

Lizenzen in der Finanzplanung

Die Regulierungswut in der Finanzindustrie hat nun auch die Schweiz erreicht.

VON NICOLAS KOECHLIN



Nicolas Koechlin ist Geschäftsführer der SFPO bzw. des SCFC und Partner in der Anwaltskanzlei Krmeta Gurtner in Bern.

Wo man heute hinschaut findet man in fast allen Berufsgattungen Weiterbildungen mit Zertifizierungen oder Lizenzen, in denen die Teilnehmenden ihr Wissen aus bereits abgeschlossenen Ausbildungen vertiefen können. Dies ist insbesondere bei Personen, die direkt mit anderen Menschen in Kontakt sind, der Fall. Dazu gehören Ärzte, Optiker, Bankberater, Versicherungsberater, aber auch Anwälte und Detailverkäufer. Die Liste könnte unendlich weitergeführt werden.

Gerade in der Finanzindustrie finden grosse Anstrengungen statt, sämtliche Finanzdienstleister «an die Leine» zu nehmen. Diese Regulierungswut existiert im Ausland schon länger, hat nun aber auch die Schweiz erreicht. Stichwort: FIDLEG! Mit diesem geplanten Gesetz wollen die Behörden sämtliche Personen, die in der Finanzbranche tätig sind, regulieren und kontrollieren. Ob ein solches Gesetz in dieser Rigorosität sinnvoll ist oder nicht, soll an dieser Stelle nicht diskutiert werden. Ich verweise auf den Artikel von Hans Geiger in der Juli-Ausgabe des Fachmagazins «Schweizer Bank» (Seite 27).

Lizenz als Qualitätsmerkmal

Eine substantielle Qualitätssteigerung ohne staatliche Regulierungsflut könnte einfacher garantiert werden. Eine stete Weiterbildung nach einer vorgegebenen Ausbildung er-

möglicht den Erhalt einer Lizenz, welche im regelmässigen Turnus (zum Beispiel alle zwei Jahre) kontrolliert bzw. erneuert wird. Die SFPO – Swiss Financial Planners Organization hat 1997 mit dem damaligen CFP Board of Standards (heute: FPSB Ltd) in Denver ein Abkommen geschlossen, wonach ausgewiesene FinanzplanerInnen eine Lizenz erhalten, wenn sie verschiedene Bedingungen erfüllen. Die Lizenzierten müssen zudem das «4E-Prinzip» («experience» = Erfahrung, «education» = Ausbildung und Weiterbildung, «examination» = abgelegte Prü-

Die Erlangung dieser Lizenz ist durchaus freiwillig, aber es zeigt sich, dass die damit erzielbare Qualitätssteigerung bei den Anbietern von Finanzdienstleistungen durchaus marktfähig ist.

fung und «ethics» = ethische Grundsätze) erfüllen. Kernstücke sind also eine spezifische Ausbildung, regelmässige Weiterbildung, Berufserfahrung (fünf Jahre in der Finanzbranche und drei Jahre als Finanzplaner), und das Einhalten ethischer Grundsätze. Wenn diese Bedingungen erfüllt sind, schliesst der Antragsteller mit der SFPO einen Vertrag ab, erhält die Lizenz und darf sich ab diesem Zeitpunkt CFP (Certified Financial Planner), Swiss AWP (Swiss Associ-

ate Wealth Planner) oder Swiss AFP (Swiss Associate Financial Planner) nennen. Die Erlangung dieser Lizenz ist durchaus freiwillig, aber es zeigt sich, dass die damit erzielbare Qualitätssteigerung bei den Anbietern von Finanzdienstleistungen und das somit erhöhte Vertrauen bei den Konsumenten marktfähig sind. Gerade im Ausland haben Konsumenten und Aufsichtsbehörden rasch die Vorteile einer CFP-Lizenz und deren Werthaltigkeit erkannt. In 23 Nationen sind heute weltweit über 150 000 CFP-Lizenzen registriert, und jedes Jahr kommen mehr dazu.

Den Markt überzeugen

Das System der Lizenzierung hat aber noch einen ganz anderen Vorteil. Bekanntlich sind auch in unserem Land Bestrebungen im Gang: «Personen, die mit Kunden in Kontakt stehen, sollen in einer Prüfung nachweisen, dass sie ausreichend Kenntnisse über die Verhaltensregeln, die Grundsätze der Finanzplanung und die vertrieblichen Produkte haben. Ihr Fachwissen ist durch regelmässige Weiterbildung zu verbessern. Kunden sollen in einem öffentlich zugänglichen Register überprüfen können, ob ihr Kundenberater oder Produktevertreiber die entsprechenden Qualitätsstandards erfüllt.» (Kernpunkt 13 des Positionspapiers der Finma betreffend die Vertriebsregeln vom 24. Februar 2012).

Ob das FIDLEG nun kommt oder nicht, ist für die eigentliche Qualitätssteigerung sekundär. Das Argument, mittels einer Lizenz den Markt von der Qualität eines Finanzplaners oder einer Finanzplanerin zu überzeugen, ist das primäre Ziel. ■