

Die private Finanzplanung in Deutschland

Auf dem Weg von der Theorie in die Praxis



JOHN EULENBURG Wenn man sich die Entwicklung der Finanzplanung in Deutschland in den letzten drei Jahren anschaut, so kommt man in Versuchung, die rasante Entwicklung mit einer stark schwankenden Aktienkurve zu vergleichen.

Ist die Finanzplanung also doch nur eine von vielen Banken und Versicherern hochstilisierte Beratungsphilosophie? Oder haben hier einige einfach nur Theorie und Praxis verwechselt?

Seitdem die private Finanzplanung als Beratungskonzept aus den USA auch nach Deutschland importiert wurde, haben viele große und kleine Finanz-

dienstleister versucht, sich dieses Konzeptes auf die eine oder andere Art zu bedienen.

Wie definiert sich Finanzplanung überhaupt?

Ein systematischer, ganzheitlicher Beratungsansatz, der es ermöglicht, finanzielle Entscheidungen unter Berücksichtigung der individuellen Ziele und Wünsche des Mandanten zu realisieren. Diese Dienstleistung sollte lebensbegleitend, strategisch und natürlich unabhängig sein.

■ Folgerichtig wurde diese Dienstleistung zum Teil als Honorarberatung angeboten. In der Praxis kann man allerdings bei vielen Anbietern vollkommen

unterschiedliche Vorgehensweisen beobachten: Hierbei reicht die Palette von fast gar keinem Honorar bis zu Honoraren weit in den sechsstelligen Bereich hinein. Benutzen die Einen die Finanzplanung hierbei als Zweck, nehmen die Anderen die Finanzplanung als Mittel zum Zweck.

■ Das Extrem der einen Seite spiegelt sich in einer eher vertriebsfremden, sehr theoretisch fachlichen und detailverliebten Vorgehensweise wieder. Hier ist man nicht nur Finanzplaner, sondern nennt sich financial planner, der in der Regel in einer speziellen Abteilung der entsprechenden Anbieter eingesetzt ist und nur bei besonderen Kunden mit hinzugezogen wird. Spezielle, hochkomplexe und neu entwickelte Softwareprogramme kommen zum Einsatz, um auch nur jede erdenkliche Kundensituation – zum Teil leider nicht mehr praxisnah – analysieren und darstellen zu können. Eine in Deutschland neue fachliche Qualifikation des so genannten certified financial planners (cfp) wurde ins Leben berufen. In der Folge entstanden in kürzester Zeit die unterschiedlichsten Ausbildungsträger, von denen jeder den Anspruch der bestmöglichen fachlichen Ausbildung für sich proklamierte. Die Ergebnisse in der Mandantenpraxis waren zum Teil buchdicke Finanzpläne, die auch noch die zehnte Stelle hinter dem Komma analysierten. Fachlich gesehen waren diese Pläne in der Regel vor jeder Kritik erhaben; für den Kunden sind es oft Wort- und Zahlenfriedhöfe, die sie sich vorher mit großem Honorar hatten erkaufen müssen. Eine verständliche Lösung der Probleme bzw. eine Strategie zur Realisation der geplanten Ziele und Wünsche ist dabei selten zu erkennen.

■ Lässt dieses eine Extrem eine Kundennähe oftmals gänzlich vermissen,

benutzen viele andere Anbieter den Beratungsansatz der Finanzplanung als Mittel zum Zweck, ihre eigenen Produkte »elegant« vertreiben zu können. Von Unabhängigkeit kann hierbei keine Rede sein. Egal, welche Mandantensituation beleuchtet wird – das Ergebnis bei der Produktempfehlung ist meistens das gleiche. Die Folge ist bei vielen Mandanten eine verständliche Enttäuschung über die doch vorher so gepriesene neue Dienstleistung der Finanzplanung. Einige der Anbieter »privater Finanzplanung«, die bewusst oder unbewusst den sicherlich goldenen Mittelweg zwischen zwei Extremen wählen, waren leider teilweise so euphorisch, dass sie die Realität vollkommen außer acht ließen und gleich so viele neue Finanzplaner engagierten, dass sie von ihren eigenen Kosten überholt wurden. Das Ergebnis ist niederschmetternd, aber sicherlich nachvollziehbar, auch wenn es keine tatsächliche Aussagekraft über den Beratungsansatz der Finanzplanung bietet. Fast alle großen Anbieter haben sich zwischenzeitlich vom Markt zurückgezogen, ihre »Sondereinheiten« geschlossen bzw. verkauft und versuchen, ihre finanziellen Wunden bestmöglich zu verarzten.

■ Viele der in den letzten Jahren verursachten Fehlentscheidungen hätten sicherlich vermieden werden können, wenn man sich über einen kleinen, aber sehr entscheidenden Punkt bewusst gewesen wäre. Alle zu treffenden Entscheidungen können nur dann in ihrer Folge auf Dauer funktionieren, wenn der Kunde im Mittelpunkt der Überlegungen steht. Denn schließlich ist er es, der den Nutzen erkennen, das Honorar bezahlen und eine sehr enge und vertrauensvolle Bindung mit seinem Finanzdienstleister eingehen soll. Hier muss man sich bewusst machen, welches große Vertrauen ein Mandant schon nach kurzer Zeit erbringen soll. Schließlich offenbart er dem neuen Partner alle, und zwar ausnahmslos alle, finanziellen Dinge seiner Privatsphäre. Die Finanzplanung als ein Leistungsangebot, das die Privatperson in die Lage

versetzt, finanzielle Ziele zu konkretisieren und dies unter Berücksichtigung der individuellen finanziellen, rechtlichen, persönlichen und familiären Ausgangslage sowie externer Rahmenbedingungen optimal zu erreichen, ist dennoch der Ansatz der jedem Mandanten helfen kann. Dabei müssen einzelnen Schritte dieser Dienstleistung für den Mandanten klar nachvollziehbar sein. Dies kann nur dann der Fall sein, wenn der Kunde die Entwicklung seiner Finanzplanung von der Erstellung seines Prioritätenprofils bis hin zur Umsetzung seiner persönlichen Strategie begleiten und somit verstehen lernen kann.

Wurde in der Vergangenheit meistens nach erfolgter Datenerfassung und Erstellung des Prioritätenprofils im nächsten Schritt die fertige Strategie in Form eines umfassenden Finanzplanes präsentiert, sollte die Praxis doch wesentlich kundennäher gestaltet sein. Welcher Mandant kann heute bei ständig sich ändernden Rahmenbedingungen und einer oftmals großen Fülle von bereits getätigten finanziellen Engagements wissen, von welchem Status quo er ausgehen kann, welche Wechselwirkungen zueinander bzw. welche Auswirkungen in der Summe seine getätigten finanziellen Entscheidungen haben?

■ Nach erfolgter Datenerfassung und Zielpriorisierung sollte der Mandant

Schritt 1

Erstellung des persönlichen Prioritätenprofils, umfangreiche Datenerfassung



Schritt 2

Verarbeitung der Daten im Rechenzentrum



Schritt 3

Präsentation der Ist-Situation durch Finanzgutachten



Schritt 4

Entwicklung der individuellen Finanzstrategie



Schritt 5

Begleitung bei der Umsetzung als unabhängiger Partner



durch ein Finanzgutachten zunächst den Ist-Zustand seiner persönlichen Situation verstehen lernen. Nur so kann er feststellen, ob seine Ziele und Wünsche tatsächlich angemessen sind oder ob nach erfolgter Betrachtung seiner gesamten finanziellen Situation neue Prioritäten hinzukommen bzw. eine andere Gewichtung der Prioritäten erfolgen soll. Jetzt kann der Finanzplaner auf der Basis sehr konkreter, an der Realität und den Vorstellungen der Kunden abgeglichener Ziele eine Finanzstrategie entwerfen und dem Mandanten im nächsten Schritt präsentieren. Sowohl bei der Präsentation des Finanzgutachtens im Status quo als auch bei der Prä-

sentation der Finanzstrategie erwartet der Mandant, dass die Sachverhalte für ihn verständlich und anschaulich transferiert werden. Recht groß ist dabei die Menge an Informationen, die in den einzelnen Gesprächen vermittelt werden. Schließlich will der Mandant auch noch nach Wochen seine ihm erarbeitete Finanzstrategie begreifen und nachvollziehen. Als unabhängige Dienstleistung kann und sollte der Beratungsansatz der privaten Finanzplanung auch nur von einem neutralen und produktunabhängigen Finanzdienstleister angeboten werden, um die Finanzstrategie im Mittelpunkt zu stellen und nicht etwa einzelne Produkte.

■ Sieht sich der Mandant in dieser Form im Fokus der Aktivitäten, kann man von der – leider seltenen – Form der win-win-Situation sprechen. Beide, Mandant und Finanzplaner, beschreiben gemeinsam den Pfad einer langfristigen Zusammenarbeit: der Finanzplanung als ständigem Begleiter. Eigentlich schade, dass sich bisher erst wenige Unternehmen für diese Art der Finanzplanung entschieden haben. Letztendlich unterscheidet sich aber genau hier die Theorie von der Praxis. ■