

5. März 2010

## **exameo, das Europäische Institut für verständliche Information, stellt sich vor und kommentiert die neuen Informationsblätter für Finanzprodukte**

**Pressekonferenz im Rahmen der Deutschen Anlegermesse 2010  
Frankfurt am Main, 5. März 2010**

exameo – das Europäische Institut für verständliche Information – ist ein junges Unternehmen, das Banken und Finanzdienstleister darin unterstützt, das verlorene Vertrauen der Kunden durch offene und transparente Kommunikation wiederzugewinnen.

exameo prüft Informationen über Finanzprodukte und -dienstleistungen auf Klarheit, Verständlichkeit und Transparenz. Das Institut hat eigens dafür eine fundierte Prüfmethode entwickelt, mit der sich feststellen lässt, wie gut Informationen über Finanzprodukte vom Anleger verstanden werden.

Darüber hinaus berät das Institut Finanzdienstleister, wie Informationen für Anleger verständlicher und transparenter gestaltet werden können. Dazu gehören unter anderem die neuen Produktinformationsblätter, die sogenannten „Beipackzettel“.

Ist eine Produktinformation klar, verständlich und transparent und sind darin alle notwendigen Angaben über Chancen, Risiken, Kosten und Auszahlungsprofil aufgeführt, vergibt exameo auf Wunsch des Anbieters das „Qualitätssiegel – geprüfte Kommunikation“.

**„Wer`s nicht einfach und klar sagen kann, der soll schweigen und weiterarbeiten, bis er`s klar sagen kann.“**

Karl Popper

Die exameo GmbH sieht in den jüngst vorgestellten Produktinformationsblättern einiger Banken und des Bundesverbands deutscher Banken eine gute Gelegenheit, die Glaubwürdigkeit der Finanzbranche zu stärken und das Vertrauen der Kunden zurückzugewinnen.

Es wurde höchste Zeit, etwas zu unternehmen, denn die Verbraucherschutzministerin droht längst mit gesetzlichen Maßnahmen, sollten die Banken ihre Kunden nicht endlich offener über Risiken und Kosten ihrer Produkte aufklären. In den letzten eineinhalb Jahren, die seit der Lehman-Pleite vergangen sind, wurde fleißig Besserung gelobt, aber passiert ist bisher wenig.

„Am Ende müssen Banken die Frage beantworten, ob sie bereit sind, wirklich etwas dafür zu tun, um ihr ramponiertes Image aufzubessern und um Kundenfreundlichkeit nicht nur zu predigen, sondern auch aktiv zu leben“, so Kurt Bürkin, der die exameo 2009 gegründet hat. „Viele Anleger – und auch Berater – haben dazugelernt und schauen genauer hin, welche Kosten und Risiken mit hohen Renditen verbunden sind.“

5. März 2010

Zu den neuen Produktinformationsblättern stellen sich noch viele Fragen, zum Beispiel:

- Zertifikate und Fonds werden gern an Kleinanleger verkauft. Aber können diese auch etwas mit den vielen Fachbegriffen anfangen, die nach wie vor verwendet werden?
- Damit Produkte miteinander vergleichbar werden können, sind einheitliche Bezeichnungen erforderlich. Sind diese schon bei allen Produkten vorhanden?
- Wenn selbst relativ simple Produkte wie Discount-Zertifikate noch nicht ausreichend erklärt werden, wie wird es dann erst bei komplizierteren Produkten aussehen? Oder ist vorgesehen, solche Produkte nur noch bestimmten Anlegergruppen anzubieten?
- Woher wissen die Institute, dass ihre Formulierungen verständlich sind?

Gabi Trillhaas, exameo: „Banken können einiges dafür tun, um das Vertrauen der Anleger wieder zu verdienen. Nur wer offen und transparent kommuniziert, ist glaubwürdig. Und nur, wer Vertrauen genießt, kann langfristig eine erfolgreiche Kundenbeziehung aufbauen und weiterentwickeln.“

Was eine gute Beziehung ausmacht, ist Vertrauen.

Edit Schlaffer

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

exameo GmbH  
Europäisches Institut für verständliche Information  
Presseabteilung  
Telefon +49 69 2444 85550  
info@exameo.de  
www.exameo.de

5. März 2010

exameo stellt die folgenden 10 Thesen auf:

1. Banken müssen sich daran gewöhnen, auch aus Sicht des Anlegers zu denken.
2. Nur wenn die gesamte Kommunikation mit dem Kunden klar und verständlich verfasst ist, erfüllt diese den Anspruch, anleger- und kundenfreundlich zu sein.
3. Kurze, klare, transparente und verständliche Informationen sind unerlässlich, um eine klare Anlageentscheidung zu treffen.
4. Es reicht nicht aus, eine Produktinformation oder eine Kundeninformation auf zwei Seiten zu zwängen. Die Information muss auch inhaltlich so verfasst sein, dass sie für den normal gebildeten Anleger klar und verständlich ist.
5. Auch Emissionsprospekte von Anleihen und Investmentfonds sowie Endgültige Bedingungen von Zertifikaten müssen für den Anleger verständlich formuliert werden und über eine aussagefähige Zusammenfassung verfügen. Entsprechendes gilt für Informationen über Versicherungen, andere Finanzanlagen und Finanzgeschäfte.
6. Nicht nur Informationen über Produkte, auch die allgemeinen Informationen über das Finanzinstitut, gesetzlich vorgeschriebene Informationen wie z.B. die Grundsätze für die Ausführung von Wertpapieraufträgen oder die Handhabung von Interessenkonflikten sollten so formuliert sein, dass diese von angesprochenen Kunden auch verstanden werden. Das schließt die regelmäßige Berichterstattung über die erbrachten Dienstleistungen mit ein.
7. In mehreren Gesetzen (Wertpapierhandelsgesetz WpHG, Bürgerliches Gesetzbuch BGB) und Verordnungen (Wertpapierdienstleistungs-Verhaltens- und Organisationsverordnung WpDVerOV) wird vorgeschrieben, dass Informationen, Vertragsinhalte etc. in klarer und verständlicher Form darzulegen sind. exameo ruft alle Beteiligten auf, diese Vorgaben auch umzusetzen.
8. exameo fordert die Anleger auf, ihr Grundrecht auf klare und verständliche Information einzufordern! Falls ihnen eine Information unverständlich oder kompliziert erscheint, sollten sie dieses Produkt oder diese Dienstleistung nicht erwerben.
9. Banken und andere Finanzinstitute sollten davon ausgehen, dass ihre Kunden die Informationen tatsächlich lesen. Deshalb ist es notwendig, verständlich zu formulieren. Viele Institute rechtfertigen ihre unleserlichen Produktbeschreibungen oder sonstigen Informationen mit der Aussage, dass der Kunde diese sowieso nicht liest. Darüber hinaus drängt sich gelegentlich der Eindruck auf, dass Informationen absichtlich komplex und umfangreich gestaltet wurden, um den Kunden vom Lesen abzuschrecken.
10. Klare, verständliche und transparente Informationen sind nicht nur für den Anleger wichtig. Auch die Berater und Vertriebsstellen haben einen großen Nutzen davon. Der Beratungsprozess wird dadurch erheblich verbessert.