

Studie

# Produktinformationsblätter (PIB): Gute Ansätze aber noch viel Arbeit



## Einleitung

- Die Lehmann-Krise wirkt immer noch nach. Um Anleger besser vor Fehlentscheidungen zu schützen, soll das sogenannte Produktinformationsblatt (PIB) dem Anleger auf ein bis zwei Seiten zeigen, worum es sich bei dem Produkt handelt und welche Risiken er eingeht.
- Damit soll der Anleger kurz und verständlich über die Produkte informiert werden. Das PIB soll die Risiken, Kosten und Renditeaussichten von Finanzprodukten leicht verständlich, vergleichbar und vollständig darlegen.

## Einleitung

- PIBs sind damit eine weitere Maßnahme, um den Anleger besser vor riskanten Anlagen zu schützen. Die PIBs reißen sich damit in eine ganze Reihe von Maßnahmen ein, wie beispielsweise die Verpflichtung zum Beratungsgespräch, Erhöhung der Haftung bei fehlerhaften Prospekten oder stärkere Regulierungen bei Finanzprodukten.
- Aber wie verständlich sind die PIBs? Denn nur wenn die Informationen auf den 2 Seiten auch wirklich verständlich sind, können die PIBs ihren Zweck erfüllen.

## Vorgehensweise

- In der Studie wurden 67 PIBs von verschiedenen Finanzinstituten untersucht.
- Es wurden nur PIBs in die Studie einbezogen, die der vom Verbraucherschutz vorgeschlagenen Gliederung folgten.
- Die PIBs wurden dabei sowohl formal, wie auch von Experten analysiert.
- Die PIBs wurden rein auf Verständlichkeit geprüft. Eine Prüfung auf Vollständigkeit oder juristische Richtigkeit wurde nicht durchgeführt.

## Fragestellung der Studie

- Wie verständlich sind PIBs?
- Gibt es Unterschiede zwischen den Produkten?
- Wenn ja, welche Produktgruppen schneiden besonders gut ab, welche nicht?
- Gibt es innerhalb von Produktgruppen Unterschiede in der Verständlichkeit?
- Was sind typische Barrieren für die Verständlichkeit?



## Untersuchte Anbieter:

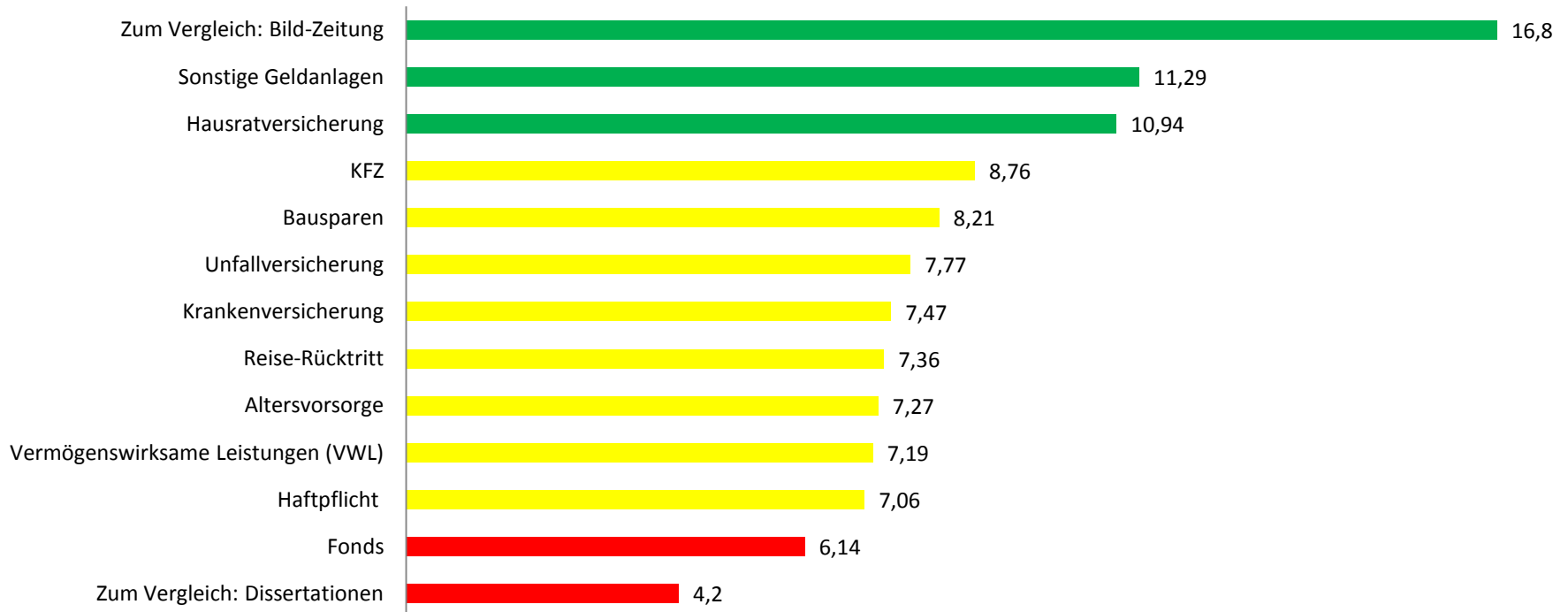
ADAC Auslands-Krankenschutz	Frankfurter Bankgesellschaft	Neuendorfer
Audi Bank	GECAM	Postbank
AXA	GECAS	Quantum
Baden Badener	Generali Versicherungen	Raiffeisenbank
Basler	GHV	Schwäbisch Hall
Bausparkasse Mainz	Gothaer	SIGNAL Krankenversicherung
Bernhauser Bank	HanseMercur Reiseversicherung AG	Sparkasse Pforzheim
Chartis Europe	HUK 24	Stadtsparkasse München
Commerzbank	HUK Coburg Krankenversicherung AG	SwissLife
CosmosDirekt	Hypovereinsbank	Threadneedle
DAB Bank	IndustriFinans	United Investors
Deka Investmentfonds	ING-DiBa	VHV Versicherungen
Deutsche Bank	Koenig & Cie. Emissionshaus	Volksbank Peine
DEVK	LBB Invest	Volkswagen Bank
DWS	LBS	Wattner
Europa Versicherungen	Mannheimer Versicherung AG	WestInvest
Europäische Reiseversicherung	MAPRE	WGV Versicherungen
Firmenich	Merkur	Wüstenrot Bausparkasse AG
FPM	netbank	

## Hohenheimer Verständlichkeits-Index

Um eine zusammenfassende Bewertung der Verständlichkeit zu erhalten, werden die Texte mit dem von der Universität Hohenheim und dem Communication Lab entwickelten Hohenheimer Verständlichkeitsindex bewertet. Dieser Index fasst mehrere statistische Textkriterien zu einem Gesamtwert zusammen.

Der Hohenheimer Verständlichkeits-Index reicht  
von **0 (überhaupt nicht verständlich)**  
bis **20 (maximal verständlich)**

## Überblick Produktgruppen nach Hohenheimer Index



Sehr schwer verständlich

Sehr leicht verständlich

Insgesamt 66 BIPs

Hohenheimer Index von 0 (sehr schwer verständlich) bis 20 (sehr gut verständlich)



## Die Analyse zeigte eine Reihe von interessanten Ergebnissen:

- PIBs sollen kurz und verständlich über die wichtigsten Eigenschaften eines Produktes informieren. Dies geschieht jedoch nur bedingt, bzw. bei sehr einfachen Produkten (Sparanlagen oder Bausparen). Komplexere Produkte erreichen oft den Schwierigkeitsgrad einer Dissertation.
- Weiter ließ sich feststellen, dass die PIBs keinesfalls einheitlich aufgebaut sind. Selbst bei gleichen Produkten gibt es unterschiedlich strukturierte PIBs. Hier muss ein verbindliches und einheitliches Design gefunden werden, um auch die Vergleichbarkeit für den Verbraucher zu verbessern.

## Die Analyse zeigte eine Reihe von interessanten Ergebnissen:

- Gleiche Sachverhalte, wie z.B. ein Fremdwährungsrisiko, werden teils mit erheblichen Unterschieden bei gleichen Sachverhalten beschrieben. Auch hier könnte durch die Vorgabe von Standard-Sätzen eine deutliche Verbesserung für den Verbraucher erreicht werden.
- Die Studie zeigt aber auch, dass es anders geht. Einige der PIBs erreichen sehr verständliche Werte und zeigen, dass die PIBs somit vom Prinzip her ein Schritt in die richtige Richtung darstellen.

## Die Analyse zeigte eine Reihe von interessanten Ergebnissen:

Als häufigste Barrieren wurden folgende Kriterien identifiziert:

- Fachsprache
- Fachwörter
- Lange und verschachtelte Sätze
- Passive, distanzierte Sprache
- Abstrakte Formulierungen anstatt konkreten Angaben

## Einige Beispiele für komplexe Sprache



## Beispiele lange und komplexe Sätze

*„Unsere Leistung ist bei Selbsttötung innerhalb der ersten drei Jahre nach Vertragsabschluss und bei Ableben in unmittelbarem oder mittelbarem Zusammenhang mit kriegerischen Ereignissen oder bei vorsätzlichem Einsatz von atomaren, biologischen oder chemischen Waffen bzw. Stoffen unter Umständen auf die Auszahlung des Geldwerts des Deckungskapitals beschränkt“.*

- 46 Wörter

## Beispiele für Fachwörter

Kursschwankungsrisiko  
Lastschriftinzugsermächtigung  
Vermögensbetreuungspflicht  
Versicherungsvertragsgesetzes  
wohnumfeldverbessernde  
Auseinandersetzungsguthabens  
Nettoliquidationserlöses  
Liquidität  
diversifiziert  
progressiv  
Stagnierenden

moderat  
Volatilitätsänderungen  
Informationsmemorandum  
Agio  
adäquat  
diversifiziert  
konsolidierten  
Liquidation  
Direktkommanditisten  
Partizipation  
Thesaurierungseffekt



## Beispiele Passivsätze

*„Anlegern **wird empfohlen**, sich zusätzlich von einem **Angehörigen der steuerberatenden Berufe** über die steuerlichen Folgen des Erwerbs, des Haltens und der Veräußerung oder Ausübung bzw. Rückzahlung der Wertpapiere unter besonderer Beachtung der persönlichen Verhältnisse des Anlegers **individuell beraten zu lassen**“.*

Besser:

Ziehen Sie bei Fragen zu steuerlichen Folgen bitte einen Steuerberater hinzu.

## H&H Communication Lab GmbH

Hindenburgring 31  
89077 Ulm

### Ansprechpartner:

M. Salih

Tel.: 0731 - 932 84 16

Fax: 0731 - 932 84 21

E-Mail: [m.salih@comlab-ulm.de](mailto:m.salih@comlab-ulm.de)

Internet: [www.comlab-ulm.de](http://www.comlab-ulm.de)