

bankassurance + allfinanz

Altersvorsorge: Zwischen Scylla und Charybdis?

Die Bereitschaft der Deutschen, sich mit privater Altersvorsorge zu beschäftigen, ist im vierten Quartal erstmals seit dem zweiten Quartal 2008 wieder gestiegen, meldet Union Investment. 72 Prozent der Verbraucher halten es für notwendig, sich mit dem Thema zu beschäftigen, in der Altersgruppe der 20- bis 29-Jährigen sind es sogar 79 Prozent.

Keine echte Trendwende in der Altersvorsorge

Auch die Erhebungen des Deutschen Instituts für Altersvorsorge signalisieren vorsichtigen Optimismus: Die Finanzkrise verliert für die Altersvorsorge an Bedeutung. Fast zwei Drittel der Verbraucher sind dem jüngsten DIA-Deutschland-Trend-Vorsorge zufolge von der Wirtschafts- und Finanzkrise weder persönlich betroffen noch in ihrer persönlichen Altersvorsorge geschädigt.

Am wenigsten verunsichert gibt sich die Zielgruppe 50 plus, weiß die Clerical Medical Investment Group, Heidelberg. In dieser Altersgruppe sind nur 15 Prozent so verunsichert, dass sie ihre Vorsorgeentscheidungen zurückstellen.

Insgesamt sieht laut DIA jedoch fast jeder zweite keinen finanziellen Spielraum, um in die Altersvorsorge zu investieren. Die kurzfristige Abschlussbereitschaft sank sogar von 25 auf 19 Prozent. Einer Forsa-Umfrage im Auftrag der Hanse-Merkur Versicherungsgruppe zufolge plant in der Altersgruppe unter 36 Jahre sogar nur jeder zehnte Erwachsene für 2010 den Abschluss von Vorsorgeverträgen.

Und eine Forsa-Umfrage im Auftrag von AWD weist sogar aus, dass die Quote der

jenigen, die 2010 aus Spargründen weniger in die Altersvorsorge investieren wollen als bisher, um einen Prozentpunkt auf 14 Prozent gestiegen ist.

Eine echte Trendwende in der Altersvorsorge, wie es Union Investment optimistisch titelt, lässt also wohl noch auf sich warten. Die Vertriebe werden es nicht leicht haben, wenngleich Ass Compact eine leicht verbesserte Stimmung bei den unabhängigen Vermittlern registriert.

Denn selbst, wo die Verbraucher die grundsätzliche Notwendigkeit zur Vorsorge erkennen, ist die Diskrepanz zwischen Wissen, also der grundlegenden Erkenntnis, dass private Vorsorge nottut, und Handeln unverändert groß. Ob allein die von Union Investment empfohlene intensivere Aufklärungsarbeit an Schulen dazu beitragen kann, daran etwas zu ändern, scheint fraglich.

Imageprobleme für Assekuranz und Fondsbranche

Um so intensiver wird der Wettbewerb zwischen den verschiedenen Anlageformen und Anbietern. Dass der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V., Berlin, am Jahresende eine Imagekampagne gestartet hat (siehe *Etats und Kampagnen* auf Seite 11), kommt schließlich nicht von ungefähr.

Denn die Lebens- beziehungsweise Rentenversicherung ist nicht zuletzt durch die jüngste Rechtsprechung immer wieder negativ in die Schlagzeilen geraten. Die Diskussion um Vertragskündigungen und Rückkaufswerte hat dem Image der Assekuranz in Sachen Vorsorge schwer geschadet.

Hinsichtlich der Renditebetrachtung hat die Öffentlichkeitsarbeit der Fondsbranche bedingt Früchte getragen: 48 Prozent der Verbraucher halten mittlerweile Fonds für diejenige Vorsorgeform, die im Alter höhere Auszahlungen ermöglicht, so die Umfrageergebnis von Union Investment. Von Versicherungen glauben dies nur 41 Prozent. Nach dem Sicherheitsaspekt wurde in dieser Studie nicht gefragt. Hier hätten vermutlich die Versicherungen die Nase vorn gehabt.

Denn dies ist die Achillesferse der Fondsbranche. Die Botschaft, dass sich der Renditevorsprung nur bei langfristigen Anlagen ergibt, wird zwar immer wieder wiederholt. Doch dieser lange Atem fehlt vielen Anlegern. Sobald ihre Depotwert sinkt, fürchten sie, schlechtem Geld gutes nachzuwerfen und wollen Verluste durch den Ausstieg aus der Anlageform begrenzen. So ist die Anzahl der Fondsbesitzer in Deutschland 2009 erneut um 1,1 Millionen auf den Tiefststand von 6,6 Millionen gesunken.

Wo sich der Kunde also vorkommt wie zwischen Scylla und Charybdis, wird es die schwierige Aufgabe der Berater sein, behutsam die jeweils passende Lösung zu ermitteln. Die Chance dazu besteht. Vor dem Kauf von Fonds lassen sich immerhin fast drei Viertel der Kunden beraten, so der BVI.

Wo jedoch versucht wird, standardmäßig eine Anlageform zu bevorzugen – sei es nun unter Ertrags Gesichtspunkten oder weil sich der Berater mit dem einen oder anderen Produkt besser auskennt –, dürfte vermutlich erhebliches Absatzpotenzial verloren gehen oder die Kundenzufriedenheit leiden. Wirklich individuelle Beratung ist derzeit wichtiger denn je.