

„Sehr geehrter Herr Kunde, wir zocken Sie ab“

BZ-GASTBEITRAG: Lüder Gerken beschreibt, wie ein Teil der Finanzbranche mit einer „Performance-Fee“ Kasse machen will

Kürzlich hat eine Bank einen Rundbrief an Kleinanleger versandt. Dem „sehr geehrten“ Kunden wird lapidar mitgeteilt: „In Ihrem Depot halten Sie derzeit Anteile an einem der umseitigen Investmentfonds.“ „Umseitig“ steht eine längere Liste, in der er seinen Fonds selbst suchen darf. Dass die Bank ihm diese Arbeit überlässt, versteht er: Sie kassiert zwar für so etwas Depotgebühren, weil seine Anteile bei ihr im Depot liegen. Aber gemanagt wird dieser Fonds ja von einer Fondsgesellschaft. Und die gehört seit kurzem nicht mehr zur Bank, so dass das Interesse der Bank an dem Fonds gleich Null ist.

Der sehr geehrte Kunde liest: „In der Fondsbranche setzt sich zunehmend eine performance-abhängige und damit leistungsorientierte Vergütungskomponente der Managementleistung durch.“ Aha? „Diese Performance-Fee bringt die Interessen des Anlegers und des Fondsmanagements in Einklang.“ Der Kunde denkt: Wie schön, dass die Verfasser des Massenschreibens seine Interessen so gut kennen und dafür sogar eine Fee einsetzen. Hat er sich je besser betreut gefühlt? „Das bedeutet für Sie: Mehrwert für Sie als Kunden“, heißt es weiter in dem Schreiben. Freudige Erregung ergreift ihn. Nach den ganzen Verlusten durch den Börsenkrach endlich ein „Mehrwert“. Die tun etwas für ihn!

Aber wie? Gespannt liest er, dass die Fondsgesellschaft für das Fondsmanagement „eine Performance-Fee in Höhe von 20 Prozent einführen wird.“ Und dass diese „Performance-Fee“ anfällt, „wenn der Investmentfonds besser als seine Benchmark abschneidet.“ Der sehr geehrte Kunde stutzt: Sollte mit „Fee“ gar nicht ein guter Geist, sondern das englische Wort für Gebühr gemeint sein? Langsam versteht er: Die Fondsgesellschaft will, wenn sich der Fonds besser als der Durchschnitt entwickelt, zwanzig Prozent davon für sich behalten. Ein klarer „Mehrwert für ihn als Kunden“!

Voll froher Erwartung liest er weiter: „Die Benchmark kann zum Beispiel ein Vergleichsindex wie der DAX sein.“ Nur gut, dass er sich nicht mit dem lästigen Detail abplagen muss, über welchen Vergleichsmaßstab denn die „Fee“ ermittelt werden soll. Flexibilität ist angesagt, die Fondsgesellschaft wird's schon richten!

Aber halt: Sie verlangt doch schon heute eine kräftige Gebühr für das Fondsmanagement. Wird die denn gestrichen? Im

Brief kein Wort. Es wird also doppelt kassiert! Aber das soll seine Freude über den Mehrwert nicht trüben.

Und wenn sich der Fonds schlechter als der Durchschnitt entwickelt? Beteiligt sich die Fondsgesellschaft dann an dem von ihr zu verantwortenden Schaden? Nein. Wenn sie schlecht arbeitet, soll ihre Vergütung nicht „leistungsorientiert“ sein. Der Kunde denkt: Macht nichts, Mehrwert ist Mehrwert.

Bis wann muss er sich denn für oder gegen das neue Gebührenmodell entscheiden? Im Brief steht davon nichts? Doch, da ist ja eine Klausel: „Wir möchten Sie darauf hinweisen, dass Sie Ihre Fondsanteile jederzeit zum tagesgültigen Anteilspreis zurückgeben können.“

Die Freude schlägt in unendliche Dankbarkeit um: Wenn er nicht einverstanden ist, darf er verkaufen! Plötzlich erkennt er auch den Mehrwert: Ein Verkauf jetzt, nach dem Börsenkrach, wäre aberwitzig, da nur mit gewaltigen Verlusten möglich. Wenn er die „Fee“ akzeptiert, muss er aber gar nicht verkaufen. Welch ein Glück!



Lüder Gerken FOTO: BZ

Ein Gedanke beschleicht ihn: Sollte die Fondsgesellschaft diesen Zeitpunkt für die Einführung der „Fee“ abgepasst haben, eben weil jetzt kaum jemand verkaufen wird? Macht nichts!

Der „sehr geehrte Kunde“ will seine große Dankbarkeit zum Ausdruck bringen. Er sucht auf dem Brief nach den Verfassern oder der zuständigen Abteilung. Fehlanzeige. Telefonnummer? Fehlanzeige. E-Mail-Adresse? Fehlanzeige. „Für weitere Fragen oder Informationen steht Ihnen Ihr persönlicher Bank-Berater gerne zur Verfügung.“ Anruf dort. Die Bank sei für das Gebührenmodell gar nicht zuständig; der Fonds gehöre nicht mehr zur Bank; man könne nichts für den Kunden tun.

Schluss mit dem Sarkasmus: Die Fondsgesellschaft will bei den Kleinanlegern abkassieren. Der Bank ist das egal; es ist ja nicht ihr Geld. Doch wie viel Unverfrorenheit gehört dazu, den Kunden auch noch einreden zu wollen, die Abzocke schaffe einen „Mehrwert“ für sie? Wie will die Finanzbranche mit derartigen Manövern das Vertrauen der Anleger zurückgewinnen, das sie in der Finanzkrise verspielt hat? Haben die nichts gelernt?

Lüder Gerken ist Vorsitzender der Stiftung Ordnungspolitik und der Hayek-Stiftung.