

Unterstützung bei Finanz- und Versicherungsfragen: Von wem?

Wiesloch, 08.05.2026 – Wer seine Finanz- und Versicherungsangelegenheiten regeln will, hat eine große Auswahl am Markt: Es existiert mittlerweile ein breites Angebot an echten und vermeintlichen Experten, die ihre Unterstützung anbieten. Sie unterscheiden sich zum Teil deutlich in Sachen Qualifikationen, Beratungsanspruch, Vergütungsform und Haftung. Um eine seriöse und passende Unterstützung zu finden, ist es für Verbraucherinnen und Verbraucher hilfreich, die wichtigsten Unterschiede zu kennen.

Vermögensaufbau, private Altersvorsorge, Absicherung gegen die finanziellen Folgen von Krankheit und Berufsunfähigkeit – gerade für junge Menschen in Ausbildung, Studium oder bei Berufseinstieg sind Finanz- und Vorsorgethemen oft schwer zu durchblicken. Das Angebot an echten und vermeintlichen Experten, die Unterstützung anbieten, ist groß und reicht von Chatbots und Finfluencern über Banken bis hin zu verschiedenen Finanz- und Anlageberatern. Aber wie unterscheiden sich die verschiedenen Angebote und auf was sollten Verbraucher bei der Auswahl achten?

Die Unterschiede im Detail:

1. Eigenberatung (ggf. unterstützt durch Chatbots)

Wer ohne externe Unterstützung individuell passende Entscheidungen zu Finanz- und Versicherungsthemen treffen möchte, muss zunächst das entsprechende Wissen aufbauen. Der Aufwand hierfür variiert je nach persönlichem Vorwissen. Zudem ist kontinuierlicher Aufwand nötig, um Marktentwicklungen zu verfolgen und das Wissen aktuell zu halten. Sich in die komplexe Tarifwelt einzuarbeiten und einen umfassenden Marktüberblick zu erlangen, ist für Verbraucher in der Regel nicht machbar.

Die Qualität der daraus resultierenden Entscheidungen hängt u. a. davon ab, wie tief sich Verbraucher in die Themen einarbeiten und auf welche Quellen sie zugreifen (können). Beim Einsatz von Chatbots ist Vorsicht geboten: Diese können auch bei Finanzfragen nicht passende bzw. fehlerhafte Ergebnisse liefern. Dies zeigt u. a. eine Untersuchung des Walter Bradley Center for Natural and Artificial Intelligence aus April 2025.

Da Verbraucher bei dieser Variante auf sich allein gestellt sind und kein fachlicher Austausch mit Experten stattfindet, ist ihr Fokus meist begrenzt und Halbwissen bzw. fehlerhaftes Wissen kann weitreichende finanzielle Folgen haben. Angesichts des großen Produktangebots am Markt ist es für Verbraucher schwierig, den Überblick zu behalten und die besten Optionen zu wählen. Auch bei einem Produktabschluss z. B. über das Internet fallen in der Regel Kosten an.

2. Finfluencer

Finfluencer gewinnen bei jüngeren Menschen zunehmend an Beliebtheit: Ihre Tipps zu Finanz- und Versicherungsthemen sind oft vereinfacht, kostenfrei und jederzeit abrufbar. Doch diese Tipps basieren häufig auf gezielten Produktplatzierungen und weniger auf fundiertem Finanzwissen. Eine Berücksichtigung individueller Bedürfnisse findet nicht statt. Hinweise zu anfallenden Abschluss- und Verwaltungskosten fehlen ebenfalls häufig.

Da Finfluencer rechtlich gesehen keinen unmittelbaren Kontakt zu Followern haben und damit keine persönlichen Empfehlungen abgeben, unterliegen sie keiner amtlichen Aufsicht. D.h. sie müssen beispielsweise weder ihre Kompetenz nachweisen noch ihre Vergütung detailliert offenlegen. Bei fehlerhaften Informationen oder Empfehlungen, durch die Verbraucher finanziellen Schaden erleiden, sind sie nur unter bestimmten Bedingungen haftbar zu machen. Dies zeigt u. a. eine Untersuchung des Centrum für Europäische Politik (cep) aus April 2026.

3. Ungebundene Makler / Vermittler / Berater auf Provisionsbasis (§ 34f, 34d Absatz 1 GewO bzw. §32 KWG)

Ungebundene Makler / Vermittler / Berater auf Provisionsbasis handeln per Gesetz im Auftrag des Kunden (nicht des Produktgebers). Dafür haben sie Zugriff auf die Produkte verschiedener Anbieter (marktbreites Angebot) und können so individuell passende Produktlösungen anbieten. Hierfür unterliegen sie strengen Regularien: Sie müssen umfangreiche Vorgaben in der Aus- und Weiterbildung erfüllen, benötigen eine Lizenz des Gewerbeamts, der IHK oder der BaFin, müssen regelmäßig Sachkundenachweise erbringen und haften bei fehlerhafter Beratung.

In der Regel vermitteln sie bei Bedarfs sogenannte Brutto-Tarife. Darin sind die Kosten für die Vermittlung und Beratung bereits in die Finanz- oder Versicherungsprodukte (indirekte Kosten) eingepreist und die Makler / Vermittler / Berater erhalten darüber im Falle eines Produktabschlusses eine Vergütung vom Produkthanbieter. Speziell in der Anlageberatung ist bei einigen Maklern / Vermittlern / Beratern ein abgewandeltes Kostenmodell zu finden: Sie geben die Vertriebsfolgeprovisionen (sog. Kickback oder Retrozessionen) vollständig an ihre Kunden weiter und erheben stattdessen eine prozentuale Gebühr z. B. auf die Höhe des Depots. Dieses Modell lehnt sich an die Honorarberatung an und bietet Kunden eine höhere Transparenz und oftmals eine attraktivere Preisgestaltung. In der Versicherungswelt gibt es ein solches Modell aufgrund gesetzlicher Vorgaben nicht.

In beiden Fällen gilt: Ob und welche weiteren Kosten durch Verträge anfallen, muss im Einzelfall geprüft werden. Außerdem sind die Berater / Vermittler / Makler gesetzlich dazu verpflichtet, alle anfallenden Kosten detailliert offenzulegen, sodass Verbraucher sie bei Bedarf jederzeit nachvollziehen können. Die Beratung von ungebundenen Maklern / Vermittlern / Beratern auf Provisionsbasis kommt aufgrund ihrer Eigenschaften gerade bei komplexen Finanz- und Versicherungsfragen oft zum Einsatz und ist besonders für Verbraucher geeignet, die direkte Beratungskosten vermeiden möchten.

4. **Ungebundene Makler / Berater auf Honorarbasis (§ 34h, 34d Absatz 2 GewO oder § 93 WpHG)**

Ungebundene Makler bzw. Berater auf Honorarbasis haben viele Parallelen zu ungebundenen Maklern / Vermittlern / Beratern auf Provisionsbasis: Sie können ebenfalls auf Anlage- oder Versicherungsprodukte einer Vielzahl von Anbietern zugreifen (marktbreites Angebot), sie handeln per Gesetz im Auftrag des Kunden, nicht des Produktgebers, und sie unterliegen den gleichen strengen gesetzlichen Regulierungen: Sie benötigen eine Lizenz des Gewerbeamts, der IHK oder der BaFin, müssen regelmäßige Sachkundenachweise erbringen, ihre Kosten detailliert ausweisen und sind für eventuelle Beratungsfehler haftbar.

Der größte Unterschied liegt in der Kostenstruktur: Makler / Berater auf Honorarbasis beraten und vermitteln bei Bedarf sogenannte Nettotarife, d. h. Produkte, die keine integrierten Vermittlungs- und Abschlussprovisionen enthalten. Deshalb ist ihre Beratung unmittelbar kostenpflichtig (direkte Kosten) – selbst dann, wenn daraus kein Produktabschluss resultiert. Der durchschnittliche Stundensatz im Markt liegt laut Verbund Deutscher Honorarberater bei ca. 150-250 Euro. Für eine darüber hinausgehende Betreuung fallen zusätzliche Servicegebühren an. Nach Vertragsabschluss kommen weitere Kosten hinzu, z. B. in Form von Verwaltungskosten. Eine aktuelle Studie der Fachhochschule Dortmund aus März 2025 belegt, dass Honorarberatung in Deutschland bisher keine nennenswerte Akzeptanz findet. Demnach halten über 70 Prozent der Befragten es für grundsätzlich attraktiver, wenn in einem Versicherungsangebot alle Kosten einkalkuliert sind.

5. **Ausschließlichkeits- oder Mehrfachvertreter (sog. vertraglich gebundene Vermittler)**

Banken oder Versicherungen bieten Verbrauchern ihre Produkte oft auch direkt über sogenannte vertraglich gebundene Vermittler an. Das Produktangebot dieser Ausschließlichkeits- oder Mehrfachvertreter ist daher entsprechend begrenzt.

Vertraglich gebundene Vermittler arbeiten auf Provisionsbasis, d. h. die Kosten für die Vermittlung und Beratung sind bereits in die Finanz- oder Versicherungsprodukte eingepreist. Für Kunden fallen daher keine direkten Kosten für die Beratung und Produktvermittlung an. Ob und welche weiteren Kosten durch Verträge anfallen, muss im Einzelfall geprüft werden.

Ausschließlichkeits- oder Mehrfachvertreter arbeiten als vertraglich gebundene Vermittler unter dem Haftungsdach einer Bank bzw. Versicherung. Sie unterliegen damit gesetzlichen Regulierungen in den Bereichen Sachkundenachweis, Kostentransparenz und Haftung. Dies bietet Verbrauchern eine gewisse Sicherheit, jedoch sollten sie die Einschränkungen bei der Produktauswahl und damit auch bei der Beratung berücksichtigen.

Pressekontakt

Sabine Styppa
Konzernkommunikation
Tel 06222 308 4614
sabine.styppa@mlp.de

Über MLP

Die MLP Gruppe ist mit den Marken Deutschland.Immobilien, DOMCURA, FERI, MLP, RVM und TPC der Finanzdienstleister für Privat-, Firmen- und institutionelle Kunden. Durch die Vernetzung der unterschiedlichen Perspektiven und Expertisen entstehen besondere Mehrwerte – und Kunden können bessere Finanzentscheidungen treffen. Dabei verbindet die MLP Gruppe intelligent persönliche und digitale Angebote. Einige der Marken bieten zudem ausgewählte Produkte, Services und Technologie für andere Finanzdienstleister.

- **Deutschland.Immobilien** – Immobilienplattform für Kunden und Finanzberater
- **DOMCURA** – Assekurateur für Finanzberater und -plattformen
- **FERI** – Multi Asset-Investmenthaus für institutionelle Investoren und vermögende Privatkunden
- **MLP** – Finanzberatung und Banking für anspruchsvolle Kunden
- **RVM** – Risikomanager für Versicherung und Vorsorge für mittelständische Unternehmen
- **TPC** – Benefit Experten Netzwerk für Unternehmen

Innerhalb des Netzwerks findet ein intensiver Know-how-Transfer statt. Die Spezialisten unterstützen sich in Research und Konzeptentwicklung sowie in der Kundenberatung. Durch diese gezielte Interaktion entstehen zusätzliche Werte für Kunden, für das Unternehmen und für die Aktionäre. Der ökonomische Erfolg bildet auch die Grundlage, gesellschaftliche Verantwortung wahrzunehmen.

Die Gruppe wurde 1971 gegründet und betreut für rund 596.100 Privat- und rund 27.400 Firmen- und institutionelle Kunden ein Vermögen von rund 65,9 Mrd. Euro sowie Bestände in der Sachversicherung von rund 809 Mio. Euro.