



STUDIE

TREIBER UND WIDERSTÄNDE BEI DER ONLINE-BERATUNG ZUR ALTERSVORSORGE



Prof. Dr.
Andreas Oehler
Universität
Bamberg



DEUTSCHES INSTITUT
FÜR ALTERSVORSORGE

INHALTSVERZEICHNIS

Zusammenfassung	4
Abstract	6
1 Einführung: Anlass und Gegenstand	8
2 Benchmark: Gute Online-Beratung zur Altersvorsorge	10
3 Praxis: Aktuelle Tools des Digital Advice	20
4 Design	23
5 Befund: Treiber und Widerstände	26
5.1 Treiber und Widerstände im Bereich Information	26
5.1.1 Information: Status quo zur aktuellen Situation einer Bürgerin bzw. eines Bürgers	26
5.1.2 Information: Geeignete Informationsgeberinnen und -geber	31
5.1.3 Information: Welche Finanzdienstleistungen im Vergleich und mit welcher Wirkung	32
5.2 Treiber und Widerstände im Bereich (Financial/Economic) Literacy	33
5.3 Treiber und Widerstände im Bereich Beratung (Exploration, Aufklärung, Empfehlung)	42
5.4 Treiber und Widerstände im Bereich Datenschutz und Datensicherheit	47
5.5 Treiber und Widerstände im Bereich Vertrauen	49
6 Handlungsbedarf und Lösungsvorschläge	54
6.1 Grundlegende Schlussfolgerung	54
6.2 Zentrale Ausgangsinformation zum Status quo	56
6.2.1 Grundanliegen	56
6.2.2 Aufbau des Dashboards mit verschiedenen Layern	57
6.2.3 Schätzung zur Wertentwicklung inklusive Kaufkraftentwicklung	60
6.2.4 Hinweise zur Notwendigkeit einzelner Formen der Einkommenssicherung	61
6.2.5 Hohe Datensicherheit und hoher Datenschutz	63
6.2.6 Zusatztool zur Einschätzung künftiger Ein- und Auszahlungen	67
6.3 Vertrauen in Personen und Institutionen als relevanter Faktor	68
6.4 Realitätsnaher Umgang mit Financial Literacy: Förderung einer Meta-Literacy und die Notwendigkeit von „Informationslotsen“	71
7 Schlussbemerkung	73
Literatur	74

Impressum

Herausgeber
Deutsches Institut für Altersvorsorge GmbH
Französische Straße 12
10117 Berlin

Ansprechpartner
Klaus Morgenstern
030 201 88 583
0152 29 93 86 79
morgenstern@dia-vorsorge.de

Autor
Prof. Dr. Andreas Oehler
Universität Bamberg
Kaerntenstraße 7
96045 Bamberg
andreas.oehler@uni-bamberg.de

Gestaltung
Goldblau.com

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung in EDV-Anlagen bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwendung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen davon ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des deutschen Urheberrechtsgesetzes in der jeweils gültigen Fassung zulässig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtsgesetzes.

ZUSAMMENFASSUNG

Dem steigenden Bedarf an verständlicher, kompetenter, umfassender und verlässlicher Unterstützung bei der individuellen Planung und Entscheidung von Finanz- und insbesondere Vorsorgeangelegenheiten stehen aktuell kaum nützliche digitale oder digital-analog kombinierte Tools und Anwendungen zur Beratung im Bereich der Altersvorsorge gegenüber.

Die vorliegende Studie setzt sich daher mit der Frage auseinander, wie die Prozess- und Wertkette aus Information, Exploration, Aufklärung und Empfehlung entlang typischer Life Cycle privater Haushalte gestaltet werden kann, damit für die Nachfrage ein Fokus auf Altersvorsorge gut wahrnehmbar und vertrauenswürdig nutzbar wird. Die Analyse des Status quo der Treiber und Widerstände der Online-Beratung zur Altersvorsorge umfasst die zentralen Bereiche Information, Financial Literacy, Beratung, Datenschutz und Datensicherheit sowie Vertrauen.

Der Status quo ist gekennzeichnet durch großes Interesse und gute Financial Capability der Bürgerinnen und Bürger in Bezug auf ihre Altersvorsorge, zumindest gemäß Ergebnissen aus realitätsnahen Studien. Allerdings wird die Planung und Umsetzung der Altersvorsorge durch mangelnde Verfügbarkeit zentraler, verständlicher, kompetenter, umfassender und verlässlicher Information und das Fehlen einer übersichtlichen Aufarbeitung der Ansprüche auf (zukünftige) Zahlungen aus allen drei Säulen der Altersvorsorge signifikant erschwert. Außerdem ist eine qualitativ hochwertige Finanz- und Vorsorgeberatung für viele Bürgerinnen und Bürger nur schwer zu erhalten.

Zur Überwindung dieser Widerstände und unter Berücksichtigung der Treiber einer Online-Beratung zur Altersvorsorge wird empfohlen, kostenlos jeder Bürgerin und jedem Bürger ein umfassendes Online-Dashboard zur Altersvorsorge als digitale Übersichtsseite oder digitale Instrumententafel zur Verfügung zu stellen. Das Dashboard fokussiert im Sinne eines Behavioral-Portfolio-Ansatzes insbesondere auf Ansprüche aus Zahlungsströmen aus wesentlichen Finanzprodukten der Einkommenssicherung und der langfristigen Absicherung.

Um dem Bedürfnis nach Datenschutz und Datensicherheit gerecht zu werden, ist das Dashboard als dezentrale Lösung zu konzipieren. Die Dashboard-App muss auf unterschiedlichen Devices funktionieren (Desktop, Laptop, Tablet, Smartphone etc.) und Daten portieren können, sowohl für die eigene Datensicherung als auch für das Online-Teilen mit einer individuellen Empfängerin oder einem individuellen Empfänger (zum Beispiel Beraterinnen und Berater, Informationsgeberinnen und -geber, Mittlerinnen und Mittler, Maklerinnen und Makler).

Gesetzlich genau definierte Standards für die Schnittstellen der Dashboard-App sind die Voraussetzung, um zukünftig einen Datenaustausch zwischen ihr und weiteren auf dem Device installierten Apps zu ermöglichen. Für Anbieter und Entwickler wäre somit ein Level Playing Field geschaffen, innerhalb dessen ihre innovativen Apps (zum Beispiel Tools zur Einschätzung künftiger Ein- und Auszahlungen, Versicherungschecks, Robo Advisor für Geldanlage und Auszahlungspläne, Steueroptimierer, etc.) unter Berücksichtigung von Datensicherheit und eines entsprechenden Datenschutzes miteinander in Wettbewerb treten.

Sowohl für Bürgerinnen und Bürger als auch für Anbieter wäre es effektiv und effizient, das Dashboard zunehmend für eine standardisierte Online-Information und Online-Beratung einzusetzen. Dadurch könnten nicht nur das individuelle Bewusstsein und Verständnis für rechtzeitige und regelmäßige Altersvorsorgeentscheidungen auf der Basis aktueller Informationen gefördert, sondern auch die Sichtweise gestärkt werden, regelmäßig ein- bis zweimal pro Jahr und bei wesentlichen Änderungen im Life Cycle nachzuschauen und zu überlegen, ob Anpassungen in der Altersvorsorge sinnvoll sind und notwendig werden.

ABSTRACT

There is an increasing demand of individuals for comprehensible, competent, extensive, and reliable support regarding their financial planning and decision making, in particular their pension planning and decision making. In contrast, useful digital or digital-analog combined tools and applications for consulting in the area of pension provision are hardly available.

The present study, therefore, addresses the question of how the process and value chain of information, exploration, explanation and recommendation can be designed along typical life cycles of private households so that a focus on retirement provision can be made easily perceptible and trustworthily usable for the demand. The analysis of the status quo of the drivers and obstacles of online advice for retirement provision covers the central topics information, financial literacy, advice giving, data protection and data security, and trust.

The status quo is characterized by citizens' great interest in financial aspects and good financial capability with regard to their old-age provision, at least according to results from realistic studies. However, the planning and implementation of old-age provision is significantly hampered by the lack of availability of central, comprehensible, competent, extensive and reliable information and the lack of a clear overview of financial claims or pecuniary rights to (future) payments from all three pillars of old-age provision. In addition, high-quality financial and pension advice is difficult to obtain for many citizens.

To overcome this obstacles and taking into account the drivers of online advice on old-age provision, it is recommended that every citizen should be provided free of charge with an extensive online dashboard on old-age provision as a digital overview page or digital instrument panel. In line with a behavioral portfolio approach, the dashboard focuses particularly on financial claims from key financial products for income protection and long-term security.

To meet the need for data protection and security, the dashboard has to be designed as a decentralized solution. The dashboard app must be able to work on different devices (desktop, laptop, tablet, smartphone, etc.) and must be able to port data, both for data backup and for online sharing with an individual recipient (for example, advisors, information providers, intermediaries, brokers).

Legally precisely defined standards for the interfaces of the dashboard app are the prerequisite for enabling data exchange between the dashboard app and other apps installed on the device in the future. For suppliers and developers, this would create a level playing field within which their innovative apps (e.g. tools for estimating future cash receipts and payments, insurance checks, Robo Advisor for investment and payout plans, tax optimizers, etc.) could compete with each other while taking data security and appropriate data protection into account.

It would be effective and efficient for both citizens and providers to increasingly use the dashboard for standardized online information and online advice. This would not only promote individual awareness and understanding of timely and regular retirement provision decisions based on up-to-date information, but also strengthen the view that people should regularly check once or twice a year and when major changes in the life cycle occur, and consider whether adjustments in retirement provision are reasonable and necessary.

1 EINFÜHRUNG: ANLASS UND GEGENSTAND

Der Umbruch in den Systemen der Daseinsvorsorge und die Alterung der Gesellschaft (Ageing), insbesondere in den staatlich dominierten Sozialversicherungssystemen, führen zu einem steigenden Bedarf an kompetenter, umfassender Unterstützung bei der individuellen Planung und Entscheidung von Finanz- und insbesondere Vorsorgeangelegenheiten (Oehler 2009a, 2011).

Zur Online-Beratung und -Information bei Finanzdienstleistungen stehen heute grundsätzlich diverse Tools und Anwendungen digital und kombiniert digital-analog zur Verfügung. Interessanterweise basieren und firmieren diese Geschäftsmodelle allgemein unter Geldanlage/Investment für nicht-professionelle Investoren, insbesondere in Gestalt der inzwischen recht zahlreichen Robo Advisors, dagegen nicht unter dem Label der Altersvorsorge.

Dies ist auch insofern überraschend, weil spätestens die Studie zusammen mit dem WDR 2011-2012 gezeigt hat, dass es weder jungen Menschen noch der Gesamtbevölkerung grundlegend an Interesse und Überlegungen zu Finanzen und Altersvorsorge mangelt (Oehler 2011/2012, 2012b, 2012e). Vielmehr scheint es fortgesetzt ein prinzipielles Problem mit einer sachgerechten Beratung und Produktinformation und der zugehörigen Kundenexploration zu geben, mit der Digitalisierung wurde dies bislang nicht wirklich besser (Oehler 2009a, 2012a, 2012c, 2015b, 2016a, 2016b, 2018).

Hinzu kommt, dass Robo Advisors zwar einen einfachen Zugang zu Finanzmärkten versprechen, andererseits aber nach oben genanntem Verständnis praktisch keine Exploration und nahezu keine Aufklärung anbieten (Oehler 2015a, 2015c, 2017a, Oehler et al. 2016a, 2016b). Sie sind in der Regel so konfiguriert, dass sie lediglich Einmal-Investments mit neuem Geld anbieten. Außerdem führt das regelmäßig zum Geschäftsmodell gehörende Rebalancing zu teils erheblichen Renditeeinbußen, ohne dass dies den Kundinnen und Kunden bewusst sein dürfte (Horn/Oehler 2020a, 2020b).

Die Studie soll sich daher mit der Frage auseinandersetzen, wie die Prozess- und Wertkette aus Information, Exploration, Aufklärung und Empfehlung entlang typischer Life Cycle privater Haushalte gestaltet werden kann, damit für die Nachfrage ein Fokus auf Altersvorsorge gut wahrnehmbar und vertrauenswürdig nutzbar wird. Dies kann in einer rein digitalen Variante gestaltet sein. Da Menschen aber analog bleiben, gilt dies wohl (zunächst) noch mehr für hybride Modelle, die digitale und analoge Angebote verknüpfen und die bestehenden Angebote einbeziehen. Aber auch in Hybridmodellen wird zu klären sein, inwieweit mit digitalen Elementen der Selbst-Exploration und/oder Selbst-Aufklärung Beratungsleistungen ersetzt werden können.

Die Analyse umfasst eine Bestandsaufnahme der Praxis und Literatur hinsichtlich vorhandener Ansätze und Tools entlang des Angebotsspektrums zur Altersvorsorge. Die Studie entwickelt auf dieser Basis einen Katalog mit Empfehlungen, der vor allem an die Angebotsseite, aber auch an die Politik adressiert ist.

Die weitere Studie ist wie folgt aufgebaut:

An die Einführung zu Anlass und Gegenstand schließt sich eine Ausarbeitung zur Benchmark guter Online-Beratung zur Altersvorsorge an und eine kurze Darstellung des Praxisgeschehens zu aktuellen Tools des Digital Advice. Es folgt die Beschreibung des gewählten Designs der Studie.

Die umfangreiche Analyse zum aktuellen Befund der Treiber und Widerstände der Online-Beratung zur Altersvorsorge umfasst fünf zentrale Bereiche: Information, Financial Literacy, Beratung, Datenschutz und Datensicherheit sowie Vertrauen. Im Bereich der Information wird weiter differenziert nach dem Status quo zur aktuellen Situation einer Bürgerin bzw. eines Bürgers, nach der Problematik geeigneter Informationsgeberinnen und -geber sowie nach der zentralen Frage, welche Informationen zu Finanzdienstleistungen im Vergleich und mit welcher Wirkung vorliegen.

Im anschließenden Analyseteil beschäftigt sich die Studie in der Folge der bisherigen Analyse zu Treibern und Widerständen der Online-Beratung zur Altersvorsorge mit dem resultierenden Handlungsbedarf und Lösungsvorschlägen. Hierbei wird auf ein bürgernahes, einfaches, verständliches und datensparsames Dashboard als zentrale Ausgangsinformation zum Status quo fokussiert. Es wird näher ausgeführt zum Grundanliegen eines solchen Dashboards ebenso wie zu dessen Aufbau mit verschiedenen Layern und zur notwendigen Schätzung zur Wertentwicklung inklusive Kaufkraftentwicklung.

Zusätzlich wird auf das Erfordernis eingegangen, auch hierbei unmittelbar Hinweise zur Notwendigkeit einzelner Formen der Einkommenssicherung zu erhalten sowie eine hohe Datensicherheit und einen hohen Datenschutz zu gewährleisten. Schließlich wird kurz auf die Ergänzung mit einem Zusatztool zur Einschätzung künftiger Ein- und Auszahlungen eingegangen. Dieser Analyseteil zu Handlungsbedarf und Lösungsvorschlägen schließt mit dem zentralen Aspekt des Vertrauens in Personen und Institutionen als relevantem Faktor sowie mit der Forderung nach einem realitätsnahen Umgang mit Financial Literacy in Form der Förderung einer Meta-Literacy und der Notwendigkeit von „Informationslotsen“.

Die Studie endet mit einer pointierten Schlussbemerkung.

2 BENCHMARK: GUTE ONLINE-BERATUNG ZUR ALTERSVORSORGE

Geht man für die Altersvorsorgeentscheidungen im Rahmen eines Behavioral-Portfolio-Ansatzes (vgl. die nachstehende Abbildung 1) einerseits von Entscheidungen im Basisportfolio für wesentliche Aspekte der Einkommenssicherung (ohne Pflichtversicherungen), vor allem aber andererseits insbesondere von Entscheidungen im Zusatzportfolio zur langfristigen Absicherung des Zahlungsstroms aus, so besteht selbstverständlich eine Verwandtschaft zwischen Geldanlage und Altersvorsorge (Oehler 1992, 1995, 2000, 2006, 2008, 2009a, 2010, 2011, 2012b, 2012c, 2013a). Ein Experte (vgl. zum Design Kapitel 4) weist darauf hin, dass für eine weitergehende Betrachtung auch Aspekte zu berücksichtigen wären, die den Erhalt des Zahlungsstroms aus Erwerbstätigkeit ermöglichen und fördern. Hierzu seien unter anderem Gesundheitsvorsorge und lebenslanges Lernen, gerade mit Bezug zur Digitalen Welt, zu zählen.

Abbildung 1: Altersvorsorgeentscheidungen im Rahmen eines Behavioral-Portfolio-Ansatzes (Oehler 1992, 1995, 2000, 2002, 2006, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013)



Viele Finanzdienstleistungen der Banken, Sparkassen, Versicherungen oder Fonds stellen aus ökonomischer Sicht **Vertrauensgüter** dar, deren entscheidende Nutzenstiftung – sofern überhaupt beurteilbar oder eintreffend – oft erst nach Jahren oder, insbesondere bei der Altersvorsorge, erst nach Jahrzehnten zu erwarten ist (zur Diskussion um Beratung und Vorsorge und die damit verbundene Informations- und Entscheidungssituation für Verbraucher: Oehler 2004, vgl. auch Oehler 2006, 2008, 2009b, Oehler et al. 2009). Für solche Produkte ist typisch, dass oft eine deutliche (zeitliche) Divergenz zwischen Leistung und Gegenleistung besteht, die (Nicht-) Realisierung des Leistungsversprechens also oft in ferner Zukunft liegt. Bei der Altersvorsorge dürfte diese zeitliche Divergenz wohl am bedeutendsten sein. Während Bürgerinnen und Bürger in der Regel ab ihrem ersten Einkommen bis in die 60er-Lebensjahre ihre Leistung erbringen, erhalten sie die Gegenleistung erst mit Vertragsende oder Renteneintritt, sind dann aber bis an ihr Lebensende darauf angewiesen – ohne nennenswerten Einfluss auf die Gegenleistung nehmen zu können.

Beratung fängt mit Information an,

- mit Information, welche **aktuelle Situation**, welcher aktueller Status, für eine Person vorliegt, also welche Ansprüche auf (zukünftige) Zahlungen bestehen wie Anwartschaften aus öffentlich-rechtlichen (sogenannte 1. Säule der Altersvorsorge), betrieblichen (2. Säule) oder Ansprüche auf (zukünftige) Zahlungen aus Spar- und Auszahlplänen und direkten finanzmarktnahen Anlagen wie international breitstreuenden ETFs (Oehler/Wanger 2020) und privaten Rentenversicherungen (3. Säule) sowie verwandten Instrumenten;
- mit Information, welche geeigneten **Informationsgeberinnen** und -geber, Beraterinnen und Berater, Mittlerinnen und Mittler, Maklerinnen und Makler etc. wo und wie zur Verfügung stehen;
- mit Information, welche Finanzdienstleistungen **im Vergleich mit welcher Wirkung** und mit Bezug auf die jeweilige aktuelle Situation verfügbar wären.

Im Kontext der Altersvorsorge online und offline spielen eine besondere Rolle

- die selbst oder durch Dritte erbrachte Information (**Exploration und Aufklärung**) und
- die darauf aufbauende und daraus abgeleitete Empfehlung sowie die tatsächlich übernommene **Verantwortung** für die aus der Exploration erfolgende **Diagnose und Empfehlung**.

Dies betont eindringlich, welche hohe Bedeutung einer verständlichen, verlässlichen und vergleichenden **Beratung und Information** zukommt, zu der unter anderem eine Angabe von Risiken oder Verlusten, zur Verfügbarkeit, zur Wertentwicklung abzüglich aller Kosten im Klartext und in Euro sowie ein unmissverständlicher Hinweis zur **Eignung für eine Bedarfssituation** sowie zu wesentlichen Einflüssen auf andere (vorhandene) Produkte gehört. Kunden werden damit erst in die Lage versetzt, sich selbstgesteuert und kritisch mit Finanzprodukten auseinanderzusetzen, und insbesondere auch einzuschätzen, wie viel Risiko (in Verbindung mit anderen

Produkten) schon eingegangen wurde („Tragfähigkeit“), jeweils ausgehend von der spezifischen Ziel- und Ausgangssituation einer Person oder eines Haushalts, weil sie jetzt die Informationen dazu wahrnehmen können und zu beurteilen vermögen (Oehler 2011, 2012a, 2012b, 2012c, 2012d, 2012e, 2013a, 2017a, 2017b, 2017c, 2021e, 2021f).

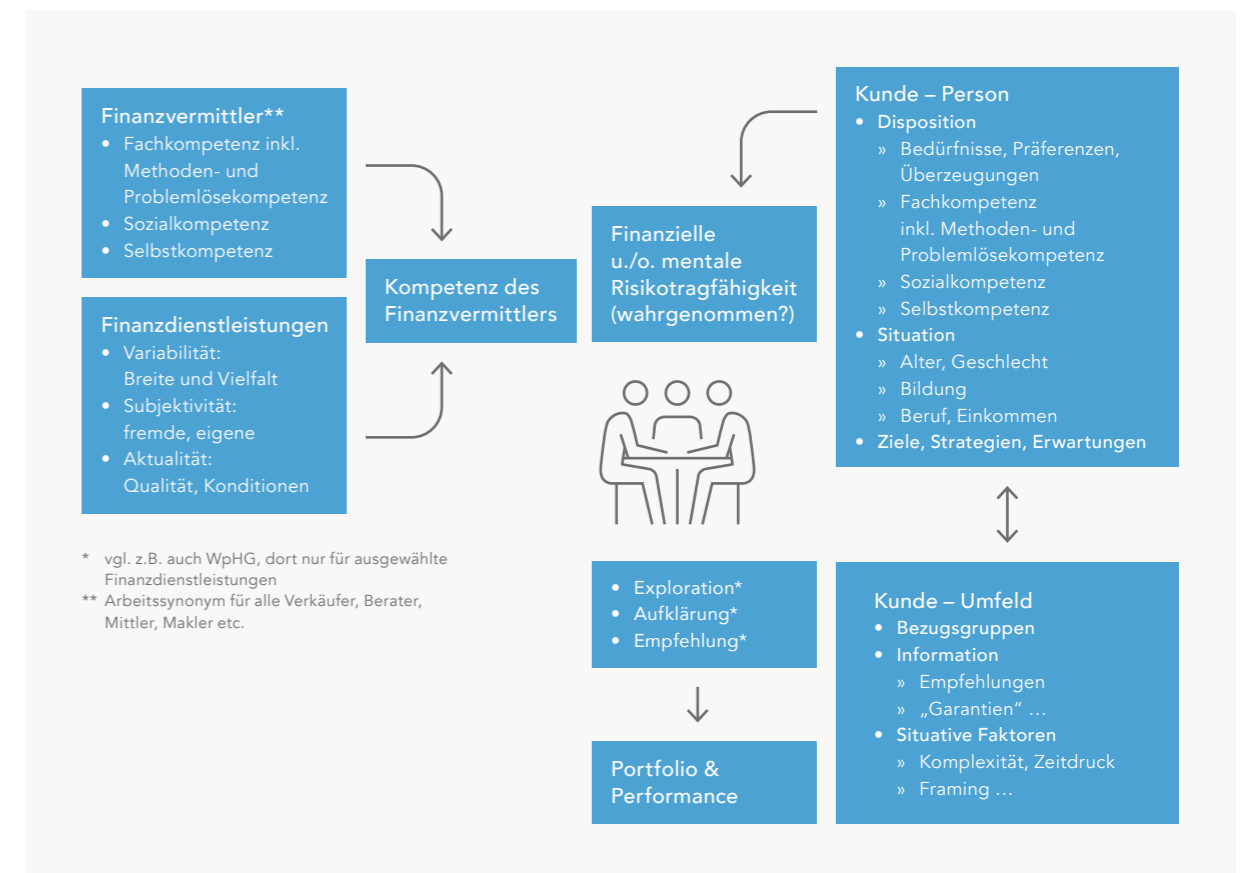
Aufgrund der Komplexität der Informations- und Entscheidungssituationen, insbesondere im Kontext der Altersvorsorge online oder offline, haben Bürgerinnen und Bürger meist einen hohen Informationsbedarf sowohl bezüglich der Analyse ihrer eigenen wirtschaftlichen und finanziellen Situation heute und in Zukunft als auch hinsichtlich der potenziellen Problemlösungen. Die Mehrheit dürfte aufgrund ihres hohen Informationsbedarfs sowie der geringen Absicherung durch gebildetes Vermögen besonders auf eine qualitativ hochwertige Exploration, Aufklärung und Empfehlung angewiesen sein. Qualitativ hochwertig bedeutet in diesem Kontext dabei primär, Informationen zu erhalten, die angesichts der verfügbaren Kenntnisse und Erfahrungen (Kompetenzen) und der individuellen Bedarfssituation benötigt werden (Oehler 2011, 2015b, 2015c). In der Praxis sind Beratungssituationen dabei regelmäßig unter anderem durch eine Informations- und Entscheidungsüberlastung des Kunden gekennzeichnet (information overload, choice overload; Oehler 2006, 2011, 2017a, 2017b, 2017c).

Überlegungen zu einer produkt- und kundengerechten Beratung, sei es für Kundinnen und Kunden als Anleger oder als Versicherungsnehmer, gehen im Wesentlichen von zwei zentralen Komponenten aus (Oehler 2011, 2012a, 2012b).

- Die Art und Weise der Beratung durch die Beraterin bzw. den Berater oder die Finanzvermittlerin bzw. den Finanzvermittler muss zur jeweiligen Kundin bzw. zum jeweiligen Kunden „passen“, das heißt, dass die Beratung den Kenntnissen und Erfahrungen des Kunden entsprechen muss. Die Kompetenz der Kundin bzw. des Kunden ist also zu berücksichtigen („know your customer“).
- Die seitens der Beraterin bzw. des Beraters oder der Finanzvermittlerin bzw. des Finanzvermittlers empfohlenen Finanzdienstleistungen müssen ebenfalls zur jeweiligen Kundin bzw. zum jeweiligen Kunden „passen“, das heißt, die Produkte müssen den Zielen und Bedürfnissen und damit auch den wirtschaftlichen und insbesondere den finanziellen Möglichkeiten der Kundinnen und Kunden entsprechen („know your product“).

Der im Zusammenhang mit der Information und Beratung (Exploration, Aufklärung, Empfehlung) bestehende Beratungsprozess stellt sich typisiert wie folgt dar (Abbildung 2).

Abbildung 2: Typisierte Prozess- und Wertkette der Finanzberatung (Oehler 2010; vgl. Oehler 2011, 2012b, 2015b, 2015c, 2015d). Finanzvermittler genderneutral als Arbeitssynonym für alle Verkäufer, Berater, Mittler, Makler etc.; zur genaueren Differenzierung siehe unten)



Die aus der Fach-, Sozial- und Selbstkompetenz im Zusammenwirken mit der Produktpalette resultierende Kompetenz eines Beraters wirkt in der Wahrnehmung des Kunden im Sinne einer Reduzierung der wahrgenommenen Unsicherheit. Die Qualifikation eines Beraters bestimmt sich also – vereinfacht formuliert – durch die Verwertbarkeit seiner Leistungen für den nachfragenden Anlage- und/oder Versicherungskunden. Dies manifestiert sich zusammen mit weiteren, außerhalb des direkten Vermittlungsprozesses wirkenden Faktoren in einer Reduzierung der empfundenen Unsicherheit. Wesentlich dabei ist ferner, dass sowohl die aus der eingeschränkten Rationalität (Oehler 2011; vgl. grundlegend hierzu Oehler 1995, Oehler 1992; Verhaltensanomalien, Heuristiken, Wahrnehmungsverzerrungen etc.) entstehende mentale Risikotragfähigkeit („Wohlempfinden“) als auch die aus der wirtschaftlichen Gesamtsituation resultierende finanzielle Risikotragfähigkeit nicht überschritten werden. Der Ausgang des Gesamtprozesses hängt damit von der konkreten Einzelsituation ab, also zum Beispiel der absoluten Tragweite einer möglichen Fehlentscheidung (Betragshöhe, Langfristigkeit etc.) (Oehler 2011, 2012a).

Im Ergebnis soll die Kundin bzw. der Kunde befähigt werden, eine **interessenge-rechte Entscheidung** zu Geldanlagen oder anderen Finanzprodukten, zum Beispiel Finanzierung/Kredite, zu treffen. Hierzu gehört die **Passung** eines Finanzprodukts in das **Portfolio** der schon vorhandenen Produkte und Dienstleistungen, das heißt, die Eignung eines Produktes ist nicht solitär nach dessen unmittelbarem Rendite-Risiko-Profil zu entscheiden, sondern sie ist elementar abhängig vom vorhandenen Produktportfolio einer potenziellen Kundin bzw. eines potenziellen Kunden aus Produkten des Zahlungsverkehrs, der Anlage inklusive Versicherungen und der Finanzierung (Kredite) (Oehler 2011, 2015b, 2015c).

Entsprechend einer solchen Zielsetzung lässt sich der **Informations- und Beratungsprozess** in die folgenden Phasen einteilen, die sich in der Praxis regelmäßig überlappen: Exploration, Aufklärung, Empfehlung (Oehler 2011 und Oehler 2012a, die erste umfassende wissenschaftliche, empirische Studie zur Gestaltung der Produktinformationsblätter im Bereich Finanzdienstleistungen in Deutschland).

- In der **Explorationsphase** sollen Informationen über die **Kundenbedürfnisse** und die **Kundensituation**, inklusive Anlagezielen, finanziellen Verhältnissen, Kenntnissen und Erfahrungen, ermittelt werden, um diesen Lebenslagen entsprechend aufklären und beraten zu können. Das Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) regelt hierzu grundlegend in § 64 [Besondere Verhaltensregeln bei der Erbringung von Anlageberatung und Finanzportfolioverwaltung] Abs. 3: „Das Wertpapierdienstleistungsunternehmen muss von einem Kunden alle Informationen 1. über Kenntnisse und Erfahrungen des Kunden in Bezug auf Geschäfte mit bestimmten Arten von Finanzinstrumenten oder Wertpapierdienstleistungen, 2. über die finanziellen Verhältnisse des Kunden, einschließlich seiner Fähigkeit, Verluste zu tragen, und 3. über seine Anlageziele, einschließlich seiner Risikotoleranz, einholen, die erforderlich sind, um dem Kunden ein Finanzinstrument oder eine Wertpapierdienstleistung empfehlen zu können, das oder die für ihn geeignet ist und insbesondere seiner Risikotoleranz und seiner Fähigkeit, Verluste zu tragen, entspricht. Ein Wertpapierdienstleistungsunternehmen darf seinen Kunden nur Finanzinstrumente und Wertpapierdienstleistungen empfehlen oder Geschäfte im Rahmen der Finanzportfolioverwaltung tätigen, die nach den eingeholten Informationen für den Kunden geeignet sind.“
- Die **Aufklärungsphase** baut auf der Explorationsphase auf. Charakteristisch für die Aufklärung ist, dass die Kundin bzw. der Kunde zu deren Beginn in der Regel nicht konkret sagen kann, was sie bzw. er wissen will, weil ihr bzw. ihm unklar ist, welche Informationen ihr bzw. ihm fehlen. Die Aufklärung entwickelt sich daher in der konkreten Situation. Zum Gegenstand hat sie einen **Tatsachenkomplex** wie zum Beispiel eine Versicherung oder ein Anlageprodukt, dessen **Risiko- und Chancenpotential** der Kundin bzw. dem Kunden durch die Mitteilung von **Tatsachen** verdeutlicht werden soll (**Information**).

- In der **Empfehlungsphase** kommt es zu konkreten Vorschlägen. Neben der Mitteilung von Fakten enthält diese auch deren **Bewertung und Beurteilung nach Maßgabe der individuellen Eignung** (Bewertung). Das Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) regelt hierzu grundlegend die Geeignetheit in § 64 Abs. 3 gemäß „Eignungsbeurteilung“ gemäß Artikel 54 der Delegierten Verordnung (EU) 2017/565 Abs. 2: „Die Wertpapierfirmen legen den Umfang der von Kundenseite einzuholenden Informationen unter Berücksichtigung aller Merkmale der gegenüber diesen Kunden zu erbringen Anlageberatungs- bzw. Portfolioverwaltungsdienstleistungen fest. Die Wertpapierfirmen holen bei ihren Kunden bzw. potenziellen Kunden die Informationen ein, die sie benötigen, um die wesentlichen Fakten in Bezug auf den Kunden zu erfassen und unter Berücksichtigung der Art und des Umfangs der betreffenden Dienstleistung nach vernünftigem Ermessen davon ausgehen zu können, dass das Geschäft, das dem Kunden empfohlen oder im Rahmen einer Portfolioverwaltungsdienstleistung getätigt werden soll, die folgenden Anforderungen erfüllt: a) Es entspricht den Anlagezielen des betreffenden Kunden, auch hinsichtlich seiner Risikobereitschaft; b) es ist so beschaffen, dass etwaige mit dem Geschäft einhergehende Anlagerisiken für den Kunden seinen Anlagezielen entsprechend finanziell tragbar sind; c) es ist so beschaffen, dass der Kunde mit seinen Kenntnissen und Erfahrungen die mit dem Geschäft oder der Verwaltung seines Portfolios einhergehenden Risiken verstehen kann.“

Aus der Perspektive von Bürgerinnen und Bürgern als Privatpersonen lassen sich wesentliche Anlässe, Ereignisse oder Lebensumstände, die eine Finanzberatung notwendig werden lassen können, wie folgt systematisieren. Dabei handelt es sich nicht um eine vollständige Abbildung theoretisch denkbarer und/oder praktisch realisierter Anlässe, sondern um ein typisierendes Vorgehen, das die wesentlichen Charakteristika verdeutlicht (grundlegend hierzu (Lebensphasen, Anlässe, Einflussfaktoren) Oehler 1995, I.3, sowie (Basis- und Zusatzbedarfe an Finanzprodukten) Oehler 2011, 2015b, 2015c, 2015d). Die **Lebensphasen** und **Anlässe** sind nachvollziehbarer Weise nicht überschneidungsfrei, da zeitgleich auch mehrere Situationen bestehen können (zum Beispiel Berufseinstieg und Familiengründung; Oehler 2015a, 15-16):

- Schule (Konto, Zahlungsverkehr, Karten)
- Erste Berufsausbildung/Studium (Konto, Zahlungsverkehr, Karten, notwendige Versicherungen, „eiserne Reserve“, Studienfinanzierung)
- Persönliche Selbstständigkeit und Auszug aus dem Elternhaus (Konto, Zahlungsverkehr, Karten, notwendige Versicherungen, „eiserne Reserve“, Geldanlage, Vorsorge, Verbraucherkredite)
- Berufseinstieg (notwendige Versicherungen, „eiserne Reserve“, Geldanlage, Vorsorge, Verbraucherkredite)
- Partnerschaft/junge Familie/Familiengründung (notwendige Versicherungen, „eiserne Reserve“, Geldanlage, Vorsorge, Verbraucherkredite)
- Lebenskrisen und Notsituationen (Arbeitslosigkeit, Trennung/Scheidung, schwere Krankheit, Berufsunfähigkeit, Pflege, Tod)

- Familie mit Teenagern (notwendige Versicherungen, „eiserne Reserve“, Geldanlage, Vorsorge, Verbraucherkredite)
- Immobilienerwerb (notwendige Versicherungen, Immobilienfinanzierung)
- Rückkehr in den Beruf (notwendige Versicherungen, „eiserne Reserve“, Geldanlage, Vorsorge)
- Leben als „Best Ager“/„empty nest“/Ausbildung der Kinder (notwendige Versicherungen, „eiserne Reserve“, Geldanlage, Vorsorge, Pflege, Vermögensumschichtungen/Erben-Vererben)
- Leben im Ruhestand (notwendige Versicherungen, „eiserne Reserve“, Geldanlage, Vorsorge, Pflege, Vermögensumschichtungen/Erben-Vererben).

In der ersten wissenschaftlichen Studie zur Beratungsdokumentation in Deutschland (Oehler 2012b) werden die durch Privatkunden ausgelösten, insbesondere durch die verschiedenen Lebenssituationen und konkrete Bedarfe ausgelösten Beratungs- und Informationssituationen als ein Kontinuum verstanden, dessen Pole sich als „Erstberatung“ oder „Finanz-Check“ einerseits und „reine Produkttransaktion“ andererseits bezeichnen lassen. Anhand empirischer Bestandsdaten aus Banken und Sparkassen wurden **typische Beratungs- und Informationssituationen** identifiziert und gekennzeichnet (zur Ableitung von Kunden- und insbesondere Anlegertypen vgl. Oehler 1995, Oehler 2009a und Oehler/Wilhelm-Oehler 2008). Die Studie ergibt die folgenden typischen Beratungssituationen inklusive Kundencharakteristika, unterteilt nach Erstberatung und Folgeberatung (Oehler 2012b; vgl. dort die weitere Detaillierung):

Erstberatung / grundlegende Beratung

- Erstberatung mit Kunden geringen Allgemeinwissens und geringen Finanzwissens
- Erstberatung mit Kunden guten Allgemeinwissens und großen Finanzwissens
- Erstberatung mit Kunden guten Allgemeinwissens und geringen Finanzwissens

Folgeberatung / besondere Anlässe

- Folgeberatung mit Kunden geringen Allgemeinwissens und geringen Finanzwissens
- Folgeberatung mit Kunden guten Allgemeinwissens und großen Finanzwissens
 - » Folgeberatung mit Kunden an der Grenze oder zur Vermeidung eines beratungsfreien Geschäfts
 - » Folgeberatung mit Kunden an der Grenze oder zur Vermeidung eines reinen Ausführungsgeschäfts
- Folgeberatung mit Kunden guten Allgemeinwissens und geringen Finanzwissens.

Ohne die Allgemeingültigkeit weiterer Aussagen und Ergebnisse zu beschränken werden mit Bezug zu den vorgenannten Arten von Beratungssituationen hinsichtlich der Online-Beratung zur Altersvorsorge folgende typisierte realitätsnahe Entscheidungssituationen angenommen:

- 30 Jahre vor Renteneintritt/Eintritt in den Ruhestand (im Life cycle nach Berufsbeginn, gegebenenfalls mit Familienphase, erstmals Finanzmittel verfügbar für Zusatzportfolio, Basisportfolio weitgehend vorhanden);
- 20 Jahre vor Renteneintritt/Eintritt in den Ruhestand (im Life cycle mitten im Berufsleben, Zusatzportfolio begonnen, Überprüfung des Altersvorsorgebedarfs: „Wer sich rechtzeitig vor Rentenbeginn zur Altersvorsorge beraten lässt, hat bei Rentenlücken noch Zeit gegenzusteuern.“ (Stiftung Warentest 2019d, 38));
- Renteneintritt/Eintritt in den Ruhestand.

Als Ansprechpartner zur Beratung insgesamt und/oder ihren Elementen (Exploration, Aufklärung, Empfehlung) stehen grundsätzlich vier **Beratertypen** zur Verfügung (vgl. Reifner 2015; je nach Einzelfall und Spezialgebiet können auch Rechtsanwälte, Steuerberater oder Schuldnerberater hinzukommen sowie auch NGOs Beratung anbieten (zum Beispiel Verbraucherzentralen) oder Empfehlungen geben (zum Beispiel Stiftung Warentest; Oehler 2015a):

- Abhängig beschäftigte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Banken und Sparkassen
- Vertreterinnen und Vertreter (Ausschließlichkeitsvertreter, Mehrfachvertreter, Strukturvertriebe sowie Kreditvermittler)
- Maklerinnen und Makler (Versicherungsmakler, Finanzanlagenmakler und Darlehensmakler)
- Honorarberaterinnen und Honorarberater (Honorarberater, Honorar-Finanzanlagenberater sowie Versicherungsberater).

Diese können insbesondere unterschieden werden nach

- ihrer persönlichen und finanziellen Unabhängigkeit,
- ihrem Beratungsschwerpunkt,
- der betreuten Produktvielfalt,
- der erforderlichen Mindestqualifikation,
- ihrer Beaufsichtigung,
- ihrer Erreichbarkeit.

Zur gern als Alternative zur Provisionsberatung gekürten Honorarberatung sei angemerkt, dass diese auch nicht ohne Eigeninteresse angeboten wird und zudem flächendeckend für alle Verbraucherinnen und Verbraucher wenig realistisch erscheint (Oehler 2011, 2015d). Da auch eine Honorarberaterin bzw. ein -berater über ein pekuniäres Eigeninteresse verfügen kann, das sich zum Beispiel in opportunistischem Verhalten (unter anderem Steigerung der Beratungsdauer bzw. Beratungshäufigkeit) niederschlägt, ist dafür Sorge zu tragen, dass Höhe und Häufigkeit der Honorierung standardisiert und kontrolliert werden, analog den Forderungen zur vollständigen Offenlegung der Zuwendungen in der Provisionsberatung. Gegenüber den Verbraucherinnen und Verbrauchern sollte also nicht der Eindruck erweckt werden, dass durch die Forcierung einer Honorarberatung die bekannten Probleme der provisionsgetriebenen Beratung überwunden würden (Oehler 2015a, 25-26).

Billen (2015) weist mit Bezug zur seit 2014 geltenden Regelung zur Honorar-Finanzanlageberatung darauf hin: „Wir müssen insgesamt für ein hohes Qualifikationsniveau sorgen - das gilt sowohl für die Honorar- wie auch für die Provisionsberatung. Der Berater muss fähig und bereit sein, sich in die Lebens- und Finanzsituation seiner Kunden hineinzudenken. Er muss die Erwartungen der Kunden bezüglich Renditen und Risiken auf ein realistisches Niveau führen und sollte auch deren tägliches Finanzverhalten unter die Lupe nehmen. Außerdem muss er die wichtigsten Produkteigenschaften kennen.“

Das seinerzeitige Bundesverbraucherministerium (BMELV, später BMJV, BMELV 2014) verfolgte das Ziel „... Verbraucherinformationen so zu verbessern, dass sie unterschiedlichen Bedürfnissen der Verbraucherinnen und Verbraucher gerecht werden - diese also bedarfsgerecht und verständlich informieren.“ Weiter heißt es: „Eine Verbraucherinformation erfüllt ihren Zweck, wenn sie so formuliert und gestaltet ist, dass sie vom Adressatenkreis erfasst und verstanden werden kann. Nur so können Verbraucherinnen und Verbraucher die für sie optimalen Entscheidungen treffen. Verbraucherinformationen sollten daher so beschaffen sein, dass Verbraucherinnen und Verbraucher ihren Gehalt unmittelbar und umfassend erschließen können.“ (BMJV 2015).

Schon zuvor hat Oehler im Rahmen erstmaliger und umfangreicher empirischer Untersuchungen zu Informationen für Finanzdienstleistungen in Deutschland eine Prüfliste erstellt, deren Konkretisierung es erlaubt, tatsächlich vorhandene reale Verbraucherinformationen, zum Beispiel in Gestalt der Produktinformationsblätter, zu evaluieren (Oehler 2015b, 2012a, 2011). Dabei wird deutlich, dass gute Verbraucherinformation notwendige und hinreichende Bedingungen erfüllen muss (Oehler 2015b, 2015f, 2017d, Oehler/Wendt 2017, Oehler 2021f).

Notwendige Bedingungen guter Verbraucherinformation sind

- **Transparenz**
(jederzeitige Verfügbarkeit aller relevanten Informationen für Verbraucher):
Darstellung der Art und Funktionsweise des Finanzprodukts, (aller) wesentlicher Risiken des Finanzprodukts, der Wertentwicklung/Rendite des Finanzprodukts, der Kosten des Finanzprodukts, Darstellung der Verfügbarkeit der Finanzmittel, Szenarien/Alternativen der Wertentwicklung und Risiken;
- **Verständlichkeit**
(insbesondere müssen Verbraucher in der Lage sein, die relevanten Informationen zu verstehen, ohne sich hierfür zunächst Fachwissen anzueignen):
Verständliche Sprache, Lesbarkeit der Informationen, ausreichende Anzahl an Informationen, Kurzzusammenfassung der Informationen, auch in Euro, Informationen insgesamt verständlich;
- **Vergleichbarkeit**
(Informationen zu vergleichbaren Produkten sollten in Form und Inhalt vergleichbar zur Verfügung gestellt werden, um mögliche Alternativen gegenüberstellen zu können).

Hinreichende Bedingungen guter Verbraucherinformation sind

- **Klarheit**
(die Darstellung der Information darf keinen Raum für alternative Interpretationsmöglichkeiten lassen):
Darstellung (aller) wesentlichen Risiken des Finanzprodukts in Euro, der Wertentwicklung/Rendite des Finanzprodukts in Euro, der Kosten des Finanzprodukts in Euro, der Verfügbarkeit der Finanzmittel in Euro, Kurzzusammenfassung der Informationen in Euro;
- **Geeignetheit**
für die persönliche (finanzielle) Situation (insbesondere Einstufung für den Anwendungsbereich eines Finanzproduktes zum Beispiel für die Altersvorsorge, siehe oben);
- **Verifizierbarkeit**
(die Informationen müssen jederzeit, also auch nach dem Abschluss eines Vertrages, durch die betroffenen Verbraucher oder Dritte verifizierbar sein):
Darstellung der Art und Funktionsweise des Finanzprodukts, (aller) wesentlichen Risiken des Finanzprodukts, der Wertentwicklung/Rendite des Finanzprodukts, der Kosten des Finanzprodukts, der Verfügbarkeit der Finanzmittel, Szenarien/Alternativen der Wertentwicklung und Risiken.

Diese in mehreren empirischen Untersuchungen angewandten Prüfkriterien der notwendigen und hinreichenden Verbraucherinformation (zum Beispiel Oehler 2012a, 2012c, 2018) stellen damit zusammen mit den Prinzipien „know your customer“ und „know your product“ in Verbindung mit der Risikotragfähigkeit und Passung sowie unter Berücksichtigung des Life Cycle (Lebensphasen und Anlässe) einen wesentlichen Bestandteil dieser Benchmark guter Online-Beratung zur Altersvorsorge dar.

3 PRAXIS: AKTUELLE TOOLS DES DIGITAL ADVICE

Zur Online-Beratung und -Information bei Finanzdienstleistungen stehen heute grundsätzlich diverse Tools und Anwendungen digital und kombiniert digital-analog zur Verfügung. Interessanterweise basieren und firmieren diese Geschäftsmodelle allgemein unter Geldanlage/Investment für nicht-professionelle Investoren, insbesondere in Gestalt der genannten, inzwischen recht zahlreichen Robo Advisors, dagegen nicht unter dem Label der Altersvorsorge (zu den wenigen Ausnahmen zählen zum Beispiel die Tools der Stiftung Warentest).

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. Beide Beratungselemente ersetzen also, zumindest teilweise, das „Wie“ (know your customer) und gegebenenfalls dann auch das „Was“ (know your product) stationärer analoger Prägung. Zudem ist die **analoge Beratungswelt längst digitalisiert**, von der Erfassung der persönlichen Daten im Desktop, Notebook oder Tablet der Mittlerin bzw. des Mittlers, der Maklerin bzw. des Maklers oder der Beraterin bzw. des Beraters über die elektronische Vermittlung der Produktinformationen bis hin zur standardisierten Empfehlung entsprechend den eingesetzten Algorithmen (Oehler 2015a, 2021a). 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. Eine typisierte Prozess- und Wertkette der Finanzberatung gestaltet sich entsprechend der vorstehenden Abbildung 2.

Grundlegend können heute folgende Typen digitaler Beratungssysteme als Geschäftsmodelle identifiziert werden (Oehler 2015a; auch Oehler 2016a, 2016b, 2021b, 2021g, Oehler et al. 2016a, 2016b).

- **Vollautomatisiertes Vermögensmanagement:** Nutzung einfacher Tools, die nur eine simplifizierte und standardisierte Benutzererfahrung voraussetzen, einschließlich vereinfachter Anlageregeln und Anlageempfehlungen aufgrund zuvor ermittelter einfacher Anlegerprofile und Risikotoleranzen (insbesondere Robo Advisors; grundsätzlich honorar- oder provisionsbasiert möglich; Financial Planning und Asset Allocation).
- **Beraterunterstütztes Vermögensmanagement:** Vollautomatisierte Variante unter assistierender Nutzung eines (virtuellen) Ratgebers (Telefon, E-Mail), der einfache Schritte des Financial Planning ebenso zeigt wie regelmäßige Anregungen zur Gestaltung und Überarbeitung des Portfolios gibt (insbesondere Robo Advisors; grundsätzlich honorar- oder provisionsbasiert möglich; Financial Planning und Asset Allocation).

- Produktübergreifende und produktspezifische **Vergleichsportale**, oft in Verbindung mit vereinfachten Anlageregeln und Anlageempfehlungen aufgrund zuvor selbst zu ermittelnder einfacher Anlegerprofile und Risikotoleranzen (grundsätzlich honorar- oder provisionsbasiert möglich).
- **Social Trading:** Internet-Plattformen, auf denen (potenzielle) Nutzer die Investments vorgeblich erfolgreicher Anleger in einer unterschiedlich definierten Anleger- und Vorbild-Community für ihr eigenes Portfolio spiegeln können (zum Beispiel Wikifolio, eToro; hier insgesamt **nicht weiter thematisiert**, da in der Regel kein direkter Zusammenhang zu den Elementen der Beratung wie Exploration, Aufklärung oder Empfehlung).
- Internetbasierte **Kredit- und Wagnisfinanzierung (Crowdfunding):** Nutzer können auf einer Online-Plattform in einem spezifischen Umfeld Darlehen (Crowdlending), oft **Mikro-Darlehen**, vergeben oder erhalten (zum Beispiel auxmoney) und Projektbeteiligungen eingehen, ebenfalls oft im Mikro-Format (Crowdinvesting), teilweise mit hohem Eigenkapitalcharakter (zum Beispiel seedmatch, kickstarter; hier insgesamt **nicht weiter thematisiert**, da in der Regel kein direkter Zusammenhang zu den Elementen der Beratung wie Exploration, Aufklärung oder Empfehlung).

Die Grenzen zwischen stationären Beratungssystemen und Varianten des Digital Advice verschwimmen längst. Dies lässt sich zum einen auf die überschaubaren Varianten des Zugangs als auch auf die beschränkten Prozesselemente (Exploration, Aufklärung, Empfehlung) zurückführen. Gegenwärtig scheinen die Informationskomponenten (Exploration, Aufklärung), Transaktionsverbilligung und -beschleunigung sowie Konten-Management-Aspekte zu dominieren. Die **Verschränkung der digitalisierten Angebote bei Erhalt der stationären 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, eine **Omni-Kanal-Flexibilität** (Oehler 2015a).

Die Formen und Geschäftsmodelle der Digitalen Finanzberatung zeigen, dass auch bei einer zumindest streckenweise vorgenommenen **Selbst-Exploration** und/oder **Selbst-Aufklärung** oft eine bestimmte **Art der Empfehlung** folgt, die – wenn auch teilweise rudimentär und standardisiert – im Zuschnitt zu den vom Kunden aktiv oder passiv angegebenen Daten zu seiner Situation, seinen Zielen und Anlässen passen soll. Insofern sollte der Rechtsrahmen grundsätzlich auf die Digitale Finanzberatung im Kontext der Online-Beratung zur Altersvorsorge anzuwenden sein, wenn auch – für analoge und digitale Formen gleichermaßen – in systematischer, strukturierter, standardisierter und vergleichbarer Form und nicht in der heutigen zersplitterten und überreguliert wirkenden Art und Weise.

Die Digitale Finanzberatung mit Selbst-Exploration, Selbst-Aufklärung und modularen, standardisierten Empfehlungen zeigt grundsätzlich Potential, insbesondere hinsichtlich des **Interesseweckens** für die persönlichen Finanzen und die eigene Altersvorsorge, der initiativen **Stärkung** der Beschäftigung mit den eigenen Finanzen oder der Vorinformation sowie eines potenziellen Vergleichs der Informationen und Empfehlungen für wesentliche Finanzentscheidungen, insbesondere für die Altersvorsorge.

4 DESIGN

Die Beantwortung der eingangs genannten Zielstellung der Studie erfolgt anhand der genannten Prozess- und Wertkette aus Information, Exploration, Aufklärung und Empfehlung entlang typischer Life Cycle privater Haushalte und analysiert, welche Veränderungen vor allem in der Produktinformation und der Beratung sowie gegebenenfalls in der Regulierung dafür erforderlich wären.

Die Analyse umfasst eine Bestandsaufnahme der Praxis und Literatur hinsichtlich vorhandener Ansätze und Tools entlang des Angebotspektrums zur Altersvorsorge. Die Studie entwickelt auf dieser Basis einen Katalog mit Empfehlungen, der vor allem an die Angebotsseite, aber auch an die Politik adressiert ist.

Zur Erreichung der Ziele und Beantwortung der darin enthaltenen Fragen werden folgende Methoden eingesetzt.

- (1) **Desk-Top-Recherche: Literaturanalyse und -synopse** zur Identifikation und Auswertung wesentlicher Studien sowie Ermittlung relevanter Akteure und Angebote
- (2) **Qualitative Dokumentenanalyse** der möglichen Angebote, Geschäftsmodelle und Tools, nach definierten Kriterien wie klare und verständliche Darstellung der Rendite- und Risikokomponenten für die Nachfrage (zum Beispiel Transparenz, Verständlichkeit, Vergleichbarkeit, Klarheit, Geeignetheit für die persönliche (finanzielle) Situation, Verifizierbarkeit)
- (3) **Leitfadengestützte Expertinnen- und Experteninterviews** zur Existenz, zur Verbreitung und zur Geeignetheit altersvorsorgebezogener digitaler und hybrider Geschäftsmodelle und Angebote
- (4) **Ableitung konkreter Handlungsbedarfe und Lösungsvorschläge.**

Expertinnen und Experten konnten aus verschiedenen, nachstehend genannten Bereichen gewonnen werden, hinzu kam ein (weiterer) Wissenschaftler mit Expertise in Digitale Finanzen und Finanzdienstleistungen.

- Spitzenverbände der klassischen Finanzintermediäre wie Banken, Sparkassen, Versicherungen und Fonds:
Beteiligt haben sich der BdB, Bundesverband deutscher Banken; der DSGV, Deutscher Sparkassen- und Giroverband; der GDV, Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft und der BVI, Deutscher Fondsverband.
- Verbände des Finanzdienstleistungsvertriebs wie Makler, Berater, Mittler:
Beteiligt hat sich lediglich der BVK, Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute; ohne Reaktion zum Beispiel Bundesverband Deutscher Vermögensberater; VOTUM, Verband unabhängiger Finanzdienstleistungsunternehmen in Europa; AfW, Bundesverband Finanzdienstleistung; BDVM, Bundesverband Deutscher Versicherungsmakler; AUV, Arbeitsgemeinschaft Unabhängiger Versicherungsmakler oder VDH, Verbund Deutscher Honorarberater.

- Kollektive Verbraucher:
Beteiligt haben sich die Stiftung Warentest, der vzbv, Verbraucherzentrale Bundesverband und die Verbraucherzentrale Hamburg.
- FinTechs und InsurTechs, Bereich digitale Vermögensverwalter, Robo Advisor, betriebliche Altersvorsorge:
Beteiligt haben sich vantik.com; evergreen.de, onnest.de und Quirion; ohne Reaktion zum Beispiel mypension.de; Whitebox oder Scalable Capital.
- FinTechs und InsurTechs, Portale/Marktplätze:
Beteiligt hat sich vorsorgekampagne.de; ohne Reaktion zum Beispiel wefox.de, fragwilhelm.de oder treefin.com.
- Rentenversicherung; öffentlich-rechtlich:
Beteiligt haben sich DRV, Deutsche Rentenversicherung Bund und Deutsche Rentenversicherung Baden-Württemberg; ohne Reaktion zum Beispiel ihre-vorsorge.de.

Die Interviews wurden im Zeitraum Ende Juni bis Ende August 2020 online, telefonisch oder schriftlich geführt.

Als Grundlage für die Interviews haben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer vorab unter anderem die folgenden dialogleitenden Fragestellungen erhalten:

- Sind Ihnen Online-Angebote zur Altersvorsorgeinformation und -beratung bekannt?
Wenn ja, welche, und wie schätzen Sie deren Verbreitung ein?
Wenn nein, warum wird keine Online-Altersvorsorgeinformation und -beratung angeboten?
- Liegt dies an der Komplexität der Informations- und Entscheidungssituationen im Kontext der Altersvorsorge?
- Welche Teile der Prozess- und Wertkette aus Information, Exploration, Aufklärung und Empfehlung entlang typischer Life Cycle privater Haushalte können für einen Fokus auf Altersvorsorge online realisiert werden und welche eher weniger oder gar nicht?
- Welche Teile der genannten Prozess- und Wertkette sind als Mix oder Hybrid aus online und offline zu gestalten und warum?
- Könnte es sich aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger als Informations- und Beratungssuchende als vorteilhaft erweisen, einen Mix aus Offline- und Online-Angeboten parallel zu nutzen?
Wenn ja, warum fehlt aktuell der Online-Aspekt?
- Ist grundsätzlich davon auszugehen, dass Bürgerinnen und Bürger Informationen/Beratungen zur Altersvorsorge online anders wahrnehmen als analog und dass sie sich dadurch in der Entscheidungssituation anders verhalten?

- Sind die bisherigen Formen und Geschäftsmodelle der digitalen Anlageberatung und -information grundsätzlich für die Altersvorsorge geeignet?
Wenn ja, braucht es eine andere oder dieselbe Regulierung?
Wenn nein, was sind die zentralen Gestaltungsparameter einer Online-Altersvorsorge
(a) aus Sicht der Anbieter?
(b) aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger?
- Braucht es eine erneuerte und fokussierte Regulierung für Online-Beratung und -Information (zur Altersvorsorge)?
- Braucht es besonders für die Online-Beratung und -Information einheitliche Mustervorgaben für die anbietende Wirtschaft im Rahmen der Exploration, der Aufklärung und/oder der Empfehlung, damit die potenziellen Nutzerinnen und Nutzer einfach, verständlich und vergleichbar beurteilen können, welche Anforderungen an sie selbst gestellt werden, welche Folgen aus der Nutzung entstehen (können) und welche Regelungen zur Rechtsdurchsetzung und Haftung greifen (können)?
- Wie entsteht Digitales Vertrauen, also etwa wieder aus analogen Komponenten der persönlichen Empfehlung und Erfahrung oder aus mehr oder weniger bewusst eingegangenen Risiken („Selbstversuche“)?

5 BEFUND: TREIBER UND WIDERSTÄNDE

5.1 TREIBER UND WIDERSTÄNDE IM BEREICH INFORMATION

5.1.1 Information: Status quo zur aktuellen Situation einer Bürgerin bzw. eines Bürgers

Die Mehrheit der Expertinnen und Experten (vgl. zum Design: Kapitel 4) gibt an, keine (automatisierte) Online-Information im Sinne eines Status quo zur aktuellen Situation einer Bürgerin bzw. eines Bürgers zu kennen. Als Ursache wird regelmäßig vermutet, dass es zum einen an der möglichen Komplexität der Entscheidungssituation läge, zum anderen aber auch am Interesse der Finanzdienstleister, Produkte/Dienstleistungen oder diesbezügliche Kombinationen/Bündel anzubieten, die bislang über Robo Advisor oder ähnliches nicht oder nur eingeschränkt abgebildet werden können – entweder weil dies programmiertechnisch zu komplex oder weil die Nutzung eines solchen Angebots auch für Einzelpersonen/Haushalte sehr zeitaufwendig würde, was vielfach der Idee der Einfachheit und Schnelligkeit von Robo-Advisor-Services widerspräche.

Auch wird erwähnt, dass, anders als bei Themen wie Zahlungsverkehr via Online-Banking, hier eher keine regelmäßige Nutzung einer Online-Lösung denkbar sei, da weniger kurzfristige Anpassungen, Umstrukturierungen etc. erwartet würden, darauf wären viele Altersvorsorgeprodukte auch bislang gar nicht ausgelegt. Aufgrund der staatlichen und steuerlichen Förderaspekte bestünde eine hohe Abhängigkeit von der aktuellen Gesetzeslage, dies führe unter anderem zu einem erhöhten Aufwand bei der Pflege und Aktualisierung von Online-Beratungslösungen.

Hinzu komme, dass die relativ hohe Enthaltsamkeit im Online-Markt nicht verwundert, weil für maßgeschneiderte, bedürfnisgerechte Angebote doch sehr viele persönliche Daten erforderlich wären, die man ungern online abgäbe. Ferner kommt die hohe Komplexität des deutschen Drei-Säulen-Systems hinzu. Im Grunde gebe es derzeit keine „normale“ Altersvorsorgeberatung und damit fehle auch eine Grundlage für eine entsprechende digitalisierte Version. Sowohl die analoge als auch die digitalisierte Altersvorsorgeberatung müssten ohnehin als spezielle Kombination verschiedener Vorsorgeformen gesehen werden, die immer zusammen zu betrachten seien.

Die zentrale Ausgangsinformation, welcher aktuelle Status für eine Person vorliegt, also welche Ansprüche auf (zukünftige) Zahlungen bestehen, muss sich auf alle drei Säulen der Altersvorsorge beziehen (Oehler 2009a), also

- Anwartschaften aus öffentlich-rechtlichen Rentenversicherungen (sogenannte 1. Säule der Altersvorsorge),
- Anwartschaften aus der betrieblichen Altersvorsorge (2. Säule) und
- Ansprüche auf (zukünftige) Zahlungen aus Spar- und Auszahlplänen und direkten finanzmarktnahen Anlagen wie international breitstreuenden ETFs (Oehler/Wanger 2020) und privaten Rentenversicherungen (3. Säule) sowie verwandten Instrumenten wie staatlich geförderte Altersvorsorgeprodukte, zum Beispiel sogenannte „Riester“-Produkte (Oehler 2009a).

In der ersten umfassenden empirischen Evaluierung der sogenannten „Riester“-Produkte wird bereits 2009, also vor mehr als zehn Jahren festgehalten:

„Die bereits vorhandene, regelmäßig verschickte Renteninformation der DRV stellt ... nur einen ersten Anfang dar. Weder lässt sich für einen durchschnittlichen Verbraucher konkret herleiten, wie seine individuelle Information wirklich zustande kommt, noch kann er nachvollziehen, was die gegebenen Informationen für seine Zukunft bedeuten. ... Vor allem aber fehlt eine nutzbare vernetzte Information, zumindest mit anderen staatlichen und öffentlich-rechtlichen Vorsorgesystemen.

Es fehlt des Weiteren eine unmittelbare informationsbezogene Verknüpfung zwischen gesetzlicher, privater und gegebenenfalls auch betrieblicher Altersvorsorge, die in der Öffentlichkeit häufig als getrennte Einheiten und nicht als gemeinsames System dargestellt und auch entsprechend unterschiedlich wahrgenommen werden. ... Es ist bislang noch nicht gelungen, das System als Einheit zu kommunizieren, aufgrund der erheblichen Unterschiede nicht nur hinsichtlich der „verkauften“ Produkte, sondern auch zwischen den „Anbietern“. Trotz aller Informationen, die der Einzelne in jedem einzelnen System erhält, bleibt die Aufgabe, diese Informationen sinnvoll miteinander zu verknüpfen, von ihm selbst zu leisten. Dies dürfte für viele Versicherte nur schwer möglich sein, da das einfache „Addieren“ der mitgeteilten zu erwartenden Leistungen auch, aber nicht nur aufgrund der Unterschiedlichkeit der zur Verfügung gestellten Informationen sowie der Systeme an sich hierfür kaum ausreicht. Es würde einen wesentlichen Schritt in Richtung Transparenz bedeuten, würden ... Versicherte nicht meist unabhängig voneinander und durch unterschiedliche Institutionen erfahren, welche Leistungen sie im jeweiligen System erhalten bzw. wie sich die Wertentwicklung der jeweiligen Vorsorgeprodukte gestaltet, sondern unmittelbar und regelmäßig von einer zentralen Institution oder zumindest in einer abgestimmten zentralen Information darüber in Kenntnis gesetzt werden, welche „Anwartschaften“ sie in allen Sozialversicherungssystemen zusammen bereits erworben haben, welche Leistungen sie aus diesem „Vorsorge-Komplex“ erwarten können, welche Risiken sich im Gesamtkontext darstellen und eventuell sogar, welche Schritte sie unternehmen könnten, um eventuell noch nicht genutzte Chancen zu ergreifen.“ (Oehler 2009b, 254).

Bis heute ist, anders als in europäischen Nachbarländern wie Dänemark, Schweden oder Großbritannien (zum Beispiel Spendler/Morgenstern 2017, Department for Work & Pensions 2018), für eine solche zentrale Ausgangsinformation kaum

etwas entwickelt worden. Zwar gibt es mit der DRI, Deutsche Renten Information, eine Initiative, die die Idee von Oehler (2009a) aufgreift und digital umsetzen möchte, mehr als ein Pilot scheint in den ganzen Jahren aber nicht entstanden zu sein, immerhin aber inzwischen wohl unter Berücksichtigung der Ansprüche aus der 3. Säule (Deutsche Renten Information 2020).

Die zuständige Bundesregierung hat in den vergangenen mehr als zehn Jahren nach der ersten umfassenden „Riester“-Evaluierung, die im Beisein eines Staatssekretärs des zuständigen Bundesministeriums vorgestellt wurde, trotz Bekundungen, zum Beispiel im aktuellen Koalitionsvertrag, erst jetzt eine Gesetzesinitiative gestartet. Die säulenübergreifende Renteninformation soll aber frühestens ab Ende 2023 verfügbar sein (BMAS 2020, Bundesregierung 2020), also insgesamt fast 15 Jahre nach den klaren Anforderungen aus 2009.

Schaut man in den Gesetzentwurf (Bundesregierung 2020), so wird bereits bei den Begriffsbestimmungen in § 2 deutlich, dass offensichtlich Ansprüche auf (zukünftige) Zahlungen aus Spar- und Auszahlplänen oder direkten finanzmarktnahen Anlagen wie international breitstreuenden ETFs (Oehler/Wanger 2020) keine Berücksichtigung finden sollen. Dies erscheint auch deswegen vollkommen unverständlich, weil die Bundesregierung und viele Vorgängerinnen nahezu mantrahaft das Engagement der Bürgerinnen und Bürger in finanzmarktnahe Anlagen zur Altersvorsorge in der 3. Säule, also der privaten Altersvorsorge, einfordern. Wie ernst muss man ein solches Handeln der Exekutive angesichts dieses Befundes tatsächlich nehmen?

Abgesehen davon dürfte aufgrund des faktischen Ausschlusses finanzmarktnaher Anlagen aus der angeblich säulenübergreifenden digitalen Rentenübersicht der Wettbewerb zwischen den Angeboten verschiedener Finanzdienstleister zur Altersvorsorge deutlich verzerrt werden, zum Beispiel zu Lasten der international breitstreuenden ETFs (Oehler/Wanger 2020). Auch scheinen wesentliche Aspekte, wie solche der Besteuerung und der Sozialabgaben oder auch die eigentlich übliche Szenariotechnik hinsichtlich Rendite- und Risikoentwicklung (Oehler 2012a), nicht berücksichtigt zu werden: „Was darf nicht vergessen werden? Das Portal sollte auch informieren über die Besteuerung von Renten und über die absehbare Belastung durch Kassen- und Pflegebeiträge.“ (Munsberg 2020a) ... „... als Ergänzung hilfreich wären Szenarien, die den Menschen aber auch mögliche ungünstige Entwicklungen nicht vorenthalten ...“ (Munsberg 2020b).

Zudem bleiben Zweifel an der Zeitachse: Die Bundesregierung bzw. das unter anderem zuständige BMF waren offensichtlich in dem vergleichsweise weniger komplexen und weniger anspruchsvollen Bereich des Zahlungsverkehrs nicht in der Lage, die gesetzlich erforderlichen Vergleichswebsites für Girokonten rechtzeitig einzurichten, obwohl doch bereits vor fünf Jahren mitgeteilt wurde: Allgemein Zahlungsdienstleister zu verpflichten, „... Verbraucher sowohl vor Vertragsschluss als auch während der Vertragslaufzeit über die Entgelte [zu, AOe] informieren, die für Dienste in Bezug auf Zahlungskonten verlangt werden ...“ und dafür grund-

sätzlich eine „...Einrichtung von Vergleichswebsites ...“ vorzusehen (BMF 2015). Die notwendigen Anforderungen an solche Websites wurden unter anderem in einer umfassenden Studie aus 2017 sehr konkret aufgeführt (Oehler 2017a, Oehler 2021f). Trotzdem berichtet Wilke (2020) dazu: „Vergleich mit Tücken. ... Die neue zertifizierte Homepage für Girokonten muss man erst einmal finden. ... Jedoch sind wenige Tage nach dem Start noch Fehler in der Übersicht zu finden. ... Die erste zertifizierte Vergleichswebsite für Girokonten ist online – aber unvollständig.“ Inzwischen wurde die Website erfolgreich durch die Verbraucherzentrale wegen unzulässiger Werbung abgemahnt, die Auffindbarkeit der eigentlichen Vergleichsseite bleibt schwierig (Stiftung Warentest 2020b). Die Seite wurde inzwischen abgeschaltet und die Stiftung Warentest übernimmt vorerst mit ihrem eigenen Girokonto-Vergleich diese Aufgabe.

Ausgesprochen negativ fällt zudem die Einschätzung der Bundesregierung und nachfolgend des zustimmenden Teils des Bundestags auf, wie angeblich wenig bislang Bürgerinnen und Bürger mit Informationen zum Status quo ihrer Ansprüche verbringen würden. Im genannten Gesetzentwurf steht unter der Rubrik „Erfüllungsaufwand“: „Bürgerinnen und Bürger werden im Saldo um etwa 8.000 Stunden jährlich je 100.000 Nutzende der Digitalen Rentenübersicht entlastet.“ Jenseits der Frage, was „im Saldo“ wohl bedeuten mag, wird hier behauptet, Bürgerinnen und Bürger müssten sich bislang durchschnittlich nur 288 Sekunden oder 4,8 Minuten per annum mit diversen Status-quo-Mitteilungen und vergleichbaren Informationen beschäftigen. Vorsichtig formuliert erscheint dies sehr realitätsfern!

Diese **prekäre Situation zur zentralen Ausgangsinformation**, welcher aktuelle Status für eine Person vorliegt, also welche Ansprüche auf (zukünftige) Zahlungen aus allen drei Säulen der Altersvorsorge bestehen (Oehler 2009a), erinnert kaum an ein entwickeltes Land. Man könnte den Eindruck gewinnen, dass der gute Online-Zugang zu solch wesentlichen Informationen geradezu systematisch behindert wird.

Sollten bei den weiteren Anstrengungen nicht zunächst einmal die Bürgerinnen und Bürger im Vordergrund stehen, die seriöse, belastbare, verständliche und vergleichbare Informationen brauchen, bevor sie sich kümmern und entscheiden können? Das ist wohl kaum eine übertriebene Forderung!

„Na klar, die Geldanlageindustrie verfügt längst über eigene Software, moderne „Tools“ mit seriöser Oberfläche, die bedrohliche Lücken der gesetzlichen Rente aufzeigen – um die Kundschaft dann zu den eigenen Produkten zu lotsen. Die Geschichte der Riester-Vorsorge kann da nur warnendes Beispiel sein.“ (Munsberg 2020b). Einige Expertinnen und Experten (vgl. zum Design: Kapitel 4) weisen in diesem Kontext darauf hin, dass es von zentraler Wichtigkeit sei, vor allem hier zum Status quo eine umfassende und aussagekräftige Information zu erhalten, da dies unter anderem die Motivation, etwas zu tun, deutlich stärken könnte. Zentral sei eine einheitliche, standardisierte Schnittstelle, die eine musterhafte Vorgabe der eingespeisten Informationen enthält. Hier wird vor allem die Legislative und Exekutive in der Pflicht gesehen, einen entsprechenden glaubwürdigen und aussagekräftigen Rahmen zu schaffen.

Erwähnt wird dabei unter anderem, dass die Komplexität auch darauf zurückzuführen sei, dass Sozialrecht, Steuerrecht und Vertragsrecht zusammenkommen und die Konzepte der Anbieter sehr unterschiedlich ausfallen. Einem großen Teil der Bevölkerung fehlten ausreichende Kenntnisse über genau diese Zusammenhänge der drei Bereiche, die in diesem Kontext erforderlich sind. In der Summe bildeten diese Faktoren hohe Hürden für den Online-Abschluss von Altersvorsorgeprodukten. Auch das Vertriebsregime – das ebenso für den Online-Abschluss gilt – sei streng reglementiert. Vom Grundsatz her müsste sichergestellt werden, dass jedes Produkt den Wünschen und Bedürfnissen einer Kundin entspricht, die es erwirbt und dass es für sie geeignet ist. Das impliziert eine Bedarfsanalyse, die Analyse von Risikoneigung und Risikotragfähigkeit der Kundin. Online wäre das nicht oder nur sehr schwer nachzubilden. Dieser Schwierigkeitsgrad besteht auch im analogen Vertrieb. Hier bildet sich zunehmend eine (notwendige) Spezialisierung heraus.

Die Situation – online und analog – wäre nur dann eine andere, wenn es eine gewisse Standardisierung geben würde. Hierzu wird von mehreren Expertinnen und Experten angeführt, wie wichtig eine Standardisierung in Form einer Reduzierung auf wenige vergleichbare und miteinander kombinierbare Formen der Altersvorsorgeprodukte wäre, verbunden mit qualitativ hochwertigen „Erklärstücken“, zum Beispiel in Form von Videos, in unabhängigem Zuschnitt. Im Prinzip müsse ein Grad der inhaltlichen Vereinfachung bei der Informationserfassung und -verarbeitung soweit gehen können, dass glaubwürdig immer eine „Zurück“-Funktion analog der „Google“-Suche funktioniere. Dies hätte dann auch Rückwirkungen auf die Haftung via Produktzulassung, aber auch auf die Vertrauensbildung, wenn immer die gleichen standardisierten Prozeduren verfügbar wären, verstärkt durch die Reviews der „Community“. Solches wäre aber mit klarem Zukunftsbezug anzulegen, zumindest mittelfristig, und nicht als vergangenheitsorientierte „Lücken“-Betrachtung.

Jenseits diverser Lückenrechner, Vorsorgerechner, Rentenrechner etc. und anderer „Tools“, die allein bislang kaum hilfreich erscheinen (zum Beispiel Plattformen wie Check24, ihre-vorsorge.de oder fairr.de, zum Teil nicht unabhängig und angebotsgetrieben) verbleibt bis heute den interessierten Bürgerinnen und Bürgern nur digital gestützte Handarbeit, die die Stiftung Warentest (teilweise auch manche Verbraucherzentralen) online und unabhängig anzuleiten hilft. Das Angebot der Stiftung Warentest reicht hier von der Vorbereitung auf Gespräche mit Beraterinnen bzw. Beratern über die online- und offline-gestützte Ermittlung des eigenen Finanzbedarfs der möglicherweise notwendigen zusätzlichen Altersvorsorge oder einen Einkommenscheck für den Ruhestand bis zu einem Versicherungsscheck im Rahmen eines Finanzplans „50 plus“ (Stiftung Warentest 2017a, 2018, 2019a, 2019b). Hierzu gehört auch eine der seltenen und hier zudem unabhängigen Publikationen, die sich realitätsnah und praktisch damit auseinandersetzen, wie (zukünftige) Zahlungen aus der sogenannten 3. Säule mit finanzmarktnahen Produkten (insbesondere international breitstreuenden ETFs, Oehler/Wanger 2020) zum Eintritt in den Ruhestand bzw. zum Renteneintritt in einen Auszahlungsplan umgesetzt werden können (Stiftung Warentest 2019c).

5.1.2 Information: Geeignete Informationsgeberinnen und -geber

Es bedarf einer unabhängigen und verständlichen Information, welche geeigneten Informationsgeberinnen und -geber, Beraterinnen und Berater, Mittlerinnen und Mittler, Maklerinnen und Makler etc. wo und wie zur Verfügung stehen.

Ohne die digitale regelmäßige Information der Stiftung Warentest (und zum Teil durch Verbraucherzentralen) gäbe es keine unabhängige zentrale Übersicht über mögliche Informationsgeberinnen bzw. -geber. Trotzdem wird es Interessierten systematisch schwer gemacht, geeignete Informationsgeberinnen bzw. -geber zu ergründen, allein schon aufgrund der durch die Exekutive und Legislative geschaffenen, vollkommen unübersichtlichen Begriffsvielfalt oder vieler ungeregelter Bereiche. So bräuchten Bürgerinnen und Bürger allein schon dafür eine hohe Expertise, um sich im deutschen Dschungel zurechtzufinden, denn hier gibt es zum Beispiel (Oehler 2017a, siehe auch oben)

- Honorar-Anlageberaterin bzw. -berater (vergütet mit Zeithonorar, Pauschalhonorar/Betreuungshonorar, Umsatzhonorar, Anteil des vorhandenen Vermögens, Mengenhonorar, Einkommenshonorar oder Erfolgshonorar),
- Honorar-Finanzanlagenberaterin bzw. -berater (vergütet mit Zeithonorar, Pauschalhonorar/Betreuungshonorar, Umsatzhonorar, Anteil des vorhandenen Vermögens, Mengenhonorar, Einkommenshonorar oder Erfolgshonorar),
- Versicherungsvermittlerin bzw. -vermittler mit
 - » Versicherungsvertreterin bzw. -vertreter und
 - » Versicherungsmaklerin bzw. -makler,
- Versicherungsberaterin bzw. -berater,
- Finanzanlagenvermittlerin bzw. -vermittler,
- Bank- oder Sparkassenmitarbeiterin bzw. -mitarbeiter,
- Selbstständige Finanzberaterin bzw. Selbstständiger Finanzberater im Auftrag einer Bank oder Sparkasse,
- Rentenberaterin bzw. -berater

sowie (ungeschützte) Bezeichnungen wie

- Finanzberaterin bzw. -berater,
- Financial Advisor,
- Financial Planner,
- Vermögensberaterin bzw. -berater,
- Finanzmaklerin bzw. -makler.

5.1.3 Information: Welche Finanzdienstleistungen im Vergleich und mit welcher Wirkung

Ebenfalls wesentlich ist jeweils eine Information, welche Finanzdienstleistungen im Vergleich mit welcher Wirkung und mit Bezug auf die jeweilige aktuelle Situation verfügbar wären.

Für Finanzdienstleistungen der Altersvorsorge ist typisch, dass oft eine deutliche (zeitliche) Divergenz zwischen Leistung und Gegenleistung besteht, die (Nicht-) Realisierung des Leistungsversprechens also oft in ferner Zukunft liegt. Während Bürgerinnen und Bürger in der Regel ab ihrem ersten Einkommen bis in die 60er-Lebensjahre ihre Leistung erbringen, erhalten sie die Gegenleistung erst mit Vertragsende oder Renteneintritt, sind dann aber bis an ihr Lebensende darauf angewiesen – ohne nennenswerten Einfluss auf die Gegenleistung nehmen zu können.

Kunden würden mit solchen Informationen erst in die Lage versetzt, sich selbstgesteuert und kritisch mit Finanzprodukten auseinanderzusetzen und insbesondere auch einzuschätzen, wie viel Risiko (in Verbindung mit anderen Produkten) schon eingegangen wurde („Tragfähigkeit“), jeweils ausgehend von der spezifischen Ziel- und Ausgangssituation einer Person oder eines Haushalts, weil sie jetzt die Informationen dazu wahrnehmen können und zu beurteilen vermögen.

Welche Rolle Verbraucherinformationen zukommt, wird am Beispiel der Verständlichkeit von Informationen zu Versicherungen deutlich. Einer Studie zufolge schätzen zwar Bürgerinnen und Bürger mehrheitlich (56 %) ihre Kenntnisse im Bereich Versicherungen, die sie persönlich betreffen, als sehr gut oder gut ein, und dies weitgehend unabhängig vom formalen Bildungsgrad (ERGO 2012), jedoch wird die Verständlichkeit von Informationen im Bereich Versicherungen als recht bescheiden eingeschätzt: Nur 5 % meinen, Produktinformationen zu Versicherungen kann jeder verstehen, aber 65 % sind der Auffassung, diese wären nur von denjenigen zu verstehen, die sich schon damit beschäftigt haben. Weitere 28 % sind der Meinung, die Informationen verstehen fast nur Experten (ERGO 2012; auch dies weitgehend unabhängig vom formalen Bildungsabschluss). Nach den Gründen gefragt, vermutet „... die deutliche Mehrheit ...“, dass sich Informationen zu Versicherungen auch einfacher beschreiben lassen, dies aber nicht immer gewollt ist.“ (ERGO 2012 („Basis: Befragte, die meinen, dass die Unterlagen von Versicherungen nicht für jeden verständlich sind.“)).

Eine erste empirische und wissenschaftliche Studie zu Kurzinformatoren für Anlageprodukte für Retail-Investoren im deutschsprachigen Raum kommt bereits 2011 unter anderem zu dem Schluss, dass ein Mangel in der Darstellung der wesentlichen Risiken zu beklagen ist. Ferner wird ein einheitliches Konzept für die Kurzinformatoren all derjenigen Finanzprodukte gefordert, die seitens der Retail-Anleger verständlich und vergleichbar sein sollen (Oehler 2012a).

Jenseits der inzwischen gut bekannten Argumente und Belege der weitgehenden Nutzlosigkeit einer Beratungsdokumentation (Oehler 2012a, 2011), die für die Online-Beratung zur Altersvorsorge aufgrund der geschilderten Charakteristika in besonderem Maße zutreffen, haben einfache, klare, verständliche und vergleichbare Informationen zu Finanzprodukten in standardisiertem Format gerade bei der Digitalisierung der Kundenbeziehung eine große Bedeutung (Oehler 2017a, 2021f). So zeigt bereits die erste wissenschaftliche Evaluierung zur Gestaltung von sogenannten PIBs (Produktinformationsblätter oder auch short-form disclosure documents, key investor information documents) für Deutschland, dass eine mit klaren Mustertexten operierende Regulierung auf der Basis von Mindestanforderungen an die Kennzeichnung aller wesentlichen Finanzprodukte für Verbraucherinnen und Verbraucher einen hohen Nutzwert für diese hätte (Oehler 2012a, 2015g). Der Einsatz standardisierter Produktinformation ist also eng mit dem Nutzen der Anlageberatung verknüpft. (Oehler 2015f).

Allein schon die mangelnde rechtzeitige und systematische Publikation der Produktinformation außerhalb konkreter Beratungsangebote stellt einen schweren Mangel der bestehenden Regulierung dar. Hinzu kommt die extrem zersplitterte, dringend zu entrümpelnde Regulierung zu Produktinformationen für Finanzdienstleistungen (Oehler 2017a), die aus Kundensicht zur Lösung verwandter Problemlagen dienen sollen.

Auch verbleibt bis heute die Frage, warum noch immer bei manchen Produkten wie privaten Rentenversicherungen mit der Methode des internen Zinsfußes operiert wird, wo doch auch ohne akademische Ausbildung hinlänglich klar ist, dass die Methode grundsätzlich nicht zum Produktvergleich taugt? Daran hat leider auch die europäische Regulierung nichts geändert, im Gegenteil, die gerade erst in Kraft gesetzten PRIIPs-KIDs sind schon wieder in der Überarbeitung, unter anderem wegen der irreführenden Szenarios aufgrund zu kurzer Zeitreihen (Marktwächter Finanzen 2018).

5.2 TREIBER UND WIDERSTÄNDE IM BEREICH (FINANCIAL/ECONOMIC) LITERACY

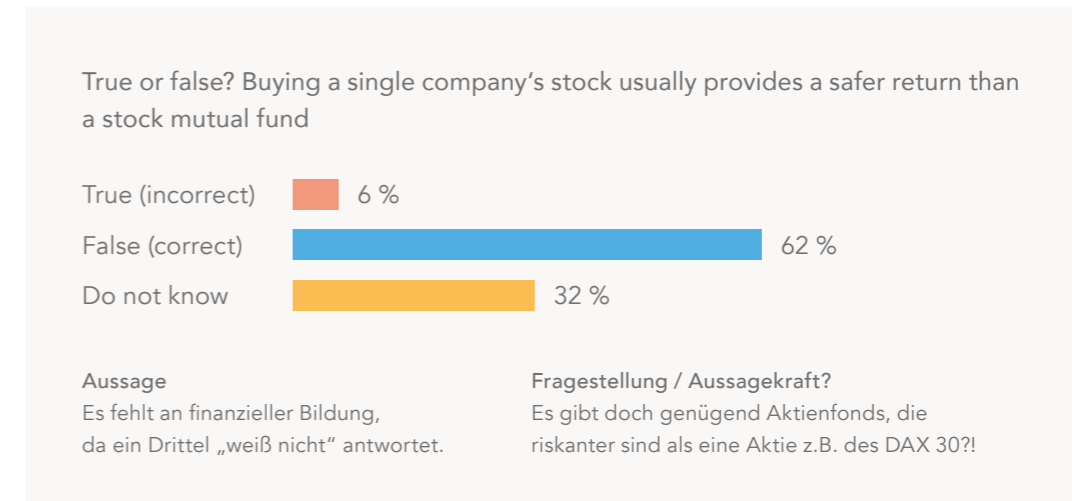
In den ersten beiden Jahrzehnten dieses Jahrhunderts haben mehrere Faktoren dazu geführt, verstärkte Aufmerksamkeit auf die finanzielle Allgemeinbildung von Privatpersonen zu lenken. Der Abbau des Sozialstaates in Europa und der demographische Wandel („Ageing“) hat die Verantwortung für Altersvorsorge, Finanz- und Rentenplanung sowie Gesundheit und Pflege zunehmend auf die privaten Haushalte verlagert (Oehler et al. 2018).

Veränderungen in den öffentlichen und privaten Rentensystemen erhöhen das Maß an Eigenverantwortung und lassen persönliche finanzielle und Altersvorsorgeplanung wichtiger werden. Dies wird auch durch eine weltweite Umkehr von einem Altersversorgungssystem mit festgelegten Leistungen („defined benefits“) zu einem solchen mit festgelegten Beiträgen („defined contributions“) der Staaten und der Wirtschaftsunternehmen deutlich. Darüber hinaus gab es eine enorme Zunahme in der Anzahl der verfügbaren Finanzprodukte und ihrer Komplexität.

Die Digitalisierung und das Internet liefern mehr, aber nicht unbedingt bessere Informationen über Finanzprodukte und/oder zur Altersvorsorge- und Finanzplanung. Ein bestimmtes Mindestniveau an Finanzinteresse, Finanzwissen und -verständnis ist erforderlich, damit Bürgerinnen und Bürger von der technologischen Entwicklung profitieren. Jede Art finanzieller Information erfordert ein ausreichendes Maß an Finanzinteresse und Finanzkenntnissen, um wahrgenommen, richtig verstanden und entsprechend interpretiert zu werden. Nur dann können Finanzinformationen als Grundlage für finanzielle Entscheidungen dienen, auch und gerade der Altersvorsorge.

Das Konstrukt der finanziellen Allgemeinbildung, der sogenannten Financial Literacy, hat inzwischen eine Vielzahl von Bedeutungen und Interpretationen angenommen. In einem Strang der Literatur wird der Begriff Financial Literacy verwendet, um das reine Wissen über Finanzprodukte, ihre grundlegenden Folgen, die erforderlichen Rechenkenntnisse und die Kenntnis grundlegender finanzieller Konzepte wie Diversifizierung abzubilden (zum Beispiel Van Rooij 2012; Deuflhard et al. 2015; Lusardi 2015). In solchen Studien stehen häufig drei Fragen zu Zinseszins, Inflation und Risikodiversifizierung im Vordergrund. Die Antworten auf diese Fragen zu „gespeichertem“ Wissen sind jedoch ein sehr schwacher Prädiktor für finanzielles Verhalten (Bateman et al. 2012; Agnew et al. 2013; vgl. auch Fridrich 2020), das eher von wahrgenommener als tatsächlicher Finanzkompetenz geprägt wäre (Anderson et al. 2015). Ein Negativbeispiel eines solch engen Verständnisses zeigt die nachstehende Abbildung 3, entnommen aus der Untersuchung von Bucher-Koenen/Lusardi 2011.

Abbildung 3: Negativbeispiel zur „Messung“ von Financial Literacy (Oehler 2012e)



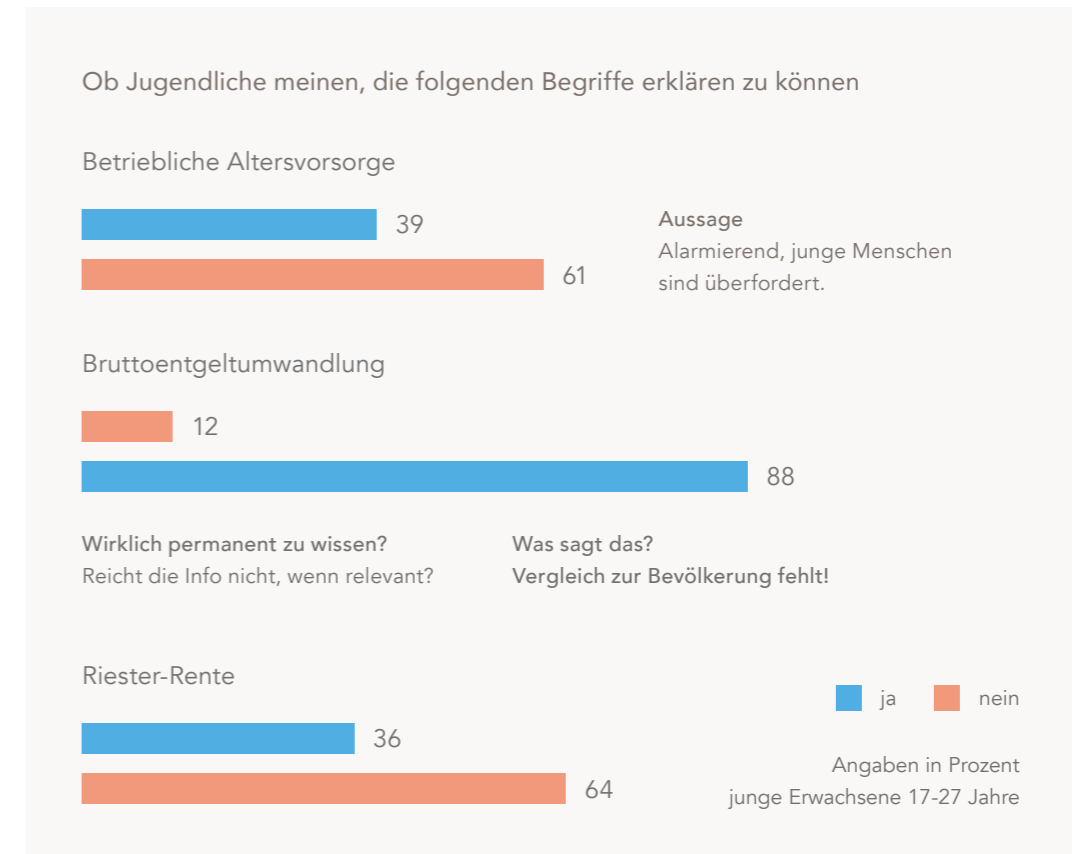
Oehler/Horn (2021) kommentieren dies wie folgt: „Die Urheber der Fragen wie Lusardi oder Bucher-Koenen geben „False“ als die korrekte Antwort an und attestieren fehlende finanzielle Bildung, da ein Drittel der Befragten „Do not know“ angibt. Dabei ist mehr als zweifelhaft, ob die Frage in dieser Pauschalität überhaupt mit „True“ oder „False“ beantwortet werden kann. Es gibt genügend Aktienfonds, deren Portfolio riskanter sein dürfte als diverse Einzeltitel. Die vielfach vertriebenen Themenfonds, die meist nur einen Industriezweig und/oder nur eine kleine geographische Region abdecken, können per definitionem keine ausreichenden Diversifikationseffekte erzielen. Weiterhin wurde gezeigt, dass eine Anlage in nur wenige Einzelaktien bereits eine ausreichende Risikodiversifikation bietet ... Die plausibelste Antwort wäre also „do not know“.

Zudem: Die überwältigende Mehrheit der Studien zu Aktienfonds kommt zu dem Ergebnis, dass diese aufgrund der anfallenden einmaligen und fortlaufenden Gebühren keine empfehlenswerte Anlagealternative darstellen ... Dies lässt sich ebenso auf neuere Finanzdienstleistungen aus dem Bereich der FinTechs übertragen, beispielsweise auf Robo-Advisor, die zwar vermeintlich effizient mit ETFs anlegen, den Verbraucherinnen und Verbrauchern dann aber Managementgebühren für einen Rebalancing-Service berechnen, der dem Anlageergebnis (deutlich) schadet ...“.

Stattdessen sollte dem von der OECD verwendeten erweiterten Konstrukt der finanziellen Allgemeinbildung gefolgt werden (OECD/INFE 2016, 2020), welches zu dem Schluss kommt, dass finanzielle Allgemeinbildung nicht nur die Kenntnis und das Verständnis von Finanzkonzepten, sondern auch die Fähigkeiten, die Motivation und das Selbstvertrauen umfasst, dieses Wissen anzuwenden, um effektive Entscheidungen zu treffen. Zur Definition gehört neben dem Interesse und der Motivation also auch die Umsetzung als konstitutives Merkmal der Finanzkompetenz. Sie entspricht dem wachsenden Strang der Literatur, der das Konzept der finanziellen Leistungsfähigkeit mit dem Schlüsselement der praktischen Fertigkeiten in den Vordergrund stellt (Bernheim et al. 2001; Dixon 2006; Oehler/Werner 2008; Deepak et al. 2015; Aubram et al. 2016; Xiao/O'Neill, 2016), ähnlich dem damit verbundenen Konzept der „financial capability“ der OECD (OECD/INFE 2016, 2020).

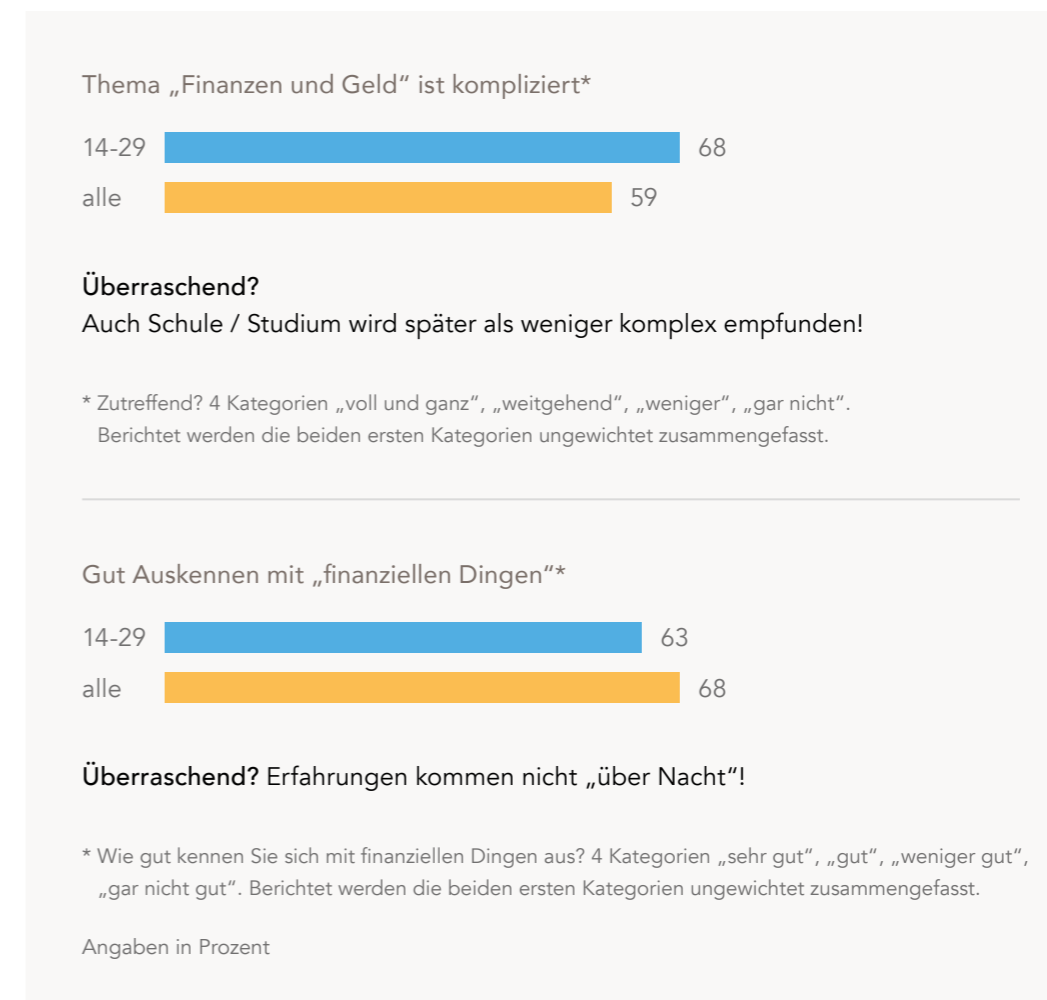
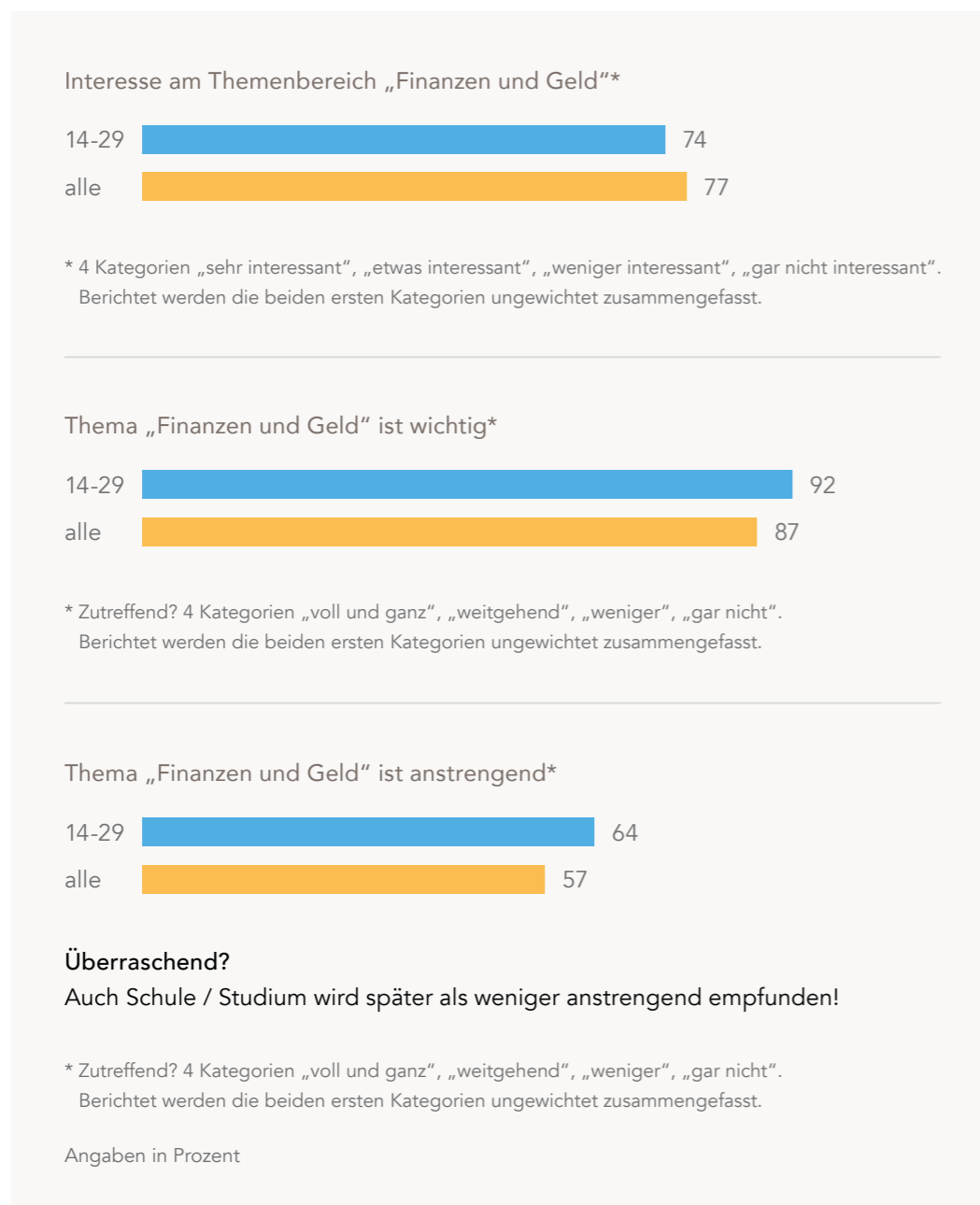
Studien, die von Finanzintermediären wie Banken, Versicherungen oder Vorsorgeeinrichtungen in Auftrag gegeben wurden, behaupten, dass Erwachsene, insbesondere junge Erwachsene, nicht sehr an persönlichen Finanzen interessiert sind und dass sie finanziell ungebildet wären. Ein solches Negativbeispiel zeigt die nachstehende Abbildung 4, entnommen aus der Untersuchung von Metallrente 2010.

Abbildung 4: Negativbeispiel zur „Messung“ von Financial Literacy (Oehler 2012e)



Auf der anderen Seite zeigt eine methodisch fortgeschrittene Studie, die sich unter anderem auch auf junge Altersgruppen fokussiert und von der größten deutschen Rundfunkanstalt in 2010/11 durchgeführt wurde, dass junge Erwachsene sehr interessiert an persönlichen Finanzen sind. Insbesondere im ebenso in dieser Studie durchgeführten Vergleich der jungen Erwachsenen mit anderen Erwachsenen wird deutlich, dass es keinen signifikanten Unterschied gibt zwischen jüngeren und älteren Erwachsenen in Bezug auf das Niveau des Interesses und der Motivation als Basis der Financial Literacy gemäß OECD (Oehler 2011/2012; vgl. auch Fridrich 2020). Ein solches Positivbeispiel zeigt die nachstehende Abbildungen 5, entnommen aus Oehler 2012e.

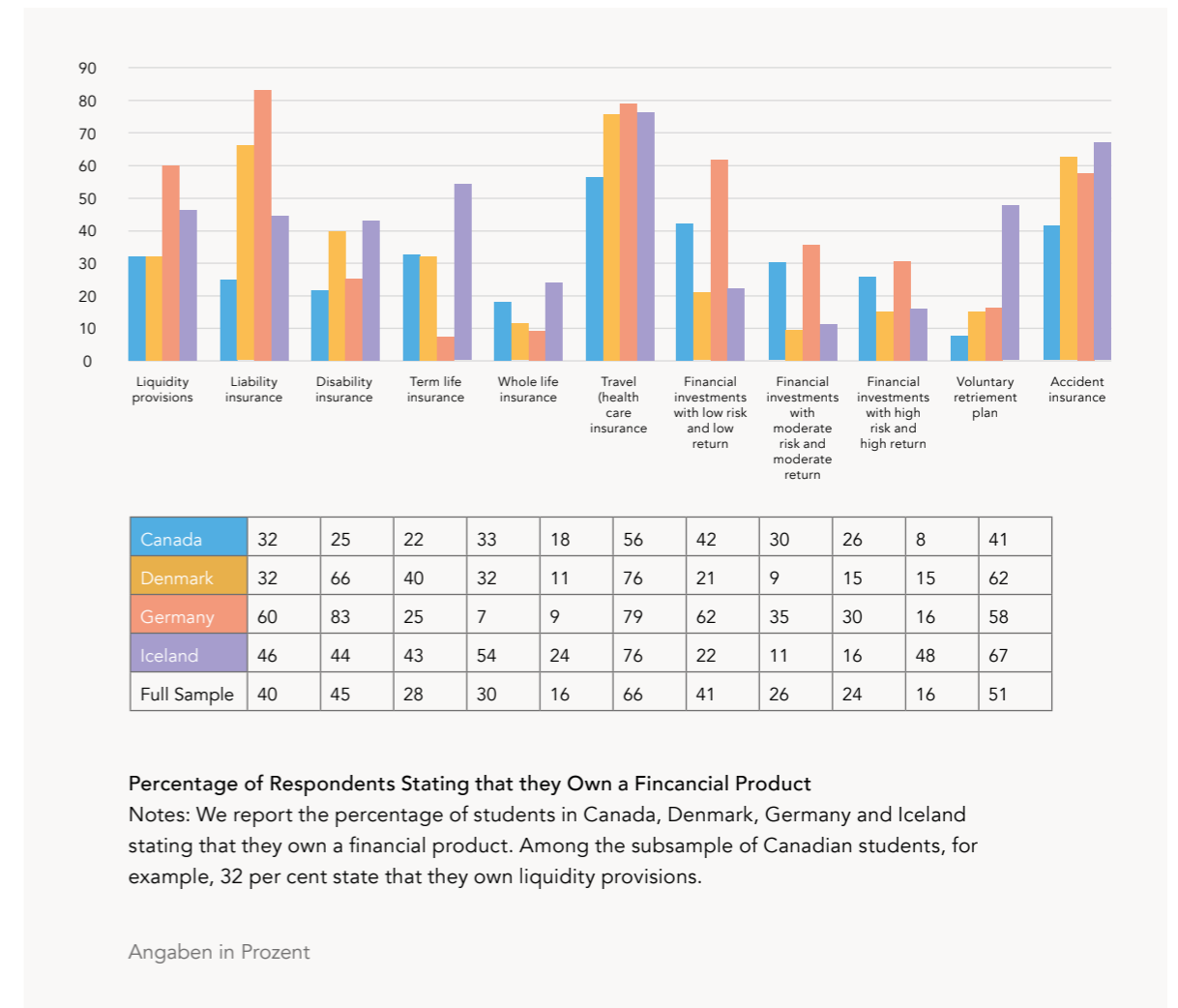
Abbildung 5: Positivbeispiel zur „Messung“ von Financial Literacy (Oehler 2012e)



Das Verstehen der finanziellen Entscheidungen junger Erwachsener sowie ihrer angewandten Finanzkenntnisse ist von besonderer Bedeutung, weil Programme innerhalb der (formalen) Bildung und die damit verbundenen Interventionen in ihrem Erfolg begrenzt zu sein scheinen (Bateman et al. 2012; Agnew et al. 2013). Darüber hinaus legen neuere Studien nahe, dass praxisorientierte und stärker fokussierte finanzielle Bildung, die praktische Lernerfahrungen unter der Supervision von „Lot-sen“ (zum Beispiel Eltern, Ausbilderinnen bzw. Ausbilder) anbietet, junge Erwachsene recht gut auf die finanziellen Realitäten im Alltag vorbereitet (siehe zum Beispiel die umfassende Meta-Analyse von Oehler 2013c; Fernandes et al. 2014).

In einer neueren internationalen Vergleichsstudie zur angewandten Financial Literacy konzentrieren sich Oehler et al. (2018) in ihren Analysen auf finanzielle Grundbedürfnisse und Produkte des Basisportfolios (siehe Abbildung 1) und auf Engagements im Zusatzportfolio. Die Studie liefert eine realistischere Einschätzung der Financial Literacy bezogen auf den zweiten Teil der OECD-Definition, nämlich die angewandten Kenntnisse, anders als die oben erwähnten Negativbeispiele zum reinen Wissensspeichern mit hypothetischen und rein theoretischen Lehrbuchabfragen. In ihrer Studie kommen die Autoren zu dem Schluss, dass bei jungen Erwachsenen eine gute Financial Literacy vorliegt, jeweils betrachtet in Abhängigkeit von den Systembedingungen in den untersuchten Staaten (Oehler et al. 2018, 313): "We illustrate students' answers about their ownership of financial products in Figure 2, starting with results for basic financial needs and products: liquidity provisions, liability insurance and disability insurance. Overall, liquidity provisions and liability insurance are used by nearly half of the students and are more widespread than disability insurance. In Canada and Denmark, roughly one third of the students state that they have liquidity provisions as an emergency fund, whereas 60 per cent of the students in Germany and 46 per cent of the students in Iceland have liquidity provisions. We find significant differences regarding the use of liability insurance in the four countries. While only 25 per cent of the Canadian respondents hold liability insurance, 83 per cent of the German students own this product. In Denmark (Iceland) 66 per cent (44 per cent) of the students entered into a liability insurance contract. Disability insurance is less frequently owned than liability insurance in all four countries. We assume that the higher premiums for disability insurance in combination with young adults' relatively low income cause this phenomenon. In addition, young adults possibly use accident insurance as a (partial) substitute for disability insurance for income protection (see the discussion on income risk below)."

Abbildung 6: Positivbeispiel zur „Messung“ von Financial Literacy (Oehler et al. 2018)



Auch eine weitere Studie, die sich unter dem Ansatz der „applied financial literacy“ fassen lässt, kommt zu dem Ergebnis, dass unter Verwendung des Behavioral Portfolio-Ansatzes (siehe oben) in einer realitätsnahen empirischen Untersuchung mit Bezug auf das Basisportfolio und das Zusatzportfolio die praktische Financial Capability der untersuchten jungen Erwachsenen gut bis sehr gut ausfällt (Oehler et al. 2019, 39-40): „Entlang ausgewählter Fallbeispiele werden Studierende in einer schriftlichen Untersuchung befragt, wie sie die in den vorgelegten Fällen gegebene Finanzsituation klassifizieren und welche Schlussfolgerungen sie daraus jeweils ziehen. Das gewählte Design verlangt nicht nur eine Diagnose der vorliegenden Finanzsituation, sondern auch die Einschätzung notwendiger Maßnahmen. Die Befragten agieren somit als private Experten in einem Themengebiet, von dem sie gemäß der ausgewählten Fallbeispiele selbst direkt oder in naher Zukunft betroffen sind, ohne Auskunft zur eigenen Person geben zu müssen.“

Unsere Ergebnisse zeigen, dass die Befragten nicht nur die jeweilige Finanzsituation der Fallbeispiele gut diagnostizieren, sondern auch geeignete Handlungsempfehlungen geben können. In den meisten Fällen zeigen die Probanden dabei gute bis sehr gute Alltagskompetenzen im Umgang mit Finanzthemen, also eine gute bis sehr gute Financial Capability bzw. praktische Financial Literacy. ...

Die konkreten Fallbeispiele wurden auch unter Verwendung der regelmäßigen Publikationen der Stiftung Warentest zu Produkttests, Produktpreisen und Modellbeispielen mit Lebensphasen zusammengestellt. ... Fall A ist so gestaltet gewesen, dass aufgrund der Ausbildungs-/Berufsstartposition und der damit verbundenen Einkommens- und Vermögenssituation das Basisportfolio zu vervollständigen wäre, wenn auch unter erheblicher finanzieller Restriktion aufgrund des geringen Nettoeinkommens und der monatlichen Ausgaben. Fall B fokussierte auf eine Familiensituation mit eher unterdurchschnittlichem Einkommen und Vermögen, allerdings aufgrund der noch nicht allzu hohen Ausgaben mit Reserven für die Basisvorsorge und gegebenenfalls für die Einkommenssicherung und Vorsorge im Zusatzportfolio. Fall C rekurrierte ebenfalls auf eine Familiensituation, allerdings mit einer deutlich besseren Einkommens- und Vermögenssituation und aufgrund der noch nicht allzu hohen Ausgaben mit deutlichen Reserven für die Basisvorsorge und insbesondere für die Einkommenssicherung und Vorsorge im Zusatzportfolio. ...

In allen drei Fallbeispielen ergibt sich eine sehr gute Financial Literacy der Befragten in Anwendung auf eine realitätsnahe Entscheidungssituation, obwohl diese bei den Fällen B und C im Regelfall erst in der Zukunft der Probanden eintreten dürfte.“

5.3 TREIBER UND WIDERSTÄNDE IM BEREICH BERATUNG (EXPLORATION, AUFKLÄRUNG, EMPFEHLUNG)

Im Lichte der bisherigen Ausführungen, insbesondere zur Prozess- und Wertkette der Online-Beratung zur Altersvorsorge, handelt es sich bei der Beratung um eine umfassende Analyse, also sowohl um Beratung im Sinne einer (durch Dritte angelegten oder erbrachten) **Exploration** und **Aufklärung** als auch im Sinne einer daraus abgeleiteten **Empfehlung** einschließlich einer tatsächlich übernommenen **Verantwortung** für die aus der Exploration erfolgenden Diagnose und Empfehlung.

Aufgrund der **Komplexität der Informations- und Entscheidungssituationen** im Kontext der Altersvorsorge haben Bürgerinnen und Bürger meist einen hohen Informationsbedarf sowohl bezüglich der Analyse ihrer eigenen wirtschaftlichen und finanziellen Situation heute und in Zukunft als auch hinsichtlich der potenziellen Problemlösungen. Die Mehrheit dürfte aufgrund ihres hohen Informationsbedarfs sowie der geringen Absicherung durch gebildetes Vermögen besonders auf eine qualitativ hochwertige Exploration, Aufklärung und Empfehlung angewiesen sein. Qualitativ hochwertig bedeutet in diesem Kontext dabei primär, Informationen zu erhalten, die angesichts der verfügbaren Kenntnisse und Erfahrungen (Kompetenzen) und der individuellen Bedarfssituation benötigt werden.

Eine ganze Reihe verschiedener empirischer Untersuchungen deutet darauf hin, dass die Finanz- und Vorsorgeberatung nicht willens oder in der Lage ist, diese Anforderungen zu erfüllen. Kritisiert werden meist (Oehler/Kohlert 2008, Oehler 2009a, Oehler/Kohlert 2009, Oehler/Wilhelm-Oehler 2011),

- eine unzureichende Exploration im Sinne einer Informationsgewinnung über Situation und Bedürfnisse sowie die damit unmittelbar verbundene mangelnde Individualität der gegebenen Empfehlungen und
- eine auf die mangelnde Exploration aufbauende unzureichende Informationsvermittlung sowohl im Sinne einer Aufklärung als Vermittlung von anlagerelevanten Tatsachen als auch im Sinne einer Beratung als Bewertung und Beurteilung der mitgeteilten Tatsachen vor dem Hintergrund der individuellen Vorsorgesituation und einer Empfehlung sowie, damit verbunden, eine unzureichende Dauer der Beratung.

Diese systematischen Mängel zeigten sich bereits in der zitierten ersten umfassenden empirischen Studie aus 2008 und es gibt kaum Hinweise, dass sich dies grundlegend geändert hätte.

- Die Stiftung Warentest berichtet in ihrem jüngsten Test zur Rentenplanung und Altersvorsorgeberatung unter anderem: Ziel war es festzustellen, „Welche Unterstützung bekommen Menschen bei ihrer Altersvorsorgeplanung ... sie sollten sich umfassend zu ihrer Altersvorsorge beraten lassen, und zwar von der gesetzlichen Rentenkasse, von ihrer Bank und von Vermittlern der Versicherer, bei denen sie private Rentenverträge abgeschlossen haben. Das waren Deutsche Bank und die Versicherer HDI und Zurich. Ergebnis der sechs Gespräche:

- » Es ist eine Lotterie, ob man eine gute Beratung bekommt.“ (Stiftung Warentest 2017b). Dieses Ergebnis erinnert an das Ergebnis zur ersten umfassenden empirischen Studie zu sogenannten „Riester“-Produkten: „Eher aber dürfte ein Verbraucher mehr „spielerisches Glück“ benötigen als er sich an Sachverstand sinnvoll aneignen kann, um einem unnötigen Kostenrisiko zu entgehen. In diesem Kontext sollte man nicht von Entscheidungen in einem wettbewerblichen Umfeld der sozialen Marktwirtschaft sprechen, sondern eher von einer Lotterie.“ (Oehler 2009a).
- » „Steuern und Sozialabgaben werden kaum konsequent in die konkreten Berechnungen mit einbezogen.“
- » Oft scheitert es schon an der Bestandsaufnahme. Diese verlief nur in zwei Fällen ordentlich, als die Berater mit Erfassungsbögen und Analysesoftware arbeiteten. Sie halfen, den Ablauf zu strukturieren, verhinderten, dass einzelne Anwartschaften vergessen wurden, und ermöglichten dem Ratsuchenden, nachvollziehbare Unterlagen mit nach Hause zu nehmen.“ (Stiftung Warentest 2017b).

- Schon zuvor hatte die Stiftung Warentest in einem Test der Anlageberatung feststellen müssen: „Die Qualität der Bankberatung für Anleger hat sich seit unserem letzten Test verbessert. Aber es gibt noch viel Luft nach oben. ... Die Geldanlagen, die sie ... anbieten, passen aber häufiger nicht zum Anleger.“ (Stiftung Warentest 2016).
- In der aktuellen Untersuchung der durch die gesetzliche Rentenversicherung erbrachten Rentenberatung wird leider überdeutlich: „Rentenberatung mit großen Mängeln. ... Altersvorsorgeberatung im Test schwach. ... Schon die Einzelanalyse der Altersansprüche – gesetzliche, betriebliche und private – lief eher durchwachsen. ... Beim Ermitteln der Gesamterseinkünfte und mit Ratschlägen zum Ausbau der Altersvorsorge halfen die Mitarbeiter der Beratungsstellen unseren Testern dann viel zu selten weiter. Besser als mangelhaft konnten wir die Rentenversicherung in diesen Punkten deshalb nicht bewerten ...“ (Stiftung Warentest 2019e).

Wie schneidet schließlich der Beitrag der digitalen Helfer wie Robo Advisor (siehe oben) ab? Rezmer/Schneider (2019) kommen aktuell zu dem Ergebnis: „Zweifelhafte Anlage-Roboter. ... Doch längst nicht alle Robo-Advisor sind gut und treffen den Anlegerbedarf ... Nicht wenige haben zu hohe Gebühren und sind intransparent.“ Die Stiftung Warentest (2020a) kommt zu der Einschätzung: „Robos eignen sich für Anleger, die Fonds und ETF kennen und mit den Fachbegriffen rund um die Geldanlage vertraut sind. Von Vorteil ist, einschätzen zu können, ob das vorgeschlagene Portfolio passt. Ansonsten ist der menschliche Berater wohl die bessere Adresse.“

Also scheint man doch wieder auf sich gestellt zu sein oder Expertise zu brauchen, die man eher nicht hatte, sonst hätte man keine Beratung gesucht? Es verwundert daher nicht, dass eine aktuelle empirische Analyse zu dem Ergebnis kommt (Merkle 2020): „... robo-advisors primarily appeal to a clientele of already financially sophisticated investors, they lack some of the qualities people look for in a “money doctor”, and their business model still stands to the test of time. ... investors view algorithms as an aid to human managers rather than competitors. A hybrid model with humans and robos working together, as already implemented by some financial institutions, might be the future of delegated investment.“

Die europäische Finanzaufsicht sieht klare Risiken: „... the potential risks include the possibility that consumers could misunderstand advice provided to them without the benefit of a human advisor to support the advice process, and the potential for limitations or errors in automated tools that may not be easily identifiable for consumers or financial institutions.“ (ESMA/EBA/EIOPA 2015). Ähnlich äußert sich dazu die US-amerikanische Wertpapieraufsicht: „While automated investment tools may offer clear benefits – including low cost, ease of use, and broad access – it is important to understand their risks and limitations before using them. Investors should be wary of tools that promise better portfolio performance. ... Be aware that an automated tool may rely on assumptions that could be incorrect or do not apply to your individual situation.“ (SEC/FINRA 2015; vgl. auch Fein 2015). Dorman et al. (2016) betonen: „but households are likely overestimating tool effectiveness“.

„Da Robo-Advisors nur nach vordefinierten Regeln arbeiten können, stehen die Anbieter bei der Implementierung vor der Wahl, alle Anforderungen der Kunden antizipieren zu wollen und dafür detailliert Regeln zu definieren – was praktisch unmöglich ist – oder Robo-Advisors auf die Auswahl weniger standardisierter Anforderungen zu beschränken. Bei den bisher entwickelten Robo-Advisors wurde stets letztere Variante gewählt. Daher beschränkt sich ihr Funktionsumfang darauf, einen vorgegebenen Investitionsbetrag unter Berücksichtigung weniger standardisierter Anforderungen, zum Beispiel der Anlagehorizont oder die Risikoeinstellung des Anlegers, auf unterschiedliche Wertpapierkategorien zu verteilen. In der Regel werden dafür breit streuende ETFs eingesetzt. ... Eine bedarfsgerechte Beratung entlang der drei Phasen Exploration, Aufklärung und Empfehlung findet bei den heutigen Robo-Advisors nicht statt. Es fehlen insbesondere der wichtige Punkt der Exploration und die Prüfung, ob die Anlage zur Gesamtsituation des Kunden passt. Bei der Konsultation von Robo-Advisors ist also Vorsicht geboten. Eine automatisierte Empfehlung, die ohne viele Vorkenntnisse und Informationen auskommt, bleibt fehleranfällig. Erste Anbieter haben diese Risiken erkannt und entwickeln nun Ansätze, um eine mögliche Falschberatung zu vermeiden. So wird zum Beispiel auch nach Schulden und Liquiditätsreserven gefragt. Allerdings müsste der Grundsatz „Know your customer“ viel stärker zum Ausdruck gebracht werden.“ (Oehler/Horn/Wendt 2016b; ähnlich Stiftung Warentest 2016b).

Als Fazit bleibt: Insbesondere die Analyse des Finanzstatus ist bei den meisten Robos noch unvollständig, so werden bereits vorhandene Vermögenswerte, zum Beispiel Fonds, Anleihen, Immobilien und Anwartschaften aus Versicherungen, nicht analysiert und nicht in eine Strategie eingeordnet. Häufig wird auch eine mögliche Verschuldung nicht berücksichtigt. Zudem scheint die Aufklärung über Risiken einzelner Produkte im Kontext des Portfolios zum Teil mangelhaft.

Hinsichtlich der Renditeentwicklung ist insbesondere das Rebalancing als nachteilig zu werten. Die Kosten führen zu teils deutlichen Performance-Verlusten, ohne dass dies den Kundinnen und Kunden bewusst sein dürfte (Horn/Oehler 2020a, 2020b). Die damit ausgelösten Transaktionskosten oder Management Fees sind auch aufgrund der eher simplen Vorgehensweise kaum gerechtfertigt. Solche Art Portfoliomanagement stellt keine „rocket science“ dar (Horn/Oehler 2020a, 2020b).

In diesem Gesamtkontext wird dann gegebenenfalls auch erklärlich, warum sich angesprochene Interviewpartnerinnen und -partner aus den klassischen Vertriebsverbänden oder von Plattformen wie ihre-vorsorge.de sowie viele der wenig funktionalen Robos wie Scalable Capital und Whitebox (mit Ausnahme von Quirion) einem Gespräch im Rahmen dieser Studie durch Nicht-Reaktion entzogen haben.

Seitens einiger Expertinnen und Experten wird zusätzlich angemerkt, dass im Sinne des vollständigen, das heißt alle Teile der Prozess- und Wertkette umfassenden, Prozesses die bisherigen digitalen Angebote eher wenig für die Online-Beratung zur Altersvorsorge geeignet erscheinen; insbesondere mit Bezug zu den genannten Bedenken hinsichtlich Exploration, Aufklärung und Empfehlung sowie vertragslan-

ger Betreuung. Die Gestaltungsparameter aus Anbietersicht ergeben sich aus den rechtlichen Anforderungen und Kostenüberlegungen und sollten sich im Sinne der Kundengewinnung und Bindung (Aufbau und Erhalt von Vertrauen) und Berücksichtigung ethischer, insbesondere sozialer, Verantwortung aus den inhaltlichen Anforderungen ergeben. Aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger sind insbesondere die inhaltlichen Anforderungen relevant sowie Aspekte bezüglich Kosten, Zugang und Zeitaufwand. Zudem stellt sich (wie bereits bei Offline-Angeboten) die Frage nach der rechtlichen Durchsetzung von vertraglichen Ansprüchen und gegebenenfalls Schadenersatzansprüchen bei eventueller Falschberatung.

Hinsichtlich der Regulierung wird ergänzt, dass grundsätzlich für Offline- und Online-Beratung dieselben Regeln gelten sollten, um einerseits für Bürgerinnen und Bürger unabhängig davon, ob sie Online- oder Offline-Angebote nutzen, dieselben rechtlichen Rahmenbedingungen und Durchsetzungsmöglichkeiten zur Verfügung zu stellen und andererseits einen fairen Wettbewerb zu ermöglichen. Das heißt nicht notwendigerweise, dass die Regeln für Online-Beratung ausschließlich an Regeln für Offline-Beratung (bzw. Regeln, die in der historischen Entwicklung in einigen Teilen eher durch den Offline-Gedanken geprägt sind) anzupassen sind. Aufgrund der für die Altersvorsorge zu berücksichtigenden unterschiedlichen Produkt- und Dienstleistungskategorien (Geldanlage, inklusive Anlage in verschiedenste Wertpapierkategorien und gegebenenfalls Vermögensgegenstände, Versicherungen, gegebenenfalls Kredite, zum Beispiel zur Umschuldung) ist zudem diesbezüglich eine einheitliche Regulierung erforderlich.

Auch wird erwähnt, dass, anders als zum Beispiel beim Zahlungsverkehr über das Online-Banking, hier eher keine regelmäßige Nutzung einer Online-Lösung denkbar sei, da weniger kurzfristige Anpassungen, Umstrukturierungen etc. erwartet würden. Darauf wären viele Altersvorsorgeprodukte auch bislang gar nicht ausgelegt. Aufgrund der staatlichen und steuerlichen Förderaspekte bestehe eine hohe Abhängigkeit von der aktuellen Gesetzeslage, dies führe unter anderem zu einem erhöhten Aufwand bei der Pflege und Aktualisierung von Online-Beratungslösungen. Ferner komme die hohe Komplexität des deutschen Drei-Säulen-Systems hinzu. Im Grunde gebe es derzeit keine „normale“ Altersvorsorgeberatung und damit fehle auch eine Grundlage für eine entsprechende digitalisierte Version. Beide müssten ohnehin als spezielle Kombination verschiedener Vorsorgeformen gesehen werden, die immer zusammen zu betrachten seien.

Einige Expertinnen und Experten plädieren für einen klaren rechtlichen Rahmen mit Mustervorgaben. Vorgaben zwecks besserer Vergleichsmöglichkeiten von Anbietern ergäben Sinn. Grundsätzlich wird dabei ein klarer rechtlicher Rahmen mit Mustervorgaben für sinnvoll erachtet, unter anderem weil damit Rechtssicherheit entsteht, was bei passender Ausgestaltung für alle Seiten vorteilhaft ist, und zudem es ohne Vorgaben und Muster gerade im Online-Bereich bei der Kundenexploration zu einem „race to the bottom“ kommen könnte, denn bei Online gelte „knallhart“: Jede zusätzliche Frage im Prozess der Kundenexploration führe zu weniger „Abschlüssen“ und schmälere ganz direkt die Überlebenschancen des Online-Anbieters. Im

Streben, diese Kundenexploration also so einfach wie möglich zu gestalten, gäbe es auf Seiten der Online-Anbieter einen großen Druck, Einfachheit und Schnelligkeit auf Kosten von Gründlichkeit zu bevorzugen. Deshalb sei es sinnvoll, wenn alle sich an klare Mindestvorgaben und Muster halten müssen.

5.4 TREIBER UND WIDERSTÄNDE IM BEREICH DATENSCHUTZ UND DATENSICHERHEIT

Die Themen Datensicherheit und Datenschutz gehören als wesentliche Aspekte dazu, um das Vertrauen der Bürgerinnen und Bürger für eine Online-Beratung zur Altersvorsorge zu gewinnen, zu erhalten und weiterzuentwickeln.

Die ausführliche Erörterung der Chancen und Risiken und zur Einschätzung der Akzeptanz der Finanzberatung unter einer Digitalen Agenda in der Studie für das BMJV aus 2017 (Oehler 2017a) zeigt sehr anschaulich, dass potenzielle Nutzerinnen und Nutzer wohl nur überzeugt werden können, wenn diese einfach, unkompliziert und verständlich zu handhaben sowie kostengünstig ist und einen erkennbaren Zusatznutzen oder Mehrwert bietet. Noch viel deutlicher wird jedoch, dass solche Dienstleistungen vor allem sicher sein müssen, sowohl was die (IT-)Sicherheit und Zuverlässigkeit angeht als auch den Schutz der persönlichen Daten. Die beiden Themen Sicherheit und Datenschutz sollten daher auch weiterhin mit höchster Priorität behandelt werden.

Dombret weist als seinerzeit zuständiger Vorstand der Deutschen Bundesbank in einer kurzen Analyse zum „modernen Banküberfall“ eindringlich darauf hin: „... Angreifer haben es vergleichsweise leicht im Netz. ... Bei einem derart verlockenden Verhältnis von Ertrag zu Aufwand wird Cyberkriminalität keine Modeerscheinung bleiben. ... Angesichts der großen Innovationskraft bei digitalen Finanzdienstleistungen und immer neuer Technologien bilden sich dauerhaft neue Angriffsflächen. ... Menschen können prinzipiell getäuscht werden [Nutzer, AOe] ... Bankmitarbeiter oder externe Dienstleister [können, AOe] selbst Systeme ... manipulieren.“ (Dombret 2015). Robo Advisor werden die Problematik eher verschärfen, dies zeigen schon die langjährigen Erfahrungen und Folgen automatisierter Trading-Programme mit diversen Algorithmen. Mit anderen Worten: „... der beste Rat der von den digitalen Beratern verwendeten Algorithmen gilt auch für die Robo-Advisor selbst: Ausprobieren – aber nie alles auf eine Karte setzen.“ (Riedl 2015). Eine aktuelle Untersuchung von Fein (2015) warnt: „The Securities and Exchange Commission has cautioned that robo-advisors may result in investment recommendations that are based on incorrect assumptions, incomplete information, or circumstances not relevant to an individual investor. ... Based on a detailed review of user agreements for three leading robo advisors, this paper concludes that robo-advisors ... should be approached with caution by retail and retirement investors looking for personal investment advice.“

Verbraucherinnen und Verbraucher lassen willentlich oder unbeabsichtigt und oft unbewusst persönliche Daten entstehen, die Dritte, zum Beispiel die Eigentümer der Geschäftsmodelle der Unternehmen der anbietenden Wirtschaft oder Entscheidungsträger staatlicher Einrichtungen, verwerten können und wollen. Diese persönlichen Daten besitzen oft einen institutionellen, sozialen und/oder ökonomischen Wert, den alle Akteure, grundsätzlich also auch die Verbraucherinnen und Verbraucher, individuell oder kollektiv als Verhandlungsgegenstand einsetzen können sollten. (Oehler 2015e, 2016c, 2021c, Oehler/Horn 2018).

Entscheidend scheint hier aus der Perspektive der Bürgerinnen und Bürger zu sein, wie einfach, verständlich und klar erkennbar ist, dass die genutzten Angebote mit den persönlichen Daten bezahlt werden (auch durch die Weitergabe an Dritte), und ob es im Ablehnungsfall Möglichkeiten der Vermeidung sowie Lösungsalternativen gibt. Hierzu gehört auch die einfache, klare und verständliche Kennzeichnung, inwiefern persönliche Daten zur direkten oder indirekten persönlichen, geografischen und technikabhängigen (zum Beispiel abhängig vom genutzten Zugang/Device) Preisdifferenzierung verwendet werden (sollen).

Gleichermaßen betrifft dies die Kennzeichnung hinsichtlich der (IT-)Sicherheit einschließlich der Deklaration der erwarteten und verpflichtenden Mitwirkung der Informations- und Ratsuchenden (Oehler 2015h, Oehler 2017a). Rexer (2016b) resümiert: „Die FinTechs werden sich allerdings auch mit Kritik auseinandersetzen müssen: Womit verdienen die Apps ihr Geld? Etwa, indem sie aus Kundendaten Geld machen? Oder indem sie Provisionen von Anbietern erhalten?“ Vintz von der Stiftung Warentest (zitiert nach Oehler 2017a) bleibt skeptisch: „Der starke Wunsch nach dem Schutz der persönlichen Daten und hoher IT-Sicherheit erscheint mir sehr plausibel und nachvollziehbar ... Schließlich leben wir in einem Zeitalter der Digitalisierung (die Digitalisierung ist ein gesellschaftlicher aktueller Diskurs) mit all seinen Vorteilen, aber auch mit seinen beunruhigenden Nachrichten – sprich Nachteilen – zum Beispiel erfolgreiche Hackerangriffe etc. Aus diesem Grund glaube ich nicht, dass man davon ausgehen kann, dass bestimmte statische Vorgaben, die einmal getroffen wurden, für eine längere Periode ausreichend sind, um die Verbraucher nachhaltig zu beruhigen, sondern die Schutzmaßnahmen müssen auch immer reflektiert werden und je nach technischer Entwicklung auch wieder angepasst und erhöht werden.“

Schließlich stellt das DIA in Verbindung mit einer Studie fest (DIA 2017): „Datenschutz wird als enorm wichtig angesehen. Drei von vier Befragten sind der Meinung, dass der Datenschutz eines Online-Rentenkontos durch geeignete technische Maßnahmen gewährleistet werden muss. Die Sensibilität für den Datenschutz nimmt mit steigendem Alter zu.“

Seitens einiger Expertinnen und Experten wird zusätzlich angemerkt, dass die relativ hohe Enthaltbarkeit im Online-Markt nicht verwundere, weil für maßgeschneiderte, bedürfnisgerechte Angebote doch sehr viele persönliche Daten erforderlich wären, die man ungern online abgäbe.

5.5 TREIBER UND WIDERSTÄNDE IM BEREICH VERTRAUEN

In diesem Kontext und gerade in Verbindung mit dem zuvor angesprochenen Aspekt wird der Bereich des **Vertrauens** in Personen und Institutionen in vielen Studien und Erörterungen im Themenbereich der Digitalen Welt und der Online-Beratung zur Altersvorsorge viel zu selten adressiert und analysiert: Wie entsteht **Digitales Vertrauen**, also etwa wieder aus analogen Komponenten der persönlichen Empfehlung und Erfahrung oder aus mehr oder weniger bewusst eingegangenen Risiken („Selbstversuche“)?

Einige Expertinnen und Experten betonen, dass beide in der Frage genannten Aspekte auch im Kontext digitalen Vertrauens eine wesentliche Rolle spielen. Als wichtig wird dabei insbesondere erachtet – unabhängig, ob online oder offline –, dass die **Förderung institutionellen Vertrauens** durch entsprechende Regulierung, Aufsicht sowie Rechtsdurchsetzung stattfindet, auch unter Einbezug unabhängiger und vertrauenswürdiger Institutionen, die regelmäßig Tests und Vergleiche durchführen, die die Rechtsdurchsetzung unterstützen können. Hierbei geht es zudem um die für die Vertrauensbildung oftmals erforderliche Wiederholung, die insbesondere online und zudem im Kontext der Altersvorsorge aus Sicht jeder bzw. jedes Einzelnen ansonsten kaum gegeben ist, stellvertretend für die Bürgerinnen und Bürger durchzuführen (Oehler 2015b und 2015c spricht hier von sogenannten **kollektiven Verbrauchern**; vgl. auch Oehler/Wendt 2017); bei positiven Testergebnissen könnten Bürgerinnen und Bürger auf dieser Grundlage eher Vertrauen entwickeln.

Wendt et al. (2021) analysieren in diesem Kontext des Verbrauchervertrauens: „Während persönliches Vertrauen nur in einem Teil der Situationen von Bedeutung ist bzw. erreicht werden kann, insbesondere wenn ein wiederkehrender persönlicher Kontakt zwischen Verbraucher und Vertragspartner besteht, ist institutionelles Vertrauen in praktisch allen Bereichen erforderlich. Ausgehend von der zunehmenden Digitalisierung in verschiedensten Lebensbereichen ist zudem davon auszugehen, dass institutionelles Vertrauen an Bedeutung gewinnt und persönliches Vertrauen in vielen Bereichen ersetzen muss.“

Einen guten Eindruck über die Einschätzung der Bürgerinnen und Bürger in Deutschland zu den verschiedenen Aspekten des Vertrauens vermittelt die World Values Survey, 7th Wave, publiziert 2017. Im Rahmen dieser siebten Welle des World Values Survey wurden in Deutschland im Jahr 2017 1.528 Personen ab 18 Jahren in persönlich-mündlichen Interviews zu ihren Werten und gesellschaftlichen Einstellungen befragt.

Mit Bezug zum **personenbezogenen Vertrauen** zeigt Abbildung 7, dass nicht einmal die Hälfte der Befragten der Auffassung zuneigt, man könne den meisten Menschen vertrauen.

Abbildung 7: Würden Sie ganz allgemein sagen, dass man den meisten Menschen vertrauen kann oder dass man im Umgang mit Menschen nicht vorsichtig genug sein kann? (Welzel 2017, 19)

	TOTAL	Sex		Age		
		Male	Female	Up to 29	30 - 49	50 and more
Most people can be trusted	44.6	44.4	44.7	42.7	44.8	45.0
Need to be very careful	52.4	52.1	52.7	54.0	50.5	53.0
Don't know	2.0	2.2	1.9	3.2	3.0	1.1
No answer	1.0	1.3	0.6	-	1.7	0.9
(N)	(1,528)	(743)	(785)	(248)	(471)	(809)

Gleichzeitig gibt gerade einmal ein Drittel der Interviewten ergänzend an, Menschen, denen sie zum ersten Mal begegnen, völlig oder ziemlich zu vertrauen (Abbildung 8):

Abbildung 8: Ich möchte gerne wissen, wie viel Vertrauen Sie verschiedenen Gruppen von Menschen entgegenbringen. Können Sie mir für die Menschen jeder der folgenden Gruppen sagen, wie sehr Sie ihnen vertrauen? Vertrauen Sie ihnen völlig, ziemlich, kaum oder gar nicht? **Menschen, denen Sie zum ersten Mal begegnen** (Welzel 2017, 20)

	TOTAL	Sex		Age		
		Male	Female	Up to 29	30 - 49	50 and more
Trust completely	0.4	0.3	0.5	0.4	0.4	0.4
Trust somewhat	33.6	34.9	32.5	26.6	30.8	37.5
Do not trust very much	47.3	47.1	47.4	48.0	49.9	45.5
Do not trust at all	15.6	14.9	16.2	23.8	17.0	12.2
Don't know	2.3	2.3	2.3	0.8	1.9	3.0
No answer	0.9	0.5	1.1	0.4	-	1.5
(N)	(1,528)	(743)	(785)	(248)	(471)	(809)

Ganz anders sieht es dagegen aus, wenn die betreffenden Personen bereits bekannt sind, hier werden dann nahezu 94 Prozent der Menschen sehr oder ziemlich vertraut (Abbildung 9). Dieser Unterschied unterstreicht nochmals die erhebliche Bedeutung der persönlichen Bekanntheit, die zum Teil auch durch digitale Nähe mit festen Ansprechpersonen möglich wäre, wenn diese tatsächlich Verantwortung übernehmen.

Abbildung 9: Ich möchte gerne wissen, wie viel Vertrauen Sie verschiedenen Gruppen von Menschen entgegenbringen. Können Sie mir für die Menschen jeder der folgenden Gruppen sagen, wie sehr Sie ihnen vertrauen? Vertrauen Sie ihnen völlig, ziemlich, kaum oder gar nicht? **Menschen, die Sie kennen** (Welzel 2017, 20)

	TOTAL	Sex		Age		
		Male	Female	Up to 29	30 - 49	50 and more
Trust completely	26.1	23.7	28.4	25.8	24.0	27.4
Trust somewhat	67.7	70.3	65.4	64.5	70.5	67.1
Do not trust very much	5.1	5.0	5.2	8.9	4.2	4.4
Do not trust at all	0.1	-	0.3	-	0.2	0.1
Don't know	0.7	0.9	0.5	0.8	1.1	0.5
No answer	0.2	0.1	0.3	-	-	0.4
(N)	(1,528)	(743)	(785)	(248)	(471)	(809)

Mit Bezug zum institutionellen Vertrauen zeigt die Befragung, dass keine Mehrheit der Exekutive oder der Legislative in Deutschland sehr viel oder ziemlich viel Vertrauen entgegenbringt (Abbildungen 10 und 11):

Abbildung 10: Nun nenne ich Ihnen einige Namen von Institutionen. Sagen Sie mir, ob Sie sehr viel, ziemlich viel, wenig oder überhaupt kein Vertrauen in die jeweils genannten Institutionen haben. **Die Bundesregierung** (Welzel 2017, 22)

	TOTAL	Sex		Age		
		Male	Female	Up to 29	30 - 49	50 and more
A great deal	4.2	4.3	4.1	6.5	5.7	2.6
Quite a lot	40.0	42.9	37.2	41.1	39.7	39.8
Not very much	41.2	38.6	43.6	37.1	39.7	43.3
None at all	11.8	12.8	10.8	10.9	12.1	11.9
Don't know	2.3	1.1	3.4	4.0	1.9	2.0
No answer	0.6	0.3	0.9	0.4	0.8	0.5
(N)	(1,528)	(743)	(785)	(248)	(471)	(809)

Abbildung 11: Nun nenne ich Ihnen einige Namen von Institutionen. Sagen Sie mir, ob Sie sehr viel, ziemlich viel, wenig oder überhaupt kein Vertrauen in die jeweils genannten Institutionen haben. **Der Bundestag** (Welzel 2017, 23)

	TOTAL	Sex		Age		
		Male	Female	Up to 29	30 - 49	50 and more
A great deal	4.3	5.8	2.8	4.0	5.1	3.8
Quite a lot	38.0	39.6	36.4	38.7	36.9	38.3
Not very much	42.4	39.7	45.0	41.1	41.6	43.3
None at all	10.9	12.0	9.8	8.9	12.3	10.6
Don't know	3.8	2.6	5.0	6.9	3.4	3.1
No answer	0.7	0.4	1.0	0.4	0.6	0.9
(N)	(1,528)	(743)	(785)	(248)	(471)	(809)

Banken schneiden allerdings noch viel schlechter ab, nur ca. 30 Prozent der Bürgerinnen und Bürger haben hier sehr viel oder ziemlich viel Vertrauen (Abbildung 12):

Abbildung 12: Nun nenne ich Ihnen einige Namen von Institutionen. Sagen Sie mir, ob Sie sehr viel, ziemlich viel, wenig oder überhaupt kein Vertrauen in die jeweils genannten Institutionen haben. **Die Banken** (Welzel 2017, 24)

	TOTAL	Sex		Age		
		Male	Female	Up to 29	30 - 49	50 and more
A great deal	3.1	2.8	3.4	5.6	4.5	1.6
Quite a lot	27.1	24.6	29.4	34.7	28.0	24.2
Not very much	49.0	49.5	48.5	42.3	47.6	51.9
None at all	19.0	22.1	16.1	14.5	18.3	20.8
Don't know	1.6	0.8	2.4	2.8	1.5	1.4
No answer	0.1	0.1	0.1	-	0.2	0.1
(N)	(1,528)	(743)	(785)	(248)	(471)	(809)

Im Kontext der Thematik Finanzen und Vorsorge am Beispiel der Robo Advisor führen Wendt et al. (2021) weiter aus: „Letztlich machen aber auch die genannten Heuristiken die Ungewissheit hinsichtlich des zukünftigen Verhaltens des Robo-Advisors für Anleger nicht besser abschätzbar. Daher brauchen die Anleger entweder ein gewisses Grundvertrauen in die Redlichkeit und die Fähigkeiten bzw. die daraus resultierenden Strategien des Robo-Advisors oder institutionelles Vertrauen, um überhaupt einen Vertrag einzugehen. Gennaioli et al. (2015) argumentieren diesbezüglich, dass Anleger ein Investment als weniger riskant wahrnehmen, wenn sie dem Vermögensverwalter vertrauen. Dies kann im Umkehrschluss allerdings dazu führen, dass Anleger bereit sind, ein höheres Risiko einzugehen, und dass die Vermögensverwalter eine höhere Provision verlangen können (vgl. Oehler/Wendt 2018).“

Wesentlich für Anleger erscheint daher insbesondere das institutionelle Vertrauen in die Regulierungs- und Aufsichtsbehörden sowie die entsprechenden Institutionen zur Rechtsdurchsetzung. Dies bezieht sich zum Beispiel auf eine Kontrolle der von den Robo-Advisoren bereitgestellten Anlegerinformationen (sowohl hinsichtlich der Richtigkeit als auch der Nützlichkeit der Informationen) oder die Möglichkeit, beim Auftreten von durch einen Robo-Advisor verursachten finanziellen Schäden, z.B. durch falsche oder fehlende Informationen, mit angemessenem finanziellem und zeitlichem Aufwand eine angemessene Entschädigung erwirken zu können.“

6 HANDLUNGSBEDARF UND LÖSUNGSVORSCHLÄGE

6.1 GRUNDLEGENDE SCHLUSSFOLGERUNG

In der Analyse wurde herausgestellt, welche **prekäre Situation zur zentralen Ausgangsinformation**, welcher aktuelle Status für eine Person vorliegt, also welche Ansprüche auf (zukünftige) Zahlungen aus **allen** drei Säulen der Altersvorsorge bestehen (Oehler 2009a) in Deutschland gegeben ist, die kaum an ein entwickeltes Land erinnern dürfte. Es könnte der Eindruck gewonnen werden, dass der gute Online-Zugang zu solch wesentlichen Informationen geradezu systematisch behindert wird.

Eigentlich müsste doch längst eine von Legislative und Exekutive umzusetzende Minimalforderung darin bestehen, zuallererst an die Bürgerinnen und Bürger zu denken, die seriöse, belastbare, verständliche und vergleichbare Informationen brauchen, bevor sie sich kümmern und entscheiden können!

Hinzu kommen eklatante Mängel hinsichtlich qualitativ hochwertiger, weil verständlicher und vergleichbarer Produktinformation sowie qualitativ hochwertiger, die Bezeichnung rechtfertigende Exploration bzw. Diagnose, Aufklärung und Empfehlung (Beratung).

Eine zentrale Handlungsempfehlung dieser Studie besteht somit darin, ein umfassendes **Online-Dashboard zur Altersvorsorge als digitale Übersichtsseite oder digitale Instrumententafel** jeder Bürgerin und jedem Bürger kostenlos zur Verfügung zu stellen; bisher sind in Wirtschaftspraxis und Politik nur allererste Ansätze erkennbar (siehe Kapitel 5 und unten; „online“ bezieht sich hierbei insbesondere auf die Informationsübertragung und nicht auf die Speicherung und Zusammenführung der Daten der Bürgerinnen und Bürger, siehe Kapitel 6.2.5). Die Grundidee ist zwar nicht ganz neu (Oehler 2009a) jedoch noch immer so nicht realisiert (siehe Kapitel 5). Es geht grundlegend darum, allen Bürgerinnen und Bürgern

- einen Zugang zum **Status quo** aller ihrer zukünftigen Zahlungsströme aus gesetzlich vorgeschriebener und zusätzlicher privater Altersvorsorge in einfacher, verständlicher und vergleichbarer Form zu verschaffen,
- verbunden mit Schätzungen zur aktuellen und zukünftigen **Wertentwicklung** inklusive der Kaufkraftentwicklung,
- mit gut verständlichen Informationen zur **Funktionsweise** und Wirkweise der verschiedenen **Produktformen** in ihrem **Portfolio** insgesamt und seinen Schichten (**Layern**),
- inklusive Hinweisen zum möglichen weiteren Handeln für die Zukunft mit Formen zur weiteren **Einkommenssicherung**,

- unter hoher **Datensicherheit** und hohem **Datenschutz**,
- auf allen relevanten Devices, zum Beispiel Desktop, Laptop, Tablet, Smartphone, also auch entsprechend responsiv (RWD, responsive webdesign).

Damit sollen insbesondere die folgenden Aspekte für Bürgerinnen und Bürger verwirklicht werden (vgl. Oehler 2009a; vgl. zum Beispiel auch Department for Work & Pensions 2018, Morgenstern 2017, Spendler/Morgenstern 2017):

- Das individuelle Bewusstsein und Verständnis für rechtzeitige und regelmäßige Altersvorsorgeentscheidungen stärken, auf der Basis aktueller Informationen zu den geschätzten Zahlungsströmen aus den genannten Quellen der Layer 1 und 2. Damit würde auch die Sichtweise gestärkt werden, regelmäßig ein- bis zweimal pro Jahr und bei wesentlichen Änderungen im Life Cycle nachzuschauen und zu überlegen, ob Anpassungen in der Altersvorsorge sinnvoll sind und notwendig werden.
- Die Wahrnehmung einer verbesserten individuellen Kontrolle und des Bewusstseins fördern, welche Eigentumsansprüche an welchen Zahlungsströmen bestehen.
- Das Engagement im Rahmen von Altersvorsorgeentscheidungen erhöhen, indem mehr Bürgerinnen und Bürger auf der Basis des Status quo Empfehlungen zu ihrer Altersvorsorge, auch und insbesondere aus unabhängigen Quellen, nutzen können.
- Damit zusammenhängend den Informations- und Beratungsprozess (siehe Kapitel 2) unterstützen, indem den Bürgerinnen und Bürgern zu einem Zeitpunkt ihrer Wahl ein verständlicher und vergleichbarer Zugang zu ihren Renten- bzw. Zahlungsstrominformationen gewährt wird. Zusätzlich werden auf einer solchen Basis die Alternativensuche und die damit einhergehenden Informations- und Beratungsbemühungen verbessert, insbesondere hinsichtlich des Aufspürens von bisher wenig bekannten, „vergessenen“ Ansprüchen bzw. Sachverhalten oder des Bewirkens weiterer Einzahlungsströme.
- Nicht nur in der individuellen Ansparphase, sondern insbesondere für den Ruhestandseintritt und die Ruhestandsphase ein gutes Fundament zu liefern für die Nutzung verfügbarer Zahlungsströme und die Organisation von Auszahlplänen.
- Fehler lassen sich aufspüren und beheben, zum Beispiel fehlerhaft erfasste Anspruchsgrundlagen oder Zahlungszusagen. Ein entsprechend ausgestaltetes Dashboard würde also erlauben sicherzustellen, dass die Daten in ihren Vorsorgesystemen korrekt sind wodurch das Risiko von Fehlern verringert würde, die über einen langen Zeitraum erhebliche Auswirkungen haben können. Eine regelmäßige Datenaktualisierung wäre einfach und unkompliziert möglich.

In Zielsetzung und Ausgestaltung ergeben sich dabei die folgenden wesentlichen Themenbereiche.

6.2 ZENTRALE AUSGANGSINFORMATION ZUM STATUS QUO

6.2.1 Grundanliegen

Die **zentrale Ausgangsinformation**, welcher aktuelle Status für eine Person vorliegt, also welche Ansprüche auf (zukünftige) Zahlungen bestehen, muss sich auf alle drei Säulen der Altersvorsorge beziehen (Oehler 2009a), also

- Anwartschaften aus öffentlich-rechtlichen Rentenversicherungen (sogenannte 1. Säule der Altersvorsorge),
- Anwartschaften aus der betrieblichen Altersvorsorge (2. Säule) und
- Ansprüche auf (zukünftige) Zahlungen aus Spar- und Auszahlplänen und direkten finanzmarktnahen Anlagen wie international breitstreuenden ETFs (Oehler/Wanger 2020) und privaten Rentenversicherungen (3. Säule) sowie verwandten Instrumenten wie solche der staatlich geförderten Altersvorsorgeprodukte, zum Beispiel sogenannte „Riester“-Produkte (Oehler 2009a).

Hierzu wird von mehreren Expertinnen und Experten angeführt, wie wichtig eine Standardisierung in Form einer Reduzierung auf wenige vergleichbare und miteinander kombinierbare Formen der Anlage- und Altersvorsorgeprodukte wäre, verbunden mit qualitativ hochwertigen „Erklärstücken“, zum Beispiel in Form von Videos, in unabhängigem Zuschnitt. Im Prinzip müsse ein Grad der inhaltlichen Vereinfachung bei der Informationserfassung und -verarbeitung soweit gehen können, dass glaubwürdig immer eine „Zurück“-Funktion analog der Google-Suche funktioniere. Dies hätte dann auch Rückwirkungen auf die Haftung via Produktzulassung, aber auch auf die Vertrauensbildung, wenn immer die gleichen standardisierten Prozeduren verfügbar wären, verstärkt durch die Reviews der „Community“. Solches wäre aber mit klarem Zukunftsbezug anzulegen, zumindest mittelfristig, und nicht als vergangenheitsorientierte „Lücken“-Betrachtung.

Einige Expertinnen und Experten regen außerdem an, dass es schon aus Gründen der Usability bzw. des „joy of use“, aber auch aufgrund der in Kapitel 2 genannten Kriterien der Transparenz, der Verständlichkeit und der Vergleichbarkeit geboten erscheint, nur ein einziges umfassendes Dashboard mit einem einzigen Nutzer- und Datenzugang, vergleichbar einem Online-Konto mit Zwei-Faktor-Authentifizierung, zu gestalten, in die über gesetzlich definierte und kontrollierte Schnittstellen sowie zusätzlich in manueller Weise Daten unabhängig sowie tracking- und werbefrei eingearbeitet werden.

6.2.2 Aufbau des Dashboards mit verschiedenen Layern

Auf der Basis von Altersvorsorgeentscheidungen im Rahmen eines Behavioral-Portfolio-Ansatzes (vgl. Kapitel 2 und die dortige Abbildung 1) sind auch im Interesse eines praxistauglichen und für Bürgerinnen und Bürger verständlichen und nachvollziehbaren schrittweisen Vorgehens verschiedene Layer zu differenzieren, ähnlich einer Pyramide (Oehler 1992, 1995, 2000, 2006, 2008, 2009a, 2010, 2011, 2012b, 2012c, 2013a).

- Auf der Basis von Pflichtversicherungen, insbesondere Kranken-, Pflege-, Renten- und Arbeitslosenversicherung sowie vergleichbarer Äquivalente für Beamtinnen und Beamte oder für Selbstständige, gehören hierzu einerseits als
- Layer 1 Entscheidungen im sogenannten Basisportfolio für wesentliche Aspekte der Einkommenssicherung, andererseits vor allem aber als
- Layer 2 insbesondere Entscheidungen im Zusatzportfolio zur langfristigen Absicherung des Zahlungsstroms.
- Die systematische Berücksichtigung gerade des Layer 1 fehlt meist bei den diversen Online-Angeboten (siehe unten).

Insgesamt ergäbe sich damit eine einfache Liste derjenigen Produktkategorien, die in einem Dashboard einzupflegen wären:

Layer 1:

- gesetzliche Krankenversicherung (oder vergleichbar, zum Beispiel bei Beamtinnen und Beamten oder für Selbstständige)
- „Eiserne Reserve“, zum Beispiel zwei Monatseinkünfte Tagesgeld
- Privathaftpflichtversicherung
- Berufsunfähigkeitsversicherung
- Risikolebensversicherung zugunsten des Partners oder der Kinder
- Auslandsrankenversicherung
- gesetzliche Pflegeversicherung (oder vergleichbar)

Layer 2:

- Geldanlage mit geringem Risiko und geringer Rendite, zum Beispiel Banksparplan, Sparbrief, Festgeld, Bundesanleihen, Pfandbriefe
- freiwillige gesetzliche Rentenversicherung
- Geldanlage mit mittlerem Risiko und mittlerer Rendite, zum Beispiel weltweit anlegende Aktien-Indexfonds (ETF), weltweit anlegende Anleihen-Indexfonds (ETF)
- staatlich geförderte private Altersvorsorge (zum Beispiel „Riester“- oder „Rürup“-Verträge)
- betriebliche Altersvorsorge (zum Beispiel vor oder ab 2005, Direktzusage, Direktversicherung, Pensionskasse)
- gegebenenfalls bei Selbstständigen auch Unternehmensanteile, die als Altersvorsorge vorgesehen sind, also zum Beispiel nicht vererbt, sondern beim Eintritt in den Ruhestand veräußert werden sollen

- Kinderinvaliditätsversicherung
- Unfallversicherung für sich selbst
- zusätzliche private Krankenversicherung
- zusätzliche private Pflegeversicherung

eher **Layer 3** (zusätzliche Finanzmittel, die ganz oder teilweise nicht unbedingt wiedererlangt werden müssen)

- Einkommen aus Vermietung, Verpachtung oder vergleichbar
- Geldanlage mit hohem Risiko und hoher Rendite, zum Beispiel Investmentfonds mit Aktien, Anleihen oder beidem; Unternehmensanleihen, einzelne Aktien oder Anleihen, offene oder geschlossene Immobilienfonds, andere Beteiligungen
- kapitalbildende Lebensversicherung
- private Rentenversicherung
- Anderes (zum Beispiel Edelmetalle).

Aufgrund der leidvollen Erfahrung mit nur sehr bedingt nutzertauglich gestalteten Standmitteilungen der Anbieter bedarf es dazu einer genau vorschreibenden, musterbewehrten und kontrollierten gesetzlichen Vorgabe, wie die an die Kundinnen und Kunden auszuliefernden Daten ausgestaltet sein müssen, damit das Dashboard entsprechend gefüllt werden kann. Entsprechend wäre ein eindeutiger und in der Ausgestaltung unmissverständlicher Rechtsanspruch auf die zu definierende Datenlieferung vorzusehen. Vermieden werden sollte die über Jahrzehnte währende Schlechtinformation, wie sie zum Beispiel aus dem Bereich der Lebensversicherungen bekannt geworden ist, teilweise trotz neuerer EU-Regulierung: „Die Lebensversicherer kommen ihren rund 67 Millionen Versicherten entgegen. Dennoch gibt es noch immer zahlreiche Anbieter, die unklare Informationen liefern.“ (Herz 2019); „Standmitteilungen sind jährliche Kontoauszüge von Lebens- und Rentenversicherungen. Doch manche Versicherer lassen selbst gesetzlich vorgeschriebene Daten einfach weg.“ (Verbraucherzentrale Bundesverband 2019); „Gesetzesverstöße. Aufgrund von Verbraucherbeschwerden hat die BaFin bei einigen Lebensversicherern weitere Gesetzesverstöße festgestellt. So versandten einige Unternehmen im letzten Vertragsjahr keine Standmitteilung mehr. ... Einige Unternehmen informierten bei Verträgen der betrieblichen Altersversorgung die Versorgungsanwärter und -empfänger nicht ausreichend.“ (Elsner 2018).

Nicht nur viele der interviewten Expertinnen und Experten beklagen die zersplitterte, unübersichtliche Situation in Deutschland hinsichtlich Anbietern bzw. Produkten und Systemen im Rahmen der Altersvorsorge und regen an, dass es einer klaren gesetzlichen Grundlage bedarf, in der unter anderem die Datenmeldepflicht an Kundinnen und Kunden nach Inhalt und Form genau definiert und ohne missverständliche bzw. interpretationsfähige Spielräume vorgegeben wird (Morgenstern 2017 zitiert in Röbisch 2017: „Es gibt ein sehr zersplittertes Altersvorsorge-Netz. Ich glaube nicht, dass sich daraus ein freiwilliges System entwickelt. ... Er plädiert daher für einen Zwang.“). Anpassungen an Neuerungen – ein gerne von Lobbyisten geäußertes Aspekt – lassen sich problemlos durch Gesetzesänderung erreichen, dazu braucht es keine „Spielräume“.

Die zuständige Bundesregierung hat trotz Bekundungen, zum Beispiel im aktuellen Koalitionsvertrag, erst jetzt eine Gesetzesinitiative gestartet, die säulenübergreifende Renteninformation soll aber frühestens ab Ende 2023 verfügbar sein (BMAS 2020, Bundesregierung 2020), also insgesamt fast 15 Jahre nach den klaren Anforderungen aus 2009 (siehe oben Oehler 2009a). Schaut man in den Gesetzesentwurf (Bundesregierung 2020), so wird bereits bei den Begriffsbestimmungen in § 2 deutlich, dass offensichtlich Ansprüche auf (zukünftige) Zahlungen aus Spar- und Auszahlplänen oder direkten finanzmarktnahen Anlagen wie international breitstreuenden ETFs (Oehler/Wanger 2020) keine Berücksichtigung finden sollen.

Dies erscheint auch deswegen vollkommen unverständlich, weil die Bundesregierung und viele Vorgängerinnen nahezu mantrahaft das Engagement der Bürgerinnen und Bürger in finanzmarktnahe Anlagen zur Altersvorsorge in der 3. Säule, also der privaten Altersvorsorge, einfordern. Wie ernst muss man ein solches Handeln der Exekutive angesichts dieses Befundes tatsächlich nehmen? Abgesehen davon dürfte aufgrund des faktischen Ausschlusses der finanzmarktnahen Anlagen aus der angeblich säulenübergreifenden digitalen Rentenübersicht der Wettbewerb zwischen den Angeboten verschiedener Finanzdienstleister zur Altersvorsorge deutlich verzerrt werden, zum Beispiel zu Lasten der international breitstreuenden ETFs (Oehler/Wanger 2020). Auch scheinen wesentliche Aspekte wie solche der Besteuerung und der Sozialabgaben oder auch die eigentlich übliche Szenariotechnik hinsichtlich Rendite- und Risikoentwicklung (Oehler 2012a) nicht berücksichtigt zu werden: „Was darf nicht vergessen werden? Das Portal sollte auch informieren über die Besteuerung von Renten und über die absehbare Belastung durch Kassen- und Pflegebeiträge.“ (Munsberg 2020a) ... „... als Ergänzung hilfreich wären Szenarien, die den Menschen aber auch mögliche ungünstige Entwicklungen nicht vorenthalten ...“ (Munsberg 2020b). Zudem bleiben Zweifel an der Zeitachse (siehe oben Kapitel 5).

Zwar gibt es mit der DRI, Deutsche Renten Information, eine Initiative, die die Idee von Oehler (2009a) aufgreift und digital umsetzen möchte, mehr als ein Pilot scheint in den ganzen Jahren aber nicht entstanden zu sein, immerhin aber inzwischen wohl unter Berücksichtigung der Ansprüche aus der 3. Säule (Deutsche Renteninformation 2020). Das Projekt PROSA der Deutschen Rentenversicherung Baden-Württemberg (2020) sieht die 3. Säule nur sehr pauschal und unspezifisch und ohne Bezug zu finanzmarktnahen Anlagen vor („weitere Vorsorge“, „ungeförderte private Vorsorge“).

Die systematische Berücksichtigung gerade des Layer 1 fehlt meist bei den diversen Online-Angeboten wie zum Beispiel ihre-vorsorge.de, fairr.de oder deutsche-renten.info; eine bekannte positive Ausnahme stellen das Projekt PROSA der Deutschen Rentenversicherung Baden-Württemberg (2020) sowie die Informationen der Stiftung Warentest dar. Dies ist insofern überraschend, als doch inzwischen viele jüngere Bürgerinnen und Bürger, denen man angeblich eine zu geringe Literacy vorwirft (vgl. Kapitel 5), genau hierauf achten, warum dann die Expertise der genannten Angebote nicht?

6.2.3 Schätzung zur Wertentwicklung inklusive Kaufkraftentwicklung

Das Dashboard ist in einer Ausgestaltung über drei unterschiedliche Szenarien (gut, mittel, schlecht) mit einer Schätzung der Wertentwicklung inklusive Kaufkraftentwicklung anzubieten, über alle erfassten zukünftigen Zahlungsströme einschließlich von Auszahlplänen für dafür reklamierte Vermögensbestandteile wie zum Beispiel finanzmarktnahe Anlagen in Fonds, insbesondere weltweit breit streuende ETFs. Hierbei sind die grundlegend zu erwartenden verpflichtenden Auszahlungen im steuerlichen Bereich sowie im Bereich Kranken- und Pflegeversicherung zu berücksichtigen (Stichworte wären zum Beispiel die nachgelagerte Besteuerung sowie Krankenversicherungsbeiträge bei betrieblicher Altersvorsorge). Die systematische Berücksichtigung gerade dieser zentralen Aspekte scheint bei den diversen Online-Angeboten wie zum Beispiel ihre-vorsorge.de, fairr.de (produktgetrieben; zu weiteren Kritikpunkten vgl. Morgenstern 2018) oder deutsche-renten.info meist zu fehlen.

In diesen Kontext gehört ebenso, eine fundierte Möglichkeit für Auszahlpläne zu schaffen, da wohl bei den meisten Bürgerinnen und Bürgern nicht die Situation eintreten dürfte, dass allein die Zahlungsströme aus den gebildeten Vermögen, also zum Beispiel Kapitaleinkommen wie Zinsen und Dividenden oder Einkommen aus Vermietung und Verpachtung, ein so hohes Volumen erreichen, dass die Vermögen selbst nicht über die Zeit reduziert werden müssten. Nahezu alle Anbieter, Portale, Plattformen oder verwandte Formen scheinen diese zentrale Thematik der Altersvorsorge auszublenden oder zu vermeiden. Wohl nur die Stiftung Warentest (2019c) legt einen ersten Ansatz zu dieser Problematik eines Entnahmeplans vor, bezieht diesen aber lediglich auf das von ihr propagierte Portfolio aus Tagesgeld und breit streuenden ETFs.

Aus den bereits zuvor beim Status quo genannten Gründen erscheint es unmittelbar einleuchtend, dass auch die nach Szenarien differenzierte Schätzung der Wertentwicklung inklusive Kaufkraftentwicklung nur einheitlich nach gesetzlich genau definierten Vorgaben stattzufinden hat, wobei ein (wirklich) unabhängiges Gremium von Expertinnen und Experten hierfür Vorschläge unterbreiten könnte, zum Beispiel mit verantwortlichen Personen der Stiftung Warentest oder auch der Deutschen Rentenversicherung und der Verbraucherzentralen. Heranzuziehen wären auch die Analysen der Deutschen Bundesbank zu Schätzungen mit Szenarien der Wertentwicklung verschiedener Zahlungsströme und Vermögensarten und gegebenenfalls auch des Statistischen Bundesamtes.

6.2.4 Hinweise zur Notwendigkeit einzelner Formen der Einkommenssicherung

Zusätzlich zu den Einträgen bzw. Datenmeldungen im Status quo des Dashboards braucht es unabhängige, vor allem anbieter- und vertriebsunabhängige Einschätzungen und Hinweise zur Notwendigkeit einzelner Formen der Einkommenssicherung vor und in der Altersvorsorge, insbesondere aus Layer 1, gegebenenfalls altersabhängig, zum Beispiel zur Berufsunfähigkeitsversicherung oder zur privaten Haftpflichtversicherung. Dies kann auch mit einem Hinweis auf einen „Versicherungsscheck“ der unabhängigen Stiftung Warentest verbunden sein (vgl. zum Beispiel Stiftung Warentest 2019b).

Hierbei haben einfache, klare, verständliche und vergleichbare Informationen zu Finanzprodukten in standardisiertem Format gerade bei der Digitalisierung der Kundenbeziehung eine große Bedeutung (Oehler 2017a, 2021f). So zeigt bereits die erste wissenschaftliche Evaluierung zur Gestaltung von sogenannten PIBs (Produktinformationsblätter oder auch short-form disclosure documents, key investor information documents) für Deutschland, dass eine mit klaren Mustertexten operierende Regulierung auf der Basis von Mindestanforderungen an die Kennzeichnung aller wesentlichen Finanzprodukte für Verbraucherinnen und Verbraucher einen hohen Nutzwert für diese hätte (Oehler 2012a, 2015g). Der Einsatz standardisierter Produktinformation ist also eng mit dem Nutzen der Online-Beratung zur Altersvorsorge verknüpft (Oehler 2015f, vgl. auch Oehler et al. 2016a).

Eine aktuelle Umfrage zur Einschätzung von Informationen zu Finanzen, zu deren Quellen sowie zur Häufigkeit einer Finanzplanung zeigt grundsätzlich, dass nicht nur solche Personen, die nahe am Ruhestand sind oder diesen bereits begonnen haben, sondern sehr wohl auch jüngere Erwachsene Interesse und Aktivität zeigen (Abbildungen 13 bis 15):

Abbildung 13: Sind Informationen über Geldangelegenheiten und Finanzen für Sie ...? (Bankenverband 2020, 8)

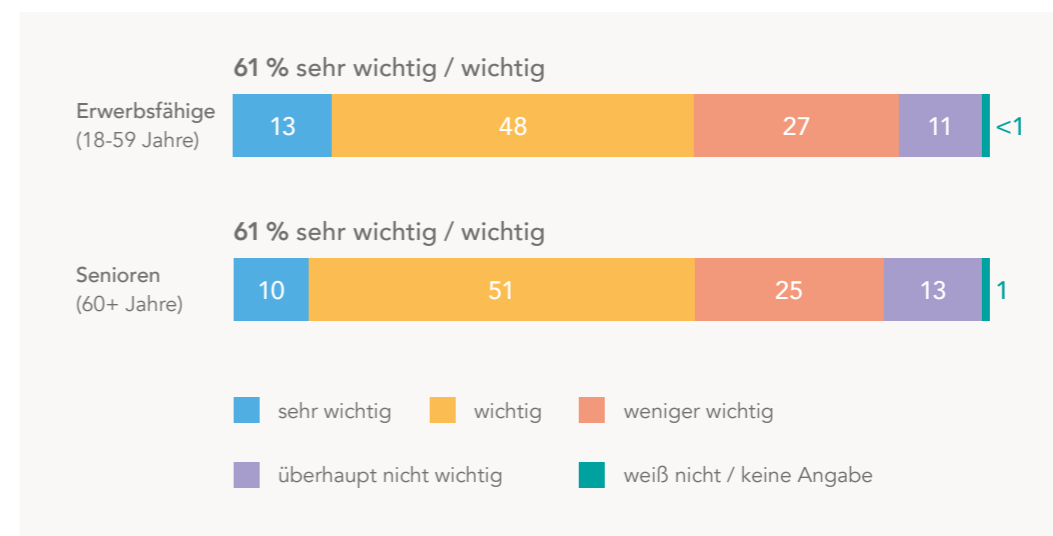


Abbildung 14: Von wem beziehen Sie solche Informationen, wie zum Beispiel über Finanzprodukte in erster Linie? (Bankenverband 2020, 9)

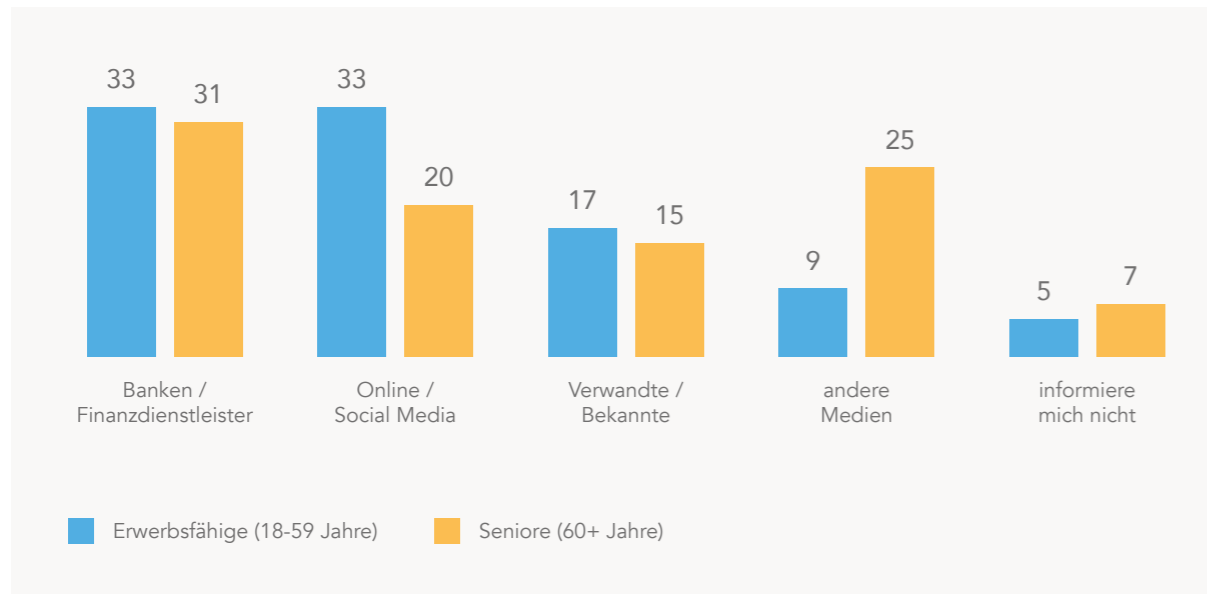
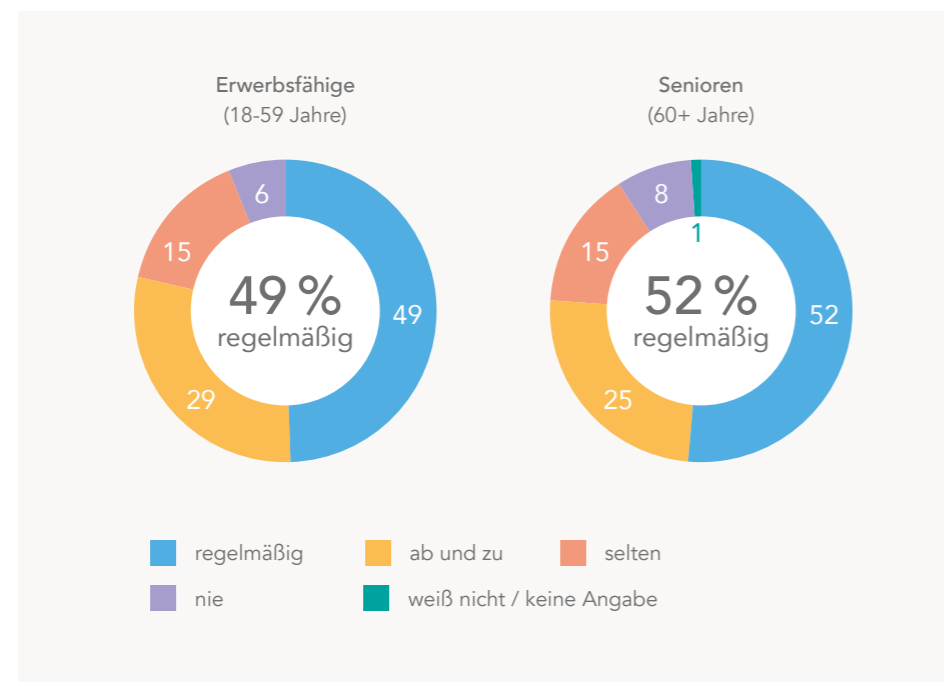


Abbildung 15: Wie häufig nehmen Sie sich die Zeit, um sich um Ihre finanziellen Angelegenheiten zu kümmern, wie zum Beispiel Ihre Einnahmen und Ausgaben zu planen oder Sparziele festzulegen? (Bankenverband 2020, 10)



Bereits allein schon die mangelnde rechtzeitige und systematische Publikation der Produktinformation außerhalb konkreter Beratungsangebote stellt einen schweren Mangel der bestehenden Regulierung dar. Hinzu kommt die extrem zersplitterte, dringend zu entrümpelnde Regulierung zu Produktinformationen für Finanzdienstleistungen (Oehler 2017a), die aus Kundensicht zur Lösung verwandter Problemlagen wie der Altersvorsorge dienen sollen.

Auch verbleibt bis heute die Frage, warum noch immer bei manchen Produkten wie privaten Rentenversicherungen mit der Methode des internen Zinsfußes operiert wird, wo doch auch ohne akademische Ausbildung hinlänglich klar ist, dass diese Methode grundsätzlich nicht zum Produktvergleich taugt. Daran hat leider auch die europäische Regulierung nichts geändert, im Gegenteil, die gerade erst in Kraft gesetzten PRIIPs-KIDs sind schon wieder in der Überarbeitung, unter anderem aufgrund der irreführenden Szenarios aufgrund zu kurzer Zeitreihen (Marktwächter Finanzen 2018).

Für die Produktinformation zu Finanzdienstleistungen und die gesamte thematisierte Online-Beratung zur Altersvorsorge gehört aber insbesondere auch: „Effektiv, ggf. auch effizient und insbesondere verbraucherfreundlich dagegen wäre eine grundsätzliche **Beweislastumkehr**, kombiniert mit einer einfachen und preiswerten Rechtsdurchsetzung und Kontrolle.“ (Oehler 2012c, vgl. auch Oehler 2008, 2009a, 2009b).

6.2.5 Hohe Datensicherheit und hoher Datenschutz

Es bedarf einer staatlich garantierten und kontrollierten hohen **Datensicherheit** und eines entsprechenden **Datenschutzes**. Dies kann bei der technischen Umsetzung des Dashboards gegebenenfalls auch durch eine **dezentrale Lösung** erreicht werden. Hierfür installiert jede bzw. jeder das Dashboard selbst auf einem Device (Desktop, Laptop, Tablet, Smartphone etc.). Die Daten für die Produkte der Layer können nach erfolgter Online-Authentifizierung (zum Beispiel via QR-Code oder vergleichbar) entweder über Push-Verfahren von den Anbietern bereitgestellt oder offline durch die Bürgerinnen und Bürger selbst eingepflegt werden. Eine zentrale Datenerfassung, Datenzusammenführung und Datenspeicherung für das Dashboard wären also nicht notwendig und erscheinen aus Gründen der Datensparsamkeit („need to know“) nicht wünschenswert und erforderlich. Insofern kann hinsichtlich Datensparsamkeit und Datenschutz ein weiterer Mangel im zitierten Gesetzentwurf der Bundesregierung gesehen werden (säulenübergreifende Renteninformation ab frühestens Ende 2023, BMAS 2020, Bundesregierung 2020). In der von der Deutsche Renten Information (2020) angedachten Lösung scheint eher eine dezentrale, bei Kundinnen bzw. Kunden lozierte Variante vorgesehen zu werden.

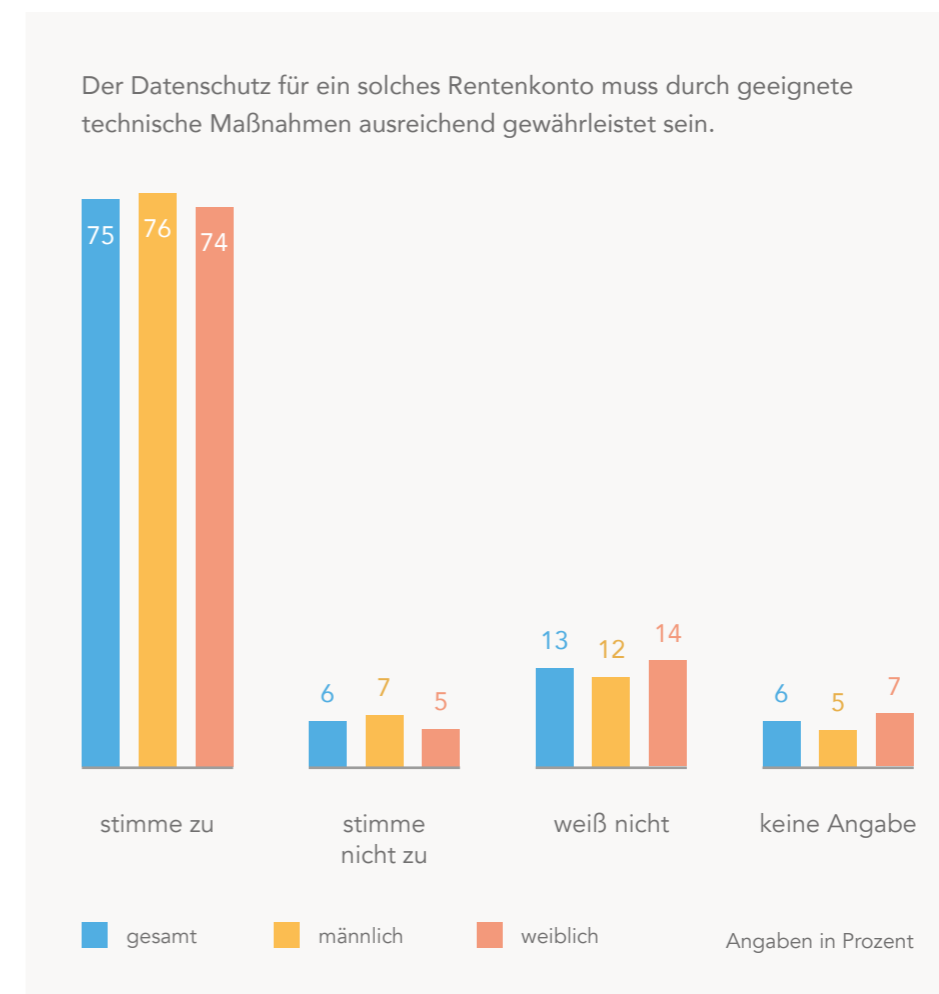
Insgesamt dürfte es eine wesentlich einfachere und schneller zu realisierende sowie gleichzeitig datensparsamere und datenschützendere Lösung sein, allen Interessierten eine kostenlose Dashboard-App für Tablet, Smartphone, Laptop oder Desktop etc. zur Verfügung zu stellen, mit nach Inhalt und Form sowie bei Schnittstellen gesetzlich genau definierten Standards (siehe oben). Hierin wären von allen Anbietern und Plattformen nach definiertem Muster zur Verfügung gestellte Daten und Begleitinformationen einzutragen und regelmäßig mit Updates zu versehen, gegebenenfalls auch mit vereinfachten Lösungen, zum Beispiel via QR-Code oder vergleichbar, für die einfachere Zusatzerfassung durch die Kundinnen und Kunden, zum Beispiel während einer Übergangszeit.

Außerdem muss die Dashboard-App eine Funktion bereitstellen, mit der Bürgerinnen und Bürger die Daten **portieren** können, sowohl für die eigene Datensicherung als auch für das Online-Teilen mit einer individuellen Empfängerin bzw. einem individuellen Empfänger (zum Beispiel Beraterinnen und Berater, Informationsgeberinnen und -geber, Mittlerinnen und Mittler, Maklerinnen und Makler). Im Gegensatz zu einer zentralen Lösung würden Bürgerinnen und Bürger also in die Lage versetzt, selbst individuell zu bestimmen und nachvollziehen zu können, welchen individuellen natürlichen Personen sie wann Zugriff auf ihre Daten gewähren.

Gesetzlich genau definierte Standards für die Schnittstellen sind außerdem die Voraussetzung, um zukünftig einen Datenaustausch zwischen der Dashboard-App und weiteren auf dem Device installierten Apps zu ermöglichen. Für die Entwickler wäre somit ein Level Playing Field geschaffen, innerhalb dessen ihre gegebenenfalls auch kostenpflichtigen innovativen Apps (zum Beispiel Zusatztool zur Einschätzung künftiger Ein- und Auszahlungen (siehe Kapitel 6.2.6), Versicherungschecks, Robo-Advisor für Geldanlage und Auszahlungspläne, Steueroptimierer, etc.) unter Berücksichtigung von Datensicherheit und eines entsprechenden Datenschutzes miteinander in Wettbewerb treten.

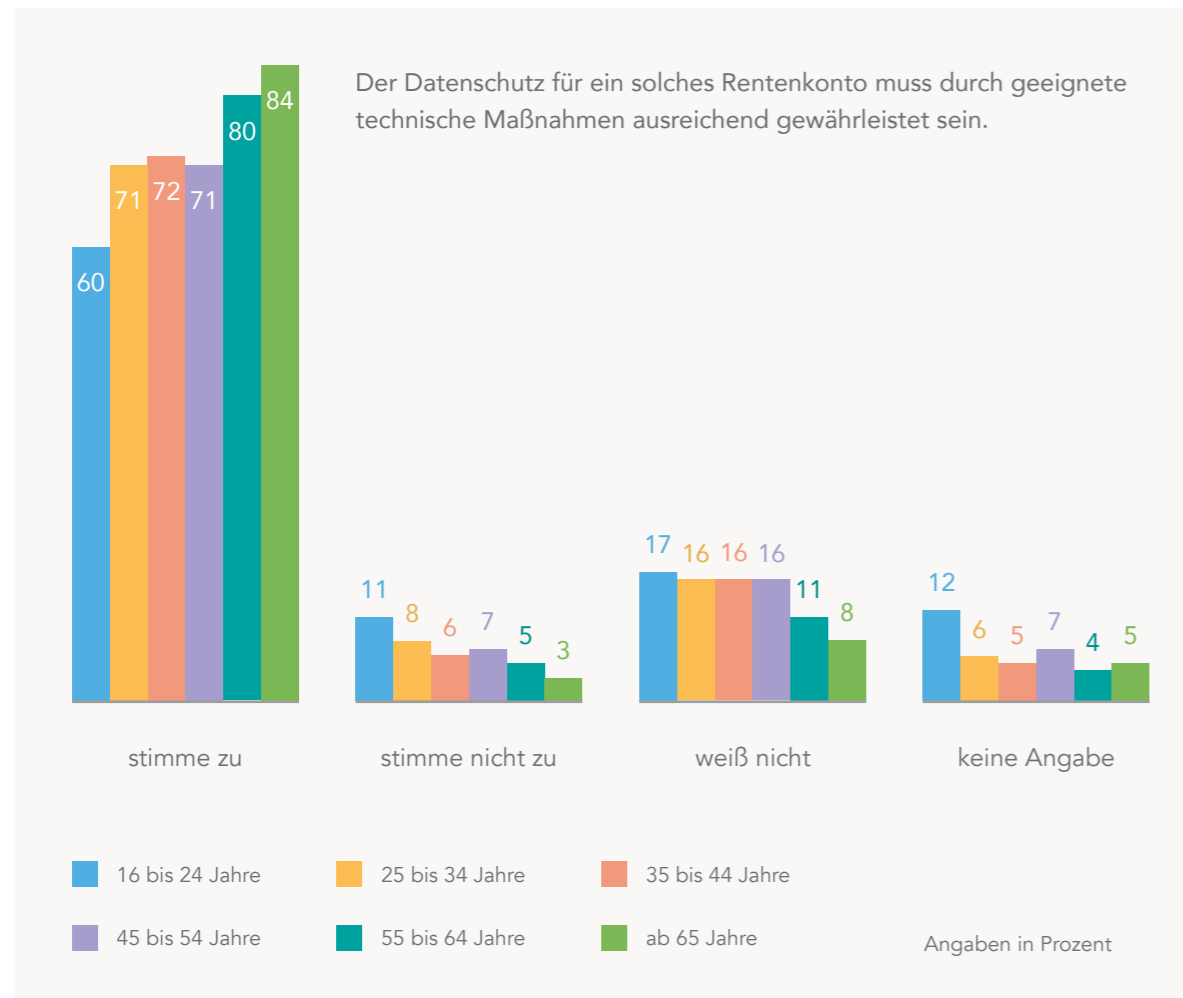
Eine aktuelle Befragung zur Thematik „Rentenkonto“ und Datenschutz zeigt das überzeugende Bild einer großen Notwendigkeit auf (Abbildung 16):

Abbildung 16: Wie stehen Sie zu folgenden Aussagen?
(Insa-Meinungstrend/DIA 2017, 9)



Ältere Befragte sind häufiger der Meinung, dass der Datenschutz eines Rentenkontos ausreichend gewährleistet werden muss (Abbildung 17):

Abbildung 17: Wie stehen Sie zu folgenden Aussagen?
(Insa-Meinungstrend/DIA 2017, 10)



Weitere Features, zum Beispiel Zusatztools zum Check von wesentlichen Ein- und Auszahlungen (siehe unten), sollten nur durch ausdrückliche Veranlassung der Nutzerinnen und Nutzer eingefügt werden und ebenfalls stets und ausschließlich tracking- und werbefrei sein.

6.2.6 Zusatztool zur Einschätzung künftiger Ein- und Auszahlungen

Erfolgversprechend könnte ein **Zusatztool** sein, in dem jede bzw. jeder mit verständlichen Anleitungen und Hinweisen ihre bzw. seine zukünftig anfallenden **Einzahlungen und Auszahlungen** abschätzen kann, insbesondere in Richtung auf einen zukünftigen oder bereits erfolgten Eintritt in den Ruhestand, bei dem nicht zwingend nur höhere Auszahlungen und geringere Einzahlungen auftreten müssen (vgl. hierzu zum Beispiel den eher noch rudimentären „Ausgabecheck“ in Stiftung Warentest 2019a); ergänzt auch um Hinweise, wie Auszahlungen abgebaut oder neue Einzahlungen bewirkt werden können.

Hierzu gehören auch Schätzungen („Hochrechnungen“) zum Beginn des Ruhestands (oft „Rentenbeginn“) unter Einbeziehung bestimmter Annahmen

- zur Kaufkraft (siehe oben),
- zur Einkommensbesteuerung und
- zu Sozialabgaben wie Kranken- und Pflegeversicherung.

Grundsätzlich berücksichtigt werden sollten in einem solchen Tool auch realistische Schätzungen von

- Basisausgaben, zum Beispiel für Wohnen inklusive Energie, Ernährung, Mobilität oder für grundlegende Versicherungen aus Layer 1 (Privathaftpflichtversicherung, gegebenenfalls Risikolebensversicherung zugunsten Dritter, Auslandskrankenversicherung), einschließlich höherer Ausgaben als bislang, zum Beispiel für Baumaßnahmen zum altengerechten Wohnen, haushaltsnahe Unterstützungsleistungen, zusätzliche Gesundheitsleistungen;
- Zusatzausgaben, zum Beispiel für Versicherungen aus Layer 2 (Unfallversicherung, zusätzliche private Krankenversicherung, zusätzliche private Pflegeversicherung) oder für Freizeit mit Theater/Kino/Konzert oder Restaurantbesuche und Urlaub;
- möglicherweise auch Extraausgaben, zum Beispiel für (teure) Geschenke und ähnliches;
- gegebenenfalls Ratenzahlungen aus Kreditverträgen.

Die genannten zentralen Forderungen, insbesondere die Umsetzung der zentralen Handlungsempfehlung, ein umfassendes **Online-Dashboard zur Altersvorsorge als digitale Übersichtsseite oder digitale Instrumententafel** jeder Bürgerin und jedem Bürger kostenlos zur Verfügung zu stellen, in der differenziert ausgeführten Form, wird zusammen mit den dringend notwendigen qualitativ hochwertigen Produktinformationen auf der Basis der schon heute zufriedenstellenden **Financial Literacy** und des hohen **Interesses an der Altersvorsorge** und verwandten finanziellen Themen (siehe die Analyse in Kapitel 5), gerade auch bei jüngeren Erwachsenen, den betroffenen Menschen nicht nur zu einer weiter wachsenden Financial Literacy verhelfen, sondern auch das Interesse an und das Vertrauen in die diversen Altersvorsorgesysteme stärken.

6.3 VERTRAUEN IN PERSONEN UND INSTITUTIONEN ALS RELEVANTER FAKTOR

Hinsichtlich einer Förderung und Intensivierung des Vertrauens in Personen und Institutionen führen Wendt et al. (2021) aus: „Geht man von einer weiter fortschreitenden Digitalisierung in vielen Lebensbereichen aus, erscheint ein Ausbau der Grundlage für institutionelles Vertrauen im Sinne einer Stärkung der institutionellen Vertrauenswürdigkeit erforderlich. Mögliche Maßnahmen umfassen dabei eine Erhöhung der Transparenz von Gesetzgebungsverfahren und eine Vereinheitlichung rechtlicher Regeln zu vergleichbaren Sachverhalten (selbst wenn diese Sachverhalte in unterschiedlichen Lebensbereichen vorliegen); diese Maßnahmen zielen auf die Schaffung einer Vertrauensgrundlage durch Offenlegung von Interessenkonflikten (Transparenz über Informations-, Gestaltungs- und Betroffenheitsasymmetrien) und durch Komplexitätsreduktion (Berücksichtigung von Bounded Rationality) ab. Zudem erscheint als Vertrauen schaffende Maßnahme eine Stärkung der Rechtsdurchsetzung sinnvoll, um Verbraucher vor Ausnutzung ihrer Vulnerabilität zu schützen (aufsichtliche Maßnahmen, Überprüfung) und die Möglichkeiten, ihre Interessen juristisch durchzusetzen, zu stärken (bspw. Beweislastumkehr) (vgl. Oehler 2012f, 2012g).

Darüber hinaus sind die begrenzten Kapazitäten zur Informationsaufnahme und -verarbeitung stärker zu berücksichtigen. Möglichkeiten liegen neben der Vereinheitlichung von rechtlichen Regeln hierbei insbesondere in der Berücksichtigung von Anforderungen an Verbraucherinformationen, d.h. Anforderungen an die Informationen, die Verbraucher von Anbietern von Produkten und Dienstleistungen erhalten (Oehler/Wendt 2017). Die häufig angeführte Forderung einer Verbesserung der Literacy in verschiedenen Lebensbereichen (bspw. Financial Literacy) ist von der Grundidee her zwar begrüßenswert, praktisch aber aufgrund der Bounded Rationality bei gleichzeitig komplexeren Sachverhalten und schnelleren Entwicklungen in vielen Lebensbereichen nur bedingt erreichbar (Oehler/Wendt 2017, 2018).“

Eine aktuelle Analyse zur Frage, welche Marktseite eher die Lasten von Missbrauch wie digitalen Angriffen oder ungerechtfertigten Verlusten im Online-Banking faktisch zu tragen hat, kommt ernüchternd zu der Einschätzung (Kjørven 2020, 77): „The analysis shows that consumers are often left to deal with the losses caused by online financial fraud. It is argued that the digitalisation of the financial services industry has in practice led to a shift in who bears the risk for attacks against financial institutions. This conflicts with the EU’s stated policy goals to provide strong consumer protection in the field of cybercrime. The paper concludes that a larger portion of the losses incurred from online financial fraud should be allocated to financial institutions.“

Die Deutsche Bundesbank (2020) gelangt in ihrer aktuellen Untersuchung zu Ausmaß und Motiven der Bargeldhaltung zu dem Schluss: „Vielmehr scheint mangelndes Vertrauen in die Sicherheit und Belastbarkeit der technischen Infrastruktur (z. B. Angst vor Hackerangriffen) ein wichtiger Erklärungsfaktor für Bargeldreserven zu sein.“

Im Hinblick auf eine mögliche voranschreitende Online-Information und Online-Beratung zur Altersvorsorge mit Exploration bzw. Diagnose, Information und Aufklärung sowie Empfehlung verbleibt dann schließlich die Frage, welche Konsequenzen eine immer weiter fortschreitende Selbst-Exploration, Selbst-Aufklärung und Selbst-Empfehlung auf die immer stärker beanspruchten Zeitbudgets von Bürgerinnen und Bürgern hat? Außerdem: Führt die zunehmende zeitliche Beanspruchung in der immer weiter selbstbedienten analogen und digitalen Welt zu einer veränderten Risiko-Rendite-Teilung, zum Beispiel in der Form, dass auf „eigene Kosten“ und in Selbstverantwortung immer mehr wesentliche Informationen selbst eruiert, akquiriert sowie verstanden werden müssen und gleichzeitig immer stärker die Folgen daraus ebenfalls selbst zu tragen sind, insbesondere bei den für Bürgerinnen und Bürger ohnehin schwer zu prüfenden Sachgütern und Dienstleistungen der Altersvorsorge, die in der Regel Vertrauensgutcharakter besitzen (Haftungsreduzierung)?

Einige Expertinnen und Experten befürchten ohne die als dringend erforderlich angesehenen wesentlichen Maßnahmen, wie das hier vorgeschlagene umfassende, aber datensparsame Dashboard und die hohe Standardisierung hinsichtlich Produkten und Produktinformationen, dass dies zu einer vermehrten Unsicherheit bei den Bürgerinnen und Bürgern bis zu einer „Verweigerung“ führen könnte, sich mit den ohnehin eher „trockenen“ Themen der Altersvorsorge zugunsten anderer privater Interessen zu befassen. Andererseits seien es gerade die „altersvorsorgebetroffenen“ jüngeren Jahrgänge gewohnt, vom Online-Einkauf bis zu Online-Spielen vieles online abzuwickeln. Betont wird dabei, es sei vor allem wichtig, durch geeignete Maßnahmen (siehe oben) das Bewusstsein zur Notwendigkeit einer Altersvorsorge sowie das zugehörige Vertrauen zu erhalten und auszubauen, grundsätzlich egal, ob analog oder online (vgl. auch van der Cruisen et al. 2020).

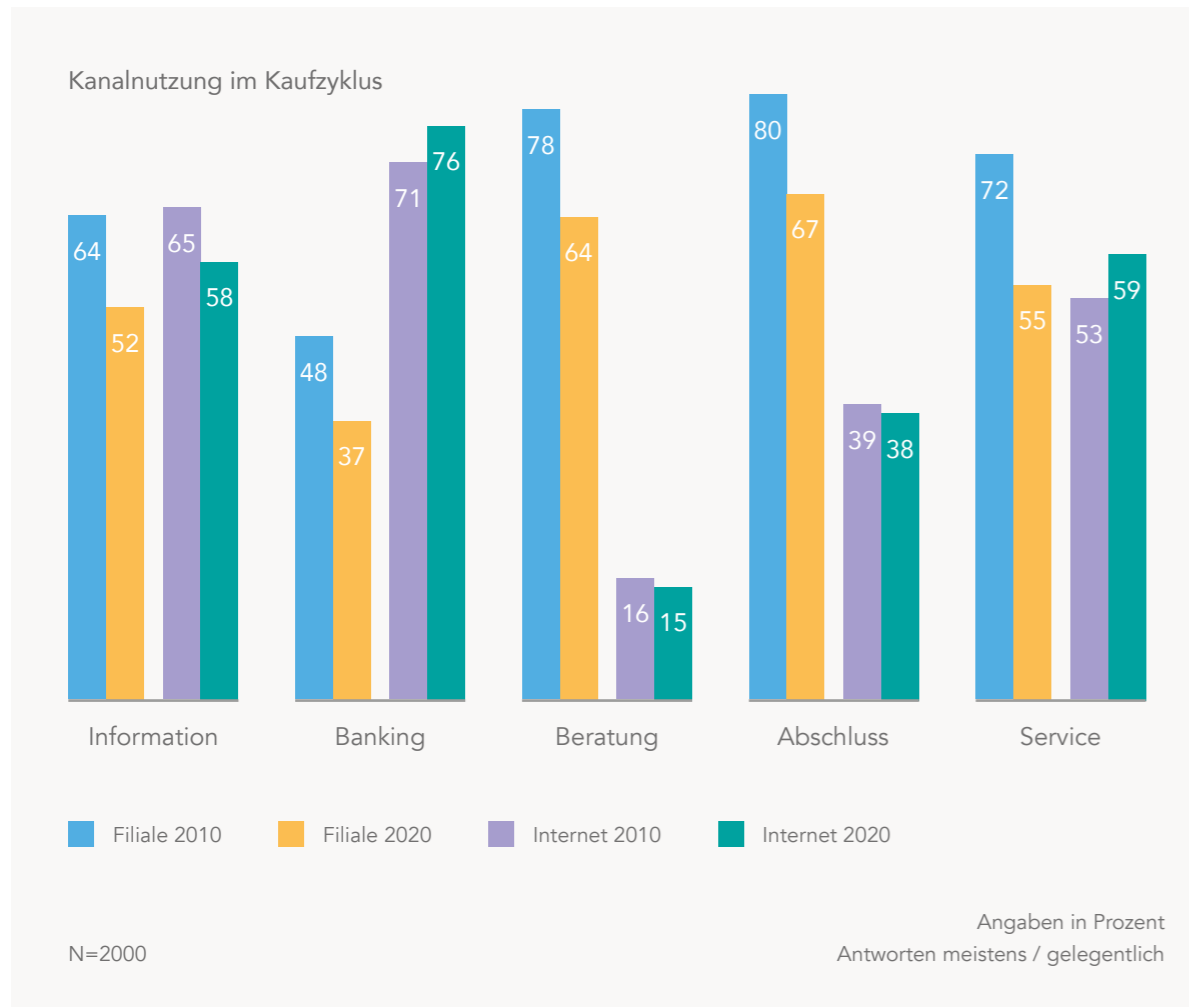
Damit verbunden wird zusätzlich betont, wie wichtig eine gewisse Regelmäßigkeit der Beschäftigung mit der Altersvorsorge sei (siehe oben), was dann wiederum die Barrieren im Zugang zur Thematik online und offline geringer hielte. Heute würde dagegen eher keine regelmäßige Nutzung einer Online-Lösung denkbar sein, da weniger kurzfristige Anpassungen, Umstrukturierungen etc. erwartet würden, darauf wären viele Altersvorsorgeprodukte auch bislang gar nicht ausgelegt.

Kühnlenz von der Stiftung Warentest hatte zu einer früheren Studie zur digitalen Finanzberatung bereits kritisch differenzierend ausgeführt (Kühnlenz zitiert nach Oehler 2017a): „Zu einer Finanzberatung gehört eine ausführliche Anamnese der persönlichen Situation. Gegenstand dieser sollte die Ermittlung der Anlageziele (Anlagedauer, Risikobereitschaft, Anlagezweck), der finanziellen Verhältnisse (Nettoeinkommen, Vermögen und Verbindlichkeiten), der Kenntnisse und Erfahrungen im Wertpapierbereich, der persönliche Merkmale des Anlegenden (Alter, Familienstand, Beruf und Ausbildung) sowie die Erstellung eines Kundenrisikoprofils sein. Nach unserer Analyse bietet das kein aktuelles Online-Tool. Es reicht nicht, spielerisch die Risikotoleranz und den Anlagehorizont zu ermitteln. Eigentlich handelt es sich deshalb derzeit nicht um eine Finanzberatung, sondern um eine Empfehlung, die eher für allgemeine Modellfälle passend erscheint und zu wenig individuellen Charakter enthält.“

... Grundsätzlich halten wir es für erforderlich, dass bei digitalen Beratungsangeboten klar über die Rahmenbedingungen informiert wird, und zwar bevor der interessierte Verbraucher in den Beratungsprozess einsteigt. Er soll in die Lage versetzt werden, verschiedene Angebote miteinander zu vergleichen. Also welche Angaben im Rahmen der Anamnese erhoben werden, nach welchen Überlegungen Anlageempfehlungen gegeben werden und aus welchen Asset-Klassen diese stammen können. Darüber hinaus sollte das Geschäftsmodell des Anbieters transparent gemacht (wie finanziert sich die Dienstleistung) und eventuelle Abhängigkeiten genannt werden.“

In diesem Kontext zeigt eine aktuelle Studie, dass mit Bezug zu Informationen und Online-Banking wie Zahlungsverkehr das Internet eine gleich große bzw. dominante Rolle spielt, jedoch bezüglich Beratung und Abschluss weiterhin die Filiale einen wesentlichen Anlaufpunkt darstellt (vgl. Abbildung 18). Dies gilt wohl insbesondere auch für Jüngere (Oehler 2017a).

Abbildung 18: Kanalnutzung in den letzten zehn Jahren ohne gravierende Veränderungen (IM 2020, 31)



6.4 REALITÄTSNAHER UMGANG MIT FINANCIAL LITERACY: FÖRDERUNG EINER META-LITERACY UND DIE NOTWENDIGKEIT VON „INFORMATIONSLOTSSEN“

Insgesamt bleibt hinsichtlich einer Financial Literacy mit Bezug zur Forderung aus der grauen Theorie des „Elfenbeinturms“ nach „mündigen“ Verbrauchern festzuhalten: „Angesichts der permanenten Informationsüberflutung stellt ein Kern der Verbraucherbildung dar, die Wichtigkeit und Relevanz der Informationen, die für eigene Problemlösungen geeignet erscheinen, selektieren zu können. Entsprechend den Ergebnissen zur Behavioral Economics & Finance und unterstützt durch die hierzu ebenso vorliegenden Daten aus dem Bereich Neuro Economics liegt es nahe (vgl. zum Beispiel Oehler 2011), dass Verbraucherinnen und Verbraucher nicht in jedem wichtigen Lebens- und Konsumbereich permanent alle wichtigen Informationen wahrnehmen, verarbeiten und abrufbar speichern sowie in ihrer Erwartungsbildung und Entscheidung berücksichtigen können.

Nicht so sehr zahlreiches Detailwissen, sondern allenfalls exemplarische Aspekte und vor allem eine sogenannte Meta-Bildung scheinen eher zielführend zu wirken. In der Regel wird es darum gehen zu lernen, wie man Expertise findet, ohne selbst jeweils Experte werden zu müssen. Informationssuche und Informationsanalyse sind mit dem Ziel zu gestalten, Informationen zur Kompetenz und Glaubwürdigkeit von Informationen und Informationsquellen zu erhalten, also Expertise zu erkennen.

Meta-Bildung betrifft damit Bausteine, die helfen, die jeweilige Problem- und Entscheidungssituation grundsätzlich zu lösen, zum Beispiel mit Antworten zu Fragen wie: Wo finde ich Vertrauenspersonen? Wie finde ich geeignete unabhängige, aktuelle Informationsquellen? Wie finde ich interessante Informationen, wie entlarve ich ungläubwürdige Quellen und dahinterstehende Interessen? Wann kann ich einem Ratschlag vertrauen? Wie lerne ich, ob der gewählte Informations- und Entscheidungsweg in einem Fall auch für ein anderes Beispiel passt? (Oehler/Wilhelm-Oehler 2011; Oehler 2012b, 2012d, 2012e).

Dabei spielen „Informationslotsen“, zum Beispiel die Stiftung Warentest, die Verbraucherzentralen, Verbrauchertrainer oder andere vergleichbare NGOs sowie ggf. Ausbilderinnen und Ausbilder, eine wesentliche Rolle. Nicht jeder kann in allen Bereichen Experte werden und es reicht grundsätzlich aus, auf fundierter fachlicher Grundbildung jeweils passende, geeignete Expertise zu finden und die notwendige Sensibilität für interessengeleitetes Handeln ökonomischer Akteure zu erlernen.

Längst haben wir in allen lebenswichtigen Bereichen wie der Daseinsvorsorge die Grenzen der Individualisierung erreicht. Ohne eine solche Meta-Bildung und die „kollektive Dimension“ der Verbraucher kann in vielen lebenswichtigen Konsumbereichen eine Passung und Geeignetheit nur verfehlt werden. Meta-Bildung im Zusammenspiel mit „Informationslotsen“ entlastet also Verbraucherinnen und Verbraucher, nicht permanent in allen wichtigen Lebensbereichen kundig und omnikompetent sein zu müssen, ohne Illusion und Hybris über die eigene Kompetenz und ohne empfundenes Leid über die eigene Überforderung.

Zur Meta-Bildung gehören lebensnahes Training, in der Schule beginnend, genauso wie lebenslanges, praxisnahes Training nach der Schule, für Erwachsene, vorzugsweise am Ort des Problems und der Betroffenheit. Dafür bedarf es weniger einer (frontalen) Wissensvermittlung im „Kinoprinzip“ mit viel Gedrucktem oder digital Gespeichertem, sondern vor allem eines regelmäßigen „Übens“ an Praxisfällen in Alltagssituationen. Hand in Hand sind Risikoverständnis ... und Selbstkontrolle in der analogen und in der Digitalen Welt zu trainieren, also einerseits ein Basis-Wissen über zentrale Fakten und Zusammenhänge insb. zum Erkennen interessengeleiteten Verhaltens aufzubauen und andererseits Fertigkeiten zu entwickeln, lebenswichtige Bereiche mit Expertise Dritter selbst steuern zu können, statt gesteuert zu werden.“ (Oehler 2021f).

Hierbei können das vorgeschlagene Online-Dashboard und das Zusatztool zur Einschätzung künftiger Ein- und Auszahlungen einen wichtigen Beitrag leisten. Online-Dashboard und Zusatztool versetzen die Bürgerinnen und Bürger überhaupt erst in die Lage, ein realistisches Bild ihrer aktuellen und zukünftigen Altersvorsorgesituation zu erhalten. Derlei Ist- und Plan-Situationen sind Grundvoraussetzung für das Erkennen und Verstehen zentraler Fakten und Zusammenhänge und damit, gegebenenfalls auch unterstützt durch Informationslotsen, für die Selbstkontrolle über die eigene finanzielle Zukunft.

7 SCHLUSSBEMERKUNG

Für die Zukunft wäre also bedeutsam, das individuelle Bewusstsein und Verständnis für rechtzeitige und regelmäßige Altersvorsorgeentscheidungen auf der Basis aktueller Informationen zu den geschätzten Zahlungsströmen aus den genannten Quellen der Layer 1 und 2 zu fördern. Damit würde auch die Sichtweise gestärkt werden, regelmäßig ein- bis zweimal pro Jahr und bei wesentlichen Änderungen im Life Cycle nachzuschauen und zu überlegen, ob Anpassungen in der Altersvorsorge sinnvoll sind und notwendig werden.

Es kann dabei effektiv und effizient sein, sowohl für Bürgerinnen und Bürger als auch für Anbieter, in der hier in dieser Studie vorgeschlagenen Lösung eines umfassenden Dashboards zur Online-Altersvorsorge zunehmend eine standardisierte Online-Information und Online-Beratung einzusetzen und zu nutzen.

Dafür sollte zeitnah ein Pilotprojekt gestartet werden, wahrscheinlich in Zusammenarbeit mit einem einschlägigen und seriösen FinTech, das zeigt, wie in vertretbarer Zeitachse und mit überschaubarem Aufwand das hier vorgeschlagene Dashboard als Lösung für alle Bürgerinnen und Bürger funktionsfähig gestaltet sein kann, einfach, verständlich und regelmäßig nutzbar, verbunden mit einem „joy of use“, natürlich datensparsam und datenschutzgerecht.

LITERATUR

- Agnew, R., Bateman, H., Thorp, S., 2013, Financial Literacy and Retirement Planning in Australia, *Numeracy* 2, 1-25.
- Anderson, A., Baker, F., Robinson, D.T., 2015, Optimism, Financial Literacy and Participation, Working Paper, Stockholm.
- Aubram, T., Kovarova-Simecek, M., Wanzenried, G., 2016, Financial Literacy, Pension Planning, and Investment Behavior, Working Paper, UAS St. Pölten.
- Bateman, H., Eblin, C., Geweke, J., Louviere, J., Satchell, S., Thorp, S., 2012, Financial Competence and Expectations Formation: Evidence from Australia, *Economic Record* 88, 39-63.
- Bernheim, D., Garrett, D.M., Maki, D.M., 2001, Education and Saving: The Long-term Effect of High School Financial Curriculum Mandates, *Journal of Public Economics* 80, 435-465.
- Billen, G., 2015, Interview Staatssekretär Gerd Billen: „Honorarberatung muss ergebnisoffen sein“, 9.7.2015, http://www.bmjv.de/SharedDocs/Interviews/DE/2015/Online/20150709_der-Honorarberater_Billen.html;jsessionid=F466CA5F75340DBE94D82680074D4D9B.1_cid297; zuletzt abgerufen am 10.9.2015.
- BMAS, 2020, Die digitale Rentenübersicht kommt, <https://www.bmas.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2020/digitalerentenubersicht-kommt.html>; zuletzt abgerufen am 28.8.2020.
- BMELV, 2014, Wie erreicht man „Gute Verbraucherinformation“?, 13.10.2014, https://www.bmjv.de/SharedDocs/Artikel/DE/2014/10132014_Gute_Verbraucherinformation.html; zuletzt abgerufen am 27.8.2017.
- BMF, 2015, Zahlungskonto für Alle, http://www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Standardartikel/Themen/Internationales_Finanzmarkt/20141219-Zahlungskonto.html; zuletzt abgerufen am 3.8.2015.
- BMJV, 2015, Leitfragen für die gute Gestaltung von Verbraucherinformationen durch Normgeber und Informationsanbieter, Berlin, Januar. https://www.bmjv.de/SharedDocs/Artikel/DE/2014/10132014_Gute_Verbraucherinformation.html; zuletzt abgerufen am 27.8.2017.
- Bucher-Koenen, T., Lusardi, A., Financial Literacy and Retirement Planning in Germany, Netspar Discussion Paper 01/2011-020.
- Bundesregierung, 2020, Entwurf eines Gesetzes zur Verbesserung der Transparenz in der Alterssicherung und der Rehabilitation sowie zur Modernisierung der Sozialversicherungswahlen (Gesetz Digitale Rentenübersicht), <https://www.bmas.de/DE/Service/Gesetze/gesetz-digitale-rentenubersicht.html>; zuletzt abgerufen am 28.8.2020.
- Deepak, C.A., Singh, P., Kumar, A., 2015, Financial Literacy Among Investors: Theory and Critical Review of Literature“, *International Journal of Research in Commerce, Economics, and Management* 5, 99-103.
- Department for Work & Pensions, 2018, Pensions Dashboards, London.
- Deuffhard, D., Georganakos, D., Inderst, R., 2015, Financial Literacy and Saving Account Returns, Working Paper, Frankfurt.
- Deutsche Bundesbank, 2020, Ausmaß und Motive der Aufbewahrung von Bargeld in deutschen Haushalten, *Monatsbericht* Juli, 47-60.
- Deutsche Renten Information, 2019, Wer die Rentenbombe entschärfen will, braucht ein Rentencockpit, <https://www.deutsche-renten.info/news/pressemitteilung-wer-die-rentenbombe-entschaerfen-will-braucht-ein-rentencockpit/>; zuletzt abgerufen am 29.6.2020.
- Deutsche Renten Information, 2020, Unser Rentencockpit, <https://www.deutsche-renten.info/rentencockpit/>; zuletzt abgerufen am 6.10.2020.
- Deutsche Rentenversicherung Baden-Württemberg, 2020, Altersvorsorge: Pro Sicherheit im Alter (PROSA), Karlsruhe.
- DIA, 2017, Deutschland hinkt beim Online-Rentenkonto hinterher, <https://www.dia-vorsorge.de/fokus/dia-studien/deutschlandhinkt-beim-online-rentenkontohinterher/>; zuletzt abgerufen am 24.8.2020.
- Dixon, M., 2006, Rethinking Financial Capability. Lessons from Economic Psychology and Behavioural Finance, Institute for Public Pension Policy Research York, London.
- Dombret, A., 2015, Moderner Banküberfall, *Süddeutsche Zeitung*, 31.8.2015, 18.
- Dorman, T., Mulholland, B. S., Bi, Q., Evensky, H., 2016, The Efficacy of Publicly-Available Retirement Planning Tools, Working Paper.
- Elsner, D., 2018, Lebensversicherung - Jährliche Standmitteilungen: Information und Schutz der Verbraucher, BaFin, [https://www.bafin.de/SharedDocs/Veroeffentlichungen/DE/Fachartikel/2018/fa_bj_1804_Lebensversicherung.html;jsessionid=1484E6824D07F99DCA1613C1CB1C083E.2_cid393#doc10756022bodyText4](https://www.bafin.de/SharedDocs/Veroeffentlichungen/DE/Fachartikel/2018/fa_bj_1804_Lebensversicherung.html;jsessionid=1484E6824D07F99DCA1613C1CB1C083E.2_cid393#doc10756022bodyText4;); ; zuletzt abgerufen am 7.10.2019.

ERGO, 2012, Verständlichkeit von Informationen. Köln.

ESMA/EBA/EIOPA, 2015, ESMA, EBA, EIOPA Joint Committee Discussion Paper on Automation in Financial Advice, December 4, 2015, <http://www.eba.europa.eu/documents/10180/1299866/JC2015+080+Discussion+Paper+on+automation+in+financial+advice.pdf>, zuletzt abgerufen am 8.9.2016.

Fein, M. L., 2015, Robo-Advisors: A Closer Look, Working Paper, Yale Law School.

Fernandes, D., Lynch, J.G., Netemeyer, R.G., 2014, Financial Literacy, Financial Education, and Downstream Financial Behaviors, Working Paper, Rotterdam School of Management, Erasmus University.

Fridrich, C., 2020, Es braucht kein Unterrichtsfach „Wirtschaft“, Standard, 6.10.2020, <https://www.derstandard.at/story/2000120532026/es-braucht-kein-unterrichtsfach-wirtschaft>; zuletzt abgerufen am 10.10.2020.

Gennaioli, N., Shleifer, A., Vishny, R., 2015, Money doctors, *Journal of Finance* 70(1), 91-114.

Herz, C., 2029, Die Jahresmitteilungen der Lebensversicherer werden übersichtlicher, *Handelsblatt*, 21.3.2019, <https://www.handelsblatt.com/finanzen/banken-versicherungen/versicherungsbranche-die-jahresmitteilungen-der-lebensversicherer-werden-uebersichtlicher/24124956.html?ticket=ST-4919570-q6AKR1ks1ksWv2ScoJ5w-ap6>; zuletzt abgerufen am 7.10.2019.

Horn, M., Oehler, A., 2020a, Automated Portfolio Rebalancing: Automatic Erosion of Investment Performance?; 82. Wissenschaftliche Jahrestagung des Verbandes der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft, Frankfurt a.M., März 17-20.

Horn, M., Oehler, A., 2020b, Automated Portfolio Rebalancing: Automatic Erosion of Investment Performance?, *Journal of Asset Management* 21(6), 489-505.

Horn, M., Oehler, A., Wendt, S., 2020, FinTech for Consumers and Retail Investors: Opportunities and Risks of Digital Payment and Investment Services, in: Walker, T. et al. (ed.), *Ecological, Societal, and Technological Risks and the Financial Sector*, Palgrave Macmillan, forthcoming.

IM, 2020, IM-Privatkundenstudie 2020, Frankfurt.

Insa-Meinungstrend/DIA, 2017, Befragung im INSA-Meinungstrend im Auftrag des Deutschen Instituts für Altersvorsorge (14.-15. KW 2017), Erfurt, https://www.dia-vorsorge.de/wp-content/uploads/2017/04/2017-04-11_Deutschland-Trend-1.-Befragung-Rentenkonto.pdf; zuletzt abgerufen am 24.8.2020.

Kjørven, M. E., 2020, Who Pays When Things Go Wrong? Online Financial Fraud and Consumer Protection in Scandinavia and Europe, *European Business Law Review* 31, 77-109.

Lusardi, A., 2015, Financial Literacy: Do People Know the ABCs of Finance?, *Public Understanding of Science* 24, 260-271.

Marktwächter Finanzen, 2018, Nicht nachvollziehbare Angaben, Berlin.

Merkle, C., 2020, Robo-Advice and the Future of Delegated Investment, Working Paper, Aarhus University.

MetallRente/Hurrelmann/TNS Infratest, 2010, Jugend, Vorsorge und Finanzen – Herausforderung oder Überforderung?, Berlin.

Morgenstern, K., 2017, Höchste Zeit für ein Online-Rentenkonto, <https://www.dia-vorsorge.de/private-altersvorsorge/hoechste-zeit-fuer-ein-online-rentenkonto/>; zuletzt abgerufen am 24.8.2020.

Morgenstern, K., 2018, Fintech legt mit Online-Rentenkonto vor, <https://www.dia-vorsorge.de/private-altersvorsorge/fintech-legt-mit-online-rentenkonto-vor/>; zuletzt abgerufen am 4.9.2020.

Munsberg, H., 2020a, Rente auf einen Klick?, *Süddeutsche Zeitung*, 27.8.2020, 19.

Munsberg, H., 2020b, Digitale Rentenübersicht. Wo Heil ehrlich sein muss, *Süddeutsche Zeitung*, 28.8.2020, 17.

OECD/INFE, 2016, Survey of Adult Financial Literacy Competencies, Paris.

OECD/INFE, 2020, International Survey of Adult Financial Literacy, Paris.

Oehler, A., 1992, „Anomalien“, „Irrationalitäten“ oder „Biases“ der Erwartungsnutzentheorie und ihre Relevanz für Finanzmärkte; in: *ZBB Zeitschrift für Bankrecht und Bankwirtschaft* 4, 97-124.

Oehler, A., 1995, Die Erklärung des Verhaltens privater Anleger – Theoretischer Ansatz und empirische Analysen, Poeschel-Verlag, Betriebswirtschaftliche Abhandlungen, Neue Folge Bd. 100, Stuttgart.

Oehler, A., 2000, Behavioral Finance - Theoretische, empirische und experimentelle Befunde unter Marktrelevanz, *BankArchiv* 48, 2000, 978-989.

Oehler, A., 2002, Behavioral Finance, verhaltenswissenschaftliche Finanzmarktforschung und Portfoliomanagement; in: Kleeberg, J. / Rehkugler, H. (Hrsg.), *Handbuch des Portfoliomanagement*, 2. Aufl., Uhlenbruch-Verlag, Bad Soden 2002, 843-870.

- Oehler, A., 2004, Anlegerschutz in einem markt- und intermediärbasierten System – Eine Analyse im Lichte der Neuen Institutionenökonomik, der Theorie der Finanzintermediation und der Behavioral Economics & Finance; Gutachten für den wissenschaftlichen Beirat für Verbraucher- und Ernährungspolitik beim BMELV, Berlin.
- Oehler, A., 2006, Zur ganzheitlichen Konzeption des Verbraucherschutzes – eine ökonomische Perspektive; in: *VuR Verbraucher und Recht* 21, 294-300.
- Oehler, A., 2008, Altersvorsorge in Deutschland: Mängel mit System?; Stellungnahme, Bamberg.
- Oehler, A., 2009a, Alles „Riester“? Die Umsetzung der Förderidee in der Praxis, Gutachten im Auftrag des vzbv, Bamberg/Berlin.
- Oehler, A., 2009b, Finanzkrise und Verbraucherschutz. Stellungnahme zur Anhörung im Landtag NRW am 26. März 2009 zum Thema „Finanzkrise“ (Drucksache 14/7959), Bamberg.
- Oehler, A., 2010; Behavioral Economics – eine neue Grundlage für die Verbraucherpolitik?!, Konsumentenpolitisches Forum (KPF), Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (BMASK), Wien; erschienen in: Oehler, A., 2011, Behavioral Economics und Verbraucherpolitik: Grundsätzliche Überlegungen und Praxisbeispiele aus dem Bereich Verbraucherfinanzen, Konsumentenpolitische Jahrbuch, BMASK, Wien 2011, 127-163.
- Oehler, A., 2011, Behavioral Economics und Verbraucherpolitik: Grundsätzliche Überlegungen und Praxisbeispiele aus dem Bereich Verbraucherfinanzen, *BankArchiv* 59, 2011, 707-727.
- Oehler, A., 2011/2012, Studie zum Finanzwissen junger Erwachsener „Ohne Moos nix los – Wie junge Menschen über Geld und Finanzen denken“ / „Typen für die Sendung“, WDR, Köln 2011/12 (Vortrag, wiss. Begleitung, Gutachten).
- Oehler, A., 2012a, Klar, einfach, verständlich und vergleichbar: Chancen für eine standardisierte Produktinformation für alle Finanzdienstleistungen. Eine empirische Analyse, *ZBB Zeitschrift für Bankrecht und Bankwirtschaft* 24, 119-133.
- Oehler, A., 2012b, Verbraucher & Wirtschaft: Modellwelten oder Realität? Leid(t)bilder, Mythen und Lösungen, Eröffnungs- und Grundsatzvortrag, 33. Wirtschaftsphilologentagung „Wirtschaftliche Entscheidungsmodelle in der Krise“, Passau, September 2012.

- Oehler, A., 2012c, Anbieter- und verbrauchergerechte Beratung und Information, Mehr Anlegerschutz durch standardisierte Beratungsprotokolle und Produktinformationsblätter, Studie im Auftrag des MLR Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden Württemberg, des SparkassenVerband Baden-Württemberg, des Baden-Württembergischen Genossenschaftsverband e.V., Bamberg/Stuttgart.
- Oehler, A., 2012d, Verbraucherbildung ja!: Aber welche?, Eröffnungsvortrag, Zweite Netzwerkkonferenz: „Verbraucherbildung - Konsumkompetenz stärken“, Berlin, Mai 2012.
- Oehler, A., 2012e, Verbraucher und Finanzen: Zwei Welten? Problempunkte und Lösungsansätze, Eröffnungs- und Grundsatzvortrag, Forum Privater Haushalt: „Was kann finanzielle Bildung leisten?“, Berlin, März 2012.
- Oehler, A., 2012f, Bei Abschluss: Verlust? Das Ende vom Anfang einer Vorsorge: Milliardenschäden durch fehlgeleitete Abschlüsse von Kapitallebens- und Rentenversicherungen, *VuR Verbraucher und Recht* 27, 429-433.
- Oehler, A., 2012g, Die Verbraucherwirklichkeit: Mehr als 50 Milliarden Euro Schäden jährlich bei Altersvorsorge und Verbraucherfinanzen. Befunde, Handlungsempfehlungen und Lösungsmöglichkeiten, Gutachten im Auftrag der Bundestagsfraktion Bündnis 90 Die Grünen, Berlin/Bamberg, Dezember.
- Oehler, A., 2013a, Neue alte Verbraucherleitbilder: Basis für die Verbraucherbildung?, Vortrag, HaBiFo-Jahrestagung Ethik – Konsum – Verbraucherbildung, Paderborn, Februar 2013; zugleich erschienen in: *HiBiFo Haushalt in Bildung und Forschung* 2, 44-60.
- Oehler, A., 2013b, Mindeststandards sozial-ökologischer Geldanlagen. Studie zur Erarbeitung eines Anforderungskatalogs, im Auftrag der zeppelin universität – Forschungszentrum Verbraucher, Markt und Politik | CCMP und des MLR Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden Württemberg, Bamberg/Stuttgart.
- Oehler, A., 2013c, Consumers and Economics: Models or Real World?, *Journal of Consumer Protection and Food Safety* 8, 234-240.
- Oehler, A., 2015a, Digitale Welt und Finanzen. (Nicht) Beraten und verkauft? Chancen und Risiken der Online-Beratung und -Information am Beispiel Verbraucherfinanzen, Bamberg.
- Oehler, A., 2015b, Good consumer information: The information paradigm at its (dead) end? Invited Talk, Workshop Where is law going if it is not going behavioral?, European University Institute, EUI, Florence, Italy, January 22-23.

- Oehler, A., 2015c, Privat vorsorgen: Wohnt jedem Anfang ein Zauber inne?, Interdisziplinärer Workshop Private Altersvorsorge, Universität Gießen / Universität Marburg, Schloss Rauschholzhausen, Invited Talk, Juni 25-26.
- Oehler, A., 2015d, Kontrollierte Mindestanforderungen für Verbraucher-Finanzprodukte!; in: 5. Forum für Verbraucherrechtswissenschaft, 11. Bayreuther Forum für Wirtschafts- und Medienrecht, Bayreuth.
- Oehler, A., 2015e, Digitale Welt und Finanzen. Zahlungsdienste und Finanzberatung unter einer Digitalen Agenda, Veröffentlichungen des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen, Berlin.
- Oehler, A., 2015f, Beratung digital? Chancen und Risiken der Online-Beratung, Bamberg.
- Oehler, A., 2015g, Risiko-Warnhinweise in Kurzinformationen für Finanzdienstleistungen. Eine empirische Analyse; in: ZBB Zeitschrift für Bankrecht und Bankwirtschaft 27, 208-212.
- Oehler, A., 2015h, Digitale Welt und Finanzen. (Nicht) Beraten und verkauft? Chancen und Risiken der Online-Beratung und -Information am Beispiel Verbraucherfinanzen, Bamberg.
- Oehler, A., 2016a, Digitale Finanzberatung braucht standardisierte Produktinformationen. Wirtschaftliche Interessen müssen offengelegt werden, *Der Neue Finanzberater*, April, 15.
- Oehler, A., 2016b, Einführung und Überblick: Upgrade notwendig? Finanzieller Verbraucherschutz in einer digitalisierten Welt, Fachgespräch, Deutscher Bundestag, Februar.
- Oehler, A., 2016c, Chancen der selbstbestimmten Datennutzung?!, *Wirtschaftsdienst* 96, November, 830-832.
- Oehler, A., 2017a, „Digitalisierung bei Finanzdienstleistungen“ in den Bereichen „bargeldlose Bezahlmethoden“ und „Online-Beratungs- und Informationsangebote“, im Auftrag des Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV), Bamberg/Berlin.
- Oehler, A., 2017b, Finanzen und Altersvorsorge; in: Kenning, P., Oehler, A., Reisch, L., Grugel, C. (Hrsg.), *Verbraucherwissenschaften – Rahmenbedingungen, Forschungsfelder und Institutionen*, Springer, Wiesbaden.
- Oehler, A., 2017c, Verbraucherinformation und Verbraucherbildung; in: Kenning, P., Oehler, A., Reisch, L., Grugel, C. (Hrsg.), *Verbraucherwissenschaften – Rahmenbedingungen, Forschungsfelder und Institutionen*, Springer, Wiesbaden.

- Oehler, A., 2017d, Grundsätze ordnungsgemäßer Bewertung durch Scoring; *Wirtschaftsdienst* 97, 748-751.
- Oehler, A., 2018, Infos für den Schwarm: Werden Crowdfunding-Kleinanleger mit VIBs gut informiert? Eine empirische Untersuchung, im Auftrag der zeppelin universität – Forschungszentrum Verbraucher, Markt und Politik I CCMP und des MLR Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) Baden Württemberg, Bamberg/Stuttgart.
- Oehler, A., 2021a, Algorithmen und Scoring: Verfolgte Verbraucher?, in: Kenning, P., Oehler, A., Reisch, L. (Hrsg.), *Verbraucherwissenschaften*, 2. überarbeitete und erweiterte Auflage, 365-382.
- Oehler, A., 2021b, Crowdfunding: Schwarmverbraucher?, in: Kenning, P., Oehler, A., Reisch, L. (Hrsg.), *Verbraucherwissenschaften*, 2. überarbeitete und erweiterte Auflage, 383-394.
- Oehler, A., 2021c, Der vermessene und verkaufte Verbraucher?, in: Kenning, P., Oehler, A., Reisch, L. (Hrsg.), *Verbraucherwissenschaften*, 2. überarbeitete und erweiterte Auflage, 355-364.
- Oehler, A., 2021d, Nudging in der Verbraucherpolitik?, in: Kenning, P., Oehler, A., Reisch, L. (Hrsg.), *Verbraucherwissenschaften*, 2. überarbeitete und erweiterte Auflage, 319-328.
- Oehler, A., 2021e, Finanzen und Altersvorsorge, in: Kenning, P., Oehler, A., Reisch, L. (Hrsg.), *Verbraucherwissenschaften*, 2. überarbeitete und erweiterte Auflage, 185-206.
- Oehler, A., 2021f, Verbraucherinformation und Verbraucherbildung, in: Kenning, P., Oehler, A., Reisch, L. (Hrsg.), *Verbraucherwissenschaften*, 2. überarbeitete und erweiterte Auflage, 259-274.
- Oehler, A., 2021g, Der technologische Wandel, in: Kenning, P., Oehler, A., Reisch, L. (Hrsg.), *Verbraucherwissenschaften*, 2. überarbeitete und erweiterte Auflage, 33-46.
- Oehler, A., 2020h, Crowdfunding, *WiSt Wirtschaftswissenschaftliches Studium* 49, 4-10.
- Oehler, A., Horn, M., 2018, Zur ungleichen ökonomischen Verteilung bei der Datennutzung oder: keine soziale Marktwirtschaft in der digitalen Welt!, *Wirtschaftsdienst* 98, Juli, 469-472.
- Oehler, A., Horn, M., 2020, Behavioral Portfolio Theory Revisited: Lessons Learned from the Field, *Accounting and Finance*, forthcoming.

- Oehler, A., Horn, M., 2021, Was sind Schwachstellen und Alternativen finanzieller Bildung?, *DIW Vierteljahrsheft zur Wirtschaftsforschung*, forthcoming.
- Oehler, A., Horn, M., Wendt, S., 2016a, Nicht-professionelle Investoren in der digitalen Welt, *Wirtschaftsdienst*, September 2016, 639-643.
- Oehler, A., Horn, M., Wendt, S., 2016b, Was taugt Finanzberatung durch Robo-Advisor wirklich?, *Der Neue Finanzberater*, Mai, 28-29.
- Oehler, A., Horn, M., Wendt, S., 2019, Zeigen junge Erwachsene Financial Literacy im ökonomischen Alltag? Eine realitätsnahe Alternative zu einfachen Wissensabfragen, *ZBB Zeitschrift für Bankrecht und Bankwirtschaft* 31, 37-42.
- Oehler, A., Horn, M., Wendt, S., Reisch, L.A., Walker, T.J., 2018, Young Adults and Their Finances: An International Comparative Study on Applied Financial Literacy; *Economic Notes* 47 (2-3), 305-330.
- Oehler, A., Kohlert, D., 2008, Guter Rat macht hilflos: Zur Qualität der Anlageberatung in Deutschland, in: Brost, H., Neske, R., Wrabetz, W. (Hrsg.), *Vertriebssteuerung in der Finanzdienstleistungsindustrie*, Frankfurt School Verlag GmbH, Frankfurt, 63-101.
- Oehler, A., Kohlert, D., 2009, Financial Advice Giving and Taking – Where Are the Market’s Self Healing Powers and a Functioning Legal Framework When We Need Them?, *Journal of Consumer Policy* 32, 91-116.
- Oehler, A., Kohlert, D., Jungermann, H., 2009, Zur Qualität der Finanzberatung von Privatanlegern: Probleme des Beratungsprozesses und Lösungsansätze, Stellungnahme des wissenschaftlichen Beirats für Verbraucher- und Ernährungspolitik beim BMELV, Berlin.
- Oehler, A., Wanger, H. P., 2020, Household Portfolio Optimization with XTFs? An Empirical Study Using the SHS-base, *Research in International Business and Finance* 51, forthcoming.
- Oehler, A., Wendt, S., 2017, Good Consumer Information: the Information Paradigm at its (Dead) End?, *Journal of Consumer Policy* 40, 179-191.
- Oehler, A., Wendt, S., 2018, Trust and Financial Services: The Impact of Increasing Digitalisation and the Financial Crisis; in: Sigurjonsson, T.O, Schwarzkopf, D.L., Bryant, M. (eds.), *The Return of Trust?*, Emerald, Bingley, 195-211.
- Oehler, A., Werner, C., 2008, Saving for Retirement a Case for Financial Education in Germany and UK? An Economic Perspective, *Journal of Consumer Policy* 31, 253-283.

- Oehler, A., Wilhelm-Oehler, D., 2008, Bleibst du noch oder gehst du schon?: Zur Wechselbereitschaft zufriedener Bankkunden; in: Brost, H., Neske, R., Wrabetz, W. (Hg.), *Vertriebssteuerung in der Finanzdienstleistungsindustrie*, Frankfurt School Verlag GmbH, Frankfurt, 287-312.
- Oehler, A., Wilhelm-Oehler, D., 2011, Überlegungen zur Evaluation der Bildungskampagne „Altersvorsorge macht Schule“, *Deutsche Rentenversicherung* 66, 32-58.
- Reifner, U., 2015, Wegweiser Finanzberatung, <http://www.wegweiserfinanzberatung.de/beratertypen/einleitung/was-dieser-teil-der-webseite-leisten-kann/>; zuletzt abgerufen am 6.9.2015.
- Rexer, A., 2016, Alle an die Börse, *Süddeutsche Zeitung*, 12.1.2015, 18.
- Rezmer, A., Schneider, K., 2019, Zweifelhafte Anlage-Roboter, *Handelsblatt*, 20.2.2019, 28.
- Riedl, T., 2015, Mein Berater, der Computer, *Süddeutsche Zeitung*, 19.3.2015, 25.
- Röbisch, K., 2017, Warum ein Rentenportal noch auf sich warten lässt, <https://www.gdv.de/de/themen/news/warum-ein-rentenportal-noch-auf-sich-warten-laesst-26392>; zuletzt abgerufen am 24.8.2020.
- Salzmann, B., 2009, Beraten und verkauft; in: *Frankfurter Rundschau*, 17.3.2009.
- SEC/FINRA, 2016, SEC’s Office of Investor Education and Advocacy (OIEA) and the Financial Industry Regulatory Authority, Inc. (FINRA), Investor Alert: Automated Investment Tools, May 8, 2015, <https://www.sec.gov/oiea/investor-alerts-bulletins/autolistingtoolshtm.html>; zuletzt abgerufen am 8.9.2016.
- Spendler, S., Morgenstern, K., 2017, Online-Rentenkonto – Deutschland hinkt hinterher, DIA-Dossier, Berlin.
- Stiftung Warentest, 2016a, Drei Banken beraten gut, *Finanztest*, Heft 2, 32-36.
- Stiftung Warentest, 2016b, Anlagetipp 01010111. Robo-Advisor; *Finanztest*, Heft 4, 33-34.
- Stiftung Warentest, 2017a, Vorbereitet ins Gespräch, *Finanztest*, Heft 8, 38-39.
- Stiftung Warentest, 2017b, Ab zum Rentencheck, *Finanztest*, Heft 8, 32-37.
- Stiftung Warentest, 2018, Ermitteln Sie Ihren Finanzbedarf, <https://www.test.de/Altersvorsorge-Ermitteln-Sie-Ihren-Finanzbedarf-1159347-0/>; zuletzt abgerufen am 20.8.2020.

Stiftung Warentest, 2019a, Da geht noch was, *Finanztest*, Heft 4, 23-33.

Stiftung Warentest, 2019b, Durch dick und dünn, *Finanztest*, Heft 6, 38-40.

Stiftung Warentest, 2019c, Vom Pantoffel leben, *Finanztest*, Heft 9, 48-49.

Stiftung Warentest, 2019d, Rentencheck in 7 Schritten, *Finanztest*, Heft 10, 38-40.

Stiftung Warentest, 2019e, Rentenberatung mit großen Mängeln, *Finanztest*, Heft 10, 34-37.

Stiftung Warentest, 2020a, Mithilfe der Maschine, *Finanztest*, Heft 3, 82-84.

Stiftung Warentest, 2020b, Neue Vergleichsseite abgemahnt, *Finanztest*, Heft 10, 10.

van der Crujisen, C., de Haan, J., Roerink, R., 2020, Trust in financial institutions: A survey, DNB Working Paper No. 693 / August, Amsterdam.

Van Rooij, M., 2012, Financial Literacy, Retirement Planning and Household Wealth, *Economic Journal* 122, 449-478.

Verbraucherzentrale Bundesverband, 2019, Standmitteilung: Versicherer informieren zu wenig über Verträge, <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/geld-versicherungen/altersvorsorge/standmitteilung-versicherer-informieren-zu-wenig-ueber-vertraege-12857>; zuletzt abgerufen am 7.10.2019.

WDR (2011), Nothing without Money. How Young People Think about Money and Finance, Cologne.

Welzel, C., 2017, World Values Survey, 7th Wave, World Values Survey Wave 7 (2017-2020) Germany, Results by Sex and Age, Study # WVS-2017, v1.4, Lüneburg.

Wendt, S., Horn, M., Oehler, A., 2021, Verbrauchervertrauen, in: Kenning, P., Oehler, A., Reisch, L. (Hrsg.), *Verbraucherwissenschaften*, 2. überarbeitete und erweiterte Auflage, 163-182.

Wilke, F., 2020, Vergleich mit Tücken, *Süddeutsche Zeitung*, 11.8.2020, 17.

Xiao, J., O'Neill, B., 2016, Consumer Financial Education and Financial Capability, *International Journal of Consumer Studies* 40, 712-721.

