

Ombudsstelle SRG.D

Dr. Esther Girsberger, Co-Leitung
Kurt Schöbi, Co-Leitung
c/o SRG Deutschschweiz
Fernsehstrasse 1-4
8052 Zürich

E-Mail: leitung@ombudsstellenrgd.ch

Zürich, 7. Februar 2024

**Dossier Nr 9805, «Mona mittendrin», «Unterwegs mit Finanzberatern –
Hauptsache Geld verdienen» vom 3. Januar 2024**

Sehr geehrter Herr XY

Besten Dank für Ihr Schreiben vom 4. Januar 2024, worin Sie obige Sendung wie folgt beanstanden:

*«Der Beitrag zeigt unkritisch die Geschäftsmethode von Swiss Life Select. Es fehlt an Hinweisen und Warnungen:
Die porträtierten Leute sind keine Finanzberater, sondern Verkäufer. Diese verkaufen hauptsächlich teure Versicherungspakete, die die meisten Kunden niemals brauchen (Lebensversicherungen u.ä.). Es wird der Anschein erweckt, dass die Kunden von solchen Produkten profitieren können und für ihre Zukunft vorsorgen, dabei wird nie erwähnt, wie hoch die Kosten von solchen Produkten für die Kunden tatsächlich sind und was die Konditionen sind. Falls man aus einem solchen Vertrag aussteigen will, verliert man mehrere tausend Franken. Günstige (oder gar kostenlose) Alternativen wie 3a-Konten bei Banken hätten ebenfalls erwähnt werden müssen, damit Fernsehzuschauer mit wenig Ahnung umfassend informiert würden und nun nicht denken, dass diese teuren Versicherungspakete die einzige Möglichkeit sind. Und um Geld langfristig zu investieren, eignen sich ETFs oder Roboadvisors viel besser.
Die fragwürdigen Siegerehrungen, die die "Finanzberater" dazu verleiten, so teure Pakete wie möglich zu verkaufen, wurden ebenfalls nicht kritisch beleuchtet.
Die ganze Sendung fühlt sich an wie ein Werbespot für Swiss Life Select.»*

Wir haben Ihre Kritik **der Redaktion** zur Stellungnahme zugestellt. Sie schreibt Folgendes:

Die Redaktion weist die erhobenen Vorwürfe zurück. Die Reportage vermittelt die für die Zuschauenden relevanten Informationen und kontextualisiert das Geschäftsmodell der Finanzberaterinnen und Finanzberater transparent und adäquat.

Der Redaktion ist es wichtig, festzuhalten, dass «Mona mittendrin» ein Reportage-Format ist. Es hat zum Ziel, in jeder Ausgabe in eine Lebenswelt einzutauchen und das Publikum mit Realitäten zu konfrontieren, die ihm nicht bekannt sind. Ob bei Menschen mit Beeinträchtigungen, unterwegs mit Rettungskräften im Einsatz oder bei Häftlingen im Gefängnis (um nur ein paar Beispiele zu nennen): Moderatorin Mona Vetsch taucht jedes Mal in den Alltag von Menschen ein und versucht, stellvertretend für die Zuschauenden, ihre Fragen und Gedanken zum jeweiligen Thema zu klären. Grundsätzlich sind die Folgen von «Mona mittendrin» nie eine umfassende Abhandlung eines gesellschaftspolitischen Themenfeldes wie bspw. der Sozialhilfe oder der Situation von Verwitweten, dafür sind bei SRF andere Angebote im Informationsbereich zuständig.

«Mona mittendrin» will unterschiedliche Milieus zeigen, möglichst echt und authentisch. So auch in der Ausgabe über den Alltag von Finanzberaterinnen und Finanzberatern. Die Firma «Swiss Life Select», bei welcher die gezeigten Beraterinnen und Berater tätig sind, zählt in Europa zu den grössten Unternehmen im Finanz-, Versicherungs- und Vorsorgebereich. Dass das Image dieses Berufsstandes nicht gut ist und dessen Geschäftspraktiken immer wieder kritisiert werden, darauf geht bereits der Titel der Ausgabe ein. Auch an diversen weiteren Stellen im Film werden diese Punkte thematisiert.

Bei **Minute 14'15** wird transparent ausgemalt, dass es keinen festen Lohn gibt und die Beratung der Mitarbeitenden von «Swiss Life Select» an Verkauf geknüpft ist. Es wird erwähnt, dass der Verdienst abhängig ist von den Provisionen für Vertragsabschlüsse und den jährlichen Kommissionen aus langfristigen Verträgen. In anderen Ländern, wie den Niederlanden beispielsweise, ist das nicht erlaubt. Auch im Bundeshaus hat man solche Lösungen diskutiert, diese aber verworfen. 2018 beschloss das Schweizer Parlament, dass Provisionen weiterhin erlaubt sind, auch für Beraterinnen und Berater, die sich unabhängig nennen. So will es das neue Finanzdienstleistungsgesetz (<https://www.sif.admin.ch/sif/de/home/finanzmarktpolitik/finanzmarktregulierung-und-aufsicht-/regulierungsprojekte/fidleg-finig.html>).

Bei **Minute 10'55** wird deutlich gesagt, dass die Mitarbeitenden von «Swiss Life Select» ein Ausbildungsprogramm durchlaufen, welches mit dem Diplom als Finanzberater IAF abschliesst. Protagonist Christoph Munsch ist ausserdem offiziell Finanzplaner mit Eidgenössischem Fachausweis.

Bereits zu Beginn der Reportage sind Vorbehalte und Skepsis auch von Seiten der Moderatorin Mona Vetsch spürbar. In ihrem ersten Kommentar bei **Minute 2'53** meint sie: «Ich starte skeptisch. Von völlig intransparent bis die wollen einem einfach etwas andrehen habe ich über Finanzberater schon alles gehört.» Auch bei **Minute 7'30** drückt sie ihre Vorbehalte deutlich aus: Finanzberater haben wenig Sympathie, der Verkäufer dreht einem etwas an, wovon er selbst keine Ahnung hat. Zudem wird auch im Text erwähnt, dass

Finanzberater als potenzielle Angstmacher bezeichnet werden, bei denen das Worst Case-Argumentarium dazugehört. Bei **Minute 22'14** erwähnen sowohl Finanzberaterin Julia Heinzer als auch ihre Kundin, dass Finanzberater nicht den besten Ruf haben.

Der Film gibt Einblick in den Alltag von Finanzberatenden. Das Publikum kann sich ein eigenes Bild machen über ihr Handeln. Sei es bei der Ehrung der erfolgreichsten Verkäuferinnen und Verkäufer, beim Kundinnenbesuch der Newcomerin Julia Heinzer, die ihren eigenen Freundeskreis für das Geschäft zu gewinnen versucht oder beim Patzer des angehenden Finanzberaters Noah Strebel, der bei seinem allerersten Kundentermin die Unterlagen vergisst.

Es geht in dieser Reportage nicht darum, analog einem Konsument:innen-Magazin, einzelne Finanzdienstleistungen vorzustellen und mit anderen Produkten auf dem Markt zu vergleichen. Noch soll über die Vorsorgethematik ganz grundsätzlich informiert werden. Dies ist, wie schon weiter oben aufgeführt, nicht die Aufgabe eines Angebots wie «Mona mittendrin». Bei «Mona mittendrin» stehen Menschen im Zentrum. Sie gewähren Einblicke in ihren Alltag, in ihre Lebensrealitäten. In diesem Film erleben wir unter anderem die Finanzberaterin Julia Heinzer und ihren täglichen Spagat zwischen ihren eigenen Werten und der Wachstumslogik der Branche - ein Spannungsfeld, in dem sich viele von uns befinden. Gleichzeitig wird anhand der Gespräche mit den Kundinnen klar, dass die Themen «Geld» und «Vorsorge» immer mit tiefen existenziellen Fragen verbunden sind, die sich auch das Publikum stellt: Was macht mich wirklich glücklich? Wie möchte ich mein Leben führen? Zugänglichkeit entsteht für das Publikum, wenn die grossen Fragen des menschlichen Seins aus der Alltäglichkeit heraus erzählt und reflektiert werden. Aus Sicht der Redaktion werden mit der Folge «Mona mittendrin – unterwegs mit Finanzberatern» die Vorgaben des Formats erfüllt.

Wenn es das Thema erfordert, ist «Mona mittendrin» immer wieder bei Firmen und Organisationen unterwegs. Anders ist die Spielanlage des Formats gar nicht umzusetzen. Schauplätze vergangener Ausgaben waren beispielsweise der Zirkus Stey, die Fahrschule Koch, die Spitex oder Böziger Gemüse. Die Redaktion ist sich dieses Kritikpunkts des Beanstanders bewusst und nimmt ihn ernst. In Ausgaben, in denen eine einzelne Firma im Zentrum steht, muss ein besonderes Augenmerk daraufgelegt werden, dass kein Wettbewerbsvorteil entsteht. Die Redaktion ist der Ansicht, diese Aufgabe im Fall von «Swiss Life Select» mit der gebotenen journalistischen Sorgfalt gelöst zu haben. Dem Publikum werden auch Kritikpunkte wie die intransparente Gewinnbeteiligung der Branche aufgezeigt. Der Name der Firma wurde so zurückhaltend wie möglich erwähnt. Das Logo von «Swiss Life Select» sieht man im Film nur ein einziges Mal kleingedruckt auf einem Bundesordner in einer Supertotale. Bei der Berufsbezeichnung der Protagonist:innen hat man bewusst nur «Finanzberater» oder «Finanzberaterin» gewählt und auf die Nennung der Firma verzichtet.

Die Ombudsstelle hat sich den Beitrag ebenfalls angeschaut und sich mit Ihrer Kritik befasst:

Der Titel der Sendung lautet « Unterwegs mit Finanzberatern – Hauptsache Geld verdienen? Bereits hier wird ein weit verbreitetes negatives Image in der Gesellschaft aufgegriffen, nämlich, dass es den Finanzberatern doch in erster Linie um den eigenen Verdienst gehe.

Der Beanstander kritisiert, die Geschäftsmethode von Swiss Life Select werde unkritisch dargestellt; es fehle an Warnungen.

Ginge es um eine Analyse des Geschäftsmodells und/oder einen Vergleich verschiedener Produkte oder Anbieter, dann hätte der Beanstander recht.

«Mona mittendrin» verfolgt aber ein anderes Ziel. Die Moderatorin taucht ein in Lebenswelten, die dem Publikum wenig bekannt sind. Dazu schreibt die Redaktion: *«Stellvertretend für die Zuschauenden versucht die Moderatorin Fragen und Gedanken zum jeweiligen Thema zu klären. Grundsätzlich sind die Folgen von «Mona mittendrin» nie eine umfassende Abhandlung eines Themas»*. Mona Vetsch begleitet Menschen in ihrem Alltag. Sie ist mehr als Reporterin. Oft macht sie mit, sie assistiert und schafft damit eine Nähe, die sie zu einer Art «Verbündeten» macht. Dank ihrer Professionalität und Qualität behält sie aber genau in solchen Momenten die Übersicht und wahrt mit gezieltem Verhalten und gezielten Fragen Distanz. So auch in der kritisierten Ausgabe «Unterwegs mit Finanzberatern». Die Redaktion listet in ihrer Stellungnahme zahlreiche Stellen im Film auf, die zeigen, dass Mona Vetsch ihrem Gegenüber, und für die Zuschauenden transparent, kritisch auftritt.

Den Eindruck des Beanstanders teilen wir nicht, dass die Reportage den Schluss zulasse, dass «diese» teuren Versicherungspakete die einzige Möglichkeit seien und dass die Sendung als Werbespot für Swiss Life Select daherkomme.

Die Skepsis gegenüber der «Branche» kommt an verschiedenen Stellen der Reportage deutlich zum Ausdruck, was den Kriterien eines Werbespots widerspricht und es den Zuschauenden ermöglicht, sich eine eigene Meinung zu bilden.

Einen Verstoß gegen die Sachgerechtigkeit gemäss Art. 4 Abs. 2 des Radio- und Fernsehgesetzes stellen wir nicht fest.

Wir danken Ihnen für Ihr Interesse am öffentlichen Sender und hoffen, dass Sie diesem trotz Ihrer Kritik treu bleiben.

Sollten Sie in Erwägung ziehen, den rechtlichen Weg zu beschreiten und an die Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen (UBI) zu gelangen, lassen wir Ihnen im Anhang die Rechtsmittelbelehrung zukommen.

Mit freundlichen Grüßen

Ombudsstelle SRG Deutschschweiz