

„Beipackzettel“ sollen verständlich sein

Produktinformationsblätter als kundenfreundliches Instrument in der Anlageberatung gestalten

Von Kurt Bürkin *)

Börsen-Zeitung, 1.2.2011

„Nichts ist leichter, als so zu schreiben, dass kein Mensch es versteht.“ An diese Lebensweisheit von Arthur Schopenhauer halten sich erstaunlich viele Finanzdienstleister. Dabei steht bereits seit 2007 im Wertpapierhandelsgesetz, dass



Kurt Bürkin

- nen Text sehr schwer lesbar.
 - Juristische Formulierungen erschweren die Verständlichkeit.
 - Gut strukturierte und gegliederte Texte erhöhen die Lesbarkeit.
 - Fremdwörter und Fachausdrücke sollten „angemessen“ gebraucht werden – abgestimmt auf die Zielgruppe, an die sich der Text richtet.
 - Füllwörter, überflüssige Wörter oder ungenaue Angaben sollten möglichst vermieden werden.
- Eine der Aufgaben von Compliance besteht darin, die operativen Einheiten zu beraten und die vom Unternehmen aufgestellten Grundsätze zu überwachen und zu bewerten. Dazu gehört auch, die oben zitierten Anforderungen aus dem Wertpapierhandelsgesetz zu berücksichtigen.

Eine Maßnahme in diesem Zusammenhang kann zum Beispiel sein, dass Compliance darauf achtet, im Erstellungsprozess von Produkten

und Dienstleistungen neben den fachlichen Kontrollen auch eine formale Prüfung der Verständlichkeit vorzusehen. Dazu gibt es bereits leistungsfähige softwaregestützte Analysemethoden, mit denen auch umfangreiche Texte analysiert und verbessert werden können. Um die Verständlichkeit auf die angesprochene Zielgruppe abzustimmen, empfiehlt es sich zusätzlich, die jeweiligen Informationen mit entsprechenden Testlesern auf Verständlichkeit prüfen zu lassen.

Nur für Juristen?

Durch klar und verständlich formulierte Informationen lassen sich nicht nur Falschberatungen vermeiden. Wenn es der „normale“ Kunde versteht, dann ist das ein sichtbares Zeichen für gelebte Kundenfreundlichkeit und Kundenorientierung. Der Compliance-Beauf-

tragte muss einerseits darauf achten, dass die rechtlichen Vorgaben eingehalten werden. Darüber hinaus ist sie auch dafür verantwortlich, dass im Umgang mit Kunden ein gleichbleibender, möglichst hoher Qualitätsstandard sichergestellt wird. Leider zeigt sich bei vielen der inzwischen vorgelegten Produktinformationsblätter, dass sich diese „Beipackzettel“ offensichtlich eher an Juristen als an Anleger richten. Damit wird bereits gegen eine wichtige Grundregel zur Verständlichkeit verstoßen: die der zielgruppengerechten Ansprache.

In der Grafik sind die Ergebnisse zu einer Frage im XING-Banking Club Online dargestellt. Diese Umfrage wurde im Mai 2010 unter Anlageberatern durchgeführt.

*) Kurt Bürkin ist Geschäftsführer der Exameo GmbH Europäisches Institut für verständliche Information, Frankfurt.

alle Informationen, die an Kunden gerichtet sind, redlich, eindeutig und nicht irreführend sein müssen (§ 31 WpHG). Darüber hinaus sollen sie auch in verständlicher Form zur Verfügung gestellt werden.

Die Wirklichkeit sieht jedoch sehr oft anders aus. Wie schwierig die Umsetzung dieser Vorgaben ist, lässt sich bereits daran erkennen, dass es mehrere ergänzende Vorschriften gibt, die bei der Umsetzung helfen sollen. Ausführliche und detaillierte Hinweise sind zum Beispiel in den Mindestanforderungen an die Compliance (MaComp) sowie in der Wertpapierdienstleistungsverordnung (WpDVerOV) enthalten.

Wichtig: Verständlichkeit

Dabei müssen auch vermeintlich schwierige Texte nicht grundsätzlich unverständlich sein! Erkenntnisse aus der modernen Verständlichkeitsforschung zeigen, dass schon durch die Beachtung von wichtigen formalen Regeln die Verständlichkeit von Texten erheblich gesteigert werden kann. Dabei gilt es, zum Beispiel auf folgende Kriterien zu achten:

- Lange und verschachtelte Sätze und Wortungetüme machen ei-

Wie müsste eine ideale Produktinformation aussehen?

Anteil der Befragten in Prozent

■ äußerst wichtig ■ sehr wichtig ■ wichtig ■ weniger wichtig



© Börsen-Zeitung

Quelle: Exameo