

Altersvorsorge

Verbraucher wollen flexiblere Produkte

84 Prozent der Deutschen bezweifeln inzwischen, dass Lebensversicherungen angesichts der niedrigen Zinsen noch sinnvoll für ihre Altersvorsorge sind. Und 72 Prozent der Interviewten fühlen sich von den Versicherungen in ihrer Not allein gelassen. Das sind zentrale Ergebnisse einer Online-Umfrage der Markenberatung Prophet zum Thema „Lebensversicherungen- wie Sorge ich für mein Alter vor?“, zu der im Juni 1 000 Erwachsene in Deutschland bevölkerungsrepräsentativ befragt wurden. Von Versicherungsvertretern und Maklern fühlen sich 72 Prozent der Befragten dabei allein gelassen – die hätten eher ihre eigenen Interessen und Provisionen im Blick.

Neben den deutlich gesunkenen Überschussbeteiligungen bemängeln die Verbraucher auch die langen Laufzeiten und unflexiblen Bedingungen (83 Prozent) sowie die mangelnde Transparenz der Verträge im Hinblick auf Kosten und Provisionen sowie die Aufteilung von Überschüssen und Gewinnen (81 Prozent).

85 Prozent der Befragten stimmten deshalb der Aussage zu: „Insgesamt erscheinen mir die Altersvorsorgeprodukte der Versicherungen weder kundenfreundlich noch meinen Bedürfnissen entsprechend. Die Versicherungen müssen sich dringend ändern und die Bedürfnisse der Kunden endlich ernst nehmen. Dazu gehören auch neue Produkte und Lösungen für die Altersvorsorge.“

Die Marktforscher bezeichnen diese Ergebnisse als „Weckruf an die Versicherer“. Sie müssten über neue und transparente Produkte für die Altersvorsorge nachdenken, die den individuellen Bedürfnissen der Kunden eher gerecht werden. So sollten die Angebote flexibler gestaltet werden,

man müsse bei den monatlichen Zahlungen auch Pausen einlegen oder auch mehr einzahlen können. Dass die Branche bereits begonnen hat, diesen Weg einzuschlagen, ist bisher bei den Kunden offenbar noch nicht angekommen.

Überdies gibt es dabei auch Grenzen. Je flexibler die Versicherungsprodukte werden, desto mehr nähern sie sich Bankprodukten an – und desto mehr verlieren sie auch das Alleinstellungsmerkmal einer verlässlichen Absicherung der biometrischen Risiken. Wer die will, der muss fast zwangsläufig bei der Flexibilität gewisse Abstriche machen. Schließlich ist Altersvorsorge immer eine langfristige Angelegenheit, die auch Disziplin verlangt und sich schlecht mit längeren Pausen im Ansparprozess oder gar einer zwischenzeitlichen Entnahme des Angesparten verträgt.

Die Transparenz ist eine besonders heikle Angelegenheit. Ganz ähnlich wie beim Scoring im Kreditgeschäft, das auch immer als „Black Box“ in der Kritik steht, ist die Kalkulation von Versicherungsverträgen gewiss keine triviale Angelegenheit. Nicht umsonst beschäftigt die Versicherungswirtschaft in Deutschland rund 5 000 Aktuarien und dauert die Ausbildung nach dem Mathematik- oder Statistikstudium noch weitere drei Jahre. Bei allem Bemühen um Transparenz wird da immer ein gewisser Rest an Unverständlichem bleiben, zumal kein Anbieter in irgendeiner Branche sich jemals restlos wird in die Karten schauen lassen, was im Falle des Scorings bereits den höchstrichterlichen Segen erhalten hat. Verbraucher regelmäßig danach zu befragen, ob sie ihre Versicherungsverträge als transparent empfinden, ist insofern auch ein Stück weit unseriös.

Red.