

17.10.2011

Presseinformation

der
Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e.V.

GRAUER KAPITALMARKT

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e.V.
Paulinenstraße 47
70178 Stuttgart
0711 – 66 91 73
presse@vz-bw.de
www.vz-bw.de

Novellierung des Anlegerschutzgesetzes

Die Bundesregierung verspricht, den Anlegerschutz auf dem Grauen Kapitalmarkt zu verbessern. Dazu hat sie einen Entwurf für ein Gesetz zur Novellierung des Finanzanlagenvermittler- und Vermögensanlagenrechts vorgelegt (BT-Drs 17/6051). Die Maßnahmen betreffen die Produktregulierung und die Anforderungen an den Vertrieb. Kurzinformativblätter sollen Produkte verständlicher machen, die Vorlage eines geprüften Jahresabschlusses soll die Transparenz von Vermögensanlagen erhöhen und die Verjährungsfrist bei Prospekthaftung soll von einem auf drei Jahre angehoben werden. Ein Sachkundenachweis soll die Qualität der Beratung verbessern und die Gewerbeaufsichtsbehörden der Länder sollen Vermittler künftig beaufsichtigen.

Mit diesem Gesetzentwurf bringt die Bundesregierung zum Ausdruck, dass sie ein nicht zutreffendes Bild vom Vertrieb Grauer Finanzanlagen ihrer Regulierung zugrunde legt. Die vorgeschlagenen Regulierungsmaßnahmen zeigen auf, dass sie offensichtlich der Auffassung ist, Produkte des Grauen Kapitalmarkts würden durch den einem Verkaufsgespräch der Banken vergleichbar organisierten Vertrieb verkauft. Mit dieser Auffassung irrt die Bundesregierung jedoch. Die folgenden Beispiele zeigen auf, dass die Maßnahmen zur Regulierung des Grauen Kapitalmarkts nicht dazu geeignet sind, eine umfassende, verbraucherorientierte Regulierung dieses Marktes zu bewirken.

Beispiele

1. Carpediem Vertriebsgesellschaft GmbH

Die Carpediem Vertriebsgesellschaft GmbH vertreibt hoch riskante Anlageprodukte in Form von unternehmerischen Beteiligungen. Die Produkte heißen Garantie Hebel Plan 08, Garantie Hebel Plan 09 sowie Premium Renditefonds 10.

Vertriebsmitarbeiter von Carpediem raten Anlegern zur Kündigung bestehender Altersvorsorgeprodukte wie Sparanlagen, Staatsanleihen, Bausparverträgen, Lebens- und Rentenversicherungen sowie im Rahmen der Riester- und Rürup-Rente geförderten Altersvorsorgeverträge, da diese zum Vermögensaufbau ungeeignet seien. Mit Slogans wie „Wahrheit! Klarheit! Ehrlichkeit“ und „Aktiv gegen Betrug in der Finanzbranche“ suggeriert Carpediem in ihren Unterlagen und auf Massenveranstaltungen Glaubwürdigkeit. Der Vertriebsunterstützung dient außerdem die Zeitschrift „Der Freie Berater“, in welcher der Geschäftsführer von Carpediem als Autor regel-

Pressestelle

Tel. (0711) 66 91 73
Fax (0711) 66 91 60 73
presse@vz-bw.de
www.vz-bw.de

mäßig Artikel veröffentlicht („Die Suche hat ein Ende! Zweistellige Renditen sind machbar!“).

Beispiele aus der Beratung der Verbraucherzentrale:

In der Beratung schildern uns Verbraucher, dass sie überredet wurden, alle bestehenden Versicherungen zu kündigen, um mit dem Rückkaufswert das Agio bezahlen zu können. Einem skeptischen Ehepaar wurde mündlich versichert, dass die angebotenen Verträge total flexibel seien und dass sie jederzeit wieder an ihr Geld kämen.

Ein sogenanntes Gesprächsprotokoll enthält keine Informationen über den Gesprächsinhalt. Es befinden sich darauf lediglich Unterschriftenfelder, mit denen der Verbraucher bestätigt, diverse Unterlagen erhalten zu haben und auch über ein Totalverlustrisiko aufgeklärt worden zu sein.

Neben dem Vertrieb von Anlageprodukte wirbt das Unternehmen aber auch für ein freies Mitarbeiterverhältnis in Hochglanzprospekten („Ihr Weg bei CarpeDiem“, „Mache Außergewöhnliches aus Deinem Leben!“). Hier ein Auszug daraus – Qualifikation ist offensichtlich nicht gefragt:

„Kein Wareneinkauf, kein Kapitaleinsatz! Kein Verkauf, keine Beratung, kein Außendienst! Kein Produkt-/Fachwissen, kein Lernaufwand! Keine Zulassungskriterien, keine Voraussetzungen!“

Auswirkungen der Gesetzesnovelle

1. Die uns vorliegenden Unterlagen deuten auf einen Sachkundemangel der Initiatoren und ihrer Mitarbeiter hin oder sie sind Ausdruck einer provisiionsgeleiteten Falschberatung:

- a) Das Anlageziel „Altersvorsorge“ steht im Widerspruch zu dem Totalverlustrisiko der angebotenen Geldanlage.
- b) Man kann bestehenden Produkten zur Altersvorsorge nicht undifferenziert die Geeignetheit absprechen, ohne den Bedarf und die Anlegersituation ermittelt zu haben.

Carpediem GmbH wurde 1991 von ihrem heutigen Geschäftsführer gegründet. Noch heute wirbt die Firma damit, dass für einen Einstieg kein Produkt- oder Fachwissen erforderlich ist (siehe oben).

Durch die anstehende Gesetzesnovelle soll die Sachkunde der Finanzberater sichergestellt werden. Ein Sachkundenachweis ist aber aufgrund einer vorgesehenen „Alte Hasen“-Regelung für Vermittler nicht erforderlich, wenn diese bereits vor dem 01.06.2006 tätig waren. Man muss daher davon ausgehen, dass diese Produkte weiter verkauft werden. Auch verhindert der Sachkundenachweis, sofern diese Regelung denn greift, nicht den provisiionsgeleiteten Verkauf hoch riskanter Produkte als Altersvorsorge.

Pressestelle

Tel. (0711) 66 91 73
Fax (0711) 66 91 60 73
presse@vz-bw.de
www.vz-bw.de

2. Vorvertragliche Informationspflichten, wie sie nach der Novellierung mit einem Produktinformationsblatt geregelt werden, sollen Anlegern eine wohl überlegte Entscheidung ermöglichen. Wenn allerdings Verbraucher regelrecht überrumpelt werden mit diversen Unterschriften und Bestätigungen, dann wird auch ein weiteres Unterschriftserfordernis den Vertrieb nicht am Verkauf hindern. Die Beweislast, dass Unterlagen nicht ausgehändigt wurden, trägt der Anleger.

3. Für die Aufsicht von Carpediem werden nach dem vorliegenden Gesetzentwurf die Gewerbeämter zuständig sein, bei denen sie als Handelsvertreter zugelassen sind. Eine zentrale Zusammenführung von Erkenntnissen aus der Aufsichtstätigkeit ist damit nicht sichergestellt. Missstände bleiben länger unentdeckt als bei einer zentralen Aufsicht. Es ist bislang nicht geregelt, wie Gewerbeämter die zusätzliche Aufsichtstätigkeit qualitativ und personell bewältigen sollen.

Fazit

Dem Verkauf hoch riskanter Produkte als Altersvorsorge durch Carpediem vorbei am Bedarf der Ratsuchenden und den verlustreichen Kündigungen bestehender Verträge kann der Gesetzentwurf nichts entgegensetzen.

2. Prokon

Die Prokon Capital Gesellschaft für ökologische Unternehmensbeteiligung GmbH wirbt über verschiedene Kommunikationskanäle (z.B. Postwurfsendungen, S-Bahn Reklame, Fernsehen) für eine Geldanlage in Genussrechte der PROKON Regenerative Energien GmbH & Co. KG. Dabei weckt die Werbung hohe Erwartungen, die unseres Erachtens problematisch sind. Die folgende Gegenüberstellung von Werbung & Wirklichkeit verdeutlicht dies:

„Kurze Laufzeit ab 3 Jahren möglich.“ (www.prokon.net)

Problematisch: Die Laufzeit ist unbefristet. Nach 3 Jahren können die Anteile allenfalls aufgrund einer Rückkaufgarantie an zwei Garantiegeber verkauft werden. Die Eigenmittel der Garantiegeber sind aber womöglich gar nicht ausreichend, die Garantieverpflichtung zweifelsfrei erfüllen zu können.

„Investitionen in Sachwerte, wie z. B. Windenergieanlagen, bieten bereits einen hohen Schutz vor einem Wertverlust der Kapitalanlage.“ (Verkaufsprospekt)

Problematisch: Es gibt keine Einlagensicherung. Es gibt keine verlässlichen Informationen darüber, ob der Herausgeber der Genussrechte in Zukunft finanziell in der Lage sein wird, seine Verpflichtungen zu erfüllen. Es handelt sich nicht um eine sichere Geldanlage. Auch wenn die Stromproduktion von Windkraftanlagen unverzichtbar sein mag, so erlaubt diese Annah-

Pressestelle

Tel. (0711) 66 91 73

Fax (0711) 66 91 60 73

presse@vz-bw.de

www.vz-bw.de

me nicht die Schlussfolgerung, dass die Geldanlage sicher ist. Beispielsweise sind auch Autos und Lebensmittel ‚unverzichtbar‘, und trotzdem sind viele Unternehmen aus diesem Bereich bereits insolvent geworden.

„Bei einem Anstieg der Inflation steigen mit ihr auch die Energiepreise und mit dem Verkauf des produzierten Stroms können höhere Einnahmen erwirtschaftet werden.“ (Kurzprospekt)

Problematisch: Die Inflationsrate hängt von Preisen eines Warenkorb ab, Strompreise spielen dabei nur eine geringe Rolle. Inflation betrifft auch die Kosten eines Unternehmens, nicht nur die Erträge.

„es werden keinerlei Gebühren für Kauf, Verkauf, Verwaltung, Übertragung usw. der Genussrechte erhoben.“ (Kurzprospekt)

Problematisch: Im Verkaufsprospekt heißt es: „Die Gesamthöhe der Provisionen beträgt 6,00 % des tatsächlich gezeichneten Genussrechtskapitals.“

Auswirkungen der Gesetzesnovelle

1. Da die Gesellschaft die Finanzprodukte ohne Vermittler direkt vertreibt, muss sie die in der Novelle vorgesehenen Beratungs- und Dokumentationspflichten auch künftig nicht beachten. Der neue Sachkundenachweis ist ebenfalls nicht erforderlich.

2. Interessenten an der Geldanlage erhalten postalisch Verkaufsunterlagen, die neben den gesetzlich vorgeschriebenen Informationen auch werbende Unterlagen enthalten. Ein Produktinformationsblatt geht in der Menge dieses Informationspakets unter.

Fazit

Von den Regelungen über die Finanzanlagenvermittlung sind Direktvertriebe wie Prokon nicht betroffen. Die problematische und falsche Erwartungen weckende Werbung wird weitergehen. Gutachten von Wirtschaftsprüfern sind weiterhin freiwillig und die Werbung mit einem solchen Gutachten ist ohne Veröffentlichung des Gutachtens möglich. Der Direktvertrieb von Vermögensanlagen ist weiterhin ohne Beratungs- und Dokumentationspflichten sowie ohne Sachkundenachweis möglich.

3. ascent AG

Die ascent AG vertreibt insbesondere Investmentfonds und Versicherungen. Die ascent AG veranstaltet eigenen Angaben zufolge monatlich mehr als 200 „verbraucherorientierte Vorträge zum Thema Finanzen“. In diesen Masseninformativveranstaltungen geht es unter anderem auch um folgende Themen: „Der Weg des Geldes: Wie investieren Banken und Versicherungen? Warum rund 85 % der Deutschen keine geeigneten Produkte zur privaten Altersvorsorge besitzen.“

Pressestelle

Tel. (0711) 66 91 73

Fax (0711) 66 91 60 73

presse@vz-bw.de

www.vz-bw.de

In Stellenanzeigen sucht ascent AG zurzeit neue Mitarbeiter. Ein Teamleiter ist danach zuständig für die Beratung der Kunden. Die Anforderung an die Sachkunde wird in der Stellenanzeige wie folgt beschrieben:

„Erfahrungen in der Finanzdienstleistungs-Branche sind von Vorteil, aber nicht zwingend erforderlich.“

Ein Vertriebsleiter ist demnach für die Beratung von Kunden verantwortlich. Auch hier heißt es:

„Erfahrungen in der Finanzdienstleistungs-Branche sind von Vorteil, aber nicht zwingend erforderlich.“

Angesichts des fehlenden Sachkundeerfordernisses wundert es nicht, dass sich auf der Homepage des Unternehmens eine Reihe von Aussagen finden, welche diesen Mangel offenbaren. Auch hier liegen Werbung und Wirklichkeit weit auseinander:

„Viele Menschen nutzen Geldwertanlagen wie Bausparverträge, Kapitallebensversicherungen und Sparbücher zum Vermögensaufbau. Anlagen, deren Rendite meist unterhalb der Inflation – dem Geldwertschwund – liegen. Sie sparen sich also regelrecht arm, denn jedes Jahr verliert ihr Geld selbst nach den Zinsgutschriften an Kaufkraft. Durch eine einfache Umstellung von Geldwertprodukten in Qualitätssachwerte wie internationale Aktienfonds lassen sich erhebliche Mehrgewinne erzielen!“

Diese Aussagen sind fachlich nicht korrekt. Mit Geldwertanlagen spart man sich nicht arm, denn die Renditen lagen in der Vergangenheit nicht unbedingt unterhalb der Inflationsrate. Das Geld verliert also nicht generell an Kaufkraft. Und „erhebliche Mehrgewinne“ mit Aktienfonds sind keinesfalls sicher. Ob eine Umstellung auf „Aktienfonds“ dem Bedarf des Anlegers entspricht, hängt vor allem von der Risikotragfähigkeit, Risikobereitschaft und individuellen Situation ab.

„Die ascent AG kann alle in Deutschland zum Vertrieb zugelassene und erhältliche Investmentfonds vermitteln. Aufgrund der offenen Vertriebsarchitektur kann somit aus dem kompletten Produktsortiment der besten Kapitalanlagegesellschaften ausgewählt werden.“

Die ascent AG ist auf Abschluss- und Bestandsprovisionen angewiesen. Sie hat kein Interesse, Fonds zu vermitteln ohne Abschluss- und Bestandsprovisionen.

„Ein 30-jähriger Angestellter mit einem Bruttoeinkommen von 30.000 Euro im Jahr kann im Durchschnitt jeden Monat knapp 60 Euro, nur durch die Ersparnis aus dem Alterseinkünftegesetz 2005, ohne Eigenbeitrag, in eine Basis Rente investieren. (..) Geschenktes Geld!“

Diese Aussage ist fachlich nicht korrekt.

presseinfo
presseinfo
presseinfo

Pressestelle

Tel. (0711) 66 91 73

Fax (0711) 66 91 60 73

presse@vz-bw.de

www.vz-bw.de

Beispiele aus der Beratung der Verbraucherzentrale:

„Mir wurde diese Anlage wärmstens empfohlen, da sie sehr sicher sein soll und auch die Rendite gut sei“

Sachkundemangel: Beim angebotenen Investmentfonds sind Verluste von 25% theoretisch möglich. Hohe Renditen stehen stets in Zusammenhang mit höherem Risiko.

Ein uns vorliegendes Protokoll enthält keine Begründung der Empfehlung und keine Dokumentation der Bedarfserhebung. Als „Bedarf“ wurden stattdessen Renditeziele und Risikobereitschaft beschrieben *„Entsprechend seines Alters ist in erster Linie die Sicherheit der Anlage zu beachten. Außerdem muss eine Rendite oberhalb der Inflation erreicht werden.“*

Ein uns vorgelegtes Angebot der ascent AG zum Abschluss einer fondsbasierten Basisrente entsprach nicht dem Bedarf des Ratsuchenden.

Fazit

Die reine Fondsvermittlung war bislang von einer Erlaubnispflicht ausgenommen. Nach dem Gesetzentwurf ist sie künftig erlaubnispflichtig. Allerdings stellen die Anforderungen an die Erlaubnis keine angemessene Qualifikation sicher. Auch sind neue Dokumentationspflichten nicht geeignet, die rechtliche Position der Anleger zu stärken und Falschberatung zu vermeiden, weil die Dokumentation durch den Anbieter erfolgt. Dieser hat stets ein Interesse, nur solche Dokumentationen anzufertigen, welche vor Gericht nicht gegen ihn verwendet werden können.

4. ThomasLloyd Investments AG, Wien

ThomasLloyd ist nach eigenen Angaben die erste und größte globale Investment Banking und Investment Management Gruppe, welche sich ausschließlich auf den Bereich Erneuerbare Energien und den Cleantech Sektor spezialisiert hat.

Aus einem Faltblatt, welches das Finanzprodukt „Global High Yield Funds“ bewirbt, der in 2007 zur Zeichnung angeboten wurde:

„Mit den ThomasLloyd Global High Yield Funds können Anleger von einer attraktiven Dividendenzahlung im ersten Jahr der Laufzeit und in den folgenden Jahren von einer steigenden Zinsentwicklung profitieren bei gleichzeitiger Absicherung gegen ein fallendes Zinsniveau.“

Problematisch: Der Begriff „Funds“ suggeriert, dass es sich um Investmentfonds handelt. Stattdessen handelt es sich hier um vinkulierte Genussrechte.

Pressestelle

Tel. (0711) 66 91 73
Fax (0711) 66 91 60 73
presse@vz-bw.de
www.vz-bw.de

„Mindestdividende 6%“.

Problematisch: Der Anleger trägt ein Totalverlustrisiko.

Beispiele aus der Beratung der Verbraucherzentrale:

„... im Anhang finden Sie einen Vertrag, den ich 2008 abgeschlossen habe zur Altersvorsorge. Ich wollte kündigen doch es geht nicht. Frage: ist dies ein Betrugsvertrag, ist das das richtige zur Altersvorsorge?“

Der Verbraucher hatte einen Ratenzahlungsvertrag über 20 Jahre abgeschlossen und musste zu Vertragsbeginn ein Agio von 3.780 Euro entrichten. Bei dem Finanzprodukt handelt es sich um vinkulierte Genussrechte der ThomasLloyd Investments AG, Wien. Unseres Erachtens ist es aufgrund des hohen Risikos zur Altersvorsorge vollkommen ungeeignet.

„Mir wurde der Vorschlag unterbreitet, die Lebensversicherung zu kündigen und das Geld anzulegen. (...) Vorgeschlagen wurde, dieses Geld in ThomasLloyd ARMP Protected 2010/2022 Cleantech für 10 Jahre anzulegen“

Der Verbraucher würde durch die Kündigung der bestehenden Versicherung 17.600 Euro verlieren. Eine Bedarfsermittlung des Ratsuchenden ist nicht erfolgt. Der Anlagevorschlag birgt das Risiko des Totalverlusts.

Fazit

Produktbezeichnungen, die falsche Erwartungen wecken, sind allenfalls im Rahmen irreführender Werbung verfolgbar. Für den Direktvertrieb dieser Genussrechte ist weiterhin keine Erlaubnis erforderlich und die BaFin ist nicht zuständig für die Finanzanlagenvermittler. Diese Form der „Beratung zur Altersvorsorge“ kann im Direktvertrieb weiterhin ohne Dokumentation stattfinden.

Folgerungen

Der Vertrieb von Grauen Kapitalmarktprodukten zeichnet sich durch Masseninformationsveranstaltungen und Direktvertrieb aus. Regulative Maßnahmen wie die Einführung von Kurzinformationsblättern werden von den Anbietern in diese Vertriebsmethoden eingefügt, ohne dass sie ihre informative Wirkung entfalten können. Diese Vertriebsmethoden arbeiten sogar gezielt mit diesen Maßnahmen, um Informationsvermittlung lediglich zu suggerieren. Aber auch die regulative Maßnahme „Aufsicht durch die Gewerbeaufsichtsämter“ wird den Vertriebsmethoden nicht gerecht. Die Atomisierung der Überwachung bietet nicht die Gelegenheit, die Muster der Vertriebsmethode zu erkennen und gegen sie vorzugehen. Massenveranstaltungen werden von dieser Aufsicht nur singulär wahrgenommen, beim Direktvertrieb bleibt die Zuständigkeit unklar. Zudem ändern Sachkundennachweise nichts an den suggestiven Verkaufsgesprächen, die ein zentra-

Pressestelle

Tel. (0711) 66 91 73

Fax (0711) 66 91 60 73

presse@vz-bw.de

www.vz-bw.de

les Merkmal von Massenveranstaltungen sind. Aber auch beim Direktvertrieb greifen Sachkundenachweise sowie Beratungs- und Dokumentationspflichten nicht, die für die Gewährleistung einer bedarfsgerechten Entscheidungsfindung aber essentiell sind.

Aus der Perspektive der Verbraucher dienen Masseninformativveranstaltungen der Informationsbeschaffung und -sammlung. Der Besuch dieser Veranstaltungen steht grundsätzlich am Anfang des Entscheidungsprozesses zum Abschluss einer Geldanlage. Anbieter, die solche Veranstaltungen durchführen, verändern deren Charakter, indem sie im Rahmen dieser Veranstaltungen Geldanlagen mit Einsatz von verkaufspsychologischen Instrumenten zu verkaufen bestrebt sind. Dabei umgehen sie gezielt die Bedarfsermittlung, die grundsätzlich vor dem Erwerb einer Geldanlage steht. Den Verbrauchern soll mit dieser Gestaltung der Informationsveranstaltungen gezielt die Geldanlageentscheidung ihrer wohlüberlegten und selbstbestimmten Entscheidung entzogen werden.

Der Direktvertrieb von Grauen Finanzprodukten ist ebenfalls darauf ausgerichtet, die Geldanlageentscheidung der wohlüberlegten und selbstbestimmten Entscheidung zu entziehen. Im Rahmen dieser Vertriebsmethode werden lediglich auf das Produkt bezogene Kaufargumente vermittelt. Diese mögen zwar die Vorschriften der Prospekthaftung einhalten. Sie stellen aber keinerlei Bezug zur Ermittlung des individuellen Bedarfs her und ordnen die Geldanlageentscheidung auch gar nicht in den individuell bedarfsgerechten Entscheidungsprozess ein.

Die Vertriebsmethoden beim Verkauf von Grauen Kapitalmarktprodukten sind letztlich so strukturiert, dass sie eine individuelle Beratungsermittlung schon im Ansatz umgehen. Daher wird der Gesetzentwurf seinem Regulierungsziel, einen angemessenen Anlegerschutz und Schutz gegen unseriöse Produktanbieter und Falschberatung zu gewährleisten, nicht gerecht. Die vorliegende Untersuchung der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg verdeutlicht dies.

Die gesetzlichen Regeln zur Regulierung des Grauen Kapitalmarktes müssen gezielt an den Vertriebsmethoden ansetzen, um die Entscheidungsfindung der Anleger nach einer bedarfsgerechten Kapitalanlage zu unterstützen.

Für die Vertriebsmethode „Masseninformativveranstaltung“ sind gesetzliche Maßnahmen zu etablieren, die den Verbrauchern auch im Rahmen dieser Vertriebsmethode die Entscheidungsfreiheit zugestehen. Diese Maßnahmen sind entweder verlängerte Widerrufsfristen oder der Verbot des Verkaufs von Geldanlageprodukten im Rahmen von Informationsveranstaltungen.

Pressestelle

Tel. (0711) 66 91 73

Fax (0711) 66 91 60 73

presse@vz-bw.de

www.vz-bw.de

Für den Direktvertrieb sind gesetzliche Maßnahmen vorzusehen, die den Bezug zur individuellen Bedarfsermittlung herstellen, um den Verbrauchern auch im Rahmen solcher Vertriebsmethoden die Entscheidungsfreiheit zuzugestehen. Entsprechende Maßnahmen sind Informationsvorschriften für Werbematerialien, die den Bezug explizit kommunizieren.

Politische Forderungen

- Anforderungen an die Werbung (Kennzeichnungsvorschriften für Produkte im Direktvertrieb)
- Widerrufsfrist bei Verkauf von Geldanlagen auf Informationsveranstaltungen bzw. Verbot des Verkaufs im Rahmen von Informationsveranstaltungen
- Einheitliche und umfassende Beratungspflichten (Explorations-, Informations- und Ergebnisphase des Beratungsgesprächs)
- Einheitliche Aufsicht über Vermittler von Finanzprodukten und Finanzberater durch die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht
- Provisionsverbot in der Finanzberatung
- Einheitliche und umfassende Informations- und Dokumentationspflichten
- Einheitlicher Sachkundenachweis ohne Ausnahmen (keine „Alte-Hasen-Regelung“)

Pressestelle

Tel. (0711) 66 91 73
Fax (0711) 66 91 60 73
presse@vz-bw.de
www.vz-bw.de

Abbildung 1: Anforderungen an Werbung des Direktvertriebs – Beispiel 1

WindMühl AG

Es ist Zeit, etwas zu verändern...

...und das lohnt sich!

**Diese Geldanlage
birgt die Gefahr
des Totalverlustes**

Kapitalanlage in **Erneuerbare Energien**
und in eine **lebenswerte Zukunft**



presseinfo presseinfo presseinfo

Pressestelle

Tel. (0711) 66 91 73

Fax (0711) 66 91 60 73

presse@vz-bw.de

www.vz-bw.de

Abbildung 2: Anforderungen an Werbung des Direktvertriebs – Beispiel 2

WindMühl AG

Es ist Zeit, etwas zu verändern...

...und das lohnt sich!

**Dieser Prospekt ersetzt
die individuelle
Bedarfsermittlung nicht**

Kapitalanlage in **Erneuerbare Energien**
und in eine **lebenswerte Zukunft**

presseinfo presseinfo presseinfo

Pressestelle

Tel. (0711) 66 91 73

Fax (0711) 66 91 60 73

presse@vz-bw.de

www.vz-bw.de