

Versicherungen sind auch in der Niedrigzinsphase Pflicht statt Kür

Von Sebastian Greif



Rentenversicherungen sind auch in der Niedrigzinsphase unverzichtbarer Bestandteil einer privaten Altersvorsorge, betont Sebastian Greif mit Blick auf die Absicherung der biometrischen Risiken, die in der Vergangenheit zu wenig in den Mittelpunkt der Kommunikation gestellt worden sei. Um diese Absicherung auch langfristig leisten zu können, seien jedoch flexible Produktlösungen und striktes Kostenmanagement gefragt. Eine zusätzliche Herausforderung stellt dabei das Lebensversicherungsreformgesetz dar, zu dessen Gewinnern der Bankvertrieb zählen könnte. Die Neue Leben hat gemeinsam mit den Sparkassen bereits ein neues Provisionsmodell mit geringeren Abschluss- und höheren laufenden Provisionen umgesetzt, das dem Gedanken des LVRG Rechnung trägt. Red.

Viele Menschen in Deutschland sind verunsichert: Reicht die gesetzliche Rentenversicherung im Alter? Ist die Altersvorsorge im Niedrigzinsumfeld überhaupt noch attraktiv? Bei diesen durchaus berechtigten Fragen geraten folgende Tatsachen mitunter aus dem Blickfeld:

1. Das sich seit Jahren negativ entwickelnde Verhältnis von Beitragszahlern zu Rentenempfängern setzt sich bis 2030 fort.

2. Das Niveau der gesetzlichen Rente sinkt bis 2030 von derzeit 51 Prozent auf 43 Prozent. Und dann folgen erschwerend sogar erst die geburtenstarken Jahrgänge als Rentenempfänger.

Und 3. verlängert sich die durchschnittliche Rentenbezugsdauer (Steigerung seit 2005 um 12 Prozent) durch eine deutlich erhöhte Lebenserwartung stetig weiter. Laut aktuellen Untersuchungen wird heute jedes zweite neugeborene Kind den 100. Geburtstag erleben. Daher ist die private Vorsorge für das Alter eine Pflicht, keine Kür.

Vorsorge bedeutet Konsumverzicht

Rentenversicherungen sind und bleiben aufgrund ihrer einzigartigen Vorteile unverzichtbarer Bestandteil einer privaten Altersvorsorge. Nur sie bieten eine lebenslange Rente sowie die Planbarkeit und Sicherheit, die für eine Altersvorsorge notwendig ist. Auftrag und damit Ziel ist es, das Bewusstsein, vor allem aber auch das entsprechende Handeln der Kunden für dieses gesellschaftlich außerordentlich wichtige Thema deutlich zu steigern. Bisher bessern

die Deutschen ihre Rente mit privater Vorsorge im Schnitt um lediglich 6 Prozent auf. Das ist erheblich zu wenig. Vorsorgen bedeutet sicher auch einen gewissen Konsumverzicht, der sich durch den Ausblick auf einen finanziell unbeschwerten Ruhestand jedoch mehr als ausgleicht.

Die Lebensversicherer sind gefordert, ergänzend zur gesetzlichen Rentenversicherung geeignete Lösungen anzubieten. Dabei müssen sie sich auf deutlich gestiegene Herausforderungen im aktuellen Niedrigzinsumfeld einstellen. Spätestens seit der Entscheidung der EZB, bis September 2016 Staatsanleihen im Wert von 1,14 Billionen Euro anzukaufen, sind sich alle Experten einig, dass die Phase der historisch niedrigen Zinsen weiter anhalten wird. Dies erfordert ein äußerst vorausschauendes Geschäftsmodell.

LVRG als neue Herausforderung

Die Herausforderungen in der Zusammenarbeit mit Kunden und Vertriebspartnern lassen sich im Wesentlichen auf drei Punkte fokussieren:

- flexible Produktlösungen und transparente Kommunikation,
- konsequentes Kostenmanagement,
- kunden- und vertriebspartnerfreundliche Prozesse.

Zum Autor

Sebastian Greif, Mitglied des Vorstands, neue leben Lebensversicherung AG, Hamburg

Dieser Dreiklang erhält eine weitere Dynamik durch die seit Jahren stetig wachsenden regulatorischen Anforderungen an die Lebensversicherer wie zum Beispiel das Lebensversicherungsreformgesetz (LVRG) oder Solvency II.

Neues Provisionsmodell setzt Gedanken des LVRG um

Ein Beispiel dafür ist die mit dem Lebensversicherungsreformgesetz beabsichtigte Neuregelung der Provisionsgestaltung, die die Kundeninteressen noch stärker in den Vordergrund stellt. So dürfen Versicherer seit Jahresbeginn die Abschlusskosten für neue Altersvorsorgeverträge nur noch mit 25 statt bisher 40 Promille bilanziell ansetzen.

Die Neue Leben hat bereits frühzeitig Gespräche mit ihren Vertriebspartnern, den Sparkassen, aufgenommen und ihnen empfohlen, die Provisionen eines abgeschlossenen Vorsorgevertrages künftig zum Vorteil des Kunden gleichmäßiger, das heißt zu wesentlichen Teilen über die gesamte Laufzeit zu verteilen. Mit dieser Umstellung fließen von Vertragsbeginn an größere Anteile der Beiträge in den Aufbau einer privaten zusätzlichen Altersvorsorge des Kunden, wodurch sich bereits in den ersten Jahren höhere Rückkaufswerte ergeben.

Erfreulicherweise konnte mit den Sparkassen, die mit dem Unternehmen zusammenarbeiten, ein Modell mit reduzierter Abschlussprovision und erhöhter laufender Provision zum Vorteil der gemeinsamen Kunden vereinbart werden. Die Sparkassen als Geschäftspartner legen großen Wert auf langfristige faire Kundenbeziehungen

und nicht den schnellen Ertrag. Das neue Modell passt daher perfekt zur Philosophie der Sparkassen, ihren Kunden bei der Planung eines finanziell unbeschwertem Ruhestandes zu begleiten. Da ein hoher Anteil der Gesamtvergütung als laufende Provision gezahlt wird, ergibt sich für die Sparkasse auch eine bessere Planbarkeit und Konstanz der Provisionszahlungen.

Absicherung biometrischer Risiken stärker in den Vordergrund rücken

Im Gegensatz zur klassischen Geldanlage, bei der Zins und Rendite eindeutig im Vordergrund stehen, bieten die Lebensversicherer ihren Kunden darüber hinaus auch den Schutz vor Lebensrisiken wie Tod, Berufsunfähigkeit oder Pflegebedürftigkeit. Diese Kompetenz wurde in der Vergangenheit von der Öffentlichkeit nicht immer so wahrgenommen und auch von den Versicherern nicht in den Mittelpunkt der Kommunikation gestellt. Sie stellt jedoch einen einzigartigen Vorteil dar. Und nicht zuletzt erhält der Kunde bei Fälligkeit die Wahlmöglichkeit zwischen Kapitalauszahlung und lebenslanger Rentenzahlung.

Der Aufbau einer privaten Altersvorsorge sollte idealerweise langfristig ausgerichtet sein. Je früher Menschen damit beginnen, desto besser lässt sich die zu erwartende Versorgungslücke im Alter schließen.

Möglichst hohe Garantien und Flexibilität in Einklang bringen

Der „neue leben aktivplan 2“ bietet Kunden seit 2009 eine äußerst flexible Altersvor-

sorgelösung an, bei der sie Beiträge jederzeit zwischen klassischen und fondsgebundenem Anteil aufteilen können. Gerade in der Niedrigzinsphase lässt sich eine deutliche Bereitschaft vieler Kunden feststellen, ihren fondsgebundenen Anteil zu erhöhen. Bereits nach vier Jahren Vertragslaufzeit profitieren Kunden darüber hinaus von der beruhigenden Sicherheitsoption, das angesparte Fondsvermögen komplett oder teilweise in den klassischen Anlageanteil umzuschichten und damit sichern zu können. Die Erfolgsstory des neuen Produkts geht weiter: Derzeit ist bereits die nächste Generation in Arbeit. Auch wenn es für Details noch zu früh ist, prüfen wir intensiv, wie sich Marktumfeld und die Kundenbedürfnisse nach möglichst hohen Garantien und Flexibilität in Einklang bringen lassen.

Bankvertrieb als Gewinner des LVRG

Die Geschäftsphilosophie von Sparkassen und Banken sowie die Intention des Lebensversicherungsreformgesetzes, die Kundeninteressen noch stärker in den Mittelpunkt zu stellen, sind übereinstimmend. Ihr Geschäftsmodell basiert auf dem Aufbau einer langfristigen Kundenbeziehung und weniger auf schnellen Erlösen. Daher können sie die Verlagerung von einer abschlussorientierten hin zu einer laufenden Provisionsgestaltung – diese kennen die Sparkassen auch bereits aus dem Wertpapiergeschäft – im Gegensatz zu anderen Vertriebsorganisationen gut tragen.

Wir sind sehr froh, mit den Sparkassen einen äußerst starken Vertriebskanal als Partner zu haben. Und ein wenig stolz sind wir schon, dass sich nach der Umstellung unseres Provisionsmodells zu Beginn des Jahres bereits weitere Sparkassen für eine Zusammenarbeit mit der Neue Leben entschieden haben. Auch künftig werden die Prozesse, Produkte, Technik und Services des Unternehmens konsequent auf die Sparkassenpartner ausgerichtet und unterstützen diese durch eine hohe Integration in ihre IT-Infrastruktur.

Unsere Termine 2015 für Sie



**36. bank und markt
Privatkundenforum**

am 30. September 2015

DZ Bank AG, Frankfurt am Main