

PERSONALISIERTE VERBRAUCHERINFORMATION –
EIN WERKSTATTBERICHT 21.9.2021

Personalisierte(re) Verbraucherinformation in Finanzdienstleistungen

GLIEDERUNG

- Vorüberlegungen
- Elemente einer personalisierten Verbraucherinformation in Finanzdienstleistungen
 - Vorvertragliche Informations- und Erläuterungspflichten bei Verbraucherdarlehensverträgen
 - Informations- und Beratungspflichten bei Inanspruchnahme eingeräumter Überziehungsmöglichkeit und bei geduldeter Überziehung
 - Informations- und Beratungspflichten bei Anlagen
- Schlussfolgerungen

VORÜBERLEGUNGEN

- Informationsmodell
- Leitbild des „durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers“
- Personalisierte Verbraucherinformation
- Warum Finanzdienstleistungen?

... BEI VERBRAUCHERDARLEHENSVERTRÄGEN?

- **Unterrichtungspflichten in § 491 a Abs. 1 BGB**
 - Umsetzung von Artikel 5 Abs. 1, 6 Abs. 1 Verbraucherkredit-RL; Art. 14 Wohnimmobilienkredit-RL
 - Ausdruck des klassischen Informationsmodells
 - Problem: *information overload*
- **Erläuterungspflicht nach § 491 a Abs. 3 BGB**
 - Umsetzung von Art. 5 Abs. 6 der Verbraucherkredit-RL; Art. 16 Wohnimmobilienkredit-RL
 - Kompromiss zwischen Prinzip verantwortungsvoller Kreditvergabe und Leitbild des mündigen Durchschnittsverbrauchers
 - Elemente einer personalisierten Regelung

... BEI INANSPRUCHNAHME VON KONTOÜBERZIEHUNGEN?

- Informationspflichten, §§ 504 Abs. 1, 505 Abs. 1 BGB
 - Klassisches Informationsmodell, wenig bis keine Personalisierungselemente
- Beratungspflicht, §§ 504a Abs. 1, 505 Abs. 2 Satz 2 BGB
 - (Noch) keine Umsetzung europarechtlicher Vorgaben, allein nationalrechtlich determiniert
 - Starke Personalisierungselemente
 - Aber: Annahme des Beratungsangebots nur durch 1/4-1/3 der Betroffenen, finanzielle Entlastung bei etwa 70 – 75 Prozent von ihnen

... BEI ANLAGEN?

- Grundsatz: Anlegerschutzkonzept eines rational, vernünftig und überlegt handelnden Anlegers
- Zivilrechtlich: anleger- und anlageobjektgerechte Beratung
 - *Know your customer principle*: Starkes Personalisierungselement
- Aufsichtsrechtliche Informations- und Verhaltenspflichten
 - Teilweise reine Auskunftspflichten in rein standardisierter Form
 - Teilweise Personalisierung durch Verpflichtung, vor Empfehlung Informationen über Kenntnisse und Erfahrungen, finanzielle Verhältnisse und Anlageziele einzuholen

SCHLUSSFOLGERUNGEN

- In Bezug auf die gewählten Beispiele wird folgendes System deutlich:
 1. Generalisierende (meist standardisierte) Auskunftspflichten nach dem Informationsmodell
 2. Ergänzung durch mehr oder weniger stark personalisierte Erläuterungs- bzw. Beratungspflichten
- System verdeutlicht Defizite des klassischen Informationsmodells
- Aber: auch eine personalisierte Regelung führt nicht immer zum gewünschten Erfolg
- Übertragbarkeit der Personalisierungselemente auf flüchtigere Geschäftsbeziehungen und auf algorithmengesteuerte Personalisierung von Verbraucherinformation fraglich

PERSONALISIERTE VERBRAUCHERINFORMATION –
EIN WERKSTATTBERICHT 21.9.2021

Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!