

Hintergrundpapier, 30.1.2020

MLP und das Netzwerk Hochschulinitiative Deutschland e.V.

Wie sich der Finanzmakler MLP einen laut Satzung gemeinnützigen Verein zu Nutze macht und fragwürdige Finanzverträge an Studierende vermittelt

KURZZUSAMMENFASSUNG

- Die **Sorge vor Altersarmut** und einer möglichen Rentenlücke in Deutschland ist in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Fast 20 Prozent der deutschen Bevölkerung, darunter vor allem Frauen, sind dem Risiko ausgesetzt, ihr Alter in Armut zu verbringen.
- Die sozialpolitischen Probleme werden von vielen Finanzunternehmen zugleich als profitable Chance wahrgenommen. Denn für Finanzvertriebe ergibt sich durch den verstärkten Verkauf von **privaten Vorsorgeprodukten** ein gutes Geschäft auf Basis von **Provisionszahlungen** und anderen Abschlusskosten.
- Gemessen an den Provisionseinnahmen ist MLP einer der zwei größten Finanzvertriebe in Deutschland. Mit dem Fokus auf Studierende zielt MLP auf besonders junge und oftmals in Finanzfragen unwissende Menschen ab.
- Um mit Studierenden in Kontakt zu treten, hat sich MLP deutschlandweit **Zugang zu Hochschulen** verschafft und macht sich ein dubioses Netzwerk des laut Satzung gemeinnützigen Vereins Hochschulinitiative Deutschland zu Nutze.
- Der Verein verfolgt laut Satzung den Zweck, Berufsausbildung einschließlich Studentenhilfe zu fördern. Nach Ansicht von Finanzwende ist der Verein letztlich jedoch eine **Sammelstelle für Adressdaten**, unter anderem für den Finanzkonzern MLP. Studierende werden unter dem Deckmantel eines kostenlosen Lehrangebots in Seminare gelockt, die von MLP-Beratern veranstaltet werden und diesen auch zum Anwerben von Neukunden dienen.
- Dieses Vorgehen, gepaart mit den zum Teil hochproblematischen Finanzprodukten, die MLP an junge Menschen vermittelt hat, macht das Unternehmen zu einem besonders zweifelhaften Finanzvertrieb. Die Zusammenarbeit mit dem Verein Hochschulinitiative Deutschland muss MLP umgehend beenden.

1. MILLIARDENGESCHÄFT PRIVATE ALTERSVORSORGE

Die Sorge vor Altersarmut und einer möglichen Rentenlücke in Deutschland ist in den letzten Jahren deutlich gestiegen¹. In beinahe allen OECD-Statistiken ist das deutsche Pensionsniveau unter dem OECD-Schnitt² und fast 20 Prozent der deutschen Bevölkerung, darunter vor allem Frauen, sind dem Risiko ausgesetzt, ihr Alter in Armut zu verbringen³.

Die sozialpolitischen Probleme werden von vielen Finanzunternehmen zugleich als profitable Chance wahrgenommen⁴: für Versicherungsunternehmen ergeben sich neue Märkte, wenn die staatliche oder betriebliche Altersvorsorge nicht mehr ausreicht. So spricht die Forschung heute von einer Finanzialisierung⁵ der Privathaushalte, die "unmittelbarer als zuvor in Finanzmärkte eingebunden und dadurch zahlreichen Risiken ausgesetzt sind"⁶. Für Finanzvertriebe ergibt sich durch den verstärkten Verkauf von privaten Vorsorgeprodukten ein gutes Geschäft auf Basis von Provisionszahlungen und anderen Abschlusskosten.

2. GESCHÄFTSMODELL MLP

Das Geschäft von Finanzvertrieben lebt in erster Linie davon, immer neue Kundinnen anzuwerben⁷. Denn für Finanzvertriebler sind die sogenannten Abschlussprovisionen, also die Zahlung, die bei einem neuen Vertrag fließt, besonders lukrativ. Je mehr Neukunden, desto mehr Abschlussprovisionen. Besonders problematisch geht dabei der Finanzvertrieb MLP vor. Das Wieslocher Unternehmen macht sich ein fragwürdiges Netzwerk zu Nutze, bestehend aus dem Verein Hochschulinitiative Deutschland e.V. und Partnerunternehmen, um den Kontakt zu ihrer Hauptzielgruppe – Studierenden – aufzubauen. Außerdem verfügt MLP über einen direkten Zugang zu Hochschulen, die sich das Unternehmen durch Kooperationen, zum Beispiel mit den Career-Centern, aufgebaut hat.

MLP ist ein an der Börse notierter Finanzvertrieb, der als Konzern vor allem Bankgeschäfte, Versicherungsverkauf sowie Vermögensverwaltung gegen Provisionsleistungen betreibt. Der Konzern beschreibt sich als attraktiv für Investoren, da 50-70 Prozent des Nettoprofits als Dividende an die Aktieninhaber ausgeschüttet werden⁸. Die Eigenkapitalrendite – also die Profite, die das Unternehmen im Verhältnis zum Eigenkapital erwirtschaftet hat – betrug 2018 8,5 Prozent (2017: 7,3 Prozent)⁹. Von den Teilbereichen des Konzerns ist die Finanzberatung mit Abstand das mitarbeiterstärkste Segment¹⁰.

Auch bei den Erlösen stellt die Finanzberatung, das heißt der provisionsbasierte Verkauf von Versicherungen, Altersvorsorgepaketen sowie die Vermittlung von Immobilien, das Kerngeschäft des MLP-Konzerns dar¹¹. Ganze 93 Prozent der Umsatzerlöse von MLP kamen im Jahr

¹ OECD (2017). Siehe: <https://www.oecd.org/germany/PAG2017-DEU.pdf>;

² OECD (2019). Siehe: <http://www.oecd.org/pensions/oecd-pensions-at-a-glance-19991363.htm>; abgerufen am 23.01.2020.

³ DW (2017). Siehe: <https://www.dw.com/en/old-age-poverty-risk-in-germany-on-the-rise/a-39415675>; abgerufen am 23.01.2020.

⁴ Siehe z.B. Oude Nijhuis (2019): *Business Interests and the Development of the Modern Welfare State*, London: Routledge.

⁵ Mertens/Meyer-Eppler (2013): *Pensionsfonds-Kapitalismus und privatisierter Keynesianismus. Zur Finanzialisierung privater Haushalte*. In: Heires/Nölke (Hrsg.): *Die Politische Ökonomie der Finanzialisierung*, S. 259-274.

⁶ Ebd.

⁷ Hagen/Jochims/Schmitt (2014): *Vorsicht Vermittler*. München: Finanzbuchverlag, S. 15.

⁸ Siehe <https://mlp-se.de/redaktion/mlp-se-de/investoren/presentationen/2019/presentation-analysenkonferenz-2019-ffm-14.pdf>; abgerufen am 23.01.2020.

⁹ MLP-Geschäftsbericht 2018, S. 20. Siehe <https://mlp-se.de/redaktion/mlp-se-de/investoren/berichte/geschaeftsberichte/mlp-geschaeftsbericht-2018.pdf>;

¹⁰ MLP-Geschäftsbericht 2018, S. 65. Siehe <https://mlp-se.de/redaktion/mlp-se-de/investoren/berichte/geschaeftsberichte/mlp-geschaeftsbericht-2018.pdf>;

¹¹ Siehe "Segmentbericht" im Geschäftsbericht 2018, S. 61-64.

2018 aus dem Verkauf von Produkten in den Bereichen Altersvorsorge, Vermögensmanagement (gehört formal zum Bereich Banking), Sachversicherung und Krankenversicherung¹². Die Altersvorsorge ist hierbei der umsatzstärkste Bereich des Konzerns und macht knapp 34 Prozent der Umsätze aus¹³. Mehr als 1000 der rund 1700 MLP-Mitarbeiterinnen sind im Bereich Finanzberatung beschäftigt. Zusätzlich beschäftigt MLP noch etwa 1900 Berater¹⁴. Die Vermittlung von Produkten in diesen Bereichen gehört somit zum zentralen Geschäftsmodell der Wieslocher Firma.

HAUPTSEGMENT STUDIERENDE

„Die Universität ist das Wohnzimmer von MLP und wird es auch immer bleiben“ protzt Matthias Laier, Bereichsvorstand für das Hochschulsegment von MLP im Juni 2018¹⁵. MLP war von jeher auf Akademikermilieus – zunächst vor allem Juristen– fokussiert und hat diese sowohl als potenzielle neue Berater als auch als Kundinnen in den Blick genommen¹⁶. Bezogen auf die von MLP vertriebenen Produkte wie zum Beispiel Lebens- oder Rentenversicherungen mit Berufsunfähigkeitsschutz wird die Motivation hinter dem Fokus des Unternehmens auf Studierende klarer. Junge Menschen sind die perfekte Klientel für MLP: Angehende Akademikerinnen werden im Schnitt mehr Geld verdienen als andere Berufseinsteiger. Das ist wohl auch der Grund dafür, dass sich MLP besonders auf „vielversprechende“ Studiengänge konzentriert, wie Jura, Medizin oder Ingenieurwesen¹⁷. Studierende sind zudem jung und oftmals in Finanzfragen ungebildet. Bei Vermittlungsgesprächen mögen sie zudem unbedarfter sein und den Beratern einen Vertrauensvorschuss geben. Außerdem ermöglichen Vertragsabschlüsse mit Anfang-20-Jährigen sehr lange Vertragslaufzeiten und somit im besten Fall jahrzehntelange Gewinne für MLP. Es ist also nicht verwunderlich, dass Hochschulabsolventen eine Schlüsselrolle für das Wachstum zukommt. Von MLP heißt es dazu im Geschäftsbericht 2018:

„Die 2017 begonnene Stärkung des Hochschulsegments haben wir im Berichtsjahr erfolgreich vorangetrieben. Ziel dieser Fokussierung ist es, an den Hochschulen noch präsenter zu sein und somit verstärkt Neukunden und junge Berater zu gewinnen. Zum Stand Dezember 2018 waren 77 Leiter Hochschulteams tätig. 2019 wollen wir die Aktivitäten fortsetzen und ausweiten. Ziel ist ein deutliches Nettowachstum bei den Beratern.“¹⁸

3. NEUKUNDENGEWINNUNG ÜBER VEREIN UND HOCHSCHULKOOPERATIONEN

MLP hat in allen großen Hochschulstandorten Deutschlands sogenannte Hochschulteams im Einsatz¹⁹. Diese bestehen aus MLP-Beraterinnen und sind darauf spezialisiert, junge Akademiker zu gewinnen. Das geschieht durch eine Ansprache vor Ort auf dem Campus und online über ein fragwürdiges Affiliate-Netzwerk. Das Prinzip ist stets das gleiche: Studierenden werden als kostenfrei beworbene Workshops und Kurse angeboten, wie

¹² MLP-Präsentation bei Analystenkonferenz, S. 6. Siehe <https://mlp-se.de/redaktion/mlp-se-de/investoren/praesentationen/2019/praesentation-analystenkonferenz-2019-ffm-14.pdf> ;

¹³ MLP-Präsentation bei Analystenkonferenz, S. 6. Siehe <https://mlp-se.de/redaktion/mlp-se-de/investoren/praesentationen/2019/praesentation-analystenkonferenz-2019-ffm-14.pdf> ;

¹⁴ MLP-Geschäftsbericht 2018, S. 66. Siehe <https://mlp-se.de/redaktion/mlp-se-de/investoren/berichte/geschaeftsberichte/mlp-geschaeftsbericht-2018.pdf> ;

¹⁵ Siehe <https://www.pfefferminzia.de/mlp-bereichsvorstand-laier-ueber-hochschulgeschaefft-und-provisionen-einen-gutteil-der//2/>; abgerufen am 23.01.2020.

¹⁶ Siehe <https://mlp-se.de/unternehmensprofil/meilensteine/>; abgerufen am 23.01.2020.

¹⁷ Siehe <https://mlp-se.de/bewerber/offene-stellen/absolventen-und-berufserfahrene/stellen-absolventen-und-berufserfahrene/mitarbeiter-im-team-beraterapplikationen-m-w-d/>; abgerufen am 23.01.2020.

¹⁸ MLP-Geschäftsbericht 2018, S. 66. Siehe <https://mlp-se.de/redaktion/mlp-se-de/investoren/berichte/geschaeftsberichte/mlp-geschaeftsbericht-2018.pdf> ;

¹⁹ MLP-Geschäftsbericht 2018, S. 30. Siehe <https://mlp-se.de/redaktion/mlp-se-de/investoren/berichte/geschaeftsberichte/mlp-geschaeftsbericht-2018.pdf> ;

etwa Bewerbungstrainings, eine Einführung in das Datenverarbeitungsprogramm Excel, Gehaltsverhandlungen für Berufseinsteiger oder Rhetoriktrainings²⁰. Auch Protokolle für die Facharztprüfung oder das Staatsexamen Medizin werden von MLP "verliehen"²¹. Wer an einem Kurs teilnimmt und mit einer Kontaktaufnahme einverstanden ist, kann sich unversehens in einem Verkaufsgespräch mit einer MLP-Beraterin wiederfinden. Trotz des großen Aufwands scheinen sich die Kurse auszuzahlen. Ein Blick auf das Seminarangebot zeigt: täglich bietet MLP bundesweit mehrere solcher Seminare an²².

ONLINEANSPRACHE ÜBER HOCHSCHULINITIATIVE E.V.

MLP gibt an, dass die Online-Ansprache von Studierenden über „Facebook-Werbung, die eigenen Standort-Webseiten sowie über Mehrwertplattformen für Studierende wie 'Hochschulinitiative Deutschland'“ erfolgt²³. Die Hochschulinitiative „wurde mit dem Ziel gegründet, Studenten in den großen Momenten der Studienzeit zu unterstützen und sie in Finanz- und Karrierefragen zu beraten.“²⁴ Laut der Initiative handele es sich um „Deutschlands führende Plattform im Bereich Studentenleben und Bildung.“²⁵

Laut Satzung als gemeinnütziger Verein organisiert, bietet die Plattform Studierenden kostenfreie Lehrangebote an. Über die Hochschulinitiative können Studierende beispielsweise beim Gewinnspiel „Ein Semester kostenfrei Mensen“ teilnehmen. Sie erhalten "kostenfreie" Designvorlagen für ihren Lebenslauf und sie können kostenlose Workshops und Kurse buchen wie „Excelkurse für Einsteiger“ oder „kostenlose Rhetorik Workshops“. Die Kurse und Workshops werden nicht von der Hochschulinitiative selbst angeboten, sondern eine Vielzahl von Kursen wird von MLP-Beratern durchgeführt. Die Seminare nutzt der Finanzvertrieb dann zur eigenen Kontaktabahnung mit neuen Kunden. Wer die Workshops veranstaltet und welche Interessen die Veranstalter haben, ist auf der Website der Hochschulinitiative nicht ersichtlich. Weder auf der Startseite noch bei der Kursbeschreibung ist angegeben, dass MLP die Kurse organisiert.

Interessehalber hat sich Finanzwende über die Seite der Hochschulinitiative zu den Kursen „Excelkurs für Einsteiger“ und „Gehaltsverhandlungen führen mit Strategie“ angemeldet. Die Kurse sollen in Bonn und Berlin stattfinden. Auf der Website der Hochschulinitiative ist nicht angegeben, dass die Kurse von MLP durchgeführt werden. MLP gibt gegenüber Finanzwende an, dass „sowohl in den Datenschutzbestimmungen als auch in der Bestätigungsmail deutlich gemacht [wird], dass MLP den Workshop durchführt.“²⁶ Das ist zwar richtig, kann aber von dem unkritischen oder unaufmerksamen Leser leicht übersehen werden.

Dass der Vereinsstatus einmal ein schlechtes Licht auf MLP werfen könnte, sieht der Finanzvertrieb offenbar auch. In einem Schriftwechsel im Oktober 2019 schreibt MLP an Finanzwende, dass der Vereinsstatus von Hochschulinitiative e.V. künftig aufgegeben werden soll. Bis heute gilt der Vereinsstatus allerdings noch. In einer weiteren Mail schreibt MLP, der Verein stamme noch aus der Zeit, „in der die Gründer ihr Angebot aufgebaut haben – noch ohne die heutige geschäftliche Ausrichtung.“²⁷ Der Verein hatte allerdings augenscheinlich nie eine nicht-geschäftliche Ausrichtung. In den Archiven des Webs findet sich die Seite, mit der die Hochschulinitiative im September 2016 an den Start gegangen ist. Das Angebot weicht kaum vom heutigen ab. MLP ist mindestens seit April

20 Schreiben von MLP an Finanzwende vom 22. Oktober 2019.

21 Siehe www.mlp-financify.de/berlin/pruefungsprotokolle; abgerufen am 23.01.2020.

22 Financify-Website von MLP, <https://mlp-financify.de/mlp-seminare>, abgerufen am 23.01.2020.

23 Schreiben von MLP an Finanzwende vom 22. Oktober 2019.

24 Siehe <https://innospire-group.de/projects/hochschulinitiative-deutschland/>; abgerufen am 23.01.2020.

25 Ebd.

26 Schriftwechsel zwischen Finanzwende und MLP vom 22. Oktober 2019.

27 Schriftwechsel zwischen Finanzwende und MLP vom 21. November 2019.

2017 offizieller Partner des Vereins. Der Verdacht liegt nah, dass die Hochschulinitiative eben genau aus diesem geschäftlichen Grund gegründet wurde.

RAFFINIERTES ONLINE-NETZWERK

MLP bietet nicht nur einen Teil der Kurse an, die auf der Seite der Hochschulinitiative beworben werden, das Unternehmen sorgt mit Onlinewerbung auch dafür, dass Studierende gezielt angesprochen werden und das Interesse auf die Website der Hochschulinitiative gelenkt wird. Das geschieht mit sogenannten Partnern wie Uniwunder GmbH und der dazugehörigen Plattform Spitzenstudent sowie der Innospire Group. Über die Innospire Group heißt es auf der Startseite: „Als technologiegetriebene Online-Marketing-Company spielen wir beim Thema Digitalakquise ganz oben mit.“²⁸ Die Uniwunder GmbH bietet „eine automatisierte Marketingstrategie für den Studentenmarkt“²⁹ MLP ist zu 49,1 Prozent an der Uniwunder GmbH beteiligt³⁰. Das Ko-Projekt „Spitzenstudent“ rundet die Ansprache der Studierenden ab. Bei der Plattform können Studierende ihre Skripte drucken lassen. Als offizieller Partner von Spitzenstudent ist MLP angegeben³¹. Im Impressum von Spitzenstudent steht, es handle sich um eine Plattform der Uniwunder GmbH. Eines haben die „Partner“ gemeinsam: Sie alle haben den selben Geschäftsführer: Sebastian Schulz. Der ist zufällig auch Vorstand und Geschäftsführer des Vereins Hochschulinitiative. Es verwundert daher nicht, dass im Impressum der Seite Spitzenstudent, die eigentlich zur Uniwunder GmbH gehört, die Kontakt-Emailadresse der Hochschulinitiative angegeben ist³². Das fragwürdige Konstrukt scheint sich für MLP auszuzahlen. Im MLP-Geschäftsbericht heißt es:

„Uniwunder [...] trägt dazu bei, dass unsere Seminarangebote die passende Zielgruppe erreichen. Nicht zuletzt darüber konnte MLP 2018 bereits rund 29% seiner Neukunden online initiieren.“³³

HOCHSCHULEN ÖFFNEN MLP TÜR UND TOR

MLP hat sich neben der Onlineakquise auch Zugang zum Campus von Hochschulen direkt verschafft. In vielen Fällen arbeiten MLP-Berater sogar direkt mit den Career-Centern der Hochschulen zusammen³⁴. So läuft es ab: MLP veranstaltet Workshops und Seminare mit den Studierenden und im Gegenzug dürfen die Berater den Kontakt für Verkaufsgespräche nutzen. Ein Interessenkonflikt ist für beide Seiten offenbar nicht erkennbar. So gibt die Hochschule Mannheim der FAZ gegenüber beispielsweise offen zu: „Wir haben nur knapp drei Planstellen. Nur ein Drittel der Ausgaben sind durch unser eigenes Budget gedeckt. Wir könnten ohne fremde Unterstützung unseren Studenten kein so breites Seminarangebot unterbreiten“³⁵. Andere Hochschulen sehen die direkte Zusammenarbeit offenbar kritischer. Von der TU Darmstadt erhielten die MLP-Berater bereits ein Hausverbot³⁶. Der Konzern ist jedoch weiter an fast allen großen Hochschulstandorten mit sogenannten „Hochschulteams“ (siehe Graphik unten) vertreten und bemüht sich um den Verkauf von Finanzprodukten.

28 Siehe <https://innospire-group.de/>; abgerufen am 23.01.2020.

29 Siehe <https://uniwunder.com/>; abgerufen am 23.01.2020.

30 Siehe MLP-Lagebericht 2018, S. 49, siehe https://mlp-geschaeftsbericht.de/fileadmin/pdf/de/Einzel-PDF_d/2018/Zusammengefasster_Lagebericht.pdf

31 Siehe <https://spitzenstudent.de/skripte/> abgerufen am 23.01.2020.

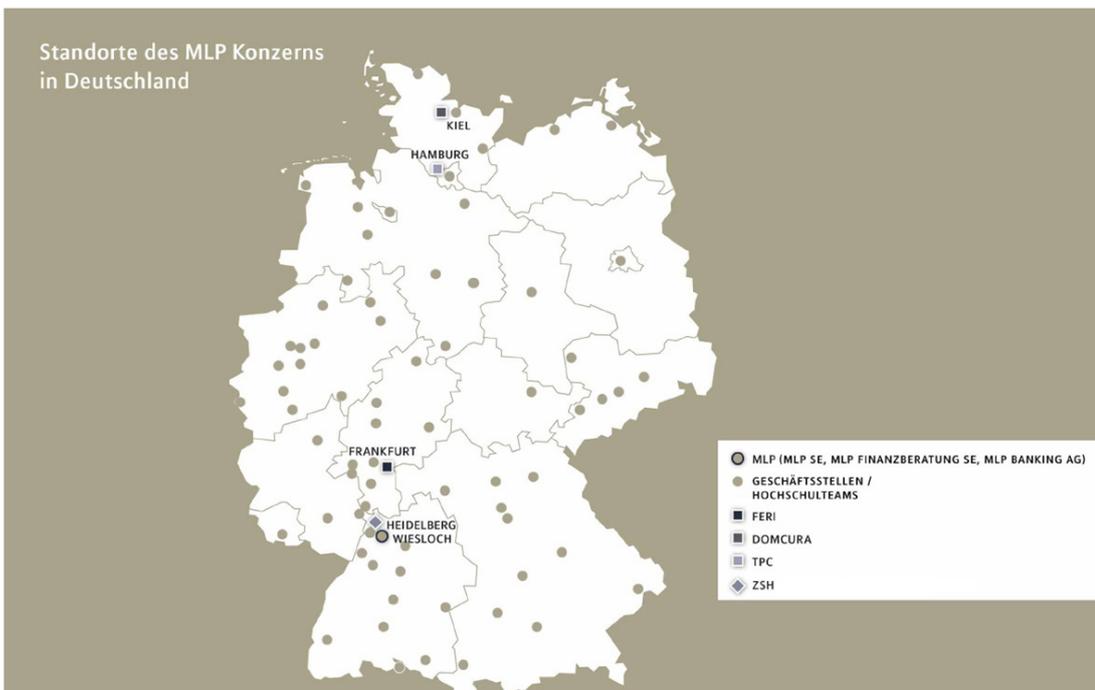
32 Siehe <http://spitzenstudent.de/skripte/impressum/> abgerufen am 23.01.2020.

33 MLP-Lagebericht 2018, S. 49; Siehe https://mlp-geschaeftsbericht.de/fileadmin/pdf/de/EinzelIPD-F_d/2018/Zusammengefasster_Lagebericht.pdf

34 Schriftwechsel zwischen Finanzwende und MLP vom 22. Oktober 2019.

35 Frankfurter Allgemeine Zeitung, vom 20.10.2019; Siehe <https://www.faz.net/aktuell/finanzen/meine-finanzen/sparen-und-geld-anlegen/finanzvertriebe-ueberreden-studenten-zu-ueberteuernten-versicherungen-16441441.html>; abgerufen am 23.01.2020.

36 Der Spiegel, 2016. Siehe <https://www.spiegel.de/lebenundlernen/uni/mlp-werbung-am-campus-die-geister-die-sie-riefen-a-1103271.html>; abgerufen am 23.01.2020.



AGGRESSIVE VERKAUFSSTRATEGIE

Quelle:
MLP Geschäftsbericht
2018, S. 30

Bereits im August veröffentlichte Finanzwende einen Aufruf an Studierende und ehemalige Studierende, ihre Geschichten von MLP-Anwerbeversuchen an Universitäten und Hochschulen zu teilen³⁷. Eine Person berichtet:

“Der Höhepunkt war für mich im Jahr 2011 dann jedoch gekommen, als man versuchte mir Rentenversicherungen und Berufsunfähigkeitsversicherungen für meine künftigen Kinder zu verkaufen. Ich war damals noch nicht einmal verheiratet und Kinder waren erst recht noch nicht in Planung!”³⁸

Andere berichten von der gezielten Ansprache eines MLP-Mitarbeiters an einem Infostand für Auslandssemester. Finanzwende erfährt außerdem von MLP-Aktivitäten bei feierlichen Übergaben der Diplome. Bei letzterer Veranstaltung übernahm MLP die fotografische Dokumentation. Ein Absolvent berichtet:

“Es wurde uns Studierenden angeboten, falls wir uns auf einer Liste eintragen, unsere jeweiligen Bilder kostenlos übersandt zu bekommen. Da meine Meinung von MLP und ähnlichen Strukturvertrieben schon damals nicht sehr hoch war, war für mich klar, dass MLP meine Adressdaten sicherlich nicht von mir erhalten wird. Umso erstaunter war ich, als ich feststellte, dass auf besagter Liste, die ein MLP-Mitarbeiter in Händen hielt, bereits meine persönlichen Daten incl. Geburtsdatum und Adresse vermerkt waren.”³⁹

Ein weiterer ehemaliger Student berichtet von einer prüfungsrelevanten Lehrveranstaltung, bei der acht bis zehn MLP-Berater sogar kurz den Unterricht übernahmen und den Studierenden etwas über Gehaltsverhandlungen beibringen sollten. Die Studierenden seien in Gruppen aufgeteilt worden, jede bekam drei MLP-Berater zugewiesen. Der Student schildert:

³⁷ Siehe <https://www.finanzwende.de/ueber-uns/aktuelles/wir-suchen-ihre-geschichte-zu-finanzvertrieb-an-hochschulen/>; abgerufen am 23.01.2020.

³⁸ Aus einem Schriftwechsel zwischen Finanzwende und Torsten Sievers, Darmstadt (Name geändert).

³⁹ Aus einem Schriftwechsel zwischen Finanzwende und Jochen Kern-Eimann, Ludwigshafen.

„Gegen Ende der Veranstaltung wurde jedoch explizit darauf hingewiesen, dass man noch eine individuelle Gehaltsanalyse durch MLP bekommen könne, hierfür wurden Bögen ausgeteilt, die alle Studierenden ausfüllen sollten. Während des Ausfüllens gingen die MLPler durch die Reihen. Die Atmosphäre war seltsam und einschüchternd, da es nicht möglich schien, die Bögen nicht auszufüllen.“⁴⁰

4. TYPISCHER VERTRAG

Die von MLP vertriebenen Produkte sind vielfältig und können nicht in ihrer Gesamtheit eingeschätzt werden. Zum Teil mögen darunter auch sinnvolle Versicherungen sein. Schon 2008 schrieb Stiftung Warentest über MLP-Angebote, einige seien „teuer oder sogar unsinnig“.⁴¹ Wir befürchten, dass sich an diesem Zustand nichts geändert hat.

Ein typischer Fall: MLP hat einem Studierenden im Juli 2019 einen Finanzvertrag verkauft, der aus zwei gekoppelten Produkten besteht – einer fondsgebundenen Rürup-Rente und einem Zusatzschutz für Berufsunfähigkeit (BU). Es handelt sich dabei um eine typische Kombination, die MLP in dieser Form häufig an junge Menschen über die oben beschriebenen Kanäle vertreibt. Das bestätigt auch Hartmut Walz: „Verträge in dieser oder ähnlicher Form werden zu Hauf von MLP an Studierende vermittelt.“, heißt es von dem Professor für Betriebswirtschaftslehre an der Hochschule Ludwigshafen. Der Vertrag ist aus mehreren Gründen problematisch – nicht zuletzt wegen stattlicher Kosten. Hält der Studierende an dem Kombivertrag fest, werden in unserem Beispielfall nach Hochrechnungen⁴² über die Jahre zusammengerechnet allein bis zu 22000 Euro Abschlusskosten fällig⁴³. Welche weiteren Fallstricke gibt es?

1. Unflexibles Produktpaket: Gerade für junge Leute wie Studierende ist ein Paket aus Rürup-Rente und Berufsunfähigkeitszusatzversicherung mit großen Nachteilen behaftet. Es ist laut Expertinnen häufig nicht empfehlenswert, Verbraucherschützer wie der Bund der Versicherten bewerten es als „nicht geeignet“⁴⁴. Das größte Manko: Die Kunden sind über Jahrzehnte an das Paket gebunden, weil der (existenzielle) Zusatzschutz im Bereich Berufsunfähigkeit an eine (starre) Rürup-Vorsorge gekoppelt ist. Gerät der Kunde irgendwann in finanzielle Nöte, lässt sich der Beitrag für die Altersvorsorge nicht einmal zeitweise reduzieren, ohne zugleich den wichtigen BU-Schutz zu kappen. Dabei ließe sich diese Falle mit einem separaten Vertrag leicht umgehen.

Hinzu kommt: Vielen jungen Leuten ist gar nicht klar, dass Rürup-Renten eine extrem starre Vorsorgeform sind. Ganz konkret bedeutet das: Sie kommen an das eingezahlte Geld bis zu ihrem Ruhestand nicht mehr heran – genauso wie bei der gesetzlichen Rentenversicherung. Zudem kann der Vorsorgevertrag nicht einmal beliehen oder übertragen werden. Selbst eine Kündigung ist nicht drin.

2. Automatische Beitragssteigerung: Häufig werden Produkte von Versicherungsvermittlern mit einer automatischen Beitragssteigerung verkauft, der so genannten Dynamik. Dieser Mechanismus kann die Beitragsrate für Kunden über die Jahre allerdings enorm verteuern. Im vorliegenden Fall wurden die Beitragszahlungen mit einer sehr hohen Dynamik von jährlich 10 Prozent ausgestattet. Was das in Euro und Cent bedeutet, ist vielen nicht klar:

⁴⁰ Aus einem Gespräch zwischen Finanzwende und Pascal Dormitz, Ludwigshafen (Name geändert).

⁴¹ Stiftung Warentest (2008): Finanzdienstleister MLP – Köder für Akademiker. Siehe <https://www.test.de/finanzdienstleister-mlp-koeder-fuer-akademiker-1687295-0>; abgerufen am 23.01.2020.

⁴² Die Hochrechnungen wurden im Oktober 2019 auf Grundlage der Daten aus dem Vertrag vom Juli 2019 mit den exakt gleichen zugrundeliegenden Daten angefertigt.

⁴³ Avisierte Vertragslaufzeit 44 Jahre, Eintrittsalter 23 Jahre und monatlicher Anfangsbeitrag: 40,22 Euro, jährliche Beitragsdynamik: 10 Prozent.

⁴⁴ Siehe Bund der Versicherten (2020): Merkblatt Rürup-Rente. Siehe <https://www.bunddersicherten.de/files/merkblatt/65-ruerup-mg.pdf>;

Der Studierende

müsste im vorliegenden Fall **zum Ende der vereinbarten Laufzeit von 44 Jahren unglaubliche 6070 Euro im Monat aufbringen**, wenn er wie vorgesehen an dem Vertrag festhält.

Für den Vermittler allerdings ist die Regelung einträglich: Bei jeder Beitragserhöhung wird ohne erneute Unterschrift ein neuer Vertrag geschlossen. Für MLP heißt das: Jedes Jahr gibt es neue Abschlusskosten⁴⁵. Kurzum: Mit einer hohen Dynamik lassen sich die Provisionen also so lange optimieren bis die Schmerzgrenze des Versicherten bei den monatlichen Zahlungen erreicht ist. Dann gibt es die Möglichkeit, die Dynamik zeitweise aussetzen oder ihr zu widersprechen. Immerhin: Das ist einfach möglich.

3. Hochgelobte Steuervorteile: Im Verkauf werden oft Steuervorteile als besonderes Highlight angeführt. Bei dem Paket aus Rürup- und Berufsunfähigkeitsrente heißt es etwa: „Auch die Beiträge für Ihre Berufsunfähigkeitsabsicherung können Sie steuerlich geltend machen!“⁴⁶ Und tatsächlich kann ein Vertrag steuerlich attraktiv sein. Allerdings besteht der Vorteil lediglich aus einer Verlagerung des Besteuerungszeitpunktes von der Spar- in die Rentenphase. Der Nachteil hingegen, dass alle späteren Rentenzahlungen in voller Höhe steuerpflichtig sind, geht bei den Kunden leicht unter.

Generell gilt: Wenn es um die private Altersvorsorge und wichtigen Versicherungsschutz geht, sollten mögliche Steuervorteile nicht das entscheidende Argument für den Abschluss eines Produkts sein. Und: Im Zweifel sollte ein Steuerberater vorab prüfen, ob die versprochenen Vorteile im Einzelfall auch wirklich greifen – oder nur als Werbeargument erhalten müssen.

4. Verführerischer Rabatt: Am ehesten lassen sich zögerliche Kunden mit niedrigen Beiträgen überzeugen, auch wenn das Produkt eigentlich teurer ist. In unserem Beispielfall wurde wohl deshalb ein Tarif angeboten, dessen Beitrag anfangs massiv reduziert ist. Das sieht günstig aus – und verkauft sich gut. Für Studierende ist ein solcher Anfangsrabatt auch nicht unbedingt nachteilig, wenn sie nach einigen Jahren gutes Geld verdienen. Bei vielen entsteht allerdings der falsche Eindruck, dass es bei den niedrigen Zahlungen bleibt. Ab dem vierten Jahr steigt der Beitrag dann jedoch plötzlich: In unseren Beispielfall verdreifacht er sich von 40,22 Euro auf 134,10 Euro monatlich. Versicherte, die im Laufe der Jahre den Beitragssprung aus dem Blick verloren haben oder zum diesem Zeitpunkt doch noch studieren oder nicht genug verdienen, bekommen leicht ein Problem.

5. Unflexible Kündigung: Bemerkt eine Verbraucherin den Fehlkauf nach Jahren, so kann sie nur die Berufsunfähigkeitszusatzversicherung kündigen. Der Rürup-Vertrag kann lediglich „beitragsfrei“ gestellt werden. An das eingezahlte Geld kommt die Verbraucherin selbst im Krankheitsfall oder bei materieller Not erst im Rentenalter und zwar nicht durch Einmalzahlung, sondern durch eine monatliche Rente.

Das Produktpaket birgt also zahlreiche Tücken für Studierende. Sicher ist dank der Gebühren nur: Die Police wird aller Voraussicht nach kontinuierlich Geld für MLP und die Anbieter erwirtschaften.

⁴⁵ Siehe zum Beispiel <https://www.finanzbildung.jetzt/dynamische-rentenversicherung-wann-du-die-dynamik-rausnehmen-solltest/> (abgerufen am 23.01.2020) & <https://www.psd-rheinneckarsaar.de/mb3707/bedingungenfuerdiedynamik.pdf?v=1> (abgerufen am 23.01.2020).

⁴⁶ Broschüre Alte Leipziger „Selbst gemischt – staatlich gefördert“

5. ANDERE VERTRÄGE

Die für MLP typische Kombination von Rürup-Renten und Berufsunfähigkeitsschutz ist nicht das einzige problematische Produkt, das MLP verkauft. Finanzwende liegen vier weitere Vertragsanalysen vor, die sich in Struktur und Logik stark ähneln. Sie lassen darauf schließen, dass MLP seit längerer Zeit (die Spanne des Versicherungsbeginns der uns vorliegenden Verträge reicht von 1999 bis 2019) Produkte verkauft, die für Kunden zum Problem werden können.

Alle analysierten Verträge sind Kombiprodukte. Das heißt: eine Lebens- oder Rentenversicherung verbunden mit einem Berufsunfähigkeitsschutz. Die Angst vor der Berufsunfähigkeit oder einem frühzeitigen Tod können in solchen Fällen als Schreckgespenst genutzt werden, um eine Altersrente mitzuverkaufen, die andernfalls womöglich schwieriger zu vermitteln gewesen wäre.

MLP-Berater vermitteln offenbar gerne Lebens- und Rentenversicherungen, obwohl diese Produkte ganz generell einen Nachteil haben: Wer früher als vorgesehen aus dem Vertrag aussteigt, hat sehr oft ein schlechtes Geschäft gemacht. Das betrifft alle Lebens- und Rentenversicherungen, nicht nur jene, die von MLP vermittelt werden. Wegen der hohen Anfangskosten bekommen Kundinnen, die ihre Verträge vorzeitig kündigen, oftmals geradeso viel raus, wie eingezahlt wurde. In manchen Fällen sogar weniger⁴⁷.

Zwei Praxisbeispiele, die Finanzwende vorliegen, illustrieren das Phänomen:

Fall 1: Einer der analysierten Verträge, die MLP vermittelt hat, wurde von einem Vater für seinen Sohn abgeschlossen hat, als dieser zehn Jahre alt war. Die im Jahr 2004 abgeschlossene fondsgebundene Lebensversicherung hatte eine Dynamik von 10 Prozent jährlich. Der Beitrag stieg bis zum Jahr 2016 auf 235 Euro monatlich. An diesem Punkt wurde es dem Kunden zu viel und er kündigte den Vertrag. Bis dahin hatte er rund 19500 Euro für seinen Sohn eingezahlt und bekam nun, nach knapp 13 Jahren, gut 19200 Euro ausgezahlt.

Fall 2: Ein anderer Vertrag, der Finanzwende vorliegt, wurde von einem 27-jährigen Physiotherapeuten im Jahr 2003 abgeschlossen. Auch diese Police enthielt eine zehnprozentige jährliche Dynamik. Der Versicherte hat es vierzehn Jahre mit MLP ausgehalten, im Jahr 2017 kündigte er seine fondsgebundene Lebensversicherung. Den über vierzehn Jahre eingezahlten Beiträgen von gut 19800 Euro stand ein Auszahlungsbetrag von rund 18100 Euro gegenüber – Verlust: 1700 Euro.

⁴⁷ Vgl. hierzu auch Prof. Dr. Hartmut Walz: <https://schliesslich-ist-es-ihr-geld.de/ein-gratis-auf-to-durch-kluge-entscheidung-die-kosten-unterschiede-in-vorsorgevertraegen-sind-betraechtlich/>; abgerufen am 23.01.2020.

6. FINANZWENDE FORDERUNGEN

Keine Zinsen mehr auf Sparguthaben, geringere Auszahlungen aus der Lebensversicherung als erwartet und Geldanlagen, die sich in Luft auflösen: für das Alter vorzusorgen, ist in der Finanzkrise und im Niedrigzinsumfeld schwierig geworden. Dass Menschen, die in einem solch sensiblen Bereich Rat suchen, noch immer auf provisionsgetriebene Berater treffen, die ihnen oft unvorteilhafte Produkte empfehlen, ist ein unhaltbarer Zustand.

Provisionen im Beratungswesen sind ein Anreiz für schlechte Beratung von Kundinnen und Kunden. Das Geschäft lebt davon, immer neue Kundinnen und Kunden anzuwerben. MLP konzentriert sich bei der Neukundengewinnung schwerpunktmäßig auf Studierende. Neben zahlreichen Kooperationen mit Hochschulen setzt MLP auf den laut Satzung gemeinnützigen Verein Hochschulinitiative Deutschland. Dieser vermittelt ein Lehrangebot, das speziell auf Studierende ausgerichtet ist – und die gleich dort auch von MLP angesprochen werden.

Finanzwende fordert:

- MLP muss seine Kooperation mit dem Verein Hochschulinitiative Deutschland umgehend beenden. Ein Bildungsverein darf nicht Deckmantel sein, um Finanzvertrieb anzubahnen. Sollte der Verein Steuervergünstigungen wahrgenommen haben, müssen diese Steuern zurückgezahlt werden.
- Schluss mit Provisionsverkauf! Unabhängige Beratung und Provisionsvertrieb schließen sich aus. Die Bundesregierung muss endlich für ein Provisionsverbot sorgen.
- Die Interessen der Anleger müssen in der Anlageberatung endlich das einzige Kriterium sein. Finanzberatung muss zu einer Dienstleistung werden, wie wir sie beispielsweise im Anwaltswesen oder bei der Steuerberatung haben. Der Berater sollte wirklich unabhängig sein und ausschließlich im Interesse der Kundinnen arbeiten. Nur so wird die Beratung auf ein angemessenes Qualitätsniveau steigen.

Bürgerbewegung

FINANZWENDE

Finance Watch Deutschland

Bürgerbewegung Finanzwende e. V.

Motzstraße 32
10777 Berlin

T: 030 208 370 80
F: 030 208 370 829
info@finanzwende.de

Spendenkonto: GLS Bank
IBAN: DE03 4306 0967 1226 5452 00
BIC: GENODEM1GLS

Gläubiger ID: DE59ZZZ00002143189
Amtsgericht Berlin/Charlottenburg
VR 36803 B

finanzwende.de

facebook.com/finanzwende
twitter.com/finanzwende
Finanzwende auf Youtube.com