

# bankassurance + allfinanz

## Fondspolice: Anbieter in der Pflicht

14,6 Prozent aller Lebens- beziehungsweise Rentenversicherungspolice in Deutschland waren 2009 fondsgebundene Verträge. 2005 lag der Anteil erst bei 10,2 Prozent, so weist es der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V., Berlin, aus.

### Sinkende Anteile im Neugeschäft mit Einmalbeiträgen

Im vergangenen Jahr ist jedoch der Anteil der Fondspolice am Neugeschäft zumindest im boomenden Geschäft mit den Einmalbeiträgen wieder geschrumpft. Bei den neu abgeschlossenen Verträgen sanken die Einmalbeiträge in Fondspolice laut Towers Watson um rund ein Drittel auf 1,2 Milliarden Euro, während sie bei den klassischen Versicherungen um rund sieben Prozent stiegen.

Dies dürfte in erster Linie Ausdruck der Verunsicherung vieler Verbraucher infolge der Finanzkrise sein. Doch auch die Kopplung der Police mit vergleichsweise wenig erfolgreichen Fonds könnte hier eine Rolle spielen und das Image der Fondspolice negativ beeinflussen. Denn sie sind in Verdacht geraten, den Versicherungsmantel häufig mit eher schlecht rentierlichen Fonds zu koppeln.

### Wenig Guided Architecture bei fondsgebundenen Versicherungen

Grund hierfür ist laut einer Studie von Feri Euro Rating Services die Tatsache, dass das Thema „Guided Architecture“, im reinen Fondsgeschäft mittlerweile weitverbreitet, wenn nicht gar Standard, bei den fondsgebundenen Versicherungen noch

nicht weit fortgeschritten ist. Stattdessen zeigt die Studie, dass so mancher Anbieter hauseigene Fonds Fremdprodukten vorzieht. Besonders genannt werden in diesem Kontext die Sparkassen- und Genossenschaftsorganisation.

Die Auswertung zeige jedoch, dass die jeweils angebotenen hauseigenen Fonds im Blick auf die Produktqualität deutlich schlechter abschneiden als Fremdfonds. Sie erreichten nur zu 16 Prozent Top-Ratings, während es bei den Fremdfonds immerhin 29 Prozent seien.

Mit anderen Worten: Es drängt sich der Verdacht auf, dass bei den Fondspolice noch immer versucht wird, was im direkten Geschäft mit Investmentfonds schon seit längerem nur noch eingeschränkt funktioniert: dem Kunden konzern- oder verbundene Produkte zu verkaufen, auch wenn diese im Performancevergleich nicht (mehr) mithalten können.

### Zu selten umgeschichtet?

Bei Fondspolice mag das noch funktionieren, hat man es hier doch vielfach mit einer anders ausgerichteten (und vielleicht auch weniger gut informierten) Klientel zu tun als beim direkten Wertpapiergeschäft. Dennoch kann der Verdacht, dass auch hier einmal mehr die Anbieterinteressen über denen des Kunden stehen, dem Absatz der Fondspolice nur abträglich sein.

Wenn die fondsgebundene Versicherung nicht ins Hintertreffen geraten soll, sind deshalb die Anbieter gefragt. Denn die Feri-Studie zeigt, dass die meistgewählten Fonds für Fondspolice solche

sind, die zwar durchaus einmal überzeugten, aber die einstigen guten Ratings längst verloren haben. Mit anderen Worten: Hier wird bei den Fonds, in die die Versicherung anlegt, offenbar zu selten umgeschichtet.

Bei aller Geneigtheit der Öffentlichkeit, den Finanzdienstleistern Gerissenheit darin zu unterstellen, ihre Kunden zu übervorteilen, muss hier wohl eher mangelnde Aufmerksamkeit vermutet werden. Schließlich ist die Fondspolice für die Assekuranz nur ein Ableger des eigentlichen Kernprodukts Lebens- beziehungsweise Rentenversicherung.

### Zwitterprodukt pflegen

In einem schwieriger werdenden Markt für Lebensversicherungen scheint es aber durchaus wichtig, die Fondspolice weiter zu pflegen. Schließlich ermöglicht sie es als Zwitterprodukt zwischen Versicherung und Investmentparplan, auch solche Kundengruppen anzusprechen, denen die klassische Versicherung zu geringe Renditechancen zu versprechen scheint und die für die Assekuranz ansonsten gar nicht erreichbar wären.

Diese eher kapitalmarktaffinen Kunden werden sich auf Dauer aber nicht überzeugen lassen, wenn die Fondsqualität mit den Erwartungen nicht mithält. Das aber könnte nicht nur das Vertrauen in die Assekuranz beeinträchtigen, sondern auch das in die Seriosität und Kompetenz der Berater, die solche Produkte empfehlen. Und Zweifel an ihrer Beratungsqualität können sich Banken und Sparkassen derzeit nun wirklich nicht leisten.