digitales Bezahlen** ist für viele Bürgerinnen und Bürger längst **alltäglich**. Es lohnt sich vor allem aus praktischen Gründen, wie leichtere Bedienung oder **Komfort**, sich mit den Chancen digitaler Zahlungen auseinanderzusetzen – ohne jedoch die Risiken aus dem Blick zu verlieren, die vor allem den Datenschutz betreffen.
- **Jede und jeder sollte Kosten und Nutzen, Chancen und Risiken abschätzen können. Dafür braucht es klare und verständliche Standards, die bis heute fehlen:**
 - Anders als im aktuellen Gesetzentwurf der Bundesregierung muss es **qualitativ hochwertige, tagesaktuelle Informationen** geben, zum Beispiel via **standardisierte Mustervorgaben** an Anbieter und Anwender in Finanzwirtschaft, Handel oder Zahlungsdiensten unter regelmäßiger **Kontrolle**. Dann können potentielle Nutzer **einfach, verständlich** und **vergleichbar** beurteilen: Welche **Risiken** bestehen?; welche **Kosten** entstehen bei der Nutzung **direkt** und **indirekt**?; welche **Serviceleistungen** und **Zahlungsdienste** sind mit dem Zahlungskonto **unmittelbar** verbunden?
 - Aus den digitalen Zahlungsangeboten muss – anders als heute – für Bürgerinnen und Bürger klar und verständlich erkennbar sein, inwieweit und mit welchen **persönlichen Daten** bezahlt werden soll, auch durch die Weitergabe an Dritte. Außerdem müssen im Ablehnungsfall alternative Formen möglich sein (Wettbewerb), die Nicht-Nutzung einer Beratung genügt nicht.
 - Dies betrifft ebenso die Kennzeichnung hinsichtlich der (IT-) **Sicherheit** einschließlich der Deklaration der erwarteten und verpflichtenden Mitwirkung der Zahler. Es kann nicht allein die Aufgabe des Einzelnen sein, für (IT-) Sicherheit und Datenschutz zu sorgen, hierin liegt eine Grundaufgabe des Staates in der **Daseinsvorsorge**.

Digitale Finanzberatung: Ergebnisse und Handlungsempfehlungen

- Die **Digitale Finanzberatung** mit Selbst-Exploration, Selbst-Aufklärung und modularen, standardisierten Online-Empfehlungen zeigt grundsätzlich Potential, insbesondere hinsichtlich des **Interesseweckens** für die persönlichen Finanzen, der initiativen **Stärkung** der Beschäftigung mit den eigenen Finanzen oder der Vorinformation sowie eines potentiellen Vergleichs der Informationen und Empfehlungen für wesentliche Finanzentscheidungen.
- Ein wesentlicher **Vorteil des Digital Advice** besteht grundsätzlich darin, lösungs- und zielgruppenorientiert auf dem dazu passenden Zugangskanal (Internet, Apps, Social Media) die notwendigen Informationen zur Selbst-Exploration und Selbst-Aufklärung bereitzustellen.
- Die **Grenzen** zwischen stationären Beratungssystemen und Varianten des Digital Advice **verschwimmen** längst. Die analoge Beratungswelt ist bereits digitalisiert, von der Erfassung der persönlichen Daten im Desktop oder Notebook des Beraters über die elektronische Vermittlung der Produktinformationen bis hin zur standardisierten Empfehlung entsprechend den eingesetzten Algorithmen, auch wenn dies testende Institute und Verbraucher-NGOs bei ihren „Mystery“-Untersuchungen noch nicht zu berücksichtigen scheinen.
- Die fortschreitende Digitalisierung und deren Verschränkung mit analogen Prozessen erlaubt auch Nicht-Banken oder innovativen Start-ups, den sogenannten **FinTechs**, ihre Kerngeschäftsfelder in der Wertkette der Finanzberatung anzusiedeln.
- Die **Verschränkung der digitalen Angebote** bei **Erhalt der analogen Elemente** könnte sich aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger als Informations- und Beratungssuchende durchaus als vorteilhaft erweisen, wenn es attraktiv erscheint, multiple Nutzungsmöglichkeiten mit wenigen Instrumenten zu erreichen (**Omni-Kanal-Flexibilität**).
- **Damit dies gelingt und Bürgerinnen und Bürger die Chancen der Digitalen Finanzberatung entdecken und nutzen, sie aber auch die Risiken gut erkennen können, braucht es klare und verständliche Standards in der Regulierung, die bisher fehlen:**
 - Einfache, klare, **verständliche und vergleichbare Informationen zu Finanzprodukten** haben gerade bei der **Digitalen Kundenbeziehung** eine weiter steigende Bedeutung. **Leider mangelt es hier in Deutschland besonders.** Die aktuelle Regulierung trägt fortwährend zu noch mehr Regelungsdickicht bei, dabei ließe sich der **Finanz-Dschungel verbraucherfreundlich entrümpeln.** „Less is more!“ gilt gerade für gute digitale Information, bei Finanzdienstleistungen sind wir weit davon entfernt.
 - In der Digitalen Finanzwelt wird noch rascher und eindringlicher deutlich, dass der **Einsatz standardisierter Produktinformation** sehr eng mit dem möglichen **Nutzen der Digitalen Finanzberatung** verknüpft ist: **Alle Anbieter**, unabhängig von ihrem Unternehmenssitz, die in Deutschland eine Finanzdienstleistung verkaufen wollen, sollen verpflichtet sein, unabhängig vom Kaufzeitpunkt **öffentlich zugänglich** zu allen ihren Finanzdienstleistungen eine

standardisierte Produktinformation bereitzustellen. Dies muss einheitlich für **alle Finanzdienstleistungen** von Banken, Sparkassen, Investmentfonds, Versicherungen sowie allen gleichartigen Anbietern wie FinTechs, **unabhängig vom Zugangskanal und vom Berater-typ**, gelten.

- Seitens des Gesetzgebers müssen konkrete **standardisierte Muster zur Produktinformation** vorgegeben werden, die digital leicht verfügbar sind und von denen grundsätzlich nicht abgewichen werden darf.
- **Finanzinformationen, Finanztests oder Finanzproduktvergleiche** müssen einfachen und **strengen Regeln** von der Entstehung und Aufbereitung bis hin zur Publikation unterliegen, die laufend zu überprüfen sind, zum Beispiel: Information über Geschäftsmodell und finanzielle Beziehungen, insbesondere Provisionen; keine Werbung mit dem Stichwort „kostenlos“ oder ähnlich, wenn die Honorierung im Preis der verglichenen Produkte eingerechnet ist; keine Werbung mit dem Stichwort „preisgünstig“ oder ähnlich, wenn nicht alle Angebote am Markt einbezogen werden; sind die Kriterien und **Vergleichsmethoden** öffentlich zugänglich und durch Dritte **nachprüfbar**?; wird offengelegt, wie verglichen wird und welche Standards für welche Untersuchung zugrunde gelegt werden?; sind die Aussagen eines Vergleichs **maßgeblich für die wesentlichen Eigenschaften** einer Finanzdienstleistung?
- Aus den digitalen Beratungsangeboten muss – anders als heute – für Bürgerinnen und Bürger klar und verständlich erkennbar sein, inwieweit und mit welchen **persönlichen Daten** bezahlt werden soll, auch durch die Weitergabe an Dritte. Außerdem müssen im Ablehnungsfall alternative Formen möglich sein (Wettbewerb), die Nicht-Nutzung eines Dienstes genügt nicht.
- Gleichermäßen betrifft dies die Kennzeichnung hinsichtlich der (IT-) **Sicherheit** einschließlich der Deklaration der erwarteten und verpflichtenden Mitwirkung der Ratsuchenden.