



Bundesverband Deutscher
Versicherungskaufleute e.V.
Herrn Michael H. Heinz
Kampenstraße 67
57072 Siegen

Franz-Josef Lersch-Mense

Staatssekretär

HAUSANSCHRIFT Wilhelmstraße 49, 10117 Berlin

POSTANSCHRIFT 11017 Berlin

TEL +49 30 18 527-1160 oder 1161

FAX +49 30 18 527-1168

E-MAIL fran7-joset.lersch-mense@bmas.bund.de

Berlin, 25. Mai 2009

Sehr geehrter Herr Heinz,

auch im Namen von Bundesminister Olaf Scholz danke ich für Ihre mit Schreiben vom 4. Mai 2009 zugesandten Anmerkungen.

Mit dem Checkheft Altersvorsorge sprechen Sie unsere aktuellste Publikation im Rahmen der Bildungsinitiative „Altersvorsorge macht Schule“ an. Das Checkheft wurde, wie auch die weiteren Publikationen, begleitend zum Kursangebot von „Altersvorsorge macht Schule“ in Abstimmung der Projektpartner erstellt. Neben der Bundesregierung sind die Deutsche Rentenversicherung (DRV), der Deutsche Volkshochschulverband e.V. (dvv), der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzby) sowie der Deutsche Gewerkschaftsbund (DGB) und die Bundervereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) Projektpartner.

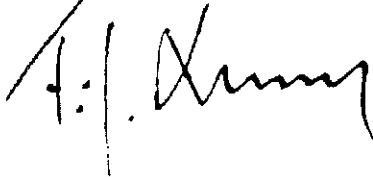
Ein wichtiges Anliegen der Projektpartner und damit auch ein wesentliches Ziel der gesamten Initiative ist es, fehlendes Wissen über die eigene Absicherung im Alter, aber insbesondere auch über die Möglichkeiten der zusätzlichen Altersvorsorge zu vermitteln. Das Checkheft Altersvorsorge bietet entsprechende Hilfen auf dem Weg zu einem passenden Altersvorsorgeprodukt. Ein Kernelement davon ist die umfassende Information und Aufklärung. Auch Fragen des Vertriebs von Finanzdienstleistungen sowie zu Verwaltungs- und Vertriebskosten gehören dazu.

Das Checkheft ist eine von mehreren Möglichkeiten, den Kunden aufzuklären. Verschiedenen Rückmeldungen lassen den Schluss zu, dass das auch im Interesse der Anbieter

ist. Mit Interesse haben wir Ihre Einschätzung des Checkhefts aufgenommen. Sie sehen in der Aussage, dass finanzielle Anreize der Anbieter nicht wenige Vermittler bei ihren Produktempfehlungen beeinflussen dürften, eine Diffamierung eines ganzen Berufsstandes. Diese Auffassung teilen wir nicht. Die Folgen der Finanzmarktkrise haben eine kritische Diskussion über die richtigen Vertriebsanreize beim Verkauf von Finanzprodukten ausgelöst. Eine sachgemäße Informationsbroschüre zum Thema Altersvorsorge darf die Problematik möglicher Fehlanreize durch Provisionen nicht ausblenden.

Ich gehe davon aus, dass es unser gemeinsames Interesse ist, durch möglichst große Transparenz bei Altersvorsorgeprodukten, das Vertrauen in die private Altersvorsorge zu stärken.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'H. J. Hüner'. The signature is written in a cursive style with a vertical line separating the initials from the surname.