

Corona lässt  
digitale Finanzplattformen  
boomen

Bedarfsanalyse  
nach DIN kommt an

Vermittlerbranche  
bleibt trotz Pandemie stabil

# Vertriebsgipfel FinanzBusiness 2021



**Fintech oder persönlicher Kontakt bei der Altersvorsorge?**

**Honorarberatung gewinnt zunehmend an Bedeutung**

**Große Mehrheit der Finanzprofis erwartet weiter  
fortschreitende Digitalisierung der Beratung**



Erste und zweite  
Ausschüttung des  
»Verifort Capital HC1«  
aus Mieterträgen  
erfolgt!

# »Investieren Sie mit uns in Zukunftsmärkte.«

**Das Emissionshaus Verifort Capital ist mit seinem neuen Immobilienfonds (AIF) für Privatanleger im Bereich Healthcare in Platzierung.**

Mit unserem neuen Fonds »Verifort Capital HC1« bieten wir Anlegern die Möglichkeit, sich am Zukunftsmarkt von Immobilien im Pflegebereich zu beteiligen. Aufgrund der demografischen Entwicklung richten wir bewusst den Blick auf diesen stark wachsenden Zukunftsmarkt und investieren in Immobilien aus den Bereichen stationäre Pflegeheime, betreutes Wohnen sowie Tages- und ambulante Pflege in Deutschland. Als Beteiligungs- und Immobilienunternehmen stehen wir mit unserem Investmentansatz für Verlässlichkeit, Transparenz und Werthaltigkeit.

#### Die wichtigsten Fakten zum Fonds

- Mindestbeteiligung 5.000 € zzgl. Ausgabeaufschlag von 5 %
- Vierteljährliche Ausschüttung in Höhe von 4,75 % p. a. vor Steuern (Prognose)
- Wir, die Verifort Capital, haben selbst einen Betrag von 1,6 Mio. € investiert.

Erfahren Sie mehr über unsere neuesten Aktivitäten auf LinkedIn und Xing oder besuchen Sie uns auf:

[www.verifort-capital.de](http://www.verifort-capital.de)



Verifort Capital

# EDITORIAL

## Wohin entwickelt sich der Vertrieb?

Welche neuen DIN-Normen kommen auf die Finanzvermittlung zu? Welche neuen Tools gibt es zur Erleichterung von Beratungsgesprächen von Vermittlern in der Investmentberatung? Welche neuen Urteile gibt es, die signifikante Auswirkungen auf den Finanzvertrieb haben können, wurden zuletzt gefällt?

Können Produktgeber die ESG Vorgaben wirklich nachhaltig umsetzen? Wie können Anleger auch auf viele Jahre ihr Kapital sichern? Wie können Anleger sicher sein, dass sie wirklich nachhaltig investieren? Gibt es künftig noch Vermögensanlagen im Sachwertebereich? Wie können sich Finanzdienstleister als Nachhaltigkeitsberater profilieren und ausbilden?

Sind Kryptowährungen schon eine eigene Assetklasse? Welche Möglichkeiten haben Versicherer aus der Garantiefalle in der Anlage zu entkommen? Dies waren wichtige Themen die beim Vertriebsgipfel Tegernsee im September 2021 diskutiert wurden.

In dieser Ausgabe finden Sie einen Überblick über die aktuellsten vertrieblichen Entwicklungen, Markteinschätzungen, Produkte und Dienstleistungen sowie interessante vertriebsrelevante Urteile.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre und gute Geschäfte!

***Das Redaktionsteam***

## INTERVIEW

- 6 Investmentquality – Made with Passion  
Interview mit **Stefan Klaile, Gründer der Xolaris Gruppe**
- 8 Solvium Capital GmbH gewinnt FinanzBusinessPreis 2021  
Interview mit **André Wreth, Geschäftsführer, Solvium Capital GmbH**
- 11 Das waren die beherrschenden Themen beim Vertriebsgipfel am Tegernsee
- 12 Wie attraktiv sind Healthcare-Immobilien als Investitionsobjekte?  
Interview mit **Rauno Gierig, Geschäftsführer bei Verifort Capital**
- 16 FinanzBusinessPreis 2021: Ehrenpreis Medien für Uwe Kremer, kapitalmarkt-intern  
Interview mit **Uwe Kremer, Chefredakteur von kapitalmarkt-intern und Geschäftsführer markt intern Verlag**

## DIGITAL

- 20 3 Praxis-Tipps für Cyber-Sicherheit und Datenschutz im Maklerbüro
- 21 Große Mehrheit der Finanzprofis erwartet weiter fortschreitende Digitalisierung der Beratung
- 22 Augmented Reality (AR) in der Versicherungsbranche
- 23 Versicherungsmakler wollen in die digitale Champions League aufsteigen
- 24 DVAG: Vermögensplanung digital erfolgreich etabliert
- 25 ING führt digitale Anlageberatung in Deutschland ein
- 26 Studie: Corona lässt digitale Finanzplattformen boomen

## VERTRIEB

- 28 Vermittlerbranche bleibt trotz Pandemie stabil
- 29 Versicherungsobmann-Jahresbericht bestätigt BVK
- 29 Finanzberaterin: Vermittlerinnen begrüßen die neue Berufsbezeichnung
- 30 DIN-genormte Finanzanalyse für den Privathaushalt
- 31 „Geschäftskunden-Norm“ DIN 77235 auf der Zielgeraden
- 32 Kundenfeedbacks auf WhoFinance zeigen: Bedarfsanalyse nach DIN kommt an
- 32 Fonds Finanz unterstützt Makler bei mehr Geschäft und Kundenbindung durch Servicevereinbarungen
- 34 Bestandsübertragung in Sekundenschnelle: Automatische Erfassung von Fremdverträgen via Smartphone
- 35 JURA DIREKT: Selbstständige und Finanzdienstleister verschenken gerade Geld
- 37 Ab 2022 fällt erneut der Höchstrechnungszins – welche Altersvorsorge rechnet sich noch?
- 38 Moderne Vergütungsmodelle in der Ausschließlichkeit
- 40 Honorarberatung gewinnt zunehmend an Bedeutung
- 41 Honorarberatung: Nicht das Angebot, sondern die Nachfrage fehlt!
- 42 Provisionsverbot: Vernichtende Evaluierung in Großbritannien
- 45 CHARTA-Maklerinnen rufen verbundeigenes Frauennetzwerk ins Leben
- 46 VOTUM und Forum Nachhaltige Geldanlagen (FNG) starten zukunftsweisende Forumpartnerschaft Berlin
- 47 Moderne bAV: Wertpapiergebundene Versorgungszusage
- 49 Fintech oder persönlicher Kontakt bei der Altersvorsorge?
- 50 Versicherungsvermittlung in der Corona-Krise: Vollständiger, persönlicher Beratungsprozess mit digitalen Tools
- 52 Makler Nachfolger Club und FinCompare starten Kooperation für die Finanzierung von Versicherungsmaklerbeständen und Versicherungsmaklerunternehmen

## STUDIEN

- 53 Frauen wünschen sich andere Finanzprodukte
- 55 Zwei Drittel der Deutschen sind mit den Informationen zur privaten Altersvorsorge überfordert
- 56 Zwei Drittel der Deutschen sind Deutsche versichern lieber die Schäden dritter als ihre eigenen existenziellen Risiken
- 57 Digitalisierungsstudie 2020:  
Online-Information und Abschluss erstmals häufiger als der Abschluss beim Versicherungsvertreter
- 59 Studie zeigt: Kryptowährungen bekannter als ETF- Sparpläne
- 61 Immobilienstudie: Preissetzung und digitaler Vertrieb auf dem Prüfstand
- 62 Viele Anleger schätzen die Höhe ihrer jährlichen Rendite viel zu optimistisch ein

## RECHT

- 63 Geldwäschegesetz: BVK kritisiert verschärfte Eintragungspflicht in Transparenzregister
- 64 Geldwäschegesetz: AfW und VOTUM stellen Arbeitshilfen zur Verfügung
- 65 Neue Umsatzsteuerregeln für Finanzdienstleister und Versicherungen?
- 66 Stärkung des Anlegerschutzes bei Vermögensanlagen
- 67 SdV-Straf-Rechtsschutz für Vermittler jetzt mit Versicherungsvertrags-Baustein

## VERSICHERUNG

- 68 BdV: Stornoquoten zeigen - Kündigung ist weiterhin Normalfall bei Lebensversicherungsverträgen
- 69 Lage der Solvenz der deutschen Lebensversicherer: 23 Unternehmen sind angezählt
- 70 VEMA-Qualitätsumfrage Cyber und D&O, Rechtsschutz, BHV und Kompositgeschäft
- 72 Funk: Exklusive Studie zur betrieblichen Krankenversicherung
- 74 Krankenzusatzversicherungen: Was die Kunden anspricht und begeistert
- 76 Bester GKV-Maklerservice 2021
- 78 Auf Goldgräberstimmung folgt Professionalisierung – Studie: Quo Vadis Cyber-Insurance 2021
- 80 Mentale Gesundheit: 3 Gründe warum das Thema Prävention für Vermittler wichtig ist
- 81 Mit modernen Simulationsverfahren zur optimalen Garantie
- 82 Moderne Rentenpolicen sind renditestärker als ein Fondssparplan

## INVESTMENT

- 91 Sicheres Betongold? Warum Immobilienanlagen keine Selbstläufer sind
- 93 Studie Vermögensverwalter 2021: Beratungen oft überzeugender als Lösungsvorschläge
- 94 Finanzprofis gehen von weiterhin stark wachsender Bedeutung von Robo-Advisor-Angeboten aus
- 95 Neue Online-Plattform „Walnut Live“ startet mit vier angebondenen Emissionshäusern

## BILDUNG

- 96 Weiterbildungsverpflichtung: Brancheninitiative veröffentlicht aktualisierte Anrechnungsregeln

## VERANSTALTUNGEN

- 98 Erster Asset Protection Kongress: Was macht diesen Kongress so einzigartig?  
Die Zukunft für Finanzdienstleister: Erster Asset Protection Kongress am 20.+21. Oktober 2021

## IMPRESSUM

- 27 Impressum

# Investmentquality – Made with Passion

## INTERVIEW

**FBM:** Wer ist die XOLARIS-Gruppe?

**Stefan Klaile:** Die XOLARIS Gruppe ist eine unabhängige Private Label – Investmentplattform mit Fokus auf Alternative Investmentfonds („AIF“) in den Assetklassen Private Equity, Immobilien, Erneuerbare Energien und Schifffahrt sowohl für professionelle als auch für Privatinvestoren. Wir verstehen uns als Service Management Company („ManCo“) und werden von unseren Kunden als individueller Lösungsanbieter sehr geschätzt. Als Service Dienstleister agieren wir stets im Interesse unserer Kunden, der verwalteten AIF und ihrer jeweiligen Investoren unter stringenter Wahrung der bestehenden aufsichtsrechtlichen Rahmenbedingungen.

Mit Hauptsitz in Liechtenstein agieren wir zudem an den Standorten München, Konstanz, Paris, Hongkong und Singapur.

**FBM:** Welche Dienstleistungen bietet ihr Unternehmen für Produktgeber und Vertriebe?

**Stefan Klaile:** Wir sind in der Lage die gesamte Wertschöpfungskette rund um einen AIF abzubilden und für unsere Kunden Strukturierungs- und Abwicklungsdienstleistungen getreu unserem Motto, „Investmentquality – Made with Passion“ zu erbringen. Dabei stehen die individuellen Bedürfnisse unsere Kunden und die Erarbeitung der optimalen Finanzierungslösung im Vordergrund. Durch unsere Tochtergesellschaften unter der Marke „Sunrise Capital“ bieten wir außerdem sämtliche gesellschaftsrechtlich notwendigen Funktionen an. In Einzelfällen unterstützen wir durch unser internationales Netzwerk auch bei Fundraising.



**FBM:** Welche Investmentvehikel sind besonders nachgefragt?

**Stefan Klaile:** Aktuell sehen wir eine hohe Nachfrage nach Spezial AIF´s in Deutschland und SICAV Strukturen in Liechtenstein. Gerade Liechtenstein ist ein überaus interessanter Standort um einen AIF aufzulegen, kombiniert Liechtenstein wie kein anderes Land die Regularien der AIFMD und dem schweizer Wirtschaftsstandort. Wir können hier die flexiblen Möglichkeiten einer SICAV Struktur mit den kurzen Wegen und damit Zulassungszeiten in



## *Interview mit **Stefan Klaile**, Gründer der Xolaris Gruppe*

Liechtenstein kombinieren und haben gleichzeitig die Möglichkeit diesen AIFM auch in der Schweiz zu vertreiben. Damit kombiniert der AIFM in Liechtenstein nahezu alle Möglichkeiten die es in Europa gibt.

**FBM:** *Was macht ein erfolgreiches Investment aus?*

**Stefan Klaile:** Erfolgreich Investments zeichnen sich in erster Linie dazu aus, dass diese zum Rendite-/Risikoprofil eines Anlegers passen. Dabei gibt es keine Faustformel des optimalen Investments. Als wir 2018 das erste AIFM Investment zum Thema BITCOIN Mining aufgelegt hatten waren viele noch skeptisch. Heute sind diese Investments sehr gefragt. Wir als XOLARIS sind offen für alle Themen um dann mit unseren Kunden zu diskutieren wie aus dem Assets ein erfolgreiches Investment strukturiert werden kann.

**FBM:** *Was sind für XOALRIS spannende Investment-Themen?*

**Stefan Klaile:** Aktuell sind die Themen „Wasser“ und „Erneuerbare Energien“ die Themen der Zukunft. Aber auch das Gesundheitsthema über Altersheime kommt immer stärker in den Fokus. Alle Themen vor dem Hintergrund, dass es sich um Assets mit stabilen Cash Flows handelt und die Investoren den Nutzen bzw. den Mehrwert aus dem eigenen Umfeld erfahren.

**FBM:** *Wie beurteilen Sie die Zukunft der Sachwert-Retailvertriebes?*

**Stefan Klaile:** Der Retailvertrieb wird immer ein zentrales Standbein der XOLARIS sein. Nur über AIF´s haben die Investoren die Möglichkeit in Real Assets zu investieren unter Wahrung des höchsten Anlegerschutzes den es derzeit in Europa gibt. Ein Grund warum wir unser Dienstleistungsportfolio um den Standort Frankreich erweitern ist u.a. die Beliebtheit von offenen Publikums AIF für Immobilien – und Private Equity Investments. In Deutschland hatte der Publikums-AIF nach der Krise einen schweren Start. Seitdem hat sich die Anzahl an verfügbaren P-AIF´s erhöht und die Kunden haben die Regularien der AIFMD akzeptiert und suchen ganz gezielt nach Investitionen in Real Assets.

# Solvium Capital GmbH gewinnt FinanzBusinessPreis 2021

Mit dem FinanzBusinessPreis zeichnet FinanzBusinessMagazin.de, das Onlinemagazin für Entscheider der Finanzbranche, u.a. Unternehmen aus, die für eine außergewöhnliche, innovative Unternehmensentwicklung und erfolgreiche Investmentangebote stehen. In der Kategorie "Sachwertinvestments" wurde Solvium Capital GmbH aus Hamburg ausgezeichnet.



„Solvium Capital GmbH hat in den letzten Jahren im Segment der Sachwertinvestments eine außergewöhnliche Unternehmensentwicklung genommen, vom Container-Direktinvestments-Nischenanbieter hin zum internationalen Logistikunternehmen. Mit transparenter Informationspolitik, einem renditestarken Trackrecord für bisher getätigte Investmentangebote, konnte das Unternehmen in den letzten Jahren Anleger und Vermittler überzeugen. Nun haben die Hamburger mit neuen Investmentprodukten auch den internationalen Markt im Visier. Besonders hervorzuheben ist trotz des Unternehmenswachstums die stets intensive Zusammenarbeit mit freien Vertriebspartnern. Herzlichen Glückwunsch!“, so Friedrich Andreas Wanschka, Chefredakteur von FinanzBusinessMagazin.de, bei der Übergabe des FinanzBusinessPreis 2021 an André Wreth, Geschäftsführer der Solvium Capital GmbH. Die Preisverleihung fand im Rahmen des Vertriebsgipfel Tegernsee am 6. September 2021 in Rottach-Egern statt.

## INTERVIEW

**FBM:** *Solvium Capital hat sich in den letzten Jahren zu einem erfolgreichen Asset-Manager entwickelt. Was sind die Unterschiede zu anderen Sachwertanbietern?*

**André Wreth:** Die Solvium-Gruppe ist ein weltweit agierender, vollintegrierter Manager von Logistik-Assets. Das bedeutet, wir beherrschen sämtliche Teile der Wertschöpfungskette und können sie entscheidend steuern. Beispielsweise kaufen und vermieten Unternehmen der Solvium-Gruppe Container im asiatischen Raum. Als Dienstleister kümmern sich diese Unternehmen unter anderem um Reparaturen und die Instandhaltung von Containern. Zudem dirigieren sie die Container an die für eine Vermietung attraktivsten Standorte. Die Finanzierung der Container erfolgt größtenteils über Finanzprodukte im deutschen Kapitalanlagemarkt.

Bei Solvium stehen also nicht nur die Konzeption einer Produktverpackung oder der Vertrieb eines Produktes im Mittelpunkt. Vielmehr geht es um die Entscheidung eines Anlegers für einen Partner, der vollumfänglich im Markt agiert und damit nicht nur umfangreiches Fachwissen, sondern auch wichtige Problemlösungskompetenz mitbringt.

**FBM:** *Wie steht Solvium Capital aktuell im Beteiligungsmarkt da?*

**André Wreth:** Solvium befindet sich im 11. Jahr der Unternehmensgeschichte. Gestartet sind wir 2011 mit den damals noch unregulierten Container-Direktinvestments. Heute bieten wir privaten, semiprofessionellen und institutionellen Anlegern Möglichkeiten, sich am Megatrend der Logistik in Form von



## *Interview mit **André Wreth**, Geschäftsführer, Solvium Capital GmbH*

Vermögensanlagen, Alternativen Investmentfonds und SICAV-Fondslösungen zu beteiligen. Mittlerweile haben wir uns im Markt der Sachwertanlagen nachhaltig etabliert und glauben sagen zu können, dass wir uns durch unsere einwandfreie Leistungsbilanz, Servicequalität und Transparenz einen besonders positiven Ruf bei Anlegern und Vermittlern erarbeitet haben.

**FBM:** *Warum sollten Vermittler ihren Kunden eine Investition in Angebote der Solvium Capital empfehlen?*

**André Wreth:** Logistik bewegt die Welt, und das nicht nur in Coronazeiten. Ich bin mir sicher, dass es für viele Anleger interessant ist, nicht nur für Onlinebestellungen zu bezahlen, sondern vielleicht auch daran mitzuverdienen. Und lukrativ ist es obendrein. Diese Story kombiniert mit Produkten, die sich unter anderem durch eine Laufzeit von 3 bis 6 Jahren und monatliche bzw. halbjährliche Auszahlungen auszeichnen, macht die Zusammenarbeit mit Solvium für Vermittler attraktiv.

**FBM:** *Was waren die wichtigsten Entwicklungsschritte des Unternehmens?*

**André Wreth:** Die Unternehmensentwicklung war und ist durch viel Engagement und Dynamik der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie der Unternehmensleitung geprägt. Insofern könnte ich an dieser Stelle eine ganze Reihe von Meilensteinen erwähnen. Besonders war sicherlich, das erste Unternehmen im deutschen Kapitalanlagemarkt mit einem Prospekt für Direktinvestments nach dem Kleinanlegerschutzgesetz gewesen zu sein. Auch der in diesem Jahr in den Vertrieb gegebene Alternative Investmentfonds und die SICAV-Fondslösungen freuen uns sehr. Auf Seiten des Asset-Managements sind der Kauf und der Ausbau des Containermanagers Noble Container Leasing mit Niederlassungen in Hongkong, Shanghai, Singapur und Seoul seit 2013 sowie der Kauf des größten europäischen Vermietmanagers für Wechselkoffer, der Axis Intermodal Deutschland GmbH, im Jahr 2020 für uns besonders wichtige Entwicklungsschritte.

**FBM:** *Wie haben Solvium-Kunden bisher abgeschnitten? Gibt es einen Track Record?*

**André Wreth:** Ja, wir haben eine 100-prozentige Erfüllungsquote bei sämtlichen Angeboten unseres Hauses. In unserer mittlerweile 10-jährigen Unternehmensgeschichte haben wir über 14.500 Verträge mit Anlegern geschlossen und über 400 Mio. EUR für Anleger

investieren dürfen. Alle Miet-, Zins- und Rückzahlungen wurden planmäßig und pünktlich geleistet. Vermutlich auch aus diesem Grund haben wir eine Nachzeichnungs- bzw. Wiederanlagequote von weit über 50 %, in den vergangenen Monaten sogar über 70 %. Unsere Vermittler und Kunden sind mit unserer Leistung sehr zufrieden.

**FBM:** *Wie wollen Sie das Unternehmen weiterentwickeln?*

**André Wreth:** Wir möchten die Produktvielfalt gerne aufrechterhalten, solange es die rechtlichen Rahmenbedingungen zulassen, und es so den verschiedenen Anlegergruppen weiterhin ermöglichen, sich an diesem Markt zu beteiligen und regelmäßige attraktive Auszahlungen zu erhalten.

**FBM:** *Auf welche Leistung sind Sie besonders stolz?*

**André Wreth:** Solvium hat es geschafft, zu einem vollintegrierten, international aufgestellten Asset- Manager mit sehr gutem Ruf zu wachsen und sich in den jeweiligen Teilmärkten zu etablieren.

**FBM:** *Wie sehen Sie die Zukunft für Ihr Geschäftsmodell?*

**André Wreth:** Ambivalent: Wir werden auch in Zukunft bemüht sein, transparente, einfach nachvollziehbare und rentable Investments zu konzipieren und zu vertreiben. Jedoch werden wir auch regelmäßig vor neue Herausforderungen in Form von zusätzlichen Regulierungen gestellt. Manche erachten wir als durchaus sinnvoll, bei manch anderen haben wir das Gefühl, dass das Kind mit dem Bade ausgeschüttet wird. Trotzdem nehmen wir die Herausforderungen an und versuchen weiterhin, für unsere Vermittler und Anleger Produkte nach dem Win-win-win-Prinzip zu konzipieren.

**FBM:** *Welchen Stellenwert hat der Finanzvertrieb für Solvium Capital?*

**André Wreth:** Insbesondere der freie Finanzvertrieb liegt uns besonders am Herzen. Wir haben viele Vertriebsunternehmen und Vertriebspartner, mit denen wir quasi seit der ersten Stunde bzw. seit vielen Jahren intensiv, vertrauensvoll und zukunftsorientiert zusammenarbeiten. Diesen Weg wollen wir auch in Zukunft gehen. Wir empfinden Demut und große Dankbarkeit gegenüber der Leistung und dem Vertrauen, das uns regelmäßig entgegengebracht wird.

#### **Wichtige Hinweise**

*Dies ist eine Marketingmitteilung der Solvium Capital Vertriebs GmbH, Englische Planke 2, 20459 Hamburg, die ausschließlich Informationszwecken dient. Sie erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sie stellt weder eine Anlageberatung noch eine Anlageempfehlung/ Finanzanalyse noch ein Angebot zum Erwerb eines Anlageprodukts dar. Eine Anlageentscheidung muss immer auf der Prüfung des Verkaufsprospekts des jeweiligen Produkts beruhen. Die vollständigen Angaben zum jeweiligen Produkt, einschließlich der Darstellung der jeweiligen wesentlichen Risiken, sind einzig dem jeweiligen Verkaufsprospekt zu entnehmen. In der Vergangenheit erzielte Erträge bzw. Renditen und Prognosen sind keine Garantie und kein Indikator für zukünftige Gewinne bzw. Auszahlungen.*

#### **Hinsichtlich der Vermögensanlage „Logistik Opportunitäten Nr. 3“ ist zusätzlich zu beachten:**

*Der Erwerb der Vermögensanlage ist mit erheblichen Risiken verbunden und kann zum vollständigen Verlust des eingesetzten Vermögens führen. Der in Aussicht gestellte Ertrag ist nicht gewährleistet und kann auch niedriger ausfallen.*

*Der veröffentlichte Vermögensanlagen-Verkaufsprospekt zu dieser Vermögensanlage und evtl. Nachträge hierzu sowie das Vermögensanlagen-Informationsblatt sind auf der Internetseite [www.solvium-capital.de/logo3](http://www.solvium-capital.de/logo3) abrufbar oder können kostenlos bei der Solvium Logistik Opportunitäten Nr. 3 GmbH, Englische Planke 2, 20459 Hamburg angefordert werden. Verkaufsunterlagen zu etwaigen weiteren von der Solvium Capital Vertriebs GmbH vertriebenen Anlageprodukten sind in deutscher Sprache auf der Internetseite [www.solvium-capital.de](http://www.solvium-capital.de) abrufbar.*

# Das waren die beherrschenden Themen beim Vertriebsgipfel am Tegernsee

Am 6. und 7. September fand der 14. Vertriebsgipfel-Tegernsee im exklusiven, persönlichen Rahmen mit rund 50 Entscheidern aus der Versicherungs-, Investment- und Vertriebswelt statt.

Ein bunter Strauß an Themen, moderiert von Friedrich Andreas Wanschka, wmd-broker-channel.de/ RedaktionMedien Verlag, zeigten den Teilnehmern interessante Einblicke und Erkenntnisse u.a. in Vertriebsrechts-, ESG Investments-, Digital Assets-, und vielerlei Vertriebsansätze auf. Auch der traditionelle Blick hinter die Kulissen des politischen Berlins aus Sicht der Finanzdienstleistungsbranche durfte nicht fehlen. Hier präsentierte Norman Wirth, geschäftsführender Vorstand des AFW Bundesverband Finanzdienstleistung, die aktuellsten Entwicklungen.

## Es waren 20 verschiedene Themen die an beiden Tagen vorgetragen oder diskutiert wurden:

Wo geht es hin mit dem Vertrieb? Welche neuen DIN-Normen kommen auf die Finanzvermittlung zu? Welche neuen Tools gibt es zur Erleichterung von Beratungsgesprächen von Vermittlern in der Investmentberatung? Welche neuen Urteile gibt es, die signifikante Auswirkungen auf den Finanzvertrieb haben können, wurden zuletzt gefällt?

Können Produktgeber die ESG Vorgaben wirklich nachhaltig umsetzen? Wie können Anleger auch auf viele Jahre ihr Kapital sichern? Wie können Anleger sicher sein, dass sie wirklich nachhaltig investieren? Gibt es künftig noch Vermögensanlagen im Sachwertbereich? Wie können sich Finanzdienstleister als Nachhaltigkeitsberater profilieren und ausbilden?

Sind Kryptowährungen schon eine eigene Assetklasse? Welche Möglichkeiten haben Versicherer aus der Garantiefalle in der Anlage zu entkommen? usw.



Es war spannend. In den Pausen und Abends wurde viel diskutiert. Auch zwei FinanzBusinessPreise wurden in diesem Jahr vergeben. Zum einen in der Kategorie Sachwertinvestments an Solvium Capital GmbH, für eine außergewöhnliche Unternehmensentwicklung, transparenter Informationspolitik, starken Trackrecord für Anleger und sehr positive Zusammenarbeit mit Vermittlern.

Zum anderen an Uwe Kremer, km-i, Geschäftsführer des markt intern Verlags, für seinen außerordentlichen, weit über journalistische, redaktionelle Tätigkeit hinausgehenden jahrelangen Einsatz im politischen Berlin für die Branche, speziell den freien Finanzdienstleistern. Diese Leistung wurde mit dem persönlichen Ehrenpreis Medien, geehrt.

Wie jedes Jahr, waren auch diesmal prominente Branchenmedien vor Ort, die auch teilweise direkt aus dem Saal berichteten.

Der nächste Vertriebsgipfel findet am 14. und 15. Februar 2022 wieder in Rottach-Egern statt. Dann wieder wie gewohnt mit dem Ausblick auf das Finanzdienstleistungsjahr 2022, neuen rechtlichen Entwicklungen, Auswirkungen der Bundestagswahl auf die Branche, Vermittler und Produktgeber und innovativen, spannenden Vertriebsthemen, Dienstleistungen und Produkten.

**Anmeldung** unter [www.Vertriebsgipfel-Tegernsee.de](http://www.Vertriebsgipfel-Tegernsee.de)

Bericht in der finanzwelt: <https://finanzwelt.de/rueckblick-vertriebsgipfel-tegernsee/>

# Wie attraktiv sind Healthcare-Immobilien als Investitionsobjekte?

## INTERVIEW

**FBM:** Was sind Healthcare-Immobilien?

**Rauno Gierig:** Bei Healthcare-Immobilien handelt es sich um eine besondere Immobilienklasse. Allgemein sprechen wir hier von Objekten aus dem Gesundheitsbereich. Das können zum einen klassische medizinische Einrichtungen wie Krankenhäuser oder Reha-Kliniken sein, aber genauso beispielsweise Sozialeinrichtungen wie Pflegeheime oder Einrichtungen für betreutes Wohnen. Es geht also um Dienstleitungen rund um die medizinische Versorgung, Rehabilitation und Pflege. Die individuellen Nutzungsarten unter dem Oberbegriff Healthcare-Immobilien sind vielfältig, gleichzeitig sind die gesetzlichen Rahmenbedingungen streng und die Ansprüche an Betreiber und Einrichtungen hoch – schließlich geht es in diesem Bereich um die Gesundheit von Menschen. Wer sich mit Healthcare-Immobilien beschäftigen will, muss entsprechend viel Expertise und Erfahrung mitbringen.

**FBM:** Warum eignen sich Healthcare-Immobilien als Investitionsobjekte?

**Rauno Gierig:** Healthcare-Immobilien wie Pflegeeinrichtungen helfen, die Herausforderungen des demografischen Wandels in Deutschland zu bewältigen. Denn der Anteil älterer Menschen in unserer Gesellschaft nimmt immer weiter zu. Einerseits weil die Lebenserwartung weiter steigt, andererseits weil jüngere Generationen geburtenschwächer sind als es noch die Generation der Babyboomer war. Mit dem zunehmenden Alter der Gesellschaft steigt aber auch der Bedarf an Pflege und Betreuung im Alter, und damit die Nachfrage nach geeigneten Pflegeplätzen, langfristig an. Bis 2030 dürfte sich die Zahl pflegebedürftiger Menschen hierzulande um rund 700.000 auf über vier Millionen erhöhen, bis 2050 sogar auf mehr als fünf Millionen. Wir haben aktuell in Deutschland rund 13.600 Pflegeheime, mit etwa 930.000 Pflegeplätzen, deren Auslastung im Jahr 2017 bereits bei über 90 Prozent lag. Bei steigender Tendenz könnten bis 2030 rund 300.000 Pflegeplätze fehlen. Entsprechend bietet die weiterwachsende dauerhafte Nachfrage nach Pflege- und Betreuungsplätzen sehr gute Möglichkeiten für langfristige Investitionen. Denn der demografische Wandel wird sich weiter fortsetzen, und das im Gegensatz zu Wohn- oder Gewerbeimmobilien ganz oder zu sehr großen Teilen konjunkturunabhängig.



Quelle: © M.a.u - AdobeStock.com



## Interview mit **Rauno Gierig**, Geschäftsführer bei Verifort Capital

**FBM:** Was bietet Verifort Capital an Investitionsmöglichkeiten in diesen Marktsegment?

**Rauno Gierig:** Wir bieten mit unserem ersten Healthcare-AIF, dem Verifort Capital HC1, einen Fonds, der gezielt in Immobilien wie Pflegeeinrichtungen und -wohnanlagen, Einrichtungen für betreutes Wohnen sowie für die Tagespflege investiert. Dabei legen wir großen Wert auf Diversifikation. Das heißt, wir nehmen bewusst Objekte aus verschiedenen Regionen Deutschlands mit unterschiedlichen Betreibern in das Fondsportfolio auf, um Risiken für unsere Anleger zu minimieren. Den Verifort Capital HC1 haben wir Ende 2020 gestartet und damit den Auftakt einer ganzen Serie von Publikums-AIFs zu Healthcare-Immobilien gelegt. Nach vollständiger Platzierung dieses ersten Fonds werden wir Anlegern also auch in Zukunft Investitionsmöglichkeiten in diesen Zukunftsmarkt bieten.

**FBM:** Was sind die wichtigsten Argumente für ihr aktuelles Fondsangebot?

**Rauno Gierig:** Unser Fonds Verifort Capital HC1 richtet sich als Publikums-AIF bewusst auch an Privatanleger, die bereits ab 5.000 Euro investieren können. Die prognostizierte jährliche Ausschüttung des AIF liegt bei 4,75 Prozent, die wir quartalsweise an die Anleger des Fonds ausschütten. Bei der Auswahl der Fondsobjekte haben wir Expertise und langjährige Erfahrung mit Pflegeeinrichtungen in unserem Management, gleichzeitig können wir mit unserem Schwesterunternehmen Carestone auf einen der führenden Anbieter für Pflegeimmobilien in Deutschland bauen. Bei der Objektauswahl steht für uns neben klassischen Renditekriterien jedoch auch der Nutzen im Fokus. Denn durch die Investitionen in solche Objekte sichern Anleger nicht nur langfristig ihr Geld, sondern sorgen auch dafür, dass Healthcare-Immobilien gebaut, modernisiert und betrieben werden können. Zugleich tragen sie generationsübergreifend dazu bei, dass ältere Menschen in Deutschland durch Pflegeimmobilien ihre Freiheit aufrechterhalten können, bis ins hohe Alter selbstbestimmt zu leben und einen Platz zu haben, an dem sie gut versorgt und betreut werden.

**FBM:** Wie wird der aktuelle Fonds von Investoren angenommen?

**Rauno Gierig:** Mit dem bisherigen Platzierungsverlauf sind wir sehr zufrieden. Die Investitionsmöglichkeiten, gerade für Privatanleger, in Pflegeimmobilien sind begrenzt.

Direktinvestitionen, beispielsweise in Pflegeapartments, bringen aufgrund hoher Einstiegspreise und mangelnder Diversifikation große Risiken für Privatinvestoren mit sich. Die Möglichkeit, durch einen AIF über verschiedene Regionen und Nutzungsarten gestreut zu investieren, und das mit deutlich geringeren Beträgen, ist für viele Privatanleger sehr attraktiv.

**FBM:** Was schätzen Vertriebspartner an Verifort Capital?

**Rauno Gierig:** Wir stehen unseren Vertriebspartnern mit jeglicher Unterstützung, die sie von einem Qualitätsanbieter erwarten dürfen, zur Seite. Gerade das vergangene Jahr mit den Einschränkungen durch die Corona-Pandemie hat uns allen gezeigt, wie wichtig unkomplizierte und der Situation entsprechende Betreuung und Hilfe ist. Neben klassischen Vertriebs- oder Prüfunterlagen bieten wir unseren Partnern regelmäßige Webinare und Schulungen, außerdem unterstützen wir ihre Arbeit durch digitale Zeichnungsstrecken, so dass sie genau die Mittel an der Hand haben, mit denen sie in ihrer Kundenarbeit und -betreuung am besten arbeiten können.

## VERTRIEBSGIPFEL | tegernsee | 2022



### **15. Vertriebs-Entscheidertreff der Finanz- und Versicherungsbranche**

Termin: **14. / 15. Februar 2022**



[www.vertriebsgipfel-tegernsee.de](http://www.vertriebsgipfel-tegernsee.de)



**Mondo**  
Joyful digital World



## Sichere Dir jetzt Deinen Anteil am e-Commerce von morgen!

Zwei der wohl größten Wachstumsmärkte unserer Zeit bieten Dir einmalige Chancen.

Erfahre mehr über Mondo und den Mondo community coin:



Dein Ticket  
für Dienstag,  
10.00 Uhr

[zoom.us/j/96349125691](https://zoom.us/j/96349125691)



Dein Ticket für  
Donnerstag,  
19.00 Uhr

[zoom.us/j/99390870884](https://zoom.us/j/99390870884)

Die Webinare finden jeden Dienstag, 10.00 Uhr und jeden Donnerstag, 19.00 Uhr statt.

Für individuelle Beratung steht Ihnen unseren Vertriebsleiter  
Niels Brüggemann unter 04562 / 266 27 22 zur Verfügung.

Mondo ist eine Marke der

**BCI - Business Community International GmbH**  
Kurpromenade 4 · Weißes Strandhaus · 23743 Grömitz  
+49 (0) 4562 2662722 · [info@bci-holding.com](mailto:info@bci-holding.com)

 **MNDCC**  
Dein Anteil am e-Commerce von morgen.  
Der mondo community coin.

# FinanzBusinessPreis 2021: Ehrenpreis Medien für Uwe Kremer, kapitalmarkt-intern

Mit dem FinanzBusinessPreis zeichnet FinanzBusinessMagazin.de, das Onlinemagazin für Entscheider der Finanzbranche, u.a. Personen aus, die außergewöhnliches für Vertrieb und Branche geleistet haben.

„Der FinanzBusinessPreis 2021 in der Kategorie Ehrenpreis Medien, geht an Uwe Kremer, langjähriger Chefredakteur von kapitalmarkt-intern und Geschäftsführer markt intern Verlag. Mit seinem außerordentlichen, weit über journalistische, redaktionelle Tätigkeit hinausgehenden jahrelangen Einsatz im politischen Berlin für die Branche, speziell für die freien Finanzdienstleister, zeigt Uwe Kremer ein beispielloses Engagement, sozusagen ehrenamtlich. Diese persönliche Leistung ist herausragend, deshalb ist es mir eine Ehre Herrn Uwe Kremer den FinanzBusinessPreis 2021 zu überreichen. Mehr kann man für die Branche nicht machen“, so Friedrich Andreas Wanschka, Chefredakteur von FinanzBusinessMagazin.de, in seiner Laudatio.

Die Preisverleihung fand im Rahmen des Vertriebsgipfel Tegernsee am 6. September 2021 in Rottach-Egern statt.

## INTERVIEW

**FBM:** Herr Kremer, Sie und 'k-mi' sind seit vielen Jahren bekannt dass Sie sich stark für die Belange der Vermittler in der Finanzbranche besonders gegenüber der Politik einsetzen. Wie kam es eigentlich dazu?

**Dipl.-Kfm. Uwe Kremer:** Das liegt praktisch in der DNA der 'markt intern'-Verlagsgruppe. Schon seit der Gründung 1971 richten wir uns mit unseren über 30 Publikationen ganz überwiegend an den mittelständischen Unternehmer in seiner jeweiligen Branche. Dabei berichten wir nicht nur, sondern vertreten die Interessen der Betriebe – bei Produktgebern, Lieferanten aber auch in der Politik.

Deshalb hat der Verlag zu seinem 25jährigen Jubiläum 1996 den Deutschen Mittelstandspreis geschaffen. Erster Preisträger war Gerhard Schröder, es folgten u. a. Roman Herzog, Christian Wulff, die EU-Kommissare Karel van Miert, Viviane Reding oder zuletzt Bundesbankpräsident Jens Weidmann, als letzter Mahner einer vernünftigen Geldpolitik in der EZB. Erwähnen möchte ich noch Frank Schäffler, der 2010 zum Kustos des deutschen Mittelstands berufen wurde und immer wieder den Interessen der Vermittler im Bundestag Gehör verschafft.



Bei mir persönlich geht das bis zu Beginn der 90er Jahre zurück. Wir haben damals versucht ein selbstverwaltetes Berufsbild für Finanzdienstleister zu etablieren. Als der Regulierungsdruck auf die Branche immer größer wurde, reichten Gespräche mit Politikern nicht mehr aus. So bin ich schließlich 2004 als Sachverständiger zu einem Gesetzgebungsverfahren vom Bundestag hinzugezogen worden und war auch bei der Erarbeitung der Verordnung im Finanzministerium dabei. Mit drei Sachverständigen war das damals ein sehr handverlesener Kreis. Seitdem waren wir mit den 'k-mi'-Kollegen in einer Vielzahl von Gesetzgebungsverfahren im Bundestag, bei Ministerien oder in Fachgesprächen bspw. bei der BaFin eingebunden. Da diese Tätigkeiten quasi ehrenamtlich laufen, heißt das viel Zusatzerbeit an Abenden oder am Wochenende. Das klappt nur, weil hier das gesamte 'kapital-markt intern'-Team mitzieht.

**FBM:** *Was treibt Sie persönlich an sich für die Vermittlerschaft im politischen Berlin so stark zu machen?*

**Dipl.-Kfm. Uwe Kremer:** Der Mittelstand ist mir eine echte Herzensangelegenheit. Wir sind ein mittelständischer Verlag und ich bin der festen Überzeugung, dass mittelständische Unternehmer Herz und Seele einer sozialen Marktwirtschaft sind. Deshalb funktioniert die Einheit der Interessenvertretung für die qualifizierten Vermittler und echten Anlegerschutz so gut. Der Vermittler vor Ort hat ein existenzielles Interesse an einer langfristigen Kundenbeziehung. Er trifft seine Kunden im Verein oder beim Bäcker. Wenn da Schrott vertrieben wird, ist er nicht nur einen Kunden, sondern gleich ganz viele los. Also versuchen selbständige Vermittler vor Ort immer, ihren Kunden ein vernünftiges Produkt anzubieten.

Zudem spielen die demographische Entwicklung oder der Klimawandel eine größere Rolle, und auf individueller Ebene verändern sich berufliche und private Lebenssituationen schneller als früher. Den steigenden Beratungsbedarf bspw. bei der Altersvorsorge können nur qualifizierte Vermittler vernünftig befriedigen. Deshalb kommt den Vermittlern auch gesamtgesellschaftlich eine enorm wichtige Aufgabe zu.

**FBM:** *Was waren denn die wichtigsten Entscheidungen in Bezug auf den Vertrieb die Sie jeweilig im Vorfeld begleitet oder mitgestaltet haben?*

**Dipl.-Kfm. Uwe Kremer:** Da hat unser 'k-mi'-Team sicher einiges erreicht. Zunächst ist es die Verhinderung des geplanten Provisionsverbots. Andere EU-Staaten sind vorgeprescht und auch in Deutschland steht ein Provisionsverbot immer wieder zur Diskussion. Deshalb ist die Aufklärung über die negativen Folgen eines Provisionsverbots wie bspw. in Großbritannien so wichtig und findet sich in der 'k-mi'-Berichterstattung. Zudem haben wir uns hier auch bei entsprechenden ESMA-Konsultationen u. a. zur MiFID II eingebracht.

Zweite wichtige Entscheidung ist, dass die Aufsicht über die Vermittler bei den Gewerbeämtern und Kammern verbleibt und nicht auf die BaFin übertragen wird. Hier war der Gesetzentwurf schon im Bundestag und wir konnten die Aufsichtsübertragung buchstäblich in letzter Sekunde gemeinsam mit weiteren Verbänden wie dem AfW und Votum verhindern.

Aber Vermittler brauchen gute Produkte, deshalb haben wir uns sehr intensiv an der Erarbeitung des Kapitalanlagegesetzbuches sowie Fortentwicklung des Vermögenanlagegesetzes beteiligt, z. B. durch das Kleinanlegerschutzgesetz und das aktuelle Anlegerschutzstärkungsgesetz. Da wir früh in unseren Analysen z. B. vor Prokon und P&R gewarnt haben, konnten wir unsere Expertise bei den Anhörungen glaubwürdig einbringen und darauf drängen, dass nicht die gesamte Branche für wenige Schwarze Schafe in Sippenhaft genommen wird.

**FBM:** *Bei Politikern haben die Finanzdienstleistungs-Vermittler und Makler keine gute Reputation, wenn man sich die Aussagen seit vielen Jahren zum Berufsstand anhört. Warum haben Vermittler einen so schweren Stand?*

**Dipl.-Kfm. Uwe Kremer:** Wenn der Kunde sich entscheidet, die Altersvorsorge lieber ins nächste Auto zu investieren, oder eine überraschende Scheidung die Hausfinanzierung durcheinanderwirbelt, ist das nicht die Schuld des Vermittlers. Aber häufig wird die Verantwortung auf den Vermittler als Fehlberatung abgewälzt. Bei fast 80 Millionen Versicherten und Anlegern kennt auch jeder Politiker einen solchen Fall. Zudem herrscht in der Politik die Ansicht, dass die Vermittlung von Versicherungen oder Kapitalanlagen nichts kosten darf. Hier werden die Vorarbeiten bei der Produktauswahl, der Aufwand für die Kundenbetreuung, die zahlreichen Beratungsgespräch ohne Abschluss etc. nicht gesehen bzw. wertgeschätzt.

**FBM:** Was müsste geändert werden? Gibt es in anderen Ländern bessere Umsetzungen?

**Dipl.-Kfm. Uwe Kremer:** Die meisten anderen Länder funktionieren noch stärker über die Großbanken, beneiden uns aber um unseren Mittelstand. Erstens müsste der Mittelstand gestärkt und nicht noch mit weiterer Bürokratie überzogen werden. Zweitens müsste die Anerkennung des Berufsbildes verbessert werden. Der einzelne Vermittler wird von seinem Kunden wertgeschätzt, aber die Gesamtheit der Vermittler nicht. Drittens müsste die gesamte Arbeitsleistung eines Vermittlers gesehen werden und dafür im Gegenzug eine vernünftige Entlohnung akzeptiert werden. Aber das sind leider wohl fromme Wünsche, die Vermittler selbst wären hier auch gefragt, sich stärker zu engagieren oder ihre Vertreter zu unterstützen.

**FBM:** Wer unterstützt Sie eigentlich in dieser Tätigkeit als Fürsprecher der Branche?

**Dipl.-Kfm. Uwe Kremer:** Da sind natürlich in erster Linie die Abonnenten von 'kapitalmarkt intern'. Diese zahlen mit Ihren Abobeiträgen letztlich unser Engagement. Das können gerne mehr werden. Wir bieten Information und Interessenvertretung für die Vermittler – soweit der Werbeblock. Zudem koordinieren wir seit 2013 die Bundesarbeitsgemeinschaft mittelständischer Investmentpartner/BMI. Diese wird von neun Produktgebern unterstützt, alle langjährig am Markt aktive mittelständische Anbieter. Sowohl aus der Vermittlerschaft als auch von den Produktgebern erhalten wir häufig Zuspruch für unsere Erfolge, aber selbst Geld dafür in Form eines Abos oder eines Mitgliedsbeitrages leisten dann doch nur wenige Aktive. Ohne den quasi ehrenamtlichen Einsatz der 'k-mi'-Kollegen wäre das Engagement für die Branche nicht zu stemmen.

**FBM:** Auf was sind Sie besonders stolz was Sie für die Vermittler erreicht haben?

**Dipl.-Kfm. Uwe Kremer:** Dass wir unseren Teil dazu beitragen konnten, dass es in Deutschland nach wie vor einen nennenswerten Berufsstand von bank- und konzernunabhängigen Vermittlern gibt. Stolz sind wir darauf, dass sich Anlegerschutz und Mittelstandspolitik auf diese Weise ergänzen.



**FBM:** Was kommt als nächstes auf die Branche zu?

**Dipl.-Kfm. Uwe Kremer:** Das kommt sehr auf die Bundesregierung an, die je nach Zusammensetzung zur echten Existenzfrage für die Vermittler werden kann. Zwei Tendenzen werden auf alle Fälle bleiben: Der Kapitalmarkt wird immer stärker für den Klimaschutz eingespannt und die Regulierung wird weiter fortschreiten. Uns wird die Arbeit für die Vermittler und die gesamte Branche also leider nicht ausgehen.

**SEIT 10 JAHREN IST DIE XOLARIS GROUP STEIG GEWACHSEN UND HAT IHRE KOMPETENZEN IN EINER UNABHÄNGIGEN INTERNATIONAL TÄTIGEN KAPITALVERWALTUNG GEBÜNDELT.**

Die 2010 gegründete XOLARIS Gruppe steht mit ihren AIFM für eine unabhängige White Label – Investmentgesellschaft mit dem Fokus auf Alternative Investmentvermögen (AIF) in den Assetklassen Private Equity, Real Estate, Renewable Energy und Shipping.

Mit Hauptsitz in Liechtenstein und Tochtergesellschaften in Deutschland, Frankreich, und Asien kann die gesamte Wertschöpfungskette von Alternative Investments abgebildet werden getreu ihrem Motto: „Investment Quality – Made with Passion.“

Weitere Einheiten der Gruppe bieten Dienstleistungen von der Beratung zur Auflage, Strukturierung und dem Vertrieb über die Fondsbuchhaltung bis zur Administration Alternativer Investmentvermögen und weiterer Sachwertinvestments.

Als von Produktanbietern rechtlich unabhängiger Dienstleister für die Konzeption, die Verwaltung und das Management Alternativer Kapitalanlagen, versteht sich die XOLARIS Gruppe in Ihrer Gesamtheit als "Enabler" für Initiatoren und Investoren.



2022



2019



2010



2018



2014



2020



2021



## 3 Praxis-Tipps für Cyber-Sicherheit und Datenschutz im Maklerbüro

**D**er sichere und DSGVO-konforme Umgang mit Daten ist für Vermittler eine der größten Herausforderungen der Digitalisierung. Doch so komplex und zeitintensiv das Thema auch ist – schon mit kleinen Maßnahmen können Vermittler ihren Datenschutz verbessern. Rainer Midderhoff, Chief Information Security Officer der LV 1871, hat drei konkrete Praxis-Tipps für Maklerbüros.

Als Versicherer gelten bei der LV 1871 seit jeher die höchsten Standards zum Schutz persönlicher und sensibler Daten. Aber auch Vermittler müssen sich mit der DSGVO auseinandersetzen. Wie Vermittler und kleinere Unternehmen schon mit wenig Aufwand einen großen Mehrwert erzielen können, zeigt die LV 1871 mit drei Tipps.



Quelle: © Pixabay.com

### **Tipp 1:** **Keine Sicherung – kein Mitleid**

Wer sensible Daten speichert und verarbeitet, muss sie auch sichern. Nur so können sie zeitnah wiederhergestellt werden, wenn aufgrund von technischen Defekten, menschlichen Fehlern oder auch Hackerangriffen Datenverlust eintritt. Dann nämlich gilt: „Keine Sicherung – kein Mitleid. Klingt vielleicht drastisch, macht aber deutlich, wie wichtig die konsequente Datensicherung ist. Das gehört zu den absoluten Grundlagen des sicheren Umgangs mit personenbezogenen Kundendaten. Wer sich nicht regelmäßig um ein Backup küm-

mert, geht ein großes Risiko ein“, erklärt Rainer Midderhoff, Chief Information Security Officer der LV 1871.

Wichtiger Hinweis vom Profi: Die Daten immer auf einem externen Speichermedium sichern, das getrennt vom Netzwerk und bestenfalls auch in einem anderen Raum bzw. Gebäude aufbewahrt wird. So wird dem Datenverlust nicht nur durch Cyberangriffe, sondern auch durch Brand oder Überspannung vorgebeugt.

### **Tipp 2:** **Ein gutes Passwort findet man nicht im Duden**

Hackerangriffe und Datendiebstähle haben in den vergangenen Jahren neue Dimensionen angenommen. Längst sind nicht mehr nur große Unternehmen oder kritische Infrastruktur davon betroffen. Gerade im Homeoffice gehen viele Kompromisse ein: Die Rechner sind daheim schlechter geschützt und bieten damit eine größere Angriffsfläche. Sichere Passwörter können hier schon eine erste wirkungsvolle Hürde aufbauen. Der Tipp vom Profi: Passwörter sollten möglichst lang sein und nicht aus Wörtern bestehen, die so im Duden zu finden sind. Außerdem sollten Passwörter nicht mehrfach verwendet werden: Pro LogIn ein eigenes Passwort. Wer den Überblick über die vielen Passwörter verliert, dem kann ein Passwortmanager, beispielsweise als App, Abhilfe schaffen.

**Gut zu wissen übrigens:** Es gibt Datenbanken, in denen gehackte Zugänge und Passwörter eingesehen werden können: Zum Beispiel auf der Website [haveibeenpwned.com](https://haveibeenpwned.com) können Nutzer schnell und einfach feststellen, welche ihrer Zugänge in der Vergangenheit einem Datendiebstahl zum Opfer gefallen sind. Dann heißt es: Account löschen, wenn er nicht mehr benötigt wird, und ansonsten das Passwort ändern – auch bei allen weiteren Zugängen, die über dasselbe Passwort laufen.

### Tipp 3: Jede Cloud ist der Rechner eines anderen

Kaum ein Bereich wurde von den Entwicklungen zu Cybersicherheit und Datenschutz so stark beeinflusst wie die Cloud, die inzwischen für so gut wie alle Unternehmen eine wichtige Technologie darstellt. Sie ermöglicht den Zugriff und den Transfer von großen Datenmengen. Doch was genau ist eine Cloud eigentlich? „Einfach gesagt ist die Cloud ein Rechner von jemand anderem, nämlich einem externen Anbieter. Wichtig ist es also, sich einen vertrauenswürdigen Anbieter zu suchen,

dessen Rechner man für die sensiblen Daten nutzt“, empfiehlt Rainer Middelhoff.

Vermittler sollten sich die Datenschutzbestimmungen der Anbieter daher genau durchlesen. Abgesehen davon gibt es auch den regulatorischen Aspekt: Über die DSGVO ist geregelt, dass der Firmensitz des Cloud-Anbieters und auch die Server innerhalb der EU angesiedelt sein sollten. „Bei der LV 1871 arbeiten wir mit großen und besonders sensiblen Datenmengen, für die wir vorzugsweise Inhouse -Lösungen einsetzen“, sagt der Sicherheitsexperte.  
Autor: www.lv1871.de

## Große Mehrheit der Finanzprofis erwartet weiter fortschreitende Digitalisierung der Beratung

Die Bedeutung digitaler Elemente im Berater-Alltag wird, auch vor dem Hintergrund der Coronapandemie, weiter stark ansteigen. Davon gehen 95% der befragten Vertriebspartner in einer Umfrage der European Bank for Financial Services GmbH (ebase®) aus. Bei einer aktuellen Umfrage der European Bank for Financial Services GmbH (ebase®) unter 121 Finanzprofis in Deutschland hat die überwiegende Mehrheit die Überzeugung geäußert, dass die Digitalisierung trotz der bereits erreichten Fortschritte weiter voranschreiten wird: 95% der Befragten haben angegeben, dass ihrer Meinung nach die Bedeutung digitaler Elemente in der Beratung weiter steigen oder sogar stark steigen wird. „Dieses Ergebnis macht deutlich, dass die digitale Unterstützung der Beratung eher noch am Anfang steht und noch deutlich zunehmen wird. Die Corona-Pandemie hat gezeigt, wie schnell erste digitale Schritte umgesetzt werden können. Die Berater erwarten, dass dieser Trend sich fortsetzen wird“, sagt Kai Friedrich, Sprecher der Geschäftsführung von ebase.



Die im vergangenen Jahr, vor dem Hintergrund von Corona, teilweise eingeführten Video-Beratungsformate sowie die verstärkte Nutzung von Online-Banking und -Brokerage sind nur als erster Schritt anzusehen, wie die Umfrage zeigt. Für eine Weiterentwicklung, beispielsweise mit digitalen Tools, die bei der Beratung unterstützen, scheinen Berater ausgesprochen aufgeschlossen zu sein. „Allerdings muss beachtet werden, dass das digitale Angebot nicht bei allen Finanzprofis gleich weit entwickelt ist. Dennoch ist sehr positiv, dass der Trend in diese Richtung zeigt, ganz gleich, von welchem Niveau aus.“

**Eine steigende Bedeutung digitaler Elemente ist allerdings nicht damit gleichzusetzen, dass persönliche Beratung weniger wichtig wird, stellt Friedrich klar:** „Die Zukunft ist nicht analog

oder digital, ganz viel wird über hybride Modelle gehen. Wir sind überzeugt, dass in vielen Fällen der Berater weiter im Mittelpunkt steht, er aber verstärkt digitale Elemente einsetzen wird.“ Digitale Lösungen können auch den anfallenden Arbeitsaufwand bei Beratern reduzieren, wie zum Beispiel durch eine Online-Depoteröffnung oder durch ein ausführliches, online abrufbares Reporting. ebase bietet schon heute diese und zahlreiche weitere

Möglichkeiten bei der digitalen Unterstützung und wird diese noch weiter ausbauen.

### „Vermittler-Fokus-Umfrage“

Die „Vermittler-Fokus-Umfrage“ ist eine online-basierte Umfrage unter den Vertriebspartnern der B2B-Direktbank ebase, wie beispielsweise IFAs, und spiegelt deren Einschätzung wider.

Autor: [www.ebase.de](http://www.ebase.de)

## Augmented Reality (AR) in der Versicherungsbranche

**K**unden und Geschäftspartner erhalten in einer 3-D-Experience die Möglichkeit, die Berufsunfähigkeitslösungen der LV 1871 in allen Facetten kennenzulernen. Durch die interaktive Technologie möchte der Versicherer neue digitale Aktivierungsmöglichkeiten in der Kundenansprache für Vermittler schaffen.

Für das AR-Erlebnis hat die LV 1871 das bereits bekannte Astronauten-Key-Visual der Golden BU Lösungen in eine innovative Kampagne übersetzt. In der AR-Experience bildet sich um den Astronauten ein System aus virtuellen Monden und Planeten, die über den Browser oder das Smartphone erkundet werden können. Wird eines der Objekte angeklickt, öffnet sich ein Pop-up-Fenster mit Hintergrundinformationen zur Golden BU. Über einen Button können vertiefende Informationen abgerufen werden.

### Mit zukunftsweisender Technologie unterstützen

„Mit der neuen AR-Experience setzen wir den eingeschlagenen Weg der digitalen Geschäftspartner-Unterstützung konsequent fort und heben sie mit zukunftsweisender Technologie auf ein neues Level“, sagt Thomas Heindl, Leiter Marketing/Unternehmenskommunikation der LV 1871. „Mit dem Tool können Makler digital und

interaktiv mit dem Kunden das sensible und emotionale Thema Berufsunfähigkeit aufgreifen.“

In die virtuelle mobile Umgebung kommen Makler und Kunden mit Hilfe eines QR-Codes oder eines Links. Der Versicherer bietet zwei Versionen an: Eine richtet sich speziell an Vermittler – die andere an Endkunden. Letztere können Makler gezielt für ihre digitale Kundenansprache verwenden. Mit einer angepassten Version können sie die AR-Experience in unterschiedlichen Online-Kanälen einsetzen wie beispielsweise in die E-Mail-Kommunikation bzw. Newsletter.

### Den digitalen Fußabdruck vergrößern

In den letzten Jahren setzt die LV 1871 bei der Maklerunterstützung konsequent auf Digitalisierung: Von WebDays über Online Summer und Winter School bis hin zu Ask-me-anything-Sessions führte der Versicherer im vergangenen Jahr auch das Digital Partner Programm und die LV 1871 Media Hubs als Teil der Filialdirektion der Zukunft ein. Mit dem umfassenden B2B2C-Angebot hilft der Versicherer den Geschäftspartnern dabei, ihren digitalen Fußabdruck zu vergrößern und sich zukunftsfähig aufzustellen.

Autor: [www.lv1871.de](http://www.lv1871.de)

# Versicherungsmakler wollen in die digitale Champions League aufsteigen

**V**ersicherungsmakler wollen in den kommenden zwei Jahren in die digitale Königsklasse aufsteigen: sowohl im Backoffice als auch bei Vertrieb und Kundenbetreuung. Das ist das Ergebnis einer Maklerbefragung, die die Brokertech-Plattform mobilversichert zum dritten Mal in Folge in Kooperation mit der Fachzeitschrift AssCompact durchgeführt hat. Im Rahmen der Online-Umfrage "Der digitalisierte Makler" wurden insgesamt 627 Vermittler zu Strategien, Chancen und Herausforderungen für die Zukunft befragt. Die Antworten zeigen: Viele Makler haben sich digital bereits auf den Weg gemacht. Am Ziel sind sie noch lange nicht.

Makler streben im Backoffice digitalen Profi-Status an. Rund 70 % der Befragten wollen innerhalb der nächsten zwei Jahre bei Organisation und Verwaltung zu den digital Fortgeschrittenen oder Vorreitern zählen. Heute hält sich etwa ein Drittel der Befragten für digital fortgeschritten, wenn es um Organisation und Verwaltung geht. 7 % bezeichnen sich sogar als digitaler Vorreiter. Weitere 40 % verorten sich aktuell im digitalen Mittelfeld.

Auch bei Vertrieb und Kundenbetreuung haben Makler die Messlatte hoch gehängt. Innerhalb der nächsten zwei Jahre wollen rund 68 % der Befragten zu den digital Fortgeschrittenen oder Vorreitern gehören. Heute betrachtet sich etwa ein Viertel der Befragten in diesen Bereichen als digital fortgeschritten. Rund 6 % sehen sich bereits als Vorreiter.

"Die Digitalisierung hat Einzug in den Alltag von Verbrauchern und Vermittlern erhalten – unumkehrbar! Schon heute arbeiten viele Makler mit entsprechenden Technologien und modernem Datenmanagement", sagt Dr. Mario Herz, Geschäftsführer von mobilversichert. "Auch junge Makler oder Quereinsteiger sehen hier enorme Wach-



Quelle: © Pixabay.com

tumschancen. Nur mit effektiven Plattformlösungen werden sie sich im Markt der Zukunft wirtschaftlich wettbewerbsfähig aufstellen können."

Datenpflege im Bestand bleibt größte digitale Hürde. Wie schon in den beiden Vorjahren wurden Vermittler nach den größten digitalen Herausforderungen und Chancen der Zukunft befragt. Bei den größten digitalen Herausforderungen liegt der Zeit- und Verwaltungsaufwand bei der Bestandsdatenpflege zum dritten Mal in Folge auf Platz 1 des Rankings (39 %). Im Vergleich zu 2020 ist die Zahl derer, die hier die größten Probleme sehen, sogar um rund 7 Prozentpunkte gestiegen (2020 waren es 32 %). Neue Online-Konkurrenten stehen mit 31 % an zweiter Stelle (2020: 28 %). Neue Kundenanforderungen werden nur noch von 21 % als größte digitale Herausforderung betrachtet (2020 waren es 31 %). Robo-Berater landen mit 9 % auf dem letzten Platz des Rankings (2020: 10 %).

Wenn es um die größten Chancen der Zukunft geht, sind die Präferenzen der Makler weiterhin eindeutig: Auch in diesem Jahr sieht eine Mehrheit von 60 % (2020: 59 %) die größten Zukunftspotenziale bei neuen digitalen Hilfsmitteln, z.B. um automatisiert Daten abzuholen, Vertriebsprozesse zu steuern oder Kunden smarte Services zu bieten.

Autor: [www.mobilversichert.de](http://www.mobilversichert.de)

# DVAG: Vermögensplanung digital erfolgreich etabliert

**B**ereits 240.000 Beratungstermine im neuen Format – Entwicklung aus dem Vertrieb für den Vertrieb – Hybrides Konzept weiterhin in Kombination mit persönlicher Beratung

Die Pandemie hat in der Finanzberatung entscheidende Veränderungen und Fortschritte herbeigeführt. Mit dem Beratungstool "Vermögensplanung Digital" hat die Deutsche Vermögensberatung (DVAG) vor einem Jahr ein hybrides Konzept etabliert, das persönliche Kundenberatung und Digitalisierung ideal vereint. Nach zwölf Monaten lässt sich offiziell sagen: Das Projekt ist ein voller Erfolg! Bislang wurden bereits 240.000 Beratungstermine über die App "Vermögensplanung Digital" realisiert, wobei es sich vor allem um umfassende Gespräche mit Neukunden handelte. Weitere digitale Zusatzoptionen wie die Fernunterschrift und der elektronische Antrag runden den Prozess insgesamt ab.

## Entwicklung aus dem Vertrieb – für den Vertrieb

Mithilfe von "Vermögensplanung Digital" konnte während der Pandemie der gewohnte Service der Vermögensberater aufrechterhalten werden. Mittels interaktiver Benutzeroberfläche wird das Beratungsgespräch zum erlebbaren Gemeinschaftsprojekt und der Kunde vom Zuhörer zum Mitgestalter seiner Finanzen. Die kontinuierlich steigenden Nutzerzahlen verdeutlichen die hohe Akzeptanz, die die neue

App bei Vermögensberatern und Kunden innerhalb kurzer Zeit erreicht hat – und vor allem auch dauerhaft halten kann. Den Grund für den Erfolg sieht Christian Glanz, Vorstandsmitglied der Deutschen Vermögensberatung und zuständig für Informationstechnologie, bereits in der Konzeption: "Wir entwickeln digitale Tools nicht am grünen Tisch, sondern in enger Zusammenarbeit mit unseren Vermögensberatern. Sie wissen am besten, was sie selbst zum Arbeiten brauchen und vor allem auch was sich ihre Kunden wünschen. So können wir unsere Tools und Prozesse ganz nach den Bedürfnissen am Markt ausrichten."

## Kompetente persönliche Beratung mit optimaler digitaler Unterstützung

Aber nicht nur das Tool "Vermögensplanung Digital" verbucht Erfolge – auch die gesamte digitale Unterstützung der persönlichen Beratung wird sehr gut angenommen. Inzwischen geht zum Beispiel die Mehrzahl der Anträge auf elektronischem Wege ein. Auch die Nutzung der Fernunterschrift hat sich, in Zeiten der Pandemie, umfassend etabliert. Jedoch ist ganz klar: Bei aller Digitalisierung steht bei der Deutschen Vermögensberatung weiterhin die persönliche Betreuung an erster Stelle. Als Vertrauensinstanz und persönlicher Finanzexperte bleibt der Vermögensberater Ansprechpartner für alle Themen.

Autor: [www.dvag.de](http://www.dvag.de)



Quelle: © Pixabay.com

# ING führt digitale Anlageberatung in Deutschland ein

**D**ie ING Deutschland bietet mit der "Komfort-Anlage" ab heute digitale Unterstützung bei der Suche nach der passenden Wertpapieranlage: Bestandskundinnen und -kunden durchlaufen online eine Beratungsstrecke und erhalten anschließend einen entsprechenden Anlagevorschlag aus einem von sieben nachhaltigen ING Fonds. Beratung, ING Komfort-Depot sowie alle Transaktionen sind kostenlos. Fällig wird eine Fondsgebühr von 0,99 Prozent des Kurswertes pro Jahr.



Thomas Dwornitzak, Leiter Sparen und Anlegen bei der ING, sagt: "Ein Teil unserer Sparkundinnen und -kunden benötigt Unterstützung bei der Suche nach der passenden Anlage am Kapitalmarkt. Mit der ING 'Komfort-Anlage' senken wir die Einstiegshürde weiter, nachdem es bei uns bereits seit Oktober 2020 möglich ist, ab 1 Euro in Wertpapier-Sparpläne zu investieren. Wir machen Investieren jetzt ähnlich einfach wie das klassische Sparen, das heute kaum noch Ertrag bringt."

Die Anlageempfehlung fußt auf einem von sieben weltweit gestreuten, auf Nachhaltigkeitskriterien der ING geprüften Fonds, deren Basis 20 ETF- und Indexfonds sind. Damit deckt das Angebot über 10.000 Aktien und Anleihen aus 50 verschiedenen Ländern ab. Anlegerinnen und Anleger sollten einen mittel- bis langfristigen Zeithorizont mitbringen, da mit Wertpapierinvestments aufgrund möglicher Wertschwankungen Risiken einhergehen. Gleichzeitig bietet die ING "Komfort-Anlage" volle Flexibilität: Falls das eingesetzte Kapital benötigt wird, können die Wertpapiere jederzeit ohne Transaktionsgebühren zum tagesaktuellen Rücknahmepreis verkauft werden.

## Drei Schritte führen zur Anlage

**Beratungsstrecke durchlaufen:** Ähnlich einem "Wahl-O-Mat" beantworten Kundinnen und Kunden online zehn Fragen, zum Beispiel zum Anlagehorizont, zur Risikobereitschaft, zu finanziellen Zielen, Gehalt und Vermögen.

**Anlagevorschlag annehmen:** Falls einer der sieben ING World Funds geeignet ist, kommt am Ende der Strecke eine persönliche Anlageempfehlung mit der passenden Mischung aus Chance und Risiko heraus und es wird ein unverbindlicher Anlagevorschlag gemacht. Kundinnen und Kunden haben 15 Tage Zeit, sich für den vorgeschlagenen Fonds zu entscheiden.

**Komfort-Depot eröffnen:** Nach Zustimmung zum Anlagevorschlag wird das dazugehörige, kostenlose Komfort-Depot eröffnet und der passende ING World Fund gekauft. Dort kann das Investment jederzeit eingesehen und angepasst werden. Herzstück digitale Beratungsstrecke

Kundinnen und Kunden in Deutschland mit ING Girokonto oder ING Extra-Konto haben die Möglichkeit, die neue digitale Beratungsstrecke zu nutzen und in die ING "Komfort-Anlage" zu investieren. Die Form der Beratung ist zunächst rein digital: Man durchläuft die Beratungsstrecke und bekommt am Ende eine passende Anlageempfehlung.

## Ilse Munnikhof, Head of Investment Advice bei der ING, erläutert:

"Die digitale Anlagestrecke ist das Herzstück unseres neuen Angebots. Wir sind überzeugt, dass Kundinnen und Kunden damit bereits sehr gut beraten und an die Hand genommen werden. Unsere Anlage-Coaches sind bei der BaFin registrierte Anlageberater und ein ergänzender Service. Sie stehen einem zunächst begrenzten Kreis zur Verfügung, wenn Unterstützung beim Durchlaufen der digitalen Anlagestrecke gewünscht wird."

Autor: [www.ing.de](http://www.ing.de)

*Studie:*

## Corona lässt digitale Finanzplattformen boomen

**D**ie derzeit grassierende Corona-Pandemie hat in der Finanzwirtschaft einen Boom verschiedenster Plattform-Geschäftsmodelle ausgelöst und damit den Weg für eine Wiederbelebung des Allfinanz-Modells geebnet. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Studie der Frankfurter Unternehmensberatung TME. Untersucht wurden dabei die unterschiedlichen Ansätze der wichtigsten Anbieter sowie die Faktoren, die Bancassurance-Plattformen zum Erfolg führen. Die Studie formuliert und begründet zudem die Empfehlung, dass sich nach den Banken auch Unternehmen der Versicherungswirtschaft noch stärker dem Plattform-Geschäftsmodell öffnet und damit einen erfolgversprechenden Weg aus der derzeitigen Krise finden.



Quelle: © Pixabay.com

Das Geschäftsmodell der Bancassurance, Versicherungsprodukte über den Bankvertrieb zu verkaufen, erlebt eine rasante Renaissance. Anfang der 2000er Jahre galten die Allfinanz und der gemeinsame Vertrieb von Bank- und Versicherungsprodukten als großes Trendthema, schafften es aber trotzdem nie aus einem Nischendasein heraus. Seit kurzem ebnet die Digitalisierung im Vertrieb und der Megatrend der digitalen Plattformen diesem Vertriebskanal den neuen Weg.

Digitale Anbieter haben belastbare und flexible Plattformen entwickelt und übernehmen schrittweise den Versicherungsvertrieb über den digitalen Kanal. Um diese Kundenschnittstelle nicht gänzlich zu verlieren, haben einige Versicherungen und Banken, anders als bei der Ausbreitung von Paypal in den 2000er Jahren, nun frühzeitig reagiert und gehen Kooperationen zur gemeinschaftlichen Betreuung der Kunden ein.

### Kooperationen ebnen den neuen Erfolgsweg

Diese Kooperationen unterstreichen die Dynamik um das Trendthema Digitale Bancassurance: In jüngster Vergangenheit liegt das Momentum insbesondere bei JDC mit einer breiten Marktdurchdringung und neuen Partnern wie Finanzguru oder der Provinzial Versicherung für 100 Sparkassen, aber auch andere Plattformen wie Fonds Finanz mit der PSD Bank, [pma:] bei Sparkassen oder Friendsurance mit der Deutschen Bank haben Partnerschaften geschlossen.

Durch die Wachstumsraten der digitalen Immobilienplattformen Interhyp oder Europace von bis zu 30% des vermittelten Volumens im Corona-Jahr 2020 gewinnt daher für Versicherungen das Thema "Offene Versicherungsplattform" zunehmend an Bedeutung, um nicht von Banken und FinTechs zum reinen Produkthanbieter degradiert zu werden.

### TME spezifiziert 10 Erfolgsfaktoren für den Plattformerfolg

Die TME hat diesbezüglich das Angebot führender deutscher Plattformer, namentlich: Blau direkt, Fonds Finanz, Friendsurance, Hypoport AG, Jung DMS und Cie (JDC) und [pma:], analysiert.

Neben der Analyse der technischen Anbieter beleuchtet die Studie auch die Zukunft des Marktes für offene Versicherungsplattformen und spezifiziert 10 konkrete Faktoren, die den zukünftigen Plattformerfolg für Banken und Versicherungen sicherstellen. Um ein erfolgreiches Plattformgeschäftmodell zu etablieren, sollte sich eine Versicherung oder Bank beispielsweise auf die eigene Kernkompetenz konzentrieren – die Technologie gehört nicht dazu. Diese wird von professionellen etablierten Anbietern beherrscht. Außerdem müssen Versicherungen für Plattformen eigene, dediziert digitale Produkte entwickeln, da bestehende Produkte und Tarife im digitalen Markt selten wettbewerbsfähig sind.

Stefan Roßbach, Gründer und Partner der TME: "Die offene Versicherungs-

plattform ist der notwendige Schritt, um Versicherungs- und Bankleistungen an einem virtuellen Ort zu bündeln und die Basis für alle weiteren Angebote im Sinne eines Financial Home für alle Finanzdienstleistungen anzubieten."

Darüber hinaus ist die Einbindung und Integration des bestehenden Vertriebs in den digitalen Vertriebskanal essenziell. Stephan Paxmann, Vorstand und Gründer TME: "Die Schaffung eines separaten Vertriebsweges ohne die wertschaffende Integration in den eigenen Vertrieb schürt immer noch Kannibalisierungängste und ist der Anfang vom Ende des digitalen Vertriebsweges einer Versicherung. Letzten Endes ist der traditionelle Vertrieb, egal ob Ausschließlichkeitsorganisation, Makler oder Mehrfachagent bis dato immer noch das Gesicht zum Kunden."

Autor: [www.tme-ag.de](http://www.tme-ag.de)

## Impressum

### Verlag:

RedaktionMedien Verlag  
Astrid Klee  
Schwaighofstraße 19 A  
83684 Tegernsee

Telefon: +49 (0) 8022 - 50 70 436

[kleer@redaktionmedien-verlag.de](mailto:kleer@redaktionmedien-verlag.de)  
[www.redaktionmedien-verlag.de](http://www.redaktionmedien-verlag.de)  
[www.FinanzBusinessMagazin.de](http://www.FinanzBusinessMagazin.de)

Steuernummer: 139 / 236 / 60261  
USt-IdNr.: DE292943593

### Geschäftsführung:

Astrid Klee

### Herausgeber / Chefredaktion:

Friedrich A. Wanschka

### Redaktionsanschrift:

Redaktionsbüro  
Friedrich A. Wanschka

[wanschka@redaktionmedien.de](mailto:wanschka@redaktionmedien.de)  
[www.FinanzBusinessMagazin.de](http://www.FinanzBusinessMagazin.de)  
[www.wmd-brokerchannel.de](http://www.wmd-brokerchannel.de)

Telefon: +49 (0) 8022 - 50 70 436

### Technische Umsetzung / Layout:

RedaktionMedien Verlag  
Astrid Klee  
Schwaighofstraße 19 A  
83684 Tegernsee

Telefon: +49 (0) 8022 – 50 70 436

[kleer@redaktionmedien-verlag.de](mailto:kleer@redaktionmedien-verlag.de)  
[www.redaktionmedien-verlag.de](http://www.redaktionmedien-verlag.de)

Titelmotiv: © Sergey Nivens - AdobeStock.com

Der Verleger übernimmt keine Haftung für unverlangt eingereichte Manuskripte und Fotos. Mit der Annahme zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verleger das ausschließliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Dieses Recht bezieht sich insbesondere auch auf das Recht, das Werk zu gewerblichen Zwecken per Kopie zu vervielfältigen und/oder in elektronische oder andere Datenbanken aufzunehmen. Alle veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Ohne schriftliche Genehmigung des Verlegers ist eine Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes unzulässig. Aufsätze und Berichte geben die Meinung des Verfassers wieder. Für den Inhalt ist der Verlag nicht verantwortlich.

# Vermittlerbranche bleibt trotz Pandemie stabil

**B**VK-Strukturanalyse gibt Aufschluss über betriebswirtschaftliche Entwicklung. Der Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) führte im Zeitraum von Dezember 2020 bis zum März 2021 wieder seine Erhebung zur betriebswirtschaftlichen Entwicklung der Vermittlerunternehmen durch, die im Zweijahresrhythmus detaillierte Strukturdaten abbildet. Mit 3.233 Teilnehmern ist die BVK-Strukturanalyse die größte der Vermittlerbranche.

Neben der Alters- und Geschlechterverteilung, Ausbildungsstruktur und Dauer der Berufstätigkeit werden ebenfalls betriebswirtschaftliche Kerngrößen wie die Gesamteinnahmen, Bestandsentwicklung, Kostenverteilung oder Gewinne abgefragt und deren Veränderungen zum Vorjahr dargestellt. Daher erlaubt die aktuelle Strukturanalyse eine Einschätzung, wie sich die Corona-Pandemie auf die Vermittlerschaft ausgewirkt hat.

„Demnach hat fast jeder dritte Betrieb einen Rückgang seines Gewinns verzeichnet“, informiert BVK-Präsident Michael H. Heinz. „Bei einem weiteren Drittel blieb der Gewinn gleich, wobei mehr als 40 Prozent der teilnehmenden Vermittlerbetriebe trotz der veränderten Marktsituation eine Gewinnsteigerung erreichen konnten.“

Für 63,5 Prozent der Teilnehmer ergaben sich Bestandssteigerungen, bei 17 Prozent

sind die Bestände gleichgeblieben. Allerdings bewahrheiteten sich teilweise die Befürchtungen um vermehrte Vertragsstorni aufgrund finanzieller Belastungen der Kunden durch die Corona-Pandemie, wie z. B. Kurzarbeit oder gar Arbeitsplatzverlust: 18 Prozent der Teilnehmer mussten im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr Bestandsverringerungen hinnehmen. Diese Quote liegt im Vergleich zu den beiden vorherigen Strukturanalysen um 5 Prozentpunkte höher.

BVK-Vizepräsident Andreas Vollmer ordnet die Ergebnisse so ein: „Die Betriebe, die in der Lage waren, Kundenkontakte unabhängig von den Maßnahmen gegen die Corona-Pandemie zu halten bzw. Kunden über andere Kanäle zu beraten sowie ihre Mitarbeiter ins Homeoffice zu schicken, konnten von früheren Investitionen in die betriebliche (Digital)Infrastruktur profitieren und ihre Bestände sogar erweitern.“

Die BVK-Strukturanalyse wurde erneut in Zusammenarbeit mit Professor Dr. Matthias Beenken von der Fachhochschule Dortmund durchgeführt. Die ersten Ergebnisse sind in der Juni-Ausgabe der BVK-Verbandszeitschrift „Versicherungsvermittlung“ publiziert und werden Basis der bereits zum dritten Mal aufgelegten Studie „Betriebswirtschaftliche Strukturen im Versicherungsvertrieb“ sein.

Autor: [www.bvk.de](http://www.bvk.de)



Quelle: © Funtap - AdobeStock.com

# Versicherungsobmann-Jahresbericht bestätigt BVK

**D**er Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) sieht sich durch den kürzlich vorgelegten Jahresbericht des Versicherungsombudsmann für 2020 in seinen Bemühungen für eine Wertschätzung des Berufsstands der Versicherungsvermittler bestärkt. Denn mit lediglich 106 zugelassenen Beschwerden über Versicherungsvermittler ist die Anzahl zum Vorjahr erneut gesunken. Das entspricht bezogen auf alle eingegangenen Beschwerden einer Quote von lediglich 0,58 Prozent (2019: 0,67 %). „Das ist eine beeindruckend niedrige Beschwerdequote bei der Schlichtungsstelle der Versicherungswirtschaft“, sagt BVK-Präsident Michael H. Heinz. „Unser Berufsstand spielt, was Kundenzufriedenheit betrifft, ganz

vorne mit. Als Verband heben wir deshalb seit Jahren die Bedeutung der Vermittler für die Absicherung der Menschen hervor. Schließlich erfüllen wir einen bedeutenden sozialpolitischen Auftrag.“

Der BVK verfolgt seit Jahren eine Neupositionierung und Wertschätzung des Berufsstands. Mit dem BVK-Berufsbild für Versicherungsvermittler, das durch die drei Erfolgsfaktoren Qualifikation, freies Unternehmertum und dem Bekenntnis zu den Prinzipien der Ehrbaren Versicherungskaufleute gebildet ist, wird eine identitätsstiftende Klammer für alle in der Vermittlerbranche geschaffen.

Autor: [www.bvk.de](http://www.bvk.de)

## Finanzberaterin:

# Vermittlerinnen begrüßen die neue Berufsbezeichnung

**M**it der am 10.03.2021 in Kraft getretenen Transparenzverordnung hat die EU einen neuen Oberbegriff eingeführt: Den „Finanzberater“ bzw. die „Finanzberaterin“. Darunter fallen (vereinfacht dargestellt): VersicherungsvermittlerInnen, Versicherungsunternehmen, Banken und Wertpapierfirmen – FinanzanlagenvermittlerInnen werden nach Auffassung des AfW perspektivisch zu dieser Gruppe hinzukommen.

Der AfW Bundesverband Finanzdienstleistung hat Anfang Mai 2021 seine Mitglieder befragt, wie sie zu diesem neuen Begriff stehen. Dabei wurde betont, dass die bereits geltenden Berufsbezeichnungen



wie zum Beispiel „VersicherungsmaklerIn“ weiterhin gültig sind und beibehalten werden können.

Knapp zwei Drittel der AfW-Mitglieder können sich vorstellen zukünftig die Bezeichnung FinanzberaterIn zu nutzen, ca. 21% lehnen dies ab, ca. 14% haben dazu keine Meinung. Unter den AfW-Mitgliedern

sehen 33% in diesem neuen Oberbegriff eine Aufwertung der eigenen Tätigkeit, knapp 15% empfindet ihn hingegen als Abwertung und knapp die Hälfte erwartet eine neutrale Auswirkung auf die eigene Tätigkeit.

„An der neuen Bezeichnung FinanzberaterIn begrüßen wir, dass die Beratung betont und nun in die Berufsbezeichnung

aufgenommen werden kann. Somit kann eine anspruchsvolle Kerntätigkeit unserer Mitglieder besser kommuniziert werden“, beschreibt AfW Vorstand Frank Rottenbacher die Sichtweise des Verbands.

An der Online-Umfrage haben in der Zeit vom 03.05. bis 05.05.2021 insgesamt 316 AfW-Mitglieder teilgenommen.

Autor: [www.bundesverband-finanzdienstleistung.de](http://www.bundesverband-finanzdienstleistung.de)

## *DIN-genormte Finanzanalyse für den Privathaushalt*

# Kostenfreier Finanz-Durchblick endlich auch für Endverbraucher

**W**as muss, was kann, was ist empfehlenswert und was ist reiner Blödsinn? Für Endverbraucher ist es schwer, den Überblick über sinnvolle und überflüssige Versicherungen, Gesundheits- und Rentenvorsorge-Angebote zu behalten. Ist eine Hundehaftpflicht Versicherung sinnvoll? Ja, wenn Sie einen Hund haben, ist sie ein Muss. Brauche ich im Rentenalter noch eine Lebensversicherung? Ist meine Haftpflichtversicherung ausreichend hoch? Reicht meine private Altersvorsorge, um im Ruhestand ein ausreichendes Auskommen zu haben? Und was ist überhaupt ein ausreichendes Auskommen? Online-Versicherer, Versicherungsmakler, Finanzberatungsunternehmen und Banken bieten hier eine umfängliche Produktpalette an. Der Ruf der Branche ist nicht immer der Beste, und so sind Verbraucherinnen und Verbraucher entsprechend verunsichert.

Abhilfe soll die seit Januar 2019 vorliegende „Basis-Finanzanalyse für Privathaushalte“, die erste DIN-Norm im Finanzvertrieb, schaffen. Für Vermittler ein verlässliches Regelwerk für eine objektive, vergleichbare und ganzheitliche Beratung. Um die DIN-Norm 77230 noch bekannter zu machen,



hat der Münsteraner Maklerpool [pma:] mit der DINalyse jetzt ein eigenes Beratungstool entwickelt, das auch Endverbraucher und insbesondere die in Finanzbelangen oftmals sehr zurückhaltenden Frauen nutzen können, um sich zu den Themen Absicherung, Vorsorge und Vermögensplanung einen klaren Blick auf die eigene Finanzsituation zu verschaffen. Dieses Angebot ist kostenfrei und unverbindlich. Der Nutzer bleibt anonym!

„Verantwortungsbewusste Berater trennen stets die Bedarfsanalyse von der nachgelagerten Produktberatung. Über die standardisierten Prozesse entlang der DIN-Norm ist die Möglichkeit zu einer systematischen und ganzheitlichen Beratung gegeben“, sagt

Dr. Bernward Maasjost, Geschäftsführer der [pma:] Finanz- und Versicherungsmakler GmbH. Doch noch immer nutzen seiner Ansicht nach zu wenige Finanzberater diese Möglichkeit. Maasjost, der auch Aufsichtsratsvorsitzender des DEFINO-Institut für Finanznorm ist und vier Jahre an der DIN-Norm 77230 für Privathaushalte in einem Gremium aus Fachexperten und Wissenschaftlern unter Berücksichtigung von Verbraucherschutzrichtlinien mitgearbeitet hat, will nun mit der eigens entwickelten DINalyse diesen Norm-Standard Endverbrauchern zugänglich machen.

Das von einem Erklärvideo flankierte Beratungstool [www.dinalyse.de](http://www.dinalyse.de) ermöglicht es nun auch dem Endkunden, online und

kostenlos einen normgebundenen Soll-/Ist-Abgleich zu den Finanzthemen Absicherung, Vorsorge und Vermögensplanung vorzunehmen. Am Ende steht ein persönlicher Finanzscore, der alle Zielerreichungsgrade der relevanten Finanzthemen in einer Maßzahl zusammenfasst. Insofern zeigt die Selbstanalyse den Grad der Absicherung und wo ggf. noch Handlungsbedarf besteht. Der detaillierte Analysereport kann gespeichert, per E-Mail versandt oder als PDF-Datei erstellt werden. Der Report bildet die Basis für ein potenzielles Beratungsgespräch mit einem zertifizierten Makler, ob in Form eines Vor-Ort-Gesprächs oder einer Online-Beratung.

Autor: [www.pma.de](http://www.pma.de)

## „Geschäftskunden-Norm“ DIN 77235 auf der Zielgeraden

**N**ach rund zweieinhalb Jahren Arbeit hat der zuständige Arbeitsausschuss beim Deutschen Institut für Normung DIN den Entwurf für die „Basis-Finanz- und Risikoanalyse für Selbstständige sowie kleine und mittlere Unternehmen“ einstimmig verabschiedet.

Mit dieser neuen Norm wird der Grundstein gelegt, um zukünftig die Zielgruppe der sogenannten Geschäftskunden, also Freiberufler, Gewerbetreibende, Selbstständige sowie kleine und mittlere Unternehmen in Bezug auf Risiko- und Finanzthemen ganzheitlich, objektiv und neutral und zugleich hochgradig individuell zu analysieren. Die DIN 77235 ergänzt die DIN 77230 „Basis-Finanzanalyse für Privathaushalte“ damit um die Analyse der betrieblichen Sphäre. Finanz-Berater und -Beraterinnen erhalten mit ihr ein Handlungsgerüst, um notwendige Versicherungs- und Finanzthemen mit ihren Geschäftskunden qualifizierter, routinierter und intensiver zu besprechen.

Der Ausschuss hat die potenziellen Bedarfe der Zielgruppe zusammengetragen und gewichtet, geordnet und mit Ziel-



größen versehen, um so ein möglichst allgemeingültiges Werkzeug für die Anwendung in der sehr facettenreichen und inhomogenen Zielgruppe zu schaffen. Mathias Grellert, stellvertretender Obmann im Ausschuss und Projektmanager beim Defino Institut für Finanznorm AG sagt: „Wir erwarten eine sehr positive Resonanz auf die baldige Veröffentlichung der DIN 77235. Wir sind überzeugt, dass wir mit der neuen DIN-Norm ein Hilfsmittel bereitstellen, das Beraterinnen und Beratern zu mehr Effizienz und Sicherheit in einem Beratungssegment verhilft, das bislang in den Vertrieben eher stiefmütterlich unterstützt wurde. Aber erste Nachfragen bestätigen bereits ein breites Interesse.“

Die Veröffentlichung der DIN 77235 in ihrer Endfassung ist für September 2021 geplant. Autor: [www.defino.de](http://www.defino.de)

## Kundenfeedbacks auf WhoFinance zeigen:

# Bedarfsanalyse nach DIN kommt an

*Viele Defino-Zertifizierte unter den besten Finanzberatern Deutschlands*

**S**chon zwei Jahre nach der Veröffentlichung der Finanzanalyse-Norm DIN 77230 haben sich die zertifizierten Norm-Anwender einen festen Platz unter Deutschlands besten Finanzberatern erarbeitet. Im Ranking des Kundenbewertungsportals WhoFinance sind sie mit knapp 12 Prozent unter den besten 1.000 Beraterinnen und Beratern überdurchschnittlich stark vertreten.

Die 116 ausgezeichneten Spezialisten für die private Finanzanalyse nach Norm stammen aus 21 Unternehmen, Pools und Maklerbüros, darunter Vertrieben wie Formaxx, Mayflower, Finum Finanzhaus und von Poll Finance. Allein 39 der besten Finanzberater sind auf Platz 1 in ihrer Stadt, weitere 48 unter den TOP 10. „Die Analyse des Finanzbedarfs nach den drei Buchstaben DIN kommt bei den Kunden sehr gut an.

Diese bewerten zertifizierte Beraterinnen und Berater voll positiv“, kommentiert WhoFinance-Gesellschafter Dr. Herbert Walter.

Die Finanznorm werde von den Kunden als neutral, objektiv und nicht interessengesteuert wahrgenommen. Walter: „Viele Kunden erleben die Beratung auf Basis einer DIN-Analyse als etwas sehr Vertrauensvolles.“

Defino-Vorstand Dr. Klaus Möller freut sich über die guten Kundenbewertungen für die Normanwender: „Wenn so eindrücklich nachgewiesen werden kann, dass die Kunden Finanzanalysen nach Norm schätzen, wird das auch die Akzeptanz dieser Vorgehensweise bei den Maklern und Vermittlern weiter stärken.“

Autor: [www.defino.de](http://www.defino.de)

## Fonds Finanz unterstützt Makler bei mehr Geschäft und Kundenbindung durch Servicevereinbarungen

*Vertriebspartner der Fonds Finanz können ab sofort die Dienstleistungen der Mission Service, einer auf Finanzdienstleister spezialisierten*

**U**nternehmensberatung, zu Sonderkonditionen nutzen. Das Konzept von Mission Service ermöglicht es Maklern, mittels Servicevereinbarungen eine höhere Vertragsdichte, mehr Neugeschäft und eine stärkere Kundenbindung zu erreichen. Damit erschließen sich Vermittler eine dritte, auf Langfristigkeit angelegte und stornofreie Einnahmequelle. Gleichzeitig unterstützt Mission Service im Rahmen einer individuellen Beratung die



Quelle: © Kzenon - AdobeStock.com

Vermittler dabei, die internen Prozesse und Strukturen in der Bestandskundenbetreuung effizienter zu gestalten.

Viele Makler übernehmen für ihre Kunden Servicedienstleistungen, die nicht mit der gängigen Courtage abgedeckt sind und die weit über die eigentlichen Aufgaben eines Vermittlers hinausgehen. Was zunächst wie ein wichtiger Kundenservice erscheint, ist aus unternehmerischer Sicht oft nicht rentabel, vor allem bei geringen Bestandseinnahmen und angesichts des immer größer werdenden Verwaltungsaufwands.

Servicevereinbarungen zwischen Makler und Kunde bieten hierbei einen guten Ansatz, die Interessen von Kunden und Vermittlern zu vereinen. Der Makler kommuniziert dabei gegenüber seinem Kunden alle Leistungen, die über die gesetzlichen Leistungspflichten hinausgehen. Möchte der Kunde darüber hinaus Serviceleistungen des Maklers in Anspruch nehmen, so werden diese in der Vereinbarung festgehalten und über eine monatliche Pauschale abgegolten.

Das ganzheitliche Konzept von Mission Service bietet Vermittlern die Möglichkeit, Servicegebühren als weitere Einnahmequelle zu erschließen. Dabei profitieren Vermittler durch eine maßgeschneiderte Begleitung bei der Einführung: Mittels einer transparenten Gliederung der Serviceleistungen in verschiedene Servicelevel können Makler und deren Kunden Erwartungshaltungen abgleichen und eine langfristige Geschäftsbeziehung sichern. Eine vertraglich festgehaltene und auf Langfristigkeit angelegte Betreuung festigt die Kundenbeziehung und begünstigt die Übernahme weiterer Fremdverträge.

„Wir haben bei vielen Vermittlern beobachtet, dass sich die Vertragsdichte der Kunden nach Abschluss einer Servicevereinbarung erheblich erhöht hat“, erläutert Norbert Porazik, geschäftsführender Gesellschafter der Fonds Finanz. „Das Konzept von Mission Service stärkt die Beziehung zwischen Makler und Kunde. Gleichzeitig intensiviert es die Zusammenarbeit und der Kunde möchte weitere Verträge in die Betreuung seines Maklers übertragen“, erklärt Porazik.



Quelle: © everythingpossible - AdobeStock.com

„Durch den Einsatz von Servicevereinbarungen werden die Interessen von Makler und Kunde zusammengeführt. Neben der zusätzlichen Einnahmequelle und der intensiveren Kundenbindung führt die klare gegenseitige Erwartungshaltung in der Praxis vor allem zu spürbar mehr Wertschätzung auf Kundenseite“, erklärt Peter Süßengut, Geschäftsführer von Mission Service. Darüber hinaus hilft das Modell dem Vermittler, das verlorene Gleichgewicht zwischen Aufwand und Nutzen durch die faire Vergütung der Zusatzleistungen auszugleichen.

Unterstützt werden Vermittler durch eine zweijährige Begleitung des Mission-Service-Expertenteams Jörg Laubrinus (Vertriebs-Experte Mission Service), Peter Süßengut (Geschäftsführer Mission Service) und Norman Wirth (Rechtsexperte Mission Service). Die Betreuung beinhaltet neben der Implementierung des Modells auch Führungsunterstützung und Beratung hin zu einem modernen und effizienten Maklerbüro mit engmaschiger und persönlicher Betreuung. Das Konzept ist erprobt und auf Rechtssicherheit geprüft. Die Modelle werden individuell an die bisherige Arbeitsstruktur und das Servicekonzept der Vermittler angepasst. Vermittler der Fonds Finanz profitieren zusätzlich von einer Kostenübernahme von 50 % des Honorars des Expertenteams. Autor: [www.fondsfinanz.de](http://www.fondsfinanz.de)



Quelle: © yurolaitsalbert - AdobeStock.com

## Bestandsübertragung in Sekundenschnelle:

# Automatische Erfassung von Fremdverträgen via Smartphone

**D**ie Smart InsurTech AG, Betreiber der Versicherungsplattform SMART INSUR, hat ihr webbasiertes Maklerverwaltungsprogramm SMART ADMIN (onlineSuite) um eine Fotofunktion erweitert. Die Verwaltungssoftware generiert einen QR-Code, den Makler mittels Smartphone erfassen und den entsprechenden Fremdvertrag fotografieren können. Die relevanten Vertragsdaten werden direkt extrahiert und automatisch in das Verwaltungsprogramm der onlineSuite eingespielt.

„Makler und Vertriebe können durch diese Funktion mit wenigen Klicks Fremdverträge inklusive Daten automatisch in das Maklerverwaltungsprogramm onlineSuite übertragen“, berichtet Matthias Hansen, Vorstandsvorsitzender der Smart InsurTech AG. „Sie profitieren von einer enormen Zeiterparnis. Bestandsübertragung ist nun so einfach wie Fotografieren – das löst die mühevollen manuelle Erfassung ab.“

Die Software liest die wichtigsten Felder aus, die für die Anlage eines Vertrags notwendig sind. Dazu gehören Gesellschaft,

Sparte und Vertragsdaten wie Vertragsbeginn, Policennummer, Versicherungsnehmer und Produkt.

Die neue Fotofunktion kann spartenübergreifend eingesetzt werden. „Wichtig war uns auch die User Experience“, ergänzt Hansen. „Nutzer müssen für die Bestandsübertragung via Smartphone keine zusätzliche App herunterladen.“

### Potenzial der integrierten Fotofunktion

Die Fotofunktion des Maklerverwaltungsprogramms onlineSuite ermöglicht nicht nur das automatische Hochladen von Fremdverträgen in die Verwaltung, sondern auch die Integration von Bildern und anderen Dokumenten, die ohne Weiterverarbeitung direkt eingespielt werden. Darüber hinaus können Vermittler diese Funktion auch während der Interaktion mit ihren Kunden nutzen. So kann der Endkunde beispielsweise während einer Online-Beratung seine Police selbst fotografieren und in das Maklerverwaltungsprogramm laden.

Autor: [www.smartinsurtech.de](http://www.smartinsurtech.de)



Quelle: © Blue Planet Studio - AdobeStock.com

## JURA DIREKT:

# Selbstständige und Finanzdienstleister verschenken gerade Geld

**M**ancher Finanzdienstleister will sein Geschäft optimieren. Bei manchen scheitert das an einem fehlenden Plan oder Kapital. Nutzen Sie dafür jetzt BAFA geförderte Unternehmensberatung. Seit Anfang des Jahres 2021 ermöglicht die JURA DIREKT Akademie bis zu 90 Prozent BAFA geförderte Unternehmensberatung. Das sollten Finanzdienstleister und Versicherungsmakler jetzt nutzen. Sie gewinnen mehr Kunden, holen mehr aus ihrem Bestand und machen Ihr Geschäft zukunftssicherer – auch angesichts der Lehren aus Corona.

### Beratung nicht wegen der Förderung nutzen

Wenn Finanzdienstleister an eine Unternehmensberatung denken, weil es die Förderung gibt, ist das der falsche Motivansatz. "Eine Unternehmensberatung muss zu besseren Ergebnissen im Business führen. Es geht darum, klare Unternehmensziele zu verfolgen und konsequent und kontinuierlich nach der Beratung weiterzumachen", so Jürgen Zirbik, Geschäftsführer der JURA DIREKT Akademie. Stimmen diese Voraussetzungen, entfaltet gute Beratung ihre positive Wirkung. Schon nach einem ersten Beratungstag können Klienten durchstarten werden: "Danke für den klasse Termin gestern – sehr konstruktiv und inspirierend. Ich bin motiviert bis unter die Haarspitzen!", erklärt Finanzdienstleister Dirk Hartmann. Finanzdienstleister verschenken gerade Geld, wenn sie diese Möglichkeiten vorüberziehen lassen.

### Unternehmensberatung ist der Beginn

Die Bratung ist der Kick Off zu einer Optimierung im eigenen Business. Der Berater analysiert die Firma, liefert Know-how, ergänzt Kompetenzen und erstellt einen

Plan für mehr Erfolg im Geschäft. Klienten erhalten eine fundierte Strategie zu ihrem Beratungsthema – beispielsweise Online Kunden gewinnen -, die Sie dann aber auch selbst umsetzen müssen. Sonst macht Unternehmensberatung keinen Sinn! In Punkto Klarheit muss ein Berater auch als Sparringspartner agieren können. Dazu gehören Kompetenzen in den Soft Skills, wie auch Steuerberater und Beratungskunde Michael Stoll festhält. "Der Berater war auch fordernder Sparringspartner, der mir viele neue Erkenntnisse gebracht hat. Die Beratung war sehr wertvoll und ist uneingeschränkt zu empfehlen."

### Auch erfolgreiche Finanzdienstleister verschenken gerade Geld

Finanzdienstleister und Versicherungsmakler sind kompetent in Ihrem Fachbereich und deshalb erfolgreich. Sie sind oft keine Profis in Business Entwicklung und Strategie, Marketing, Marketing-Kommunikation, Online-Vertrieb, Positionierung oder Storytelling. Gerade diese Kompetenzen werden jetzt wichtiger. Für die Versicherungsbranche ist eine zunehmende Konsolidierung prognostiziert – gerade im Beraterbereich. Durch Corona trennt sich die Spreu vom Weizen schneller und deutlicher. Wer jetzt die richtigen Schritte einleitet, wird gestärkt aus der Krise hervorgehen. Dabei hilft Unternehmensberatung besonders effektiv, wenn Berater die Anforderungen und Hintergründe der Branche kennen.

### Kompetenzen reinholen, die fehlen

Mit Beratung holen sich Finanzdienstleister die Kompetenzen in Ihr Geschäft, die Ihnen fehlen oder die nur in Teilen vorhanden sind. Das sind oft genau die Kompetenzen, die sie jetzt brauchen, um Corona wirtschaftlich zu meistern und zu-

kunftssicherer zu werden. Kompetenzen, mit denen sie neue Kanäle zur Kundengewinnung erschließen oder sich digital professioneller aufstellen. Finanzdienstleister verschenken gerade Geld, auch für die Zukunft, wenn sie jetzt nicht aktiv werden.

### Ein Schutzmantel gegen weitere Krisen?

Unternehmensberatung muss so erfolgen, dass Klienten wirklich einen Schritt nach vorne machen. Das stellt hohe Anforderungen an Beraterin oder Berater. Klienten erkennen und schätzen das. "Immer Top Inhalte und einen echten Rhetorikfachmann und Zuhörer. Geduldig werden Themen erarbeitet und Erfolgsschritte kontrolliert und verbessert", so Versicherungsmakler Patrick Gladman. "Er nimmt sich immer Zeit und es entstehen oft wichtige Diskussionen rund um die zu bearbeitenden Themen. Klare Empfehlung von mir, es entstehen echte Mehrwerte."



### 5 Tipps für Unternehmensberatung

Ergebnis muss passen – Unternehmensberatung ist eine Investition in die Business Entwicklung. Prüfen Sie, ob Sie mit der Beratung mehr erreichen werden: Umsatz, Kunden, Sicherheit, Zeitgewinn, Spaß im Geschäft

- Nur fehlende Kompetenzen einkaufen – Was Sie selbst können, machen Sie auch selbst – außer es fehlen Ihnen Zeit und Lust dazu.
- Motivation und Zeit abfragen – gehen Sie davon aus, dass Beratung mit Arbeit verbunden ist und dass Sie erst einmal

auf bestimmte Zeit mehr Aufwand haben werden. Sie sollten Lust auf Veränderung und Gas geben haben.

- Mittelfristig denken und planen – Die Beratung ist nach rund 3 Monaten durch, wichtige Aufgaben aus der Beratung bleiben bestehen. Sie müssen sie umsetzen oder delegieren können
- Zusatzbudget Umsetzung einplanen – Nach oder schon während der Beratung fallen Maßnahmen an. Dazu gehören Positionierung, Storytelling oder auch Webauftritt und Web-Marketing. Dafür brauchen Sie Tools und Dienstleister – wenn es professionell werden soll – und die kosten Geld. Deshalb die Empfehlung: JETZT Unternehmensberatung nutzen und das Budget durch Förderung entlasten!

"Die Beratung war super – jetzt liegt es an uns das auch umzusetzen, sonst bringt die beste Beratung nichts. Herr Zirbik hat das sehr interessant und praxisnah durchgeführt und auch Hausaufgaben "eingefordert", was sehr gut ist, denn dann TUT man es auch. Danke dafür, wir werden davon profitieren und sind mitten in der Umsetzung." Petra und Ralf Hüber, Versicherungsmakler

### Es hakt fast immer an der Umsetzung

Finanzdienstleister sollten Berater auch darauf prüfen, ob sie Kunden oder Teams bei wichtigen Umsetzungsmaßnahmen nach der Beratung unterstützen können. Nur einen, wenn auch fundierten, Beratungsbericht mit Maßnahmenvorschlägen zu liefern, reicht nicht. Bericht und Maßnahmenkatalog sind im Prinzip der Fördergegenstand des BAFA. Ein guter Berater sollte jedoch mehr draufhaben. Denn sonst passiert nach der Beratung – sei sie noch so gut – einfach zu wenig, so die Erfahrung der JURA DIREKT Akademie.

### Beratung ist nicht gleich Business Coaching

Am besten der Berater hat selbst Know-how und Erfahrungen für die praktische Umsetzung der Maßnahmen aus der Beratung. Zumindest über ein Netzwerk an Dienstleistern sollte der Berater verfügen. Diese Dienstleister helfen dann, die erarbeiteten Maßnahmen umzusetzen.

## Umsetzen bekommen Finanzdienstleister allein kaum hin!

“Was soll ich denn noch alles machen?“, so ein Beratungskunde. Stimmt. Das geht meistens nicht gut, wenn man alles selbst machen zu müssen meint. Denn zu Maßnahmen aus einer Beratung gehören eine Reihe von Aktivitäten: das Aufsetzen von Online-Vertriebstools, Websites, Landingpages oder Onepagern für effektives Online-Marketing. Oder die Positionierung mit Alleinstellung ist zu klären. Und die Umsetzung von Storytelling auf Websites, in Social Media, PR und Werbung gehören oft dazu, wenn es gut werden soll. Eine ganze Menge Herausforderungen. Finanzdienstleister sind keine Marketing- und Online-Spezialisten. Allein bekommen sie das nicht gut hin. Finanzdienstleister verschenken

gerade Geld, wenn sie wegen erwarteter Anforderungen nicht zumindest ein erstes Beratungsgespräch führen. Kostenloses Strategieggespräch terminieren...

## Wenn alles passt – loslegen

“Nutzen Sie Unternehmensberatung jetzt und holen Sie sich bis zu 90 Prozent BAFA Förderung“, so Jürgen Zirbik. “Machen Sie das aber nur, wenn Beratung Ihr Business und Sie wirklich weiterbringt. Machen Sie das auch nur dann, wenn Sie erarbeitete Strategien umsetzen können.“ Dafür benötigen Beratungskunden in der Regel ein Budget und Zeit. Wenn das gegeben ist, sollten Finanzdienstleister sofort loslegen, denn die Herausforderung steigen weiter. Und – sie sollten nicht weiter Geld verschenken.  
Autor: [www.juradirekt-akademie.com](http://www.juradirekt-akademie.com)

# Ab 2022 fällt erneut der Höchstrechnungszins – welche Altersvorsorge rechnet sich noch?

*Ein Vergleich von Direktanlage und Versicherungslösung  
für die Altersvorsorge*

**D**as anhaltend niedrige Zinsniveau hat für das kommende Jahr deutliche Auswirkungen im Versicherungsvertrieb rund um die Altersvorsorge. Der Höchstrechnungszins von klassischen Lebens-/Rentenversicherungen wird von 0,9% auf 0,25% gesenkt und gilt für Neuverträge ab Januar 2022. Dies macht die beliebte Altersvorsorge in eine klassische Lebens- oder Rentenversicherung endgültig unrentabel. Dennoch ist der Bedarf zur privaten Altersvorsorge ungebrochen.



Bankberater, Makler und Vermittler sind gefragt, ihren Kunden die Unsicherheit zu nehmen und aufzuzeigen, dass sich Versicherungslösungen in der Altersvorsorge lohnen. Dabei hilft nicht nur Erfahrung als Berater zu Versicherungsthemen, sondern auch eine durchdachte Software, um die komplexen Sachverhalte in der Altersvorsorge übersichtlich darzustellen.

**Seit längerem ist klar:** Bei Anlage in Fonds profitiert man von der positiven wirtschaftlichen Entwicklung und streut das Anlagerisiko auf verschiedene Titel. Aber was ist nun besser: direkt bei der Bank ein Depot eröffnen und in ETFs als Direktanlage investieren oder eine fondsgebundene Rentenversicherung?

Die Entscheidung hängt von den persönlichen Gegebenheiten ab. Trotzdem zeigt

ein Vergleich, dass häufig schon wegen der steuerlichen Vorteile die Fonds-Rentenversicherung die bessere Alternative ist, obwohl ihr der Ruf nachhängt, wegen hoher Verwaltungs-/Abschlusskosten nicht so attraktiv zu sein. Ein wesentlicher Unterschied besteht darin, dass in der Versicherungslösung keine Abgeltungssteuer anfällt. Insbesondere bei Wahl einer Rentenauszahlung wirkt sich das oft stark aus.

**Ein konkretes Rechenbeispiel verdeutlicht den Effekt:** meist ist die fondsgebundene Versicherung die bessere Alternative für die Rente! Unberücksichtigt lassen wir dabei sogar eine sicher sinnvolle Umschichtung in risikoärmere Anlageformen einige Jahre vor Renteneintritt, die zusätzliche Gebühren und ggf. Steuern in der Direktanlage kosten würden. In beiden Fällen spart eine heute 30-jährige



Quelle: © wutzkoh - AdobeStock.com

Angestellte (3.500 € Bruttoeinkommen, ledig) einen Betrag von 200 € monatlich bis zum Rentenbeginn.

**Das Ergebnis ist eindeutig:** Die jährliche Abgeltungssteuer kostet in der ETF-Direktanlage viel Geld, so dass am Ende der Sparphase in der fondsgebundenen Rentenversicherung deutlich mehr Kapital zur Verrentung verfügbar ist. Damit ist die Rente höher und die garantiert lebenslange Rentenzahlung gibt wichtige Sicherheit im Vergleich zu einem Entnahmeplan. In der konkreten Beispielrechnung sieht das so aus:

**Rente aus Entnahmeplan (30 Jahre Laufzeit):**

- ca. 825 € nach Steuern/Abgaben

**Rente aus der fondsgebundenen Rentenversicherung (lebenslang):**

- ca. 1.125 € nach Steuern/Abgaben
- Selbst bei einer Kapitalauszahlung schneidet die Fondsrente besser ab. Nach Steuern/Abgaben liegt der Unterschied im Beispiel bei über 30.000 €.

Der OASE.neo Anlagevergleich von iS2 unterstützt jeden Berater darin, die Situation seines Kunden individuell zu betrachten und ihn bei der richtigen Entscheidung fachkundig zu unterstützen.

Autor: [www.is2.de](http://www.is2.de)

## Moderne Vergütungsmodelle in der Ausschließlichkeit

*Beitrag von Tobias Schulz und Christian Küchler, beide Director bei EY Innovalue*

**D**ie Vergütung der Ausschließlichkeitsvermittler ist ein Dauerthema: Zusammenschlüsse von Vertriebsorganisationen, regulatorische Vorstöße des Gesetzgebers, neue Steuerungssysteme oder verändertes Kundenverhalten betreffen fast immer auch die Vergütungssysteme. Aber nur die we-

nigsten Versicherer trauen sich, dieses Thema konsequent anzugehen.

**Mammutaufgabe:** Vier Perspektiven in einem System Die Notwendigkeit und der Wille, die Vergütungssysteme zu modernisieren sind da. Aber zur Umsetzung kommt es meist nur, wenn harte gesetz-

liche Vorgaben dazu zwingen. Oft wird eine vermeintlich einfachere Teillösung gewählt: „Wir führen es nur für neue Vermittler ein.“ Dadurch koexistieren über die Zeit immer mehr Vergütungsmodelle, die teilweise schon Jahrzehnte alt sind und z.B. mit ihrer einseitigen Fokussierung auf Mehrumsatz moderne Steuerungsansätze erschweren. Denn die Rahmenbedingungen haben sich stark verändert:

- Kunden erwarten einen reibungslos funktionierenden Omnikanalvertrieb
- Der Gesetzgeber stellt den Verbraucherschutz an erste Stelle
- Ausschließlichkeitsvermittler erwarten eine motivierende und an ein verändertes Aufgabenspektrum angepasste Vergütung
- Der Versicherer möchte auch Kundenzufriedenheit, Qualität der Beratung und Betreuung oder dem Nutzungsgrad digitaler Beratungsinstrumente steuern

### Die Crux: Wechsel-Bereitschaft und IT

In diesen veränderten Rahmenbedingungen führt das dauerhafte Festhalten an alten Vergütungslogiken zu Wettbewerbsnachteilen. Eine grundlegende Neugestaltung ist notwendig. Die größte Herausforderung dabei ist es, die Bereitschaft von möglichst vielen Vermittlern zu einem System-Wechsel zu gewinnen. Die zweite große Herausforderung ist die Technik. Existierende Systeme basieren häufig auf jahrzehntealter Software und Infrastruktur und können viele potenziell vergütungsrelevante Daten und Kennzahlen gar nicht oder nur eingeschränkt bereitstellen. Jede Anpassung ähnelt der sprichwörtlichen „Operation am offenen Herzen“ und birgt unkalkulierbare Risiken. Somit ist die Neugestaltung der Vergütungssystematik auch fast automatisch mit einer Modernisierung der Vergütungssysteme verbunden.

Was muss also getan werden, um ein modernes Vergütungsmodell zu konzipieren und wichtiger noch erfolgreich für einen möglichst großen Anteil der Ausschließlichkeitsvermittler umzusetzen?

Vergütungssystematik abhängig von verschiedenen Steuerungsgrößen definieren. Woran werden die Ausschließlichkeitsorganisation in Summe und der einzelne Vermittler gemessen? Die genauen Größen sind im Detail von Unternehmen zu Unternehmen unterschiedlich, sollten aber neben der Dimension Umsatz unbedingt auch die Dimensionen Rentabilität und Kundenzufriedenheit umfassen. Damit ist dann auch die Basis für eine Vergütungssystematik geschaffen, die attraktiv für erfolgreiche Vermittler sein kann und gleichzeitig dem Versicherer eine Steuerung hin zu rentablerem Geschäft ermöglicht. Bausteine einer solchen Systematik können z.B. Schaden- und Stornoquoten, Nutzungsquoten digitaler Prozesse, der Grad der Professionalität in der Kundebetreuung und natürlich auch die Zufriedenheit der Kunden mit ihrem Vermittler sein.



Quelle: © H\_Ko - AdobeStock.com

Taktisches und ökonomisches Kalkül verbinden. Um abzuschätzen, wie ein neues System wirkt, muss das Provisionsaufkommen auf der Basis von Echtdateien simuliert werden. Im Abgleich mit den Werten der geltenden Vergütungssystematiken und den zu erwartenden Steuerungseffekten auf Unternehmensseite, wie beispielsweise die Entwicklung der Schadenquoten, wird hier bereits eine erste grobe Adjustierung der oben genannten neuen Stellschrauben vorgenommen. Im nächsten Schritt werden Gewinner und Verlierer der neuen Vergütung auf Vermittlerebene analysiert. Auf dieser Faktenbasis werden dann Details der Vergütungssystematik angepasst.

### Spreu vom Weizen trennen

Die Gewinner im neuen Vergütungssystem haben einen klaren Anreiz, auf das neue Vergütungssystem umzustellen. Anders sieht es bei Vermittlersegmenten aus, die nicht bzw. erst nach Anpassungen hin zu

niedrigerer Storno-/Schadenquoten oder höherer Kundenzufriedenheit zu den Gewinnern des neuen Vergütungssystems zählen. Für die Letzteren sollte, für einen klar definierten Zeitraum, der Übergang in das neue Vergütungssystem finanziell unterstützt und somit Anreize und Entwicklungsmöglichkeiten geschaffen werden, um in dieser Zeit z.B. Schadenquoten im Bestand oder die Kundenbetreuung zu verbessern.

### Positive Steuerungseffekte nutzen

Die Summe der zuvor beschriebenen Maßnahmen kann durchaus dazu führen, dass das Provisionsaufkommen im neuen Modell gegenüber dem Status-Quo zunimmt. Diese oft höheren Ausgaben führen bei einer gut ausgestalteten Vergütungssystematik

aber trotzdem zu einer höheren Profitabilität, da positive Steuerungseffekte die höheren Provisionsaufwände mehr als ausgleichen. Dem steigenden Provisionsaufkommen stehen Mehrumsatz, Margensteigerung und geringerer Bestandsabrieb gegenüber.

### Marktbehauptung nur durch Fortschritt

**Fazit ist:** Die Einführung eines neuen Vergütungsmodells kann sowohl für (erfolgreiche) Vermittler als auch den Versicherer wirtschaftlich attraktiv sein, wenn es gelingt, die Parameter des Modells gut auszutarieren und durch neue IT-Anwendungen den administrativen Aufwand und die Fehleranfälligkeit zu reduzieren.

Autor: [www.ey.com](http://www.ey.com)

## Honorarberatung gewinnt zunehmend an Bedeutung

**Z**udem lässt die bevorstehende Bundestagswahl 2021 erwarten, dass die Beratung gegen Honorar weiter gefördert wird. Die LV 1871, die myLife und die HonorarKonzept haben deshalb eine strategische Partnerschaft geschlossen, um Makler schon jetzt zu unterstützen und bestmöglich vorzubereiten. Das gemeinsame Ziel: die weitere Etablierung und der Ausbau des Honorargeschäfts im deutschen Markt.

„Die Honorarberatung ist ein strategisch wachsendes Feld und viele Makler nutzen dies bereits heute insbesondere bei gehobenen Privatkunden. Wir sehen eine steigende Nachfrage sowohl bei Maklern als auch bei Kunden. Im fondsgebundenen Bereich konnten wir 2020 ein Neugeschäftswachstum von 49 Prozent verzeichnen – der Anteil an alternativer Vergütung liegt bei uns bei rund 40 Prozent. Umso mehr freuen wir uns über die neue Partnerschaft“, sagt Hermann Schrögenauer, Vorstand der LV 1871.

### Gemeinsame Power für die weitere Etablierung der Honorarberatung

„Als Versicherer, der ausschließlich auf provisionsfreie Vorsorge- und Investmentlösungen setzt, können wir die überaus positive Entwicklung des Honorarmarktes bestätigen. Allein 2020 haben wir unsere Beitragseinnahmen im Neugeschäft mit fondsgebundenen Nettopolicen um knapp 40 Prozent gesteigert“, fügt Jens Arndt, Vorstandsvorsitzender der myLife Lebensversicherung AG hinzu. „Die enge Partnerschaft wollen wir nutzen, um gemeinsam weiter zu wachsen“, kommentieren Schrögenauer und Arndt die Kooperation. Heiko Reddmann, Geschäftsführer der HonorarKonzept, ergänzt: „Mit der LV 1871, der myLife und der HonorarKonzept schließen sich drei starke Marktplayer zusammen. Alle agieren fair, transparent und partnerschaftlich – mit klarer Ausrichtung und im Netto- und Honorargeschäft erfolgreich. Diese gemeinsame Power wollen wir Vermittlern und Kunden weitergeben.“

## Unterstützung auf dem Weg zum Honorarberater und Investmentprofi

Geplant sind mehrere Schritte der Zusammenarbeit. Im ersten Schritt werden von der Kooperation Vermittler profitieren, die das digitale Coaching-Angebot Coach me NETTO der LV 1871 und die Coaching- und Weiterbildungsplattform der Honorar-Konzept nutzen. Coach me NETTO wird dabei zum Bindeglied der Kooperation und zum Türöffner für die Honorarberatung.

Hier finden Berater nicht nur umfangreiches Fachwissen, sondern vernetzen sich außerdem mit Experten der Branche. So unterstützen die Kooperationspartner selbstständige Vermittler auf dem Weg zu erfolgreichen Honorarberatern und bei der Weiterbildung zum Investmentprofi. Das digitale Angebot ist jederzeit verfügbar und ermöglicht Maklern einen individuellen Schulungsverlauf.

Autor: [www.lv1871.de](http://www.lv1871.de)

## Honorarberatung:

# Nicht das Angebot, sondern die Nachfrage fehlt!

**I**nsbesondere Verbraucherschützer und Politiker des linken Spektrums glauben daran, dass ein Provisionsverbot ein geeignetes Mittel ist, um die Honorarberatung zu fördern. Die Realität sieht jedoch ganz anders aus: In England sinkt bspw. die Beratungsquote drastisch, und der Anteil der Honorare am Gesamtumsatz von Beratern nach dem Provisionsverbot sinkt auf mittlerweile 30 %, Tendenz weiter fallend (vgl. 'k-mi' 32/20). In England hat sich demnach (zwangsläufig) eine umsatzorientierte Honorarberatung 'Light' etabliert, da Verbraucher keine für Honorarberater kostendeckenden Honorare zahlen können oder wollen.

Wie ist die Situation nun in Deutschland? Prof. Matthias Beenken/FH Dortmund und Prof. Heinrich R. Schradin/Uni Köln untersuchen dies regelmäßig mit dem Fokus auf der Versicherungswirtschaft. Aktuell präsentieren sie für das Institut für Versicherungswissenschaft an der Uni Köln eine Untersuchung zum "Nettotarifangebot deutscher Versicherungsunternehmen". Ziel ist: ++ Zum einen, "die aktuellen regulatorischen Bedingungen aufzuzeigen, die zur Förderung des Angebots an Honorarberatung (...) geschaffen worden sind" ++ Zum ande-



ren sollen die früheren Studien fortgesetzt und aufgezeigt werden, "ob und in welchem Ausmaß sich die Angebotsseite weiterentwickelt und welche Marktbedeutung der Vertrieb von Versicherungen gegen alternative Vergütungssysteme inzwischen erlangt hat". Die Wissenschaftler beziehen in ihre Betrachtung auch die sog. Honorarvermittlung ein, d. h. die Vermittlung von Nettotarifen z. B. durch Versicherungsmakler. Die Ergebnisse zeigen klar, dass die Angebotsseite nicht (mehr) der Flaschenhals ist, sondern die fehlende Nachfrage: "Es gibt keine

Hinweise darauf, dass entscheidende Wettbewerbshindernisse für den freien Wettbewerb zwischen der Provisionsvermittlung und der Honorarvermittlung übriggeblieben sind. Trotzdem ist der Absatz an Nettotarifern weiterhin verschwindend gering und beschränkt sich überwiegend auf die Lebensversicherung. Der Markt der Honorarberatung ist damit so klein, dass er sich nur für wenige, kleine Spezialanbieter lohnen dürfte.“ Dementsprechend könne die Untersuchung “auch nicht die Frage nach den Marktchancen für ein breiteres Angebot an Nettotarifern beantworten. Sie liefert allerdings Indizien dafür, dass es nicht an den

Versicherungsgesellschaften und damit an der Angebotsseite liegt, wenn nicht häufiger gegen Honorar vermittelt wird. Das legt die Vermutung nahe, dass bislang von den Kunden zu wenig Nachfragedruck gegenüber den Vermittlern aufgebaut wird“.

**‘k-mi’-Fazit:** Die Faktenlage ist klar: Ein Provisionsverbot würde dem Markt massiv Beratungskapazität entziehen, die mangels Nachfrage nicht durch Honorarvergütung ersetzt werden kann. Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler bzw. dem Verbraucherschützer!  
Autor: [www.kapital-markt-intern.de](http://www.kapital-markt-intern.de)

## Provisionsverbot:

# Vernichtende Evaluierung in Großbritannien

*Vor allem bei Verbraucherschützern gelten Provisionsverbote als Erfolgsmodell.*

“Provisionsverbot: Europäische Beispiele verdeutlichen Erfolg“, behauptete der vzbv noch Anfang 2019 bezogen auf die Niederlande und das Vereinigte Königreich. Handfeste Belege z. B. für eine Verbesserung des Anlegerschutzes durch ein Provisionsverbot gibt es keine. Im Gegenteil: Eine Studie der EU-Kommission hat im Jahr 2018 u. a. mittels Mystery-Shopping festgestellt, dass z. B. in den Niederlanden Testanleger “systematisch auf die Websites der Institute umgeleitet wurden, wo sie eigenständig im Execution-Only-Modus investieren konnten“ (vgl. ‘k-mi’ 29/18). Diese – für die meisten Normalanleger oft alternative – Verlagerung des Anlageverhaltens von der persönlichen Beratung hin zur Selbstentscheidung ‘ins Netz’ scheint somit eine Folge eines Provisionsverbots zu sein. Denn die EU-Kommission stellte 2018 fest: “Das Verbot von Zuwendungen in den Niederlanden und im Vereinigten Königreich war ein starker Treiber für Fonds-Supermärkte, Online-Broker und

Online-Investmentplattformen von etablierten Anbietern.“ Das Provisionsverbot entzieht dem Markt aber massiv Beratungskapazität, die durch Online-Angebote und Robo-Advisor-Modelle nur für die wenigsten ersetzt werden kann.

Diese Zweifel am ‘Erfolgsmodell Provisionsverbot’ haben nun neue Nahrung aus England erfahren: Bereits im Dezember 2020 veröffentlichte die britische Aufsicht FCA den neusten Evaluierungsbericht zur Finanzmarktreform und zum Provisionsverbot in Großbritannien unter dem Titel “Evaluation of the impact of the Retail Distribution Review and the Financial Advice Market Review“. Dessen Ergebnisse wurden hier trotz ihrer Brisanz, wohl auch durch die allgegenwärtige Corona-Pandemie, bislang kaum wahrgenommen. Denn die Zahlen und Schlussfolgerungen zeigen, dass das Provisionsverbot endgültig zum Flop gerät! Nachfolgend eine Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse des jüngsten Berichts:

++ Der Markt für Beratung in UK ist wettbewerbsschwach. Es gibt viele hohe Honorare, aber wenig Anreize, günstige Honorare anzubieten ++ Die Beratungsquote ist von niedrigen 6 % (vgl. 'k-mi' 28/17) lediglich auf enttäuschende 8 % gestiegen ++ 40 % der Firmen haben formale Mindestanlagegrenzen, beginnend ab 50.000 Pfund. Ca. 10 % der Firmen geben sich nur mit Kunden ab 1 Mio. Pfund ab ++ Die 60 % der Firmen ohne formale Mindestanlagegrenzen haben jedoch im allgemeinen vergleichbare hohe Kundendepots: "Dies



Quelle: © metamorworks - AdobeStock.com

deutet darauf hin, dass der Zugang zu Beratung in der Praxis für Verbraucher mit kleineren Töpfen/Depots eingeschränkt ist", so das verheerende Fazit der FCA ++ Die Aufsicht gibt dazu auch ein Beispiel: "Beispielsweise kann die Beratung zu einer Rentenübertragung (defined benefit pension transfer) kostenpflichtig sein in einem Bereich von £ 3.500 oder £ 4.500. Wenn die Beratungsgebühr im Verhältnis zum Investitionswert erheblich ist, kann es sein, dass die Beratung zu diesen Kosten nicht im Interesse des Kunden liegt." ++ Robo-Advisors, die eigentlich als Wunderwaffe zur Schließung der Beratungslücke in Folge des Provisionsverbots gedacht waren (vgl. 'k-mi' 17/17), sind bislang nur ein Nischen-Thema bzw. es gibt kaum Nachfrage dafür ("remain only a small fraction of the overall market") ++ Die FCA nennt ebenfalls Daten zur Zahlungsbereitschaft bei Honoraren: "Die Mehrheit möchte weniger als 1 % des Wertes des investierbaren Vermögens zahlen", so die FCA-Studie. "In Pfund und Pence entspricht dies nicht mehr als 100 GBP bei einer Investition von 10.000 GBP, 250 GBP bei einer Investition von 25.000 GBP und 500 GBP bei einer Investition von 50.000 GBP. Die meisten würden erwarten, nicht

mehr als 250 GBP zu zahlen, unabhängig vom investierten Betrag." Mit dem sprichwörtlichen britischen Understatement verpackt die FCA dieses vernichtende Urteil zum Provisionsverbot wie folgt: "Diese Antworten zur Zahlungsbereitschaft stimmen nicht mit den auf dem Markt allgemein üblichen Beratergebühren überein."

Die Reaktionen in England waren entsprechend kritisch. Der britische Versicherer-Verband ABI fordert 'eine Reform der Reform': "Da 72 % der Menschen nicht in der Lage sind, für Finanzberatung zu bezahlen, und die Mehrheit der Menschen nur einmalige Beratung wünscht, muss die FCA die Änderungen vorantreiben, die der Beratungs-Markt benötigt. Der gesetzliche Rahmen für Beratung muss angepasst werden, um Kunden in die Lage zu versetzen, eine einfachere und erschwinglichere Beratung zu erhalten, die mehr Hilfe bietet." Der britische 'Financial services professional' und Finanz-Blogger Clive Shelton analysierte den Evaluierungsbericht im Februar 2021 zudem im Hinblick auf den Berater-Markt: "Für alle, die daran interessiert sind, die Massen (nicht nur die wohlhabenden HNW) zum Sparen und Investieren zu ermutigen", so Shelton, sei die Lektüre des Evaluierungsbericht "ein Muss" und "schockierend" zugleich (Übersetzung durch 'k-mi'): "Angesichts der meisten Maßnahmen der FCA in Bezug auf Zugang, Erschwinglichkeit und Qualität des Dienstleistungsspektrums sind diese Schlüsselemente der Regulierung ein schockierender Misserfolg. Die Umfrage der FCA zeigt, dass Verbesserungen bislang bestenfalls marginal sind. Auf der Nachfrageseite 52 Mio. Erwachsene in Großbritannien. Die Zahl der Verbraucher, die Rat (advice or guidance) erhalten und verschiedene Kanäle nutzen, ist bedauerlich. Nur 8 % (4,1 Mio.) hatten in den letzten 12 Monaten Zugang zu Finanzberatung, während 68 % (36 Mio.) überhaupt keine Beratung (advice or guidance) erhielten." Um auch nur die Hälfte der erwachsenen Bevölkerung zu erreichen und die FCA-Ambitionen in Bezug auf Verbraucher zu verwirklichen, so der Experte und ehemalige leitende Mitarbeiter der Bank of England Shelton weiter, "müsste jeder derzeitige Finanzberater mindestens 1.000 Erwachsene betreuen und jedes



Unternehmen müsste über 50.000 Kunden haben. Um den Wettbewerb zu erhöhen und den Wunsch, Dienstleistungen für einen breiteren Anlegerkreis bereitzustellen, muss man die Anzahl der Berater und Planner erhöhen (...) Die FCA muss darüber nachdenken, was getan werden kann, um diesen Mangel an Fachleuten in der Industrie zu beheben“.

Das Provisionsverbot hat den Finanzdienstleistungsmarkt in UK in eine Zwickmühle gesteuert: Durch das Provisionsverbot und die massive Regulierung gibt es viel zu wenige Berater. Laut dem aktuellen Evaluierungsbericht sind es für Retail-Investments ca. 27.500 Financial Adviser in Großbritannien. Weitere knapp 9.000 verteilen sich auf Banken, Investment Manager und Börsen-Makler und Sonstige. Allein die Anzahl der Finanzanlagenvermittler nach § 34f GewO ist in Deutschland höher! Dieses wettbewerbsschwache Umfeld in Großbritannien hat für Verbraucher nachweisbar extrem nachteilige Folgen in Form von hohen Honoraren und geringem Zugang zu Beratung für Normalverdiener. Wie 'k-mi' zuletzt anhand weiterer FCA-Analysen wie z. B. der 'Retail Investments Product Sales Data (PSD)' dokumentierte, ist in Großbritannien die Beratungsquote z. B. bei Investmentfonds von 57 % im Jahr 2006 auf 10 % im Jahr 2019 gefallen! (vgl. 'k-mi' 32/20). Das Resultat: Großbritannien steht laut ESMA EU-weit bei der 3-Jahres-Performance-Analyse von Aktienfonds, Rentenfonds und Mischfonds aus dem Retail-Segment im Zeitraum 2016–2018 jeweils an hinterster Stelle, teilweise weit abgeschlagen. Bei Mischfonds ziehen sie sogar den EU-weiten Schnitt ins Negative ('k-mi' 16/20). Aber auch das Ziel, umsatzabhängige Vergütungen und damit mögliche Interessenkonflikte durch ein

Provisionsverbot zurückzudrängen, ist in England gescheitert: Der Anteil der Honorare am Gesamtumsatz von Beratern sinkt permanent, allein im Jahr 2019 um 14 % gegenüber dem Vorjahr. Mittlerweile führt dies dazu, dass der Anteil der laufenden Servicegebühren bei 70 % liegt, Tendenz steigend. Berater können in Großbritannien also nicht von Honoraren leben, sondern der Markt ist bestimmt von einer 'Honorarberatung light', die für Verbraucher keinen Mehrwert hat (vgl. 'k-mi' 32/20)!

**'k-mi'-Fazit:** Ein u. a. durch das Provisionsverbot überregulierter Beratermarkt wird wettbewerbsschwach und erzeugt einen Nachfrage-Überhang. Das bedeutet, dass die verbliebenen Berater sich die Kunden und die Preise aussuchen können. Das Ergebnis eines Provisionsverbots ist, das zeigen die Daten aus England überdeutlich, dass nur noch 'Besserverdienende' eine Beratung erhalten, ohne dass mögliche systemische Interessenkonflikte aus umsatzabhängigen Vergütungen beseitigt werden. Man wählte damit in Großbritannien die denkbar schlechteste Regulierungs-Kombination. Provisionsverbot und auch BaFin-Aufsicht für Finanzanlagenvermittler sind somit eben kein Vorbild für Deutschland, es sei denn, man will bewusst auf eine Beratungslücke zusteuern! Neueste Daten aus Deutschland zu Versicherungsprodukten zeigen zudem, dass trotz eines inzwischen guten Angebots von Nettoprodukten die Nachfrage nach Honorarberatung weiter gering bleibt (vgl. 'k-mi' 14/21). Der aktuelle FCA-Evaluierungsbericht zeigt ebenfalls: Die Träume von einer Schließung der Beratungslücke durch automatisierte Robo-Advice-Angebote für die breite Masse ist ausgeträumt!

Autor: [www.kapital-markt-intern.de](http://www.kapital-markt-intern.de)

# CHARTA-Maklerinnen rufen verbundeigenes Frauennetzwerk ins Leben

**D**ie CHARTA ist ein Verbund unabhängiger Versicherungsmaklerinnen und -makler. Sie lebt vor allem durch den Austausch unter Kolleginnen und Kollegen. Allerdings sind Frauen gerade in der Assekuranz und im Vertrieb noch immer deutlich in der Minderzahl. Genau das wollen CHARTA-Maklerinnen ändern und haben nun ihr verbundeigenes Netzwerk ins Leben gerufen.



Quelle: © nyui - Fotolia.com

Nach Expertenschätzungen sind Frauen in der Assekuranz unterrepräsentiert. Dabei belegen Ergebnisse aus der Marktforschung ganz klar: Sind Frauen mit an Bord, steigt insgesamt die Effektivität. Das liegt vor allem daran, dass Beraterinnen oft schneller eine Beziehung zu Kundinnen und Kunden aufbauen und so auch schneller Probleme und Anliegen erkennen und lösen können. Warum gibt es dann so wenige Frauen in der Assekuranz? Was ist ursächlich dafür, dass Frauen ihren Mehrwert so selten in die Unabhängigkeit führen und insgesamt eine geringere Repräsentanz in der Versicherungsbranche aufweisen? Genau das wollen die Gründerinnen des Frauennetzwerks bei CHARTA ändern. Kim Hahn, CHARTA-Partnerin und Inhaberin der Firma Leo Forsbeck: „Frauenpower! Ja, ich bin gerne eine Frau. Ich bin gerne Chefin meines Maklerunternehmens, ich bin gerne Repräsentantin und Beraterin, Kollegin, Ehefrau, Freundin, Motivatorin, Läuferin, Sportlerin. Mit dem CHARTA-Frauennetzwerk möchten wir in unserem Verbund ein Zeichen setzen. Denn wir haben das Selbstverständnis, dass wir als Frauen maßgeblich zum

Erfolg unserer Unternehmen beitragen. Ich freue mich darauf, mich in unserem Verbund schnell und unkompliziert mit gleichgesinnten Kolleginnen zu verbinden – denn gemeinsam können wir Großes erreichen. Sich gegenseitig auszutauschen, zu inspirieren und voneinander zu lernen sehe ich als wunderbaren Mehrwert für uns CHARTA-Maklerinnen.“

Was ist das Ziel des Maklerinnen-Netzwerks? Neben einem gezielten Aufbau von Kontakten und inspirierendem, kollegialem Erfahrungsaustausch, profitieren die im CHARTA-Frauennetzwerk engagierten Maklerinnen von gegenseitigem Wissenstransfer und bekommen zugleich neue Impulse und Ideen für ihre tägliche Arbeit.

Sandra Nestler, Geschäftsführerin der Schwäbischen Wirtschaftsberatung Gesellschaft für Vermögensbildung mbH und CHARTA-Partnerin freut sich ebenfalls über den Start des Frauennetzwerks: „Wir können mit gleichgesinnten Kolleginnen teilen, welche Erfahrungen wir erlebt haben, die uns zu unserem Ziel und Erfolg geführt haben, oder aus welchen Herausforderungen wir besonders viel lernen konnten. Im Netzwerk können wir gemeinsam unsere Fähigkeiten und unser Wissen bündeln und uns gegenseitig motivieren – auf Augenhöhe mit unseren CHARTA-Kollegen!“

Auch Dietmar Diegel, Vorstand der CHARTA AG, unterstützt das Frauennetzwerk aktiv: „Ich bin überzeugt, dass unser ins Leben gerufene Maklerinnen-Netzwerk neue und positive Impulse für unseren gesamten Verbund geben wird – nicht als Konkurrenzveranstaltung zur Männerwelt, sondern als wertvolle und zeitgemäße Erweiterung unserer verbundweiten Kommunikation und zur Stärkung der Zusammenarbeit als unabhängige und selbstbewusste Unternehmerinnen und Unternehmer.“

Autor: [www.charta.de](http://www.charta.de)

# VOTUM und Forum Nachhaltige Geldanlagen (FNG) starten zukunftsweisende Forumspartnerschaft Berlin

**D**er Branchenverband der unabhängigen Finanz- und Versicherungsvermittlungsunternehmen, VOTUM, und das Forum Nachhaltige Geldanlagen (FNG) gehen zum 1. Mai 2021 eine Forumspartnerschaft ein. „Die Kooperation mit dem FNG ist der richtige Schritt zur richtigen Zeit. Das Thema Nachhaltigkeit beschäftigt unsere Mitglieder schon seit Jahren. Auch die Kundennachfrage steigt stetig. Mit dieser Forumspartnerschaft bekräftigen wir unser klares Bekenntnis zu Nachhaltigkeit in der Finanz- und Versicherungsvermittlung“, so VOTUM-Vorstand Martin Klein.

„Das Forum Nachhaltige Geldanlagen lebt den ‚Sustainable Finance‘ Gedanken seit über 20 Jahren und ist auf dem Gebiet Nachhaltigkeit in der Kapitalanlage deutschlandweit führend. Mit dem FNG-Siegel setzt das Forum darüber hinaus den Branchenstandard“, so Klein. Gerade beim Zukunftsthema Nachhaltigkeit gebe es viele neue Akteure, wobei manche von ihnen eher lautstark auf Trends reagieren und weniger die Zukunft der Branche gestalten wollen. „Das FNG ist ein in Europa angesehener Akteur, der durch seine Mitgliedschaft im Eurosif die Politik aktiv mitgestaltet. Zudem agiert das Forum

zahlen- und faktenbasiert. Das war ausschlaggebend für unsere Entscheidung“, so Klein.

„Mit dem wachsenden Interesse der Privatanleger an nachhaltigen Geldanlagen steigt auch die Nachfrage an Finanzberater, eine qualifizierte und bedürfnisorientierte Beratung zu dem Thema anzubieten. Durch die Partnerschaft mit VOTUM kann das FNG Anlageberater beim Aufbau von Nachhaltigkeitskompetenz unterstützen, indem sie Zugang zu unseren Tools und unserer Expertise erhalten“, so FNG-Geschäftsführerin Angela McClellan zum Start der Forumspartnerschaft.

„Durch unsere gute Vernetzung zu den politischen Entscheidungsträgern möchten wir einen Teil zur Förderung des Dialogs und Informationsaustausches zwischen Branche und Politik beitragen. Am Ende des Tages sollen die 100.000 an unsere Mitgliedsunternehmen angebotenen Versicherungs- und Finanzanlagevermittler von mit Überzeugung nachhaltig beraten – zum Wohl der über 11 Millionen von ihnen beratenen Verbraucher in Deutschland“, so Klein abschließend.

Autor: [www.votum-verband.de](http://www.votum-verband.de)



Quelle: © skd - AdobeStock.com

## Moderne bAV:

# Wertpapiergebundene Versorgungszusage

*Was steckt dahinter und welche To-dos haben Arbeitgeber?*

**D**ie wertpapiergebundene Versorgungszusage fristet bis dato eher ein Schattendasein. Dabei kann in Kombination mit der vor allem im Mittelstand weit verbreiteten Direktversicherung ein modernes und attraktives Versorgungswerk ausgestaltet werden, auch unter Einbeziehung grüner Kapitalanlagen. Interessant ist diese Versorgungszusage zudem mit Blick auf die bevorstehende Absenkung des Höchstrechnungszinses für Lebensversicherer auf 0,25 Prozent zum 1. Januar 2022. Michael Hoppstädter, Geschäftsführer der Longial GmbH, fasst die wichtigsten Punkte zu dieser Zusageart zusammen und zeigt auf, was dies für Arbeitgeber bedeutet.

### Wertpapiergebundene Versorgungszusage – was ist das?

Bei der wertpapiergebundenen Versorgungszusage handelt es sich um eine Art der Direktzusage, die in § 253 Abs. 1 Satz 3 Handelsgesetzbuch (HGB) geregelt ist. „Die Höhe der Versorgungszusage ergibt sich aus dem Wert einer Kapitalanlage und ist demnach im eigentlichen Sinn die reine Form der Beitragszusage. Das bedeutet: Der Arbeitgeber zahlt den vereinbarten Beitrag. Was dann daraus wird, ist für ihn unerheblich“, so Michael Hoppstädter. Aber: Die reine Beitragszusage ist für Direktzusagen nach dem Betriebsrentengesetz (BetrAVG) nicht zulässig. Daher muss eine bAV in Form einer wertpapiergebundenen Versorgungszusage als sogenannte beitragsorientierte Leistungszusage (BOLZ) ausgestaltet werden. Zum Beispiel, indem der Arbeitgeber den vollständigen Beitragserhalt garantiert – was einem Garantiezins von 0 Prozent entspricht. „Es ist natürlich auch möglich, ei-



nen höheren Zins zu garantieren, etwa 1 oder 2 Prozent. Das macht das Modell für die Arbeitnehmer sehr attraktiv, allerdings trägt der Arbeitgeber die Risiken“, betont der Longial Geschäftsführer.

### Unabhängig von der Zinsschmelze

Ein Vorteil daraus: Bei einer solchen Versorgungszusage muss keine versicherungsmathematische Bewertung der Verpflichtungen für die Handelsbilanz erfolgen, solange die Wertpapiere nicht weniger wert sind als die garantierte Leistung. Denn der Wert der Kapitalanlage gibt die Höhe der Rückstellung vor. Das Problem klassischer Direktzusagen – der stetig sinkende Zins für die Bewertung der Pensionsverpflichtungen, also die sogenannte Zinsschmelze – besteht laut Hoppstädter bei der wertpapiergebundenen Versorgungszusage nicht.

### Ohne Auswirkung auf Bilanzkennzahlen

Die Kapitalanlage wird in der Regel verpfändet oder über einen Treuhänder, ein sogenanntes Contractual Trust Arrangement (CTA), gesichert. Das Kapital gilt dann als Deckungsvermögen und muss in der Bilanz nach § 246 Abs. 2 S. 2 HGB mit der Verpflichtung beziehungsweise Rück-

stellung saldiert werden. De facto sind damit keine Rückstellungen in der Bilanz auszuweisen. Lediglich der Beitrag wird als Aufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung gezeigt und die Versorgungszusagen finden sich als Information im Anhang der Bilanz. Damit wirkt sich die wertpapiergebundene Versorgungszusage nicht auf Bilanzkennzahlen aus.

### Und warum genau jetzt?

Die Aktienmärkte erreichen seit Jahren immer neue Höchststände. Auch die Corona-Pandemie hat nur zu einem kurzzeitigen Rückschlag dieses Trends geführt. Vermeintlich sichere Anlagen rentieren im Minuszinsbereich. In der wertpapiergebundenen Versorgungszusage genießt das Unternehmen alle Freiheiten der Kapitalanlage und kann so eine Kapitalanlage mit einem eigenen Chance-/Risikoprofil auswählen. Denn die individuelle Kapitalanlage richtet sich nach Wunsch und Vorlieben des Unternehmens beziehungsweise, sofern dies vereinbart wurde, des Versorgungsberechtigten. Da es sich um eine vertragliche Vereinbarung handelt, sind spätere einvernehmliche Änderungen der Kapitalanlage möglich, sodass auch bei langen Laufzeiten flexibel auf geänderte Rahmenbedingungen reagiert werden kann. Ein weiterer Vorteil ist laut Hoppstädter die Möglichkeit hoher Einmalzahlungen, etwa durch Entgeltumwandlung von Bonifikationen oder Gewinnbeteiligungen. Einzahlungen können nahezu unbegrenzt steuerfrei eingebracht werden.

### Individuelle Ausgestaltung

Auch die Versorgungsleistung kann individuell ausgestaltet werden. So sind Einmalzahlungen oder die Auszahlung beispielsweise in fünf Raten üblich. Wünscht der Versorgungsberechtigte eine lebenslange Rente, kann auch das über die Einzahlung des zur Verfügung stehenden Kapitalbetrages in eine sofort beginnende Rentenversicherung dargestellt werden. „Positiv zu bewerten ist darüber hinaus, dass sich die wertpapiergebundene Zusage für die Altersleistung hervorragend mit einer Direktversicherung für die Absicherung bei Berufsunfähigkeit kombinieren lässt“, schließt Hoppstädter ab.

### Gründe für das bisherige Schattendasein

Die Vorteile liegen auf der Hand, gerade in Zeiten niedriger Zinsen. Doch warum wurde der wertpapiergebundenen Zusage bisher keine Beachtung geschenkt? „Einer der Hauptgründe ist wohl, dass diese Art der Zusage bisher wenig bekannt ist. Weiterhin stehen sowohl Arbeitgeber als auch Steuerberater und Wirtschaftsprüfer der Direktzusage häufig kritisch gegenüber“, so der Longial Geschäftsführer. Die Direktzusage wird in der Regel mit einer Leistungszusage gleichgesetzt, ohne die kreativen Gestaltungsmöglichkeiten genauer zu betrachten.



Quelle: © ronstik - AdobeStock.com

### To-dos für Arbeitgeber

Sind Arbeitgeber interessiert, im Unternehmen eine wertpapiergebundene Versorgungszusage anzubieten, sollten sie ein passendes Beitragsmodell ausgestalten. Anschließend gilt es, sich Gedanken über die Kapitalanlage zu machen. Hier stehen alle Möglichkeiten zur Verfügung, darunter grüne Kapitalanlagen, ESG-konforme (Environment, Social, Governance) Kapitalanlagen oder Infrastruktur-Anlagen. Versicherungen, Fonds, ETFs oder Direktinvestments können ebenfalls in die wertpapierorientierte Zusage einbezogen werden. Auch themenbezogene Versorgungswerke sind denkbar. Ein Unternehmen aus dem Segment regenerative Energie könnte beispielsweise ausschließlich in Unternehmen der gleichen Branche investieren. Zuletzt gilt es, die Insolvenzsicherung zu regeln: „Auch wenn der PS-VaG auch für die wertpapiergebundene Zusage entsteht, so gibt es den Arbeitnehmern meist ein gutes Gefühl, wenn die Kapitalanlage zusätzlich gesichert wird. Bei Einzelpersonen wie Gesellschafter-Geschäftsführern eignet sich dafür eine Verpfändung. Als Gruppenlösung dient häufig ein CTA“, ergänzt der Longial Experte. Autor: [www.longial.de](http://www.longial.de)

# Fintech oder persönlicher Kontakt bei der Altersvorsorge?

**T**eilnehmer aus der Altersvorsorgebranche sind besorgt über die Digitalisierung und damit einhergehende Standardisierung von Gesprächen hinsichtlich von Anlagemöglichkeiten. Start-ups aus dem Finanzsektor, die sich anfänglich nur auf den Banken- und Finanzmarkt konzentriert hatten, haben mittlerweile den Versicherungsmarkt für sich entdeckt. Sie entwickeln Apps, von denen sich Versicherungssuchende online leiten lassen können – alles ganz ohne Versicherungsmakler. So werden per Klick Analysen der finanziellen Situation des Versicherungsnehmers erstellt, es werden Verträge geschlossen und ein Algorithmus im Hintergrund errechnet die Kreditwürdigkeit des Kunden. Einen persönlichen Kontakt zum Versicherungsmakler gibt es nicht mehr und damit auch keine individuelle Zeit zur Analyse. Die persönliche Situation des Einzelnen wird hierbei möglicherweise nicht mehr angemessen berücksichtigt. Hält die Entwicklung – hin zur digitalen Empfehlung und weg von der persönlichen Beratung – in der Versicherungsbranche an, dann sieht sich ein gesamter Branchenweig vor ganz neuen Herausforderungen.

## Informationsqualität: Digital vs. persönlicher Besuch

Sven Thieme aus Dresden, Geschäftsführer der Competent Investment glaubt, die Qualität leidet im digitalen Makler-Geschäft: "Bei der Vielzahl der unterschiedlichen Versicherungsgesellschaften und deren Produkten macht gerade die Qualität des Fachwissens den Unterschied. Wenn die persönliche Gesprächsbasis wegfällt, sinkt die Qualität des Informationsgesprächs, weil nicht mehr angemessen auf die individuellen Bedürfnisse und Möglichkeiten der Kunden eingegangen wird. Sobald der Finanzfachmann "aus Fleisch und Blut" durch eine App ersetzt würde, werden Menschen schlechter aufgeklärt. Eine App ist zwar modern, kann aber Kompetenz und Erfahrung nicht ersetzen", sagt der Competent Investment-Geschäftsführer Sven Thieme.

Weiterhin wird vielerorts eine fehlende Transparenz in Verträgen von Versicherungs-Fin-Techs öffentlich kritisiert, in deren Paragraphen sich Ausschließlichkeits-Regelungen und Lösungsvereinbarungen von anderen Versicherungen verstecken können. Das hat zur Folge, dass eine hohe Stornoquote bei Fin-Tech-Verträgen auftritt. Einige Versicherer wünschen mit Fin-Techs keine Zusammenarbeit, aber finden dennoch in Versicherungs-Apps Erwähnung.

## Berufsstand in Gefahr?

Mit hohen Downloadzahlen, teils mit mehr als über 4 Millionen App-Nutzern, sorgten Fin-Techs kürzlich für Aufsehen. Obwohl die tatsächliche Kundenanzahl der App-Makler sehr weit darunter liegt, sind scheinbar immer mehr Menschen bereit, auf individuelle Beratung bei Versicherungsfragen zu verzichten. Ein bedrohlicher Trend für die mittelfristige Zukunft der Maklerbranche. Dennoch glaubt Sven Thieme, dass die Vorteile einer individuellen Analyse mit zwischenmenschlichem Kontakt eindeutig sind: "Vor dem Hintergrund der aufwändigen Qualifizierungsmaßnahmen, die der Gesetzgeber Finanz- und Versicherungsvermittlern zurecht vorschreibt, sowie den hohen Anforderungen an die Dokumentationspflicht, stellt sich mir die Frage, wie und in welcher Form dies von Fin-Techs erfüllt werden kann". Weiterhin sagt er: "Unter Berücksichtigung einer für Verbraucher sicheren Beratung soll gewährleistet sein, dass der Kunde vor einer Antragstellung alle Informationen und Hinweise erläutert bekommt, diese einsehen kann, ausgehändigt bekommt und insbesondere verstanden hat. Ein Verzicht auf individuelle Informationen führt in der Praxis zu Missverständnissen und nicht abgesicherte Risiken", betont Sven Thieme.

Autor: [www.competent-investment-management.com](http://www.competent-investment-management.com)

## Versicherungsvermittlung in der Corona-Krise:

# Vollständiger, persönlicher Beratungsprozess mit digitalen Tools

**D**ie Digitalisierung der Versicherungsbranche schreitet voran – angetrieben von den Notwendigkeiten der Corona-Krise. Denn persönliche Beratung direkt vor Ort beim Kunden ist nur eingeschränkt oder gar nicht möglich. Dennoch besteht weiterhin der Bedarf, neue Verträge abzuschließen oder bestehende Tarife anzupassen: Auch während der Pandemie wünschen sich (Neu)Kunden eine kompetente Beratung und Unterstützung beim Sichten und Ausfüllen der Formulare. Hier können digitale Tools wie Videokonferenzen für eine persönliche Note sorgen; eine webbasierte Sales-App eignet sich dann, um Beratung und Abschluss zu einem erfolgreichen Ende zu bringen.



Quelle: © SOMKID - AdobeStock.com

Corona hat die laufende Digitalisierung der Versicherungsbranche weiter vorangetrieben: Neue Geschäftsfelder werden erschlossen, neue Partnerschaften eingegangen und neue Produkte entwickelt. Denn die Zielgruppe verändert sich – die Millennials, Generationen Y und Z, haben andere Ansprüche und Erwartungen an Versicherungsprodukte als ihre Eltern und gelten durchaus als Überraschungspaket auf dem Markt. Sie bringen eine hohe digitale Affinität mit, wurden geprägt von der Kommunikation auf Social Media und Amazon, und erwarten eine sofortige Befriedigung ihrer Bedürfnisse. Diese spiegeln sich in neuen Versicherungsprodukten, die schnell

und unkompliziert abgeschlossen werden können und keine starren Korsette, sondern eher Lifestyle-Produkte sind. All das wirkt sich auch auf die Arbeitsweise von Maklern und Vermittlern aus: Laut einer Umfrage von AssCompact/mobilversichert wollen drei von vier Vermittlern künftig digitaler arbeiten.

### Expertise und Beratung sind nach wie vor gefragt

Trotz dieser Neuentwicklungen spielt nach wie vor die persönliche Beratung vor Ort eine Rolle: Über die Altersklassen hinweg wünscht sie sich 36 Prozent der Versicherungsnehmer, das zeigte zum Beispiel eine Umfrage (YouGov) im Auftrag von Element zum Thema Tierkrankenversicherung 2021. Die Expertise von Maklern ist also nach wie vor gefragt – und ebenso der direkte Kundenkontakt.

Eine Lösung könnte künftig eine Mischung aus Beratung vor Ort und virtuell mit digitalen Tools darstellen. Aktuell in der Corona-Krise setzen viele Versicherungen auf Telefongespräche oder Videokonferenzen statt den Kunden zwecks Beratung und Vertragsabschluss zu Hause zu besuchen. Gerade Videokonferenzen stellen eine gute Alternative zur physischen Präsenz des Beraters dar. Sie bieten gegenüber der herkömmlichen Telefonie den Vorteil, dass sich Berater und Kunden nicht nur hören, sondern auch sehen. Die Beratung wird dadurch persönlicher und kommt einem Beratungsgespräch vor Ort recht nahe. Das schafft beim Kunden Vertrauen, was für erfolgreiche Abschlüsse natürlich wichtig ist.

### Vertragsabschlüsse leicht gemacht mit Web-App

Die meisten Tools erlauben es, dass Berater ihren Bildschirm mit dem Kunden teilen

und ihm so Informationen bereitstellen können. Vor Ort würde der Berater Informationen und Berechnungen auf seinem Bildschirm oder dem Tablet zeigen. Das ist in der Video-Konferenz nicht möglich. Hier setzen browserbasierte Sales-Apps an: Wie in einem normalen Gespräch vor Ort durchlaufen Vertriebsmitarbeiter und Kunde den Beratungsprozess gemeinsam via Screensharing. Über eine Web-App können Kunde und Berater den Antrag gemeinsam auf der Web-Oberfläche im Browser. Der Kunde kann alles auf dem geteilten Bildschirm mitverfolgen, alle Berechnungen und Ergebnisse sind für ihn ersichtlich. Tarifauswahl und Konditionen werden gemeinsam festgelegt.

Da der Kunde den Vertragsabschluss nicht unterschreiben kann, stehen verschiedene Abschlussmöglichkeiten via Sales-App zur Verfügung: Der eigentliche Abschluss wird dem Kunden als Bestelloption zur Vertragsunterzeichnung online zur Verfügung gestellt. Er prüft und bestätigt das Angebot bzw. kann es über eine gekoppelte, digitale Abschlusstrecke finalisieren. Eine händische Unterschrift ist bei einem voll elektronischen Verfahren nicht mehr notwendig, das schriftgleiche Einverständnis bietet Sicherheit – mehr als ein Mitschnitt während einer telefonischen Beratung. Mit einer Web-App kann also auch in Pandemie-Zeiten der Beratungsprozess vollständig stattfinden.

### Datensicherheit gewährleisten

Doch auch, wenn Beratungsgespräche wieder beim Kunden zu Hause möglich sind, haben webbasierte Sales-Apps Vorteile. Da sie im Browser geöffnet werden und keine auf dem Endgerät installierte Anwendung sind, laufen sie vom Gerät und Betriebssystem unabhängig. Zudem kann der Datenschutz ohne komplizierte Verwaltung gewährleistet werden:

Personenbezogene Daten werden nicht auf dem Gerät selbst, sondern zentral im System des Softwareherstellers gespeichert. Verliert ein Außendienstmitarbeiter sein Tablet, können die Daten nicht verloren gehen oder in die falschen Hände gelangen. Diese zentrale Speicherung reduziert zudem den Aufwand der Geräteverwaltung: Werden sensible Daten direkt

auf dem Endgerät gespeichert, müssen Virenschutz und Funktionen wie Fernlöschung aktiviert und stets aktuell gehalten werden.

Lösungen wie zum Beispiel „TouchActive“ von INTERVISTA beinhalten alle wesentlichen Informationen und Funktionen für den Vertrieb: Bestandskunden und Interessentenlisten können verwaltet, Auswertungen und Provisionsansichten angezeigt werden. Eingehende Nachrichten können gelesen und bearbeitet werden, Statusänderungen werden angezeigt, Anträge können elektronisch aufgenommen werden – standortunabhängig auf dem Endgerät des Mitarbeiters. Je nach Ausprägung werden außerdem verschiedene Antrags- und Abschlussvarianten angeboten: Ob Double-Opt-In-Verfahren, qualifizierte Signatur oder – pandemiebedingt – Online-Abschluss. Das Design der Anwendungen kann angepasst werden, die Web-App erscheint dann im spezifischen Corporate Design.



Quelle: © SOMKID - AdobeStock.com

### Bessere Beratung mit passenden Tools

*Persönliche Betreuung spielt eine Rolle:* Der Kunde will sich gut aufgehoben fühlen. Auftreten und Kompetenz kann der Berater mit einer Video-Konferenz transportieren, die Technik erleichtert hier die Beratung, so dass am Ende ein Abschluss möglich wird. Deswegen ist es wichtig, dass Versicherungsvermittler auch in Corona-Zeiten die Bedürfnisse der Kunden nicht aus den Augen verlieren.

Auch nach Corona werden moderne Kommunikationskanäle und digitale Tools in der Branche eine Rolle spielen und sind damit ein Teil einer ganzheitlichen Digitalisierungsstrategie. Diese versetzt Versicherungen in

die Lage, ihre Produkte nicht nur schnell zu launchen, sondern auch stets zu optimieren und damit nah am Kunden zu entwickeln. Das stärkt die Kundenbindung. Nicht zuletzt verfügen Makler über ein großes Datenvolumen, da sie ihre Kunden oft über Jahre betreuen und Bestandskunden pflegen. Digital können diese Daten gehoben und ausgewertet werden. Eine Web-App kann hierfür einen Grundstein legen.



Quelle: © THE YOOOTH - AdobeStock.com

## Fazit

Der Vertrieb geht weiter – auch in Krisenzeiten. Eine persönliche Beratung ohne Anwesenheit vor Ort wird möglich dank digitaler Tools: Videokonferenzen erlauben dem Berater, seine Kompetenz und Persönlichkeit einzubringen und eine ähnliche Situation wie beim Kunden vor Ort zu erschaffen. Ein Tool wie eine webbasierte Sales-App macht dabei einen reibungslosen Beratungsprozess möglich, das Teilen von Informationen über den Bildschirm und das gemeinsame Ausfüllen von Formularen. Sie kann wichtiger Bestandteil einer durchgängigen Digitalisierungsstrategie sein.  
Autor: [www.intervista-ag.de](http://www.intervista-ag.de)

# Makler Nachfolger Club und FinCompare starten Kooperation für die Finanzierung von Versicherungsmaklerbeständen und Versicherungsmaklerunternehmen

**D**er Makler Nachfolger Club e.V. kümmert sich seit 7 Jahren um die Nachfolgeplanung von Versicherungsmaklern und Finanzdienstleistern. In dieser Zeit konnten eine Menge Transaktionen abgeschlossen und passende Nachfolger für in den Ruhestand gehende Finanz- und Versicherungsmakler gefunden und vermittelt werden.

Insbesondere beim Verkauf von größeren Beständen oder Unternehmen können oder sollen die Kaufpreiszahlungen oft nicht aus Eigenmitteln dargestellt werden, sondern sollen über externe Finanzierungspartner beschafft werden. Dies führte bisher immer wieder durch die teilweise sehr langen Bearbeitungsdauern der Finanzierungspartner und Banken zu Verzögerungen. Auch waren die Beantragungen der Finanzmittel häufig sehr kompliziert und aufwändig.

Durch die Kooperation des Makler Nachfolger Club e.V. und der FinCompare GmbH konnte eine sehr einfache Online-Beantragung geschaffen werden, bei der



Quelle: © Peera - AdobeStock.com

nur wenige Angaben und Unterlagen genügen, um eine Finanzierungszusage zu bekommen. Über eine Landingpage werden Interessierte über einen kurzen Fragenkatalog und die Uploadmöglichkeit erster Unterlagen zur Beantragung geführt. Die Rückantwort ob und in welcher Höhe eine Finanzierung möglich ist, erfolgt in kürzester Zeit.

Selbst wenn es sich um aufwändigere Finanzierungen handelt, die über eine digitale Antragsstrecke nicht abbildbar sind, sind der Makler Nachfolger Club e.V. und FinCompare die richtigen Ansprechpartner. Es steht ein Team von Finanzie-

rungsexperten zur Verfügung, die auch diese Anfragen schnell und unkompliziert bearbeiten und sehr schnelle Finanzierungszusagen ermöglichen. Mit FinCompare können Finanzierungsvolumina für Bestands- oder Firmenkäufe zwischen 50.000 und 2.000.000 EUR dargestellt werden.

Zugang zu diesen Lösungen haben grundsätzlich alle interessierten Marktteilnehmer und können ihre Finanzierungsanfragen dort einreichen. Die Mitglieder des Makler-Nachfolger-Club e.V. erhalten jedoch vergünstigte Konditionen bei FinCompare.

Zu erreichen ist die Internetseite für Finanzierungsanfragen über den Verein unter

<https://www.finanzierung-maklerbestand.de/>

oder direkt bei FinCompare unter

<https://fincompare.de/finanzierer/makler-nachfolger-club>

Mit dieser neuen Exklusiv-Kooperation baut der Makler Nachfolger Club e.V. seine Position als einer der führenden Anbieter in der Nachfolgeberatung von Finanz- und Versicherungsmakler und in den Themenfeldern Kauf und Verkauf von Versicherungsmaklerbeständen und Versicherungsmaklerunternehmen weiter aus. Es ist eine ideale Ergänzung zu den bereits vorhandenen Bankkontakten und Kapitalgebern, mit denen der Verein bereits erfolgreich zusammenarbeitet.

Autor: [www.maklernachfolgerclub.de](http://www.maklernachfolgerclub.de)



Quelle: © nateejindakum - AdobeStock.com

## Frauen wünschen sich andere Finanzprodukte

**I**n den letzten Jahren mehren sich Studien unterschiedlichster Auftraggeber und Zielgruppen, die allesamt zu mehr oder weniger den gleichen, zuvor aufgeführten Ergebnissen kommen.

„Der positive Effekt dieser Studien ist auf jeden Fall, dass das Thema Frauen und Geldanlagen bzw. Frauen als Investorinnen immer größere Aufmerksamkeit erhält und hier deutlich mehr Problembewusstsein entstanden ist – auf Seiten der Finanzbranche, der Medien und auch bei vielen Frauen“, sagt Lisa Hassenzahl, CFP®, Geschäftsführerin der Her Family Office GmbH und Vorstandsmitglied im Financial Planning Standards Board Deutschland. „Und natürlich wird deutlich, dass wir noch viel Raum für Verbesserung haben“.

Die Ergebnisse der Studien sind nicht falsch, sie spiegeln die Realität durchaus korrekt wider. Doch ist das die ganze

Wahrheit und vor allem, was machen wir aus dieser Erkenntnis, die inzwischen auch nicht mehr neu ist?

### Finanzplanung als Schlüssel zum Erfolg – Frauen sehen das große Ganze

„Finanzplanung macht die eigene finanzielle Situation erlebbar, gibt einen verständlichen Überblick und schafft so Selbstvertrauen in die eigenen Entscheidungen“, erklärt Hassenzahl. Natürlich gilt dies auch für Männer, aber gerade das Plus an Vertrauen in die eigenen Anlageentscheidungen und die sehr umfassende und nachvollziehbare Informationsbasis ist für Frauen elementar wichtig.

„Meine, zugegeben provokante, These: Frauen interessieren sich nicht für ihre Finanzen, Frauen interessieren sich für ihre Finanzplanung“, sagt Hassenzahl. Was sie

damit meint: „Wir möchten zunächst das große Ganze verstehen und ich finde es absolut richtig, Entscheidungen lieber auf einer vollständigen und nachvollziehbaren Basis treffen zu wollen. Auch aus diesem Grund sind Frauen nachweislich langfristig die erfolgreicherer Anlegerinnen, denn wenn ich verstanden habe, warum ich Investitionen tätige, bin ich selbstbewusster und disziplinierter im Umgang mit Kursschwankungen“, ergänzt Hassenzahl. Es ist also richtig, Frauen investieren seltener in Wertpapiere und in Umfragen geben sie häufiger an, lieber in risikoärmere Anlagen zu investieren. Die Schlüsse „Frauen interessieren sich nicht für Finanzen und sind risikoscheuer“ sind falsch.

„Natürlich entscheide ich mich lieber für weniger Risiko, wenn ich nicht das Gefühl habe, alles verstanden zu haben, aber dass Frauen sich per se nicht interessieren oder risikoscheuer sind, ist ein ganz klares Narrativ und das müssen wir ändern. Die gute Nachricht: Finanzplanung kann das“, so Hassenzahl.

### Finanzplanung als Lifestyle-Aspekt

Um diese Narrative zu ändern, braucht es natürlich Zeit, aber vor allem auch die richtigen Botschaften. Finanzplanung bekannter zu machen, ist ein wichtiger Schritt. „Dabei ist gerade für Frauen Finanz-

planung nicht nur ein tolles Instrument, „Investment-Confidence“ aufzubauen, sie kann sogar Teil des Lifestyles sein. Wir sind es uns wert, Coaching in beruflichen oder privaten Herausforderungen in Anspruch zu nehmen. Nutzen Trainingspläne, um unsere sportlichen Ziele zu erreichen. Da ist es doch nur logisch, dass wir einen Plan auf dem Weg zu finanziellen Zielen brauchen, der alle Aspekte des Lebens berücksichtigt – hierzu gehören auch steuerliche und rechtliche Aspekte, nach denen Frauen tatsächlich viel häufiger fragen.“ Finanzplanung kann also der Schlüssel sein, um Frauen von Sparerinnen zu Anlegerinnen zu machen.

### FPSB Deutschland Initiative Frauen\*Finanzplanung

Der FPSB Deutschland als Verband der Financial Planner und Estate Planner möchte die Finanzplanung für Frauen verstärkt in den Fokus rücken. Dazu wurde die Initiative Frauen\*Finanzplanung ins Leben gerufen. Die Initiative will Frauen durch hochqualifizierte Finanzplanerinnen (CERTIFIED FINANCIAL PLANNER®-Professionals) helfen, fit in Finanzthemen zu werden, um ihr Leben finanziell unabhängig und selbstbestimmt zu gestalten – denn Finanzplanung ist Lebensplanung. Autor: [www.fpsb.de](http://www.fpsb.de)



Quelle: © BullRun - AdobeStock.com

# Zwei Drittel der Deutschen sind mit den Informationen zur privaten Altersvorsorge überfordert

**D**as Thema Altersvorsorge ist dauerhaft präsent. Begünstigt durch Entwicklungen der gesetzlichen Rente, Diskussionen um Riester-Reformen und niedrige Zinsen werden Verbraucher regelmäßig mit neuen Äußerungen rund um das Thema Altersvorsorge versorgt – und fühlen sich überflutet. Nur jeder Dritte (25 Prozent) kommt mit der Vielzahl an Informationen gut zurecht. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage von Kantar im Auftrag der Deutschen Vermögensberatung (DVAG).

## Unsicherheit trifft Angst vor der Rentenlücke

Habe ich für das Alter ausreichend vorgesorgt oder muss ich später mit deutlich weniger Geld zurechtkommen? Die aktuelle Berichterstattung über die Altersvorsorge verstärkt bei vielen Menschen die Unsicherheit. Knapp zwei Drittel der Befragten (58 Prozent) gaben an, im Alter finanzielle Einbußen zu befürchten. Dabei herrscht die Angst vor einer Rentenlücke über alle Einkommensklassen hinweg. Ob Brutto-Haushaltsjahreseinkommen von 30-40.000 oder 50.-60.000 Euro: Über die Hälfte der Befragten ihrer Einkommensklasse (jeweils 55 Prozent) gaben an, im Alter finanzielle Einbußen zu befürchten.

## Freunde und Familie vor allem für Jüngere wichtige Informationsquelle

Je jünger die Befragten, desto wichtiger sind Ihnen Familie und Freunde als Informationsquelle für Finanzen. Unter den Befragten zwischen 18 und 24 Jahren informieren sich knapp 60 Prozent vor allem bei Angehörigen sowie im Freundes- und Bekanntenkreis über die Möglichkeiten der privaten Altersvorsorge. Das kann jedoch Risiken bergen, da diese sich oftmals in einer anderen Lebensphase befinden. Was für den einen richtig ist, kann für den an-



Quelle: © Torbz - AdobeStock.com

deren unpassend sein. Ab 45 Jahren beruft sich nur noch ein Viertel der Befragten auf den Familien- und Bekanntenkreis (25,6 Prozent).

## Persönliche Beratung an erster Stelle

Internetportale und Fachmagazine stehen hoch im Kurs, doch der persönliche vertrauensvolle Kontakt hat in allen Altersklassen Vorrang. Die Mehrheit der Befragten setzen beim Thema Altersvorsorge auf ihr individuelles Umfeld, das können Familie und Freunde aber auch ein langjähriger Berater sein. So vertrauen durchschnittlich sechs von zehn Befragten auf eine persönliche Beratung – wie auch die rund acht Millionen Kunden der DVAG. Ob vor Ort oder digital: Viele Vermögensberater begleiten ihre Kunden ein Leben lang und stehen bei allen Meilensteinen mit Rat und Tat zur Seite, selbstverständlich auch bei der Planung der Altersvorsorge. Dafür zeichnete "TOP SERVICE Deutschland" die Frankfurter Finanzberatung kürzlich erneut für Ihr Höchstmaß an Kundenorientierung und Servicequalität aus.

Autor: www.dvag.com

# Zwei Drittel der Deutschen sind Deutsche versichern lieber die Schäden dritter als ihre eigenen existenziellen Risiken

**D**ie Frage nach der richtigen oder notwendigen Versicherung beschäftigt die Deutschen nicht erst seit Beginn der Corona-Pandemie. Zum Tag der Versicherungen hat der digitale Versicherungsmanager CLARK in Kooperation mit dem Meinungsforschungsinstitut YouGov eine neue bevölkerungsrepräsentative Studie durchgeführt, die zeigt: Die Deutschen versichern persönliche Risiken nachrangig. Denn während 68 Prozent der Studienteilnehmer:innen eine Privathaftpflichtversicherung abgeschlossen haben, sind es bei existenzabsichernden Versicherungen, wie der Berufsunfähigkeits- oder Risikolebensversicherung sowie der privaten oder betrieblichen Rentenversicherung gerade einmal zwölf, elf und 20 Prozent.

## Deutschland liebt die Haftpflichtversicherung

Die Haftpflichtversicherung greift bei vielen Schäden, die versehentlich am Eigentum Anderer verursacht werden. 68 Prozent der CLARK-Studienteilnehmer:innen geben an, eine Privathaftpflichtversicherung abgeschlossen zu haben und weitere 67 Prozent stufen diese als besonders wichtig ein. Andere Versicherungen, die die Deutschen nach eigenen Angaben besonders häufig abschließen, sind die Kfz-Haftpflicht (65 Prozent), Hausratversicherung (61 Prozent) und gesetzliche Krankenversicherung (61 Prozent).

## Absicherung existenzieller Risiken nachrangig

Interessant ist auch, dass Versicherungen, die persönliche oder existenzielle Risiken absichern, laut CLARK-Studie weniger hoch im Kurs stehen. So beispielsweise die Berufsunfähigkeitsversicherung, die gerade einmal 12 Prozent nach eigener Angabe bereits abgeschlossen haben. Und das, obwohl 29 Prozent der Studienteilnehmer:innen sie als besonders wichtig einstufen. Auch

eine private oder betriebliche Rentenversicherung sowie eine Risikolebensversicherung haben nur jeweils 20, beziehungsweise 11 Prozent der Deutschen nach eigenen Angaben abgeschlossen.



Quelle: © pictworks - AdobeStock.com

## Tipps: Sich informieren, vergleichen und absichern

„Die Absicherung der Schäden anderer ist, keine Frage, absolut empfehlenswert und sinnvoll. Jedoch sollten existenzbedrohende Risiken, die eventuell in der Zukunft liegen, nicht auf die leichte Schulter genommen oder als unrealistisch eingestuft werden“, so Marco Adelt, Co-Gründer und COO von CLARK. Eine Studie zum Thema Berufsunfähigkeit hat beispielsweise im Jahr 2019 ergeben, dass zu den häufigsten Ursachen für eine Berufsunfähigkeit, Rückenleiden oder andere Probleme mit dem Skelett (45 Prozent), Unfälle (34 Prozent) oder auch psychische Leiden (31 Prozent) gehören [3]. „Ganz gleich, in welchem Berufsfeld ein Arbeitnehmer tätig ist: Es ist wichtig, sich bereits frühzeitig mit einer Berufsunfähigkeit auseinanderzusetzen“, erklärt Adelt. In vielen Fällen können die Patienten ihren Beruf kurz- oder langfristig nicht mehr ausüben. Mit einer Berufsunfähigkeitsversicherung kann die eigene Arbeitskraft abgesichert werden. „Jeder Mensch hat eine ganz individuelle Arbeits- und Lebenssituation, die verschiedene Anforderungen an eine Berufsunfähigkeitsversicherung mit sich bringt“, so Adelt abschließend.

Autor: [www.clark.de](http://www.clark.de)

## Digitalisierungsstudie 2020:

# Online-Information und Abschluss erstmals häufiger als der Abschluss beim Versicherungsvertreter

27 Prozent der befragten Endkunden schließen Verträge über Versicherer-Webseiten ab

**D**er Vertragsabschluss beim Versicherungsvertreter hat seit 2015 kontinuierlich an Bedeutung verloren. Das zeigt die EY Innovalue Digitization Study 2020. So schlossen nur noch 24 Prozent der befragten Endkunden im Jahr 2020 ihre Versicherungsverträge über Vermittler ab. Das ist im Vergleich zum Jahr 2015 ein Rückgang von 13 Prozentpunkten. Versicherungsvertreter sind damit nicht mehr der wichtigste Abschlusskanal. „Besonders Ausschließlichkeitsorganisationen und Einfirmenvermittler sind zum Umdenken gezwungen“, sagt Johannes Schmidt, Director bei EY Innovalue. „Die persönliche Beratung vor Ort rückt immer weiter in den Hintergrund. Digitale Beratungs- und Abschlussmöglichkeiten werden immer wichtiger – und das nicht erst seit COVID-19. Wer auch künftig von der modernen Customer Journey profitieren möchte, muss sich weiterentwickeln. Die aktuelle COVID-19-Pandemie unterstreicht die Notwendigkeit, zügig und zielorientiert in Möglichkeiten der digitalen Kundeninteraktion zu investieren – ohne dies geht es nicht mehr.“

### Pure Online Journey auf dem Vormarsch

Im Jahr 2020 ist erstmals die reine Online Customer Journey die häufigste Customer Journey. Die meisten Kunden haben sowohl in der Informations-, Entscheidungs- und Abschlussphase digitale Kanäle und Medien genutzt. Im Vergleich dazu war die Abschlussphase im Vorjahr noch fest in der Hand der Versicherungsvertreter. Insbesondere Webseiten der Versicherer genießen immer mehr Aufmerksamkeit. 27 Prozent der Befragten kauften 2020 Versicherungen über die jeweiligen Online-Auftritte der Ver-

sicherer. Die klassische Offline Journey verliert hingegen an Beliebtheit. Während 2017 noch 42 Prozent der Endkunden ausschließlich Offline Vertragsabschlüsse tätigten, waren es 2020 nur noch 36 Prozent. „Die Tatsache, dass nun im letzten Jahr erstmals Online Kanäle durchschnittlich häufiger genutzt wurden, ist oberflächlich auf die Kontakt- und Mobilitätsbeschränkungen während der COVID-19-Pandemie zurückzuführen, die größtenteils persönliche Formen der Vor-Ort-Interaktion unterbunden haben“, sagt Johannes Schmidt. „Der Trend in Richtung digitaler Journeys ist jedoch viel fundamentaler und findet auch unabhängig von COVID-19 statt. Die Pandemie wirkt vielmehr als ein Beschleuniger der ohnehin stattfindenden Transformation der Branche.“



Quelle: © sdecoret - AdobeStock.com

### Komplexität der Verträge beeinflusst die Customer Journey

Die Komplexität der Versicherungsprodukte beeinflusst die Online- bzw. Offline-Aktivität der Kunden insbesondere in der Abschlussphase. So werden Lebens- und Krankenvollversicherungen wegen ihrer Langfristigkeit und Komplexität noch deutlich häufiger über einen Vermittler abgeschlossen. Sach- und insbesondere Kfz-Versicherungen, die

weniger erklärungsbedürftig sind, werden von Endkunden zunehmend direkt über die Anbieter-Plattform abgeschlossen.

### Vergleichsportale und Versicherer-Webseiten sind beliebteste Kanäle

Die Studie hat zudem die Online- bzw. Offline-Aktivitäten und die Häufigkeit der genutzten Kanäle und Medien untersucht. Ergebnis ist: Der durchschnittliche Versicherungskunde ist ausschließlich in der ersten Phase der Customer Journey, der Awareness-Phase, offline unterwegs. Für 20 bis 30 Prozent der Befragten bieten eigene Erlebnisse oder Erfahrungen aus dem persönlichen Umfeld maßgebliche Gründe für den Abschluss eines Versicherungsprodukts. Darauf folgt der Versicherungsvertreter als zweitwichtigster Auslöser (ca. 15 Prozent). Social-Media-Kanäle und Online-Werbung beeinflussen die Awareness-, Informations- und Entscheidungsphase hingegen nur marginal.



In den darauffolgenden Informations-, Entscheidungs-, Abschluss- und Nachkaufphasen nutzen Endkunden vermehrt digitale Medien und Kanäle. In der Informationsphase greifen über 30 Prozent der Befragten auf Vergleichsportale und 25 Prozent auf Webseiten der Versicherer und Suchmaschinen zurück. In der Kanalnutzung sind dabei durchaus Unterschiede zwischen den Generationen feststellbar. So werden Vergleichsportale beispielsweise von 34 Prozent der jungen Kunden und 31 Prozent der älteren Kunden genutzt. Junge Kunden verlassen sich in der Informationsphase zudem deutlich mehr auf Suchmaschinen (38 Prozent) und das persönliche Umfeld (22 Prozent) als ältere Kunden (20 Prozent bzw. 8 Prozent).



Der mit Abstand beliebteste Kanal in der Entscheidungsphase ist mit 30 Prozent Nutzung das Vergleichsportale. Hierauf folgen Webseiten der Versicherer. Beide Kanäle werden auch zum Abschluss einer Versicherung genutzt, jedoch in umgekehrter Beliebtheit. Hier nutzen 27 Prozent der Befragten die Webseiten und 15 Prozent schließen Verträge über Vergleichsportale ab. Auch die letzte Phase der Customer Journey, der Nachkauf, erfolgt meistens über die Versicherer-Webseiten selbst (über 30 Prozent), gefolgt von Vertretern (ca. 10 Prozent).

Die Studie hat zudem die Korrelation zwischen der Nutzung von Online-Vergleichsportalen und Abschlüssen bei Vermittlern untersucht. Ergebnis ist: Nutzen Kunden ausschließlich Online-Vergleichsportale bei der Informationssuche, so ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie bei einem Vermittler abschließen mit 17 Prozent sehr gering. Werden hingegen neben Online-Vergleichsportalen auch weitere Kanäle genutzt, steigt der Vermittleranteil beim Abschluss immerhin auf 38 Prozent. Die besten Chancen hat der Vermittler, wenn kein Vergleichsportale verwendet wird. In diesem Falle steigt die Abschlusswahrscheinlichkeit bei ihnen auf knapp 50 Prozent.

### Über die EY Innovalue Digitization Study 2020

Die Managementberater von EY Innovalue haben für die Datenerhebung der siebten Digitization Study im Dezember 2020 über 3.000 Endkunden befragt. Schwerpunkte der Studie sind Customer-Journey-Erfahrungen bei zuletzt getätigten Versicherungsabschlüssen, Erfahrung rund um COVID-19 sowie die Einstellung zu InsurTechs, Online-Versicherung und digitalem Unterstützungsbedarf.

Autor: [www.ey.com](http://www.ey.com)

*Studie zeigt:*

## Kryptowährungen bekannter als ETF- Sparpläne

**D**ie Altersvorsorge gestaltet sich in Zeiten von negativen Zinsen nicht gerade einfach. Neue Anlagestrategien müssen her, denn wer derzeit spart, verliert praktisch Geld. Beim Stichwort Geldanlagen denken die meisten Deutschen zunächst an das altbewährte Spargbuch (84 Prozent), gefolgt von Aktien (83 Prozent) und Immobilien (81 Prozent). Dies zeigt eine aktuelle Studie des digitalen Versicherungsmanagers CLARK in Kooperation mit dem Meinungsforschungsinstitut YouGov. Allerdings erlangen auch neuere Anlageklassen, wie Kryptowährungen (59 Prozent), immer mehr Bekanntheit und liegen damit sogar bereits vor ETF-Sparplänen, die nur 37 Prozent der Befragten kennen. Doch welche Anlageklassen nutzen die Deutschen tatsächlich am häufigsten und inwiefern sind Kryptowährungen und Co. bereits Bestandteil ihrer Altersvorsorgestrategien?

### Kryptowährungen weltweit auf dem Vormarsch?

Die Währung der Zukunft oder doch lediglich ein Zahlungsmittel, welches aufgrund seiner hohen Volatilität unbrauchbar ist? Kryptowährungen werden kontrovers diskutiert. Infolge des explosiven Wachstums vieler virtueller Währungen über die letzten Jahre, setzen inzwischen allerdings immer mehr Staaten auf Kryptowährungen und erkennen jene sogar als offizielles Zahlungsmittel an. Gerade in Entwicklungsländern erfreuen sich Bitcoin und Co. immer größerer Beliebtheit, da sie unter anderem eine günstige Alternative zum Versenden von Geld über Ländergrenzen bieten. 16 Prozent aller Peruaner und sogar 33 Prozent aller Nigerianer benutzen daher bereits digitale Währungen.

In Deutschland steckt der Kryptomarkt dagegen immer noch in den sprichwörtlichen

Kinderschuhen. Zwar haben laut der aktuellen CLARK-Studie 88 Prozent der Deutschen bereits von Kryptowährungen gehört und 59 Prozent sind Cryptocurrencies konkret als Geldanlage bekannt, jedoch werden sie eher selten genutzt. Die aktuelle CLARK-Studie zum Thema Anlagestrategien zeigt auf: Konservative Investitionsformen sind noch immer prävalent.



Quelle: © Wit - Fotolia.com

### Anlagestrategien: Männer deutlich risikobereiter

Trotz fehlender Rendite ist das Spargbuch mit 35 Prozent immer noch die am meisten genutzte Anlageklasse der Deutschen. Knapp jeder Vierte (24 Prozent) investiert in Aktien und knapp jeder Fünfte (18 Prozent) in Immobilien. Neuartige Geldanlagen wie Kryptowährungen werden eher gemieden. Sie weisen zwar laut der CLARK-Studie einen größeren Bekanntheitsgrad als ETF-Sparpläne auf, trotzdem investieren noch nicht allzu viele Deutsche in Kryptowährungen. Denn während 12 Prozent der CLARK-Studienteilnehmer:innen angeben, in ETFs zu investieren, sind es bei Bitcoin & Co. lediglich 5 Prozent. Grund für diese große Diskrepanz sind unter anderem die Unwissenheit und die starke Volatilität der digitalen Währungen. Denn knapp jeder zweite Befragte der CLARK-Studie (46 Prozent), der von Kryptowährungen gehört hat, weiß nichts über ihre genaue Funktionsweise und für weitere 38 Prozent kommen Cryptocurrencies aufgrund ihrer hohen Volatilität als Geldanlage gar nicht in Frage.

Interessant ist weiterhin, dass Männer in ihrem Anlageverhalten deutlich risi-

kobereiter als Frauen sind. Ist das Verhältnis zwischen Männern und Frauen in der Nutzung von Anlageklassen mit niedrigerem Risiko wie Sparplänen – genutzt von jeweils 35 Prozent der männlichen und weiblichen Studienteilnehmer:innen – relativ ähnlich, herrscht in Anlageklassen mit höheren Risiken jedoch eine große Disparität. Schon bei der Investition in Immobilien liegen laut der CLARK-Studie die Männer mit 21 Prozent knapp vor den Frauen mit 16 Prozent. Und während jeder dritte Mann (33 Prozent) Aktien besitzt, investiert nicht einmal jede sechste Frau (16 Prozent) in sie. Derselbe Trend markiert sich auch für Kryptowährungen: 7 Prozent der Männer investieren in Bitcoin und Co., bei den Frauen sind es nicht mal halb so viele (3 Prozent), die digitale Währungen besitzen.

### Krypto als Altersvorsorge – Jüngere wären nicht abgeneigt

Für 38 Prozent der Befragten kommen Kryptos nicht als Anlageklasse und für 48 Prozent der Befragten nicht als Bestandteil der Altersvorsorge in Betracht. Allerdings variiert die Akzeptanz stark zwischen den jeweiligen Altersgruppen. Während 58 Prozent der 60- bis 69-Jährigen und sogar

63- Prozent der über 70-Jährigen Bitcoin und Co. als Bestandteil der Altersvorsorge ablehnen, tun dies gerade einmal 27 Prozent der 18- bis 29-Jährigen.

“Abschließend gilt es zu erwähnen, dass Kryptowährungen durchaus als kleiner Teil einer Diversifizierung verschiedener Anlagen dienen können“, so COO und Co-Gründer von CLARK, Dr. Marco Adelt. “Allerdings weiß man heute einfach nicht, welche der digitalen Währungen sich durchsetzen werden. Deswegen sollte jeder, der gut für die Zukunft gewappnet sein will, frühzeitig in eine Kombination aus Vorsorgeprodukten investieren“, so Adelt weiter. Neben der Basisversorgung (der gesetzlichen Rentenversicherung) gibt es auch Zusatzversicherungen mit staatlich geförderten Leistungen (z.B. Riester) oder auch die private Altersvorsorge (z.B. Rentenversicherungen oder fondsgebundene Produkte).

“Aus welchen konkreten Altersvorsorgeprodukten die Vorsorgeplanung aufgebaut werden sollte, muss für jeden individuell bestimmt werden. Wichtig ist eine unabhängige Beratung, die Aufschluss über die eigene Rentensituation und die Bedürfnissen im Alter gibt“, so Adelt abschließend.

Autor: [www.clark.de](http://www.clark.de)



Quelle: © Blue Planet Studio - Fotolia.com

## Immobilienstudie:

# Preissetzung und digitaler Vertrieb auf dem Prüfstand

**D**ie Studie zeigt, dass Vertriebs- und Finanzierungspartner zukünftig weniger Einfluss auf die Preissetzung haben sollten.

Doch wer bestimmt aktuell bei Wohnbauprojekten den Preis der Objekteinheiten? Zu 68 Prozent sind dies laut der Befragten die Immobilienentwickler. Ihr zukünftiger Einfluss auf den Preis wird auf 71 Prozent weiter steigen. Der Einfluss von Vertriebspartnern auf die aktuelle Preissetzung liegt laut der Befragten bei 19 Prozent, von externen Beratern bei acht Prozent und von Finanzierungspartnern bei nur fünf Prozent. Die Anteile von Vertriebs- und Finanzierungspartnern werden für die Zukunft als rückläufig eingeschätzt. Andreas Weinfurter, Senior Director bei Simon-Kucher kommentiert: „Schon vor Covid-19 hatte sich in der Branche abgezeichnet, dass Projektentwickler zukünftig stärker die Initiative bei der Preissetzung ergreifen werden.“

Primärmarktforschung und weitere Marktdaten sollen dabei künftig zu 38 Prozent als Methode und Quelle für Preissetzung eingesetzt werden und haben damit den größten Zuwachs zu erwarten. Heute werden diese nur zu 31 Prozent genutzt. Doch welche weiteren Informationsquellen werden aktuell wie stark für die Preissetzung einbezogen? Zu 25 Prozent dient das ‚Bauchgefühl‘ als Grundlage. 44 Prozent entfallen auf historische und Wettbewerbspreise. Sowohl ‚Bauchgefühl‘ als auch Wettbewerbspreise werden künftig an Bedeutung verlieren. Lennart Chudalla, Senior Consultant bei Simon-Kucher sagt: „Immer mehr Immobilienentwickler sehen die Notwendigkeit systematisch fundiertere Methoden einzusetzen und auf eine breitere Datenbasis zu vertrauen. Andere Branchen machen es vor und sind hier schon viel weiter.“



Quelle: © SasinParaksa - AdobeStock.com

Wie werden aktuell Angebotspreise während der Vermarktung angepasst, falls sich ein Objekt schneller oder langsamer als geplant vermarktet? Nur 19 Prozent der Befragten geben an, dass in diesem Fall als Reaktion keine Preisanpassung vorgesehen ist. Der Großteil der Preisanpassungen geschieht jedoch reaktiv (66 Prozent) und nur selten anhand einer klar im Vorfeld definierten Systematik (15 Prozent). Eine Anpassung der Preise nach oben können sich in solchen Szenarien 92 Prozent der Befragten vorstellen, eine Anpassung nach unten jedoch nur 54 Prozent. Zukünftig wollen Immobilienentwickler hier insgesamt verstärkt systematisch reagieren (27 Prozent).

### Digitalisierung steht im Fokus

Die befragten Immobilienentwickler wollen künftig eine Vielzahl an digitalen Elementen für den Vertrieb einsetzen. Dabei ist der aktuelle Entwicklungsstand noch breit gestreut. Eine virtuelle Wohnungsbesichtigung wird von 57 Prozent der Befragten bereits angeboten, die interaktive Webpräsenz von 80 Prozent, der Ausstattungskonfigurator von 39 Prozent, die interaktive Smartphone App von 24 Prozent, der Grundrisskonfigurator von 31 Prozent und der Finanzierungsrechner von 35 Prozent der Befragten.

Andreas Weinfurter dazu: „Digitale Elemente werden in der Zukunft eine sehr große Rolle spielen – da sind sich fast alle Immobilienentwickler einig. Allerdings sehen wir, dass in Sachen Umsetzung zurzeit noch große Unterschiede bestehen.“

Autor: [www.simonkucher.com](http://www.simonkucher.com)

# Viele Anleger schätzen die Höhe ihrer jährlichen Rendite viel zu optimistisch ein

**G**eht es um ihr Geld, zählt für die Deutschen in erster Linie Sicherheit. Eine aktuelle Kantar-Umfrage im Auftrag der Postbank ergibt, dass es 91 Prozent wichtig ist, ihr Geld sicher anzulegen. Im Vergleich dazu messen knapp 71 Prozent der Rendite Bedeutung bei. Die Gewinnerwartungen vieler Sparer haben es allerdings in sich: Jeder Dritte (32 Prozent) rechnet mit einem Plus von über neun Prozent im Jahr. Im Durchschnitt gehen die Anleger von einer jährlichen Rendite von fünf Prozent aus. „Derartige Erwartungen sind derzeit nicht nur optimistisch, sondern kurios“, meint Karsten Rusch von der Postbank. „Die Zinsen für Spareinlagen erreichen immer neue Tiefstände und nur eine Minderheit der Sparer nutzt Anlageformen mit Renditechancen.“ Tatsächlich ist das nahezu unverzinsten Sparkonto (53 Prozent) die beliebteste „Anlage“ der Deutschen, gefolgt vom Girokonto (34 Prozent). 26 Prozent der Sparer legen aktuell Geld in Aktien oder Fondsanteilen an. „Bei einem langen Anlagehorizont kann die Anlage beispielsweise in einem Aktienfonds durchaus lohnenswert sein. Dabei ist eine Rendite von mehr als fünf Prozent möglich“, erklärt Karsten Rusch.

## Maßlos überschätzt

Zwar investieren junge Anleger nicht öfter in Wertpapiere als der Durchschnitt (26 Prozent), stellen aber auffallend häufig ambitionierte Erwartungen an die Rendite ihrer Geldanlage. Mehr als jeder zweite Sparer unter 30 Jahren (57 Prozent) rechnet mit einem jährlichen Ertrag von mehr als neun Prozent. Und das, obwohl Sparkonto, Girokonto und Spardose in keiner anderen Altersklasse so beliebt sind. „Unwissenheit und falsche Überzeugungen können Anleger teuer zu stehen kommen. Wird nicht einmal der Inflationsausgleich erwirtschaftet, verlieren die Ersparnisse nach und nach an Wert“, meint der Postbank Experte. „Gerade junge Menschen haben den Vorteil, dass sie von einem langen Anlagehorizont profitieren und sich Kursschwankungen über die Zeit relativieren. Mit einem breit gestreuten Fondssparplan können sich über die Zeit bereits kleine Sparbeiträge zu ansehnlichem Vermögen summieren.“

Autor: [www.postbank.de](http://www.postbank.de)



Quelle: © peterschreiber.media - AdobeStock.com



Quelle: © Thomas - AdobeStock.com

## Geldwäschegesetz:

# BVK kritisiert verschärfte Eintragungspflicht in Transparenzregister

**D**er Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) kritisiert die Verabschiedung des Transparenzregister- und Finanzinformationsgesetz (TraFinGGw), das bereits zum 1. August in Kraft tritt.

Durch dieses Gesetz wird das Transparenzregister zur Bekämpfung von Geldwäsche zu einem Vollregister. Damit sind alle juristischen Personen des Privatrechts sowie Personengesellschaften verpflichtet, ihren wirtschaftlich Berechtigten zu ermitteln und dem Transparenzregister zur Eintragung mitzuteilen. Bislang konnten verpflichtete Gesellschaften, die mit allen notwendigen Angaben bereits in einem öffentlichen Register, wie dem Handelsregister oder dem Partnerschaftsregister, eingetragen waren, von einer sogenannten Mitteilungsfiktion profitieren, die nun entfällt. „Der BVK hat bereits im Gesetzesentwurf kritisiert, dass nun alle Unternehmen von der Eintragungspflicht betroffen sein sollen. Etwa 1.500 Vermittlergesellschaften in verschie-

denen Rechtsformen dürften allein im BVK von dieser Änderung betroffen sein“, so BVK-Präsident Michael H. Heinz. „Die fortlaufende Pflege, die nun in zwei Registern stattzufinden hat, ist eine weitere Verwaltungsbelastung für jedes Vermittlerunternehmen“, so Heinz weiter.

Auch sind durch dieses Gesetz alle Unternehmen betroffen, nicht nur diejenigen, die als Verpflichtete nach dem Geldwäschegesetz gelten. „Wer bislang nicht zum Verpflichtetenkreis gehörte, wird die Eintragungspflicht kaum wahrnehmen, mit Sanktionen in Form von Bußgeldern jedoch rechnen müssen“, kritisiert Heinz. Übergangsfristen für die Eintragung der wirtschaftlich Berechtigten sind für GmbHs und Genossenschaften bis zum 30. Juni 2022, für AGs und KGs auf Aktien bis zum 31. März 2022 und für sonstige Vereinigungen, zu denen auch die Personengesellschaften zählen, bis zum 31. Dezember 2022. Autor: [www.bvk.de](http://www.bvk.de)

## Geldwäschegesetz:

# AfW und VOTUM stellen Arbeitshilfen zur Verfügung

**D**er Bundesverband Finanzdienstleistung AfW e.V. und der VOTUM Verband Unabhängiger Finanzdienstleistungs-Unternehmen in Europa e.V. haben gemeinsam Informationen und Arbeitshilfen zur Umsetzung der Vorgaben aus dem Geldwäschegesetz erarbeitet und stellen diese nun allen Versicherungsvertreter:innen und unabhängigen Finanzdienstleister:innen zur Verfügung.

Das Gesetz über das Aufspüren von Gewinnen aus schweren Straftaten, kurz „Geldwäschegesetz“ (GwG) erfährt ständig Verschärfungen. Sehr umfangreich 2017, 2020 und nun auch wieder zum 1. August 2021. Es ist durch die diversen Novellierungen und Anpassungen nicht übersichtlicher geworden, sondern wirft in seiner Anwendung, insbesondere für kleine und mittelständische Unternehmen, eine Vielzahl von Fragen auf. Um den unabhängigen Finanzberater:innen bei der Umsetzung der Pflichten aus dem GwG eine praxisorientierte Hilfestellung zu geben, haben die beiden Verbände erneut gemeinsam eine Lösung erarbeitet. Zuletzt gelang dies bereits erfolgreich bei der Umsetzung der Transparenzverordnung im März 2021.

In Zusammenarbeit mit dem GwG-Spezialisten Andreas Sutter, Director protect bei der Digitalberatung und Agentur disphere interactive haben die auf Finanzdienstleistungsrecht spezialisierten Rechtsanwälte Martin Klein und Norman Wirth einen Leitfaden entwickelt, der insbesondere Formulare und Arbeitshilfen für die praktische Umsetzung umfasst. Dieser richtet sich an alle unabhängigen Finanzanlagen- und Versicherungsvertreter:innen in Deutschland, die unter das Geldwäschegesetz fallen. Die Unterlagen sind frei zu-

gänglich und können kostenfrei über die Webseiten von AfW und VOTUM heruntergeladen werden.

„Nicht zuletzt der Wirecard-Skandal mit seinem multiplen Behördenversagen hat gezeigt, dass auch im Bereich der Geldwäschebekämpfung erheblicher Nachholbedarf besteht. Die unabhängigen Finanzberater und Finanzberaterinnen können mithilfe des Leitfadens von AfW und VOTUM nun mit gutem Beispiel vorangehen“, so Norman Wirth, Geschäftsführender Vorstand des AfW.

### **VOTUM-Vorstand Martin Klein betont:**

„Die konsequente Umsetzung dieser Empfehlung sichert einen rechtskonformen Umgang mit dem komplexen Thema Geldwäsche. Die Verhinderung von Geldwäsche hat eine fundamentale Bedeutung für die Verbrechensbekämpfung. Die unabhängigen Vermittler:innen müssen sich hierbei ihrer Verantwortung bewusst sein, auch wenn ihr Geschäftsmodell zumeist auf einer langjährigen und vertrauensvollen Zusammenarbeit mit dem Kunden beruht und daher für Missbrauch weniger anfällig ist als Prozesse mit anonymen und unpersönlichen Abwicklungen.“

Im Dialog mit dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag DIHK setzen sich AfW und VOTUM zudem dafür ein, klare Vorgaben und Erleichterungen für kleine und mittelständische Unternehmen zu erreichen. Dies gilt insbesondere für eindeutige Bestimmungen, ab welcher Betriebsgröße die Bestellung von Geldwäschebeauftragten erforderlich ist.

Autor: [www.votum-verband.de](http://www.votum-verband.de)

# Neue Umsatzsteuerregeln für Finanzdienstleister und Versicherungen?

**D**ie EU-Kommission prüft, ob die Steuerbefreiungen für Finanzdienstleistungen und Versicherungen verändert werden sollen. Der AfW wendet sich gegen Verschärfungen und setzt sich für Vereinfachungen und Verbesserungen ein. Das Umsatzsteuergesetz ist die deutsche Umsetzung der EU-Mehrwertsteuersystem-Richtlinie. Es bestehen hierbei nur wenige Wahlmöglichkeiten für den deutschen Gesetzgeber, das meiste ist 1:1 zu übernehmen. Wie für viele andere Rechtsgebiete spielt daher auch für die Umsatzsteuer die wesentliche Musik in Brüssel. Vor bald fünfzig Jahren wurden die wesentlichen Steuerbefreiungen für unsere Branche formuliert. Seitdem ist viel passiert und die EU-Kommission prüft daher, ob die Regeln angepasst werden müssten.



Quelle: © Scott Maxwell - Fotolia.com

Im Rahmen eines öffentlichen Konsultationsverfahren hat nun der AfW mit Unterstützung seines steuerpolitischen Beraters, Steuerberater Daniel Ziska von GPC Tax Berlin, im Wesentlichen folgende Positionen vertreten:

- Die bisherigen Steuerbefreiungen müssen mindestens im bisherigen Umfang erhalten bleiben.
- Um das ganze System zu vereinfachen, wäre eine Steuerbefreiung mit gleichzeitigem Vorsteuerabzug, so wie man sie bei bestimmten exportorientierten Umsätzen kennt, das Beste.
- Auch die Beratung zu den Produkten der Finanzdienstleistung sowie die Verwaltung von Finanz- und Versicherungsprodukten müssen von der Steuer befreit werden, um aufwendige Abgrenzungsprobleme zu lösen.
- Wenn sich Unternehmen Kosten teilen, darf dies nicht zu einer Umsatzsteuerbelastung führen.
- Die umsatzsteuerliche Organschaft (Umsatzsteuergruppe), welche die Umsatzsteuer zwischen den einzelnen Gesellschaften eliminiert muss auch länderübergreifend möglich sein.

Im vierten Quartal 2021, so der Plan, will die EU-Kommission das weitere Vorgehen verlautbaren und gegebenenfalls auch bereits einen ersten Änderungsentwurf vorlegen. Norman Wirth, Geschäftsführender Vorstand des AfW: „Es gibt Chancen für Verbesserungen, aber genauso besteht die Gefahr, dass die Vorschriften verschärft werden und was heute steuerfrei ist, morgen steuerpflichtig werden könnte. Wir werden das Thema weiter aktiv begleiten.“

Autor: [www.bundesverband-finanzdienstleistung.de](http://www.bundesverband-finanzdienstleistung.de)

# Stärkung des Anlegerschutzes bei Vermögensanlagen

**U**mfangsreiches Maßnahmenpaket für den grauen Kapitalmarkt. Der Finanzausschuss des Deutschen Bundestages hat das Gesetz zur weiteren Stärkung des Anlegerschutzes beschlossen. Dazu erklären die finanzpolitische Sprecherin der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, Antje Tillmann, und der Berichterstatter, Dr. Carsten Brodesser:



Quelle: © alphaspirit - Fotolia.com

Antje Tillmann: "Die Union hat den Anlegerschutz bei Graumarktprodukten gestärkt. Hier werden Anlagen in reine Blindpool-Konstruktionen künftig verboten, da Anleger ihr Geld quasi blind in einen Fonds investieren, dessen konkretes Anlageobjekt noch gar nicht feststeht. Klar definierte und benannte Semi-Blindpools sollen dagegen als Sachanlagen für Privatanleger weiterhin möglich sein. Schließlich werden viele Projekte im Bereich der erneuerbaren Energien wie Bürgerwindparks, der Logistik und des Wohnungsbaus auf diese Weise finanziert. Zum Schutz der Verbraucher und Anleger konnten wir mit der Einführung eines unabhängigen Mittelverwendungskontrolleurs eine zusätzliche Sicherung für solche Investments einbauen. Dieser wird mit umfangreichen Kompetenzen ausgestattet, um seine wichtige Kontrollaufgabe ausüben zu können."

Dr. Carsten Brodesser: "Neben dem Mittelverwendungskontrolleur wird die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) stärker mit der Prüfung von Vermögensanlagen beauftragt. Wir ziehen hier ein doppeltes Netz ein, um für

mehr Sicherheit der Anleger zu sorgen. In einem Merkblatt wird die BaFin die Anforderungen an die Projekte von Blindpools, einschließlich von Semi-Blindpools, konkretisieren. Damit soll sichergestellt werden, dass die Anleger die Vermögensanlage und insb. ihre Chancen und Risiken bei Abschluss eines solchen Investments besser bewerten können. Den Emittenten soll damit zugleich Planungssicherheit gegeben werden.

Danach soll eine hinreichende Konkretisierung des Anlageobjektes entweder gattungsmäßig oder bereits individualisiert für alle Investitionsebenen zum Zeitpunkt der Prospektaufstellung festgeschrieben werden oder zumindest ein nachweisbarer Realisierungsgrad erkennbar sein. Durch Regelbeispiele für die am häufigsten genutzten Anlageformen erhält der Anleger zudem eine bessere Orientierung.

Sollte es dennoch Änderungen zum Anlageobjekt im Sinne des § 11 VermAnlG geben, erhält der Anleger ein Widerrufsrecht gemäß § 11 Abs. 2 VermAnlG. Je nach Konkretisierungsstand des Anlageobjektes soll der Prospekt per Nachtrag ergänzt werden. Damit haben wir mehrere Sicherheitsstufen im Sinne des Anlegerschutzes für solche Investments ergänzt und geben Anlegern dennoch die Chance an interessanten Projekten zu partizipieren."

Hintergrund: Die CDU/CSU-Fraktion ist die größte Fraktion im Deutschen Bundestag. Sie repräsentiert im Parlament die Volksparteien der Mitte und fühlt sich Freiheit, Zusammenhalt und Eigenverantwortung verpflichtet. Auf der Grundlage des christlichen Menschenbildes setzt sich die Unionsfraktion für einen starken freiheitlich-demokratischen Rechtsstaat, die soziale und ökologische Marktwirtschaft, die Einbindung in die westliche Wertegemeinschaft sowie für die Einigung Europas ein. Vorsitzender der CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag ist Ralph Brinkhaus. Autor: [www.cducsu.de](http://www.cducsu.de)

# SdV-Straf-Rechtsschutz für Vermittler jetzt mit Versicherungsvertrags-Baustein

**M**itglieder der Schutzvereinigung deutscher Vermittler von Versicherungen und anderen Finanzdienstleistungen e.V. (SdV) können ab sofort den Versicherungsvertrags-Rechtsschutz in die Spezial-Straf-Rechtsschutzversicherung integrieren. Damit besteht auch Deckung für Ansprüche aus Versicherungsverträgen, sogar gegen den eigenen Versicherer, beispielsweise für die Inhaltsversicherung oder Betriebshaftpflicht. Der Spezial-Straf-Rechtsschutz ist bereits eine umfangreiche Ergänzung der VSH für Vermittler. Sie springt ein, wenn die VSH oder eine „normale“ Rechtsschutzversicherung nicht mehr zuständig sind, weil der Vorwurf des Vorsatzes im Raum steht. Die Deckung beim SdV beinhaltet außerdem diese Highlights:

- Regressverzicht im Falle eines Verfahrensabschluss mit rechtskräftigem Strafbefehl,
- Kein Selbstbehalt,
- Telefon-Mediation bei Provisions-Streitigkeiten (optional) und
- den Versicherungsvertrags-Rechtsschutz (optional).



Quelle: © ki33 - Fotolia.com



Quelle: © xmasarox - Fotolia.com

## Straf-Rechtsschutz kann relevant sein

„Mit dem Versicherungsvertrags-Rechtsschutz schließen wir eine der letzten Deckungs-Lücken für unsere Vermittler.“ sagt Christian Sünderwald, geschäftsführender Vorstand beim SdV. „Der Spezial-Strafrechtsschutz ist bereits sehr sinnvoll, denn der Vorwurf einer strafbaren Handlung entsteht schneller als man meint. Beispielsweise könnte das Finanzamt bei Versäumnissen wegen Steuerhinterziehung ermitteln, die strafbar wäre. Oder auch eine Anzeige wegen Beihilfe zum Versicherungsmissbrauch fällt in diese Kategorie. Wir haben das in der Praxis leider schon mehr als einmal gesehen. Dass wir die renommierte und in Vermittlerkreisen sehr anerkannte AUXILIA auch für diesen zusätzlichen Versicherungsvertrags-Rechtsschutz gewinnen konnten, macht uns stolz. Damit bieten wir eine beachtliche Ergänzung der ohnehin schon umfangreichen Deckung.“

Die Standard-Absicherung mit einer Versicherungssumme von 1 Million Euro bekommen SdV-Mitglieder für 69 Euro Jahresbeitrag. Mit allen Extras belaufen sich die jährlichen Kosten auf nur 136 Euro. Die Tarifauswahl mit den Standard-Vertragskomponenten, optionalen Bausteinen und Preisen finden sich auf den Seiten des SdV: <https://sdv-online.de/onlinerechner/tarifauswahl>

Autor: [www.sdv-online.de](http://www.sdv-online.de)

*BdV:*

## Stornoquoten zeigen - Kündigung ist weiterhin Normalfall bei Lebensversicherungsverträgen

**A**lljährlich dasselbe Gebaren, wenn der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) die aktuellen Stornozahlen der Lebensversicherung veröffentlicht – aktuell 2,55 Prozent pro Jahr. Von den Versicherern als positiv bewertet, sieht die Lage für Kundinnen und Kunden tatsächlich aber anders aus. Nach Berechnungen des Bund der Versicherten e. V. (BdV) bedeuten diese Stornozahlen, dass nach 27 Jahren bereits die Hälfte aller Kund\*innen gekündigt und nach 43 Jahren sogar zwei Drittel ihren Vertrag vorzeitig beendet haben. „Solide und verlässliche Altersvorsorge ist angesichts dieser Zahlen mit Lebensversicherungen schier unmöglich“, sagt Axel Kleinlein, Vorstandssprecher des Bund der Versicherten e. V. (BdV).

Der Versicherungsbranche gelingt es zwar noch Verträge zu verkaufen, jedoch nicht, die Kund\*innen langfristig zu überzeugen und zu halten. „Was nach einer geringen Stornoquote klingt, ist bei langlaufenden Verträgen katastrophal, da sich die Kündigungen Jahr für Jahr aufsummieren“, erklärt Kleinlein. Gerade Altersvorsorgeverträge sind aber oft auf mehrere Jahrzehnte ausgelegt und werden daher von den hohen Stornozahlen erschüttert. „Die Versicherer hören angesichts dieser stetig hohen Stornoquoten das Warnsignal nicht, stattdessen reden sie sich die Statistiken schön“, so Kleinlein.

Storno ist regelmäßig mit Nachteilen und finanziellen Verlusten verbunden. Daher ist Altersvorsorge mit Lebensversicherungen für eine Mehrheit ein Verlustgeschäft, da rein statistisch Kündigungen zum Normalfall avancieren. „Zumindest haben anscheinend viele Verbraucherinnen und Verbraucher verstanden, dass Altersvorsorge mit Lebensversicherungen Unfug ist, auch wenn sie die



Reißleine häufig zu spät ziehen“, kommentiert Kleinlein.

Dass sich bei der privaten Altersvorsorge dringend etwas ändern muss, fordern BdV und andere Verbraucherschutzorganisationen seit Langem. So haben sich BdV, vzbv und die Bürgerbewegung Finanzwende jüngst mit einer Protestaktion vor dem Bundeskanzleramt für die Abschaffung der Riester-Rente und die Aufhebung des Rentenzwangs bei der geförderten Altersvorsorge ausgesprochen. Mit dem Konzept der Basisdepot-Vorsorge hat der BdV auch eigene Ideen vorgelegt, wie zukünftig Altersvorsorge besser organisiert werden kann. „Wir brauchen Lösungen ohne Subventionierung der Lebensversicherungsindustrie, ohne Bevormundung durch einen Verrentungszwang und mit der Freiheit, die individuell passende Lösung wählen zu können“ fasst Kleinlein zusammen.

Zudem ist die Lage der Lebensversicherer allgemein angespannt. Das geht aus der Analyse der aktuellen Solvenzberichte (SFCR) hervor, die der BdV gemeinsam mit der Zielke Research Consult GmbH veröffentlicht hat. „Die Lebensversicherer sind zu instabil, um dauerhaft als verlässliche Partner Altersvorsorge organisieren zu können“, resümiert Kleinlein.

Autor: [www.bunddersicherten.de](http://www.bunddersicherten.de)

## Lage der Solvenz der deutschen Lebensversicherer:

# 23 Unternehmen sind angezählt

**A**m 24. Juni 2021 stellten der Bund der Versicherten e. V. (BdV) und Analyst Dr. Carsten Zielke (Zielke Research GmbH) ihre Analyse der aktuellen Solvenzberichte deutscher Lebensversicherungsgesellschaften vor. Die Lage der Branche hat sich nicht verbessert. Im Gegenteil sind mittlerweile 23 der 80 untersuchten Lebensversicherungsunternehmen in ernsten Schwierigkeiten, das heißt, sie haben eine zu geringe reine Solvenz oder eine negative Gewinnerwartung. „Es schwelt weiter, die Quote der angezählten Versicherungsunternehmen hat sich sogar noch erhöht“, warnt BdV-Vorstandssprecher Axel Kleinlein.

So waren im letzten Jahr 22 von 84 Versicherern in Schieflage. Vier Unternehmen sind in der aktuellen Analyse nicht mehr erfasst, da sie in anderen Unternehmen aufgegangen sind. „Diese Entwicklung dürfte Versicherte weiter verunsichern. Denn die Frage ist: Ist das von Versicherten eingekaufte Leistungsversprechen „ihrer“ Lebensversicherung auch für viele Jahrzehnte sichergestellt?“, so Kleinlein.

Die Solvenz zeigt, wie wirtschaftlich gesund ein Unternehmen auch perspektivisch für die nächsten Jahre aufgestellt ist. Neben der von den Unternehmen ausgewiesenen Solvenz untersucht die Analyse des BdV auch die „reine Solvenz“, das heißt, die Solvenz, so wie sie ohne Übergangsmaßnahmen oder Volatilitätsanpassungen ausgewiesen wird. Auch „versprochenes“ aber nicht tatsächlich eingezahltes Eigenkapital (etwa vom Mutterunternehmen) wird dabei nicht angerechnet.

Die vollständige Analyse mit den Hintergründen und Erläuterungen steht auf der Website des BdV zum Download bereit. <https://www.bunddersicherten.de/stellungnahmen/solvabilitaetsberichte>

Zur leichteren Verständlichkeit sind die Ergebnisse nach einem Ampelsystem gegliedert. So ist mit einem Blick erkennbar, ob bei einem Versicherungsunternehmen aus Verbrauchersicht Handlungsbedarf besteht (rot), Verbesserungspotenzial vorhanden ist (gelb) oder Entwarnung gegeben wird (grün).

Autor: [www.bunddersicherten.de](http://www.bunddersicherten.de)



Quelle: © peshkova - Fotolia.com

# VEMA-Qualitätsumfrage Cyber und D&O, Rechtsschutz, BHV und Kompositgeschäft

**D**ie Sparte der Cyberversicherungen ist noch sehr jung und widmet sich ganz den modernen Gefahren, die einen Betrieb auch lahmlegen oder in große Schwierigkeiten bringen können. Langsam aber sicher findet sie auch ihren Weg zum Kunden. Immer mehr Versicherer wenden sich diesem Thema mit eigenständigen Tarifen oder mit Annexlösungen z. B. zur Betriebshaft zu. Bereits sehr viel länger kümmert sich die D&O um die finanziellen Folgen, die aus Fehlern von Firmenlenkern von Kapitalgesellschaften resultieren. Sie kommt für den Schaden, welcher der Firma selbst entsteht ebenso auf, wie für die von Dritten. Hier gibt es inzwischen eine beeindruckende Anzahl von Anbietertarifen und Spezialkonzepten, auf die ein Versicherungsmakler zugreifen kann.

In ihrer jüngsten Qualitätsumfrage befragte VEMA ihre Partner und Genossen nach deren favorisierten Anbieter im Bereich beider Sparten. Wo stimmen Qualität, Preis und die Schadenbearbeitung?

## Die wichtigsten Anbieter im Neugeschäft bei Cyber sind derzeit:

- Hiscox (25,88 Prozent der abgegebenen Nennungen)
- Cogitanda (25,08 Prozent)
- Markel (19,97 Prozent)
- In Sachen D&O wurden nach der verbreitetsten Form, der Firmenlösung gefragt. Hier favorisiert man:
  - Markel (17,41 Prozent der abgegebenen Nennungen, VEMA-Deckungskonzept)
  - Hiscox (17,25 Prozent)
  - VOV (17,08 Prozent, VEMA-Deckungskonzept)

## Qualitätsumfrage der VEMA zu Rechtsschutz

Wie schnell man in eine Situation gerät, in der man rechtlichen Beistand benötigt, hat uns nicht erst das vergangene Jahr gezeigt. Mehr als 165.000 Anwälte gibt es in Deutschland – und die haben gut zu tun. Auch die deutschen Gerichte klagen nicht über zu wenig Auslastung, ganz im Gegenteil. Da wundert es ein wenig, dass die Sparte Rechtsschutz nicht größere Durchdringung bei Kunden genießt. Nicht einmal jeder zweite Haushalt in Deutschland verfügt über eine entsprechende Absicherung. Und auch bei Gewerbetreibenden wird die Situation nicht viel anders aussehen. Hier gibt es für Vermittler jeder Couleur noch viel zu tun im eigenen Kundenbestand.

In ihrer Qualitätsumfrage befragte VEMA ihre Partner und Genossen nach deren favorisierten Anbieter in den Bereichen privater Rechtsschutz, gewerblicher Rechtsschutz und Vermieter-Rechtsschutz. Wo stimmen Qualität, Preis und die Schadenbearbeitung?

## Bei den Anbietern privater Rechtsschutzversicherungen sieht man diese als vertrieblich bedeutendste:

- Concordia (23,34 Prozent der abgegebenen Nennungen, VEMA-Deckungskonzept)
- Auxilia (21,76 Prozent)
- ARAG (18,93 Prozent)

## Erstmals wurde auch nach den Erfahrungen beim Vermieter-Rechtsschutz gefragt. Hier sieht man diese Anbieter ganz vorne:

- Deurag (29,37 Prozent der abgegebenen Nennungen)
- ARAG (25,07 Prozent)
- Auxilia (10,94 Prozent)

**Und auch zum Rechtsschutz für Gewerbekunden wurde um eine Einschätzung der Anbieter gebeten. Hier die Top 3:**

- Auxilia (21,07 % Prozent der abgegebenen Nennungen)
- Concordia (19,18 Prozent, VEMA-Deckungskonzept)
- ARAG (17,02 Prozent)

**VEMA-Qualitätsumfrage zu den BHVs für IT-Unternehmen, Architekten und Ingenieure und Landwirte**

Die Absicherung gegen mögliche Haftungsrisiken ist ganz sicher eine der wichtigsten betrieblichen Sicherheitsvorkehrungen, die ein Entscheider treffen kann. Die Anforderungen an eine Haftpflichtversicherung fallen von Branche zu Branche sehr unterschiedlich aus. Pauschale Aussagen wie „die Betriebshaftpflicht der xy Versicherung ist die beste“ können daher niemals richtig sein. VEMA teilte ihrer Qualitätsumfragen in diesem Segment daher nach verschiedenen Branchen auf, damit die Bewertungen mehr Aussagekraft erhalten.

**Diesen BHV-Risiken widmete man sich:**

- IT-Betrieben
- Architekten und Ingenieuren
- Landwirten

Gefragt wurde nach den im Neugeschäft wichtigsten Anbietern in der jeweiligen Branchensparten und nach der Einschätzung dieser. Wo stimmen Qualität, Sach- und Schadenbearbeitung?

**Die Maker der Genossenschaft gaben die nachstehenden Einschätzungen ab:**

**BHV für IT-Unternehmen:**

- Hiscox (25,17 Prozent der abgegebenen Nennungen)
- Markel (22,61 Prozent)
- Allianz (6,29 Prozent)

**BHV für Architekten und Ingenieure:**

- VHV (31,35 Prozent)
- HDI (15,44 Prozent)
- Markel (8,79 Prozent)

**BHV für Landwirte:**

- R+V (25,17 Prozent)
- Concordia (22,44 Prozent)
- Versicherungskammer Bayern (8,98 Prozent)

**Gastronomie:**

- die Haftpflichtkasse (17,23 Prozent der abgegebenen Nennungen)
- AXA (11,11 Prozent)
- Helvetia (7,26 Prozent)

**Bürobetriebe/Handel/Handwerk:**

- AXA (10,20 Prozent)
- VHV (8,32 Prozent)
- Gothaer (7,25 Prozent)

**Bauhaupt- und -nebegewerbe:**

- VHV (20,31 Prozent)
- R+V Gruppe (9,92 Prozent)
- AXA (7,24 Prozent)

**Der Markt des gewerblichen Kompositgeschäfts ist für Makler aus verschiedenen Gründen ungebrochen sehr attraktiv.**

In der Zeit der Corona-Krise hat sich gezeigt, dass die regelmäßigen Einkünfte eines soliden Kompositbestands dabei helfen, auch Ausnahmesituationen gut zu überstehen. Durch die Komplexität der Materie bietet er ein hervorragendes Spielfeld, um mit Fachkompetenz punkten zu können.

Weiterhin befindet sich nach wie vor der größte Teil an gewerblichen Versicherungsverträgen in der Betreuung von Ausschließlichkeitsorganisationen. Makler haben den Vorteil, aus dem Markt die passendsten Produkte für einen Kunden herauszusuchen und miteinander zur bestmöglichen Lösung zu kombinieren. Gerade auch dann, wenn es um das Hab und Gut eines Firmenkunden geht, zeigt sich spätestens im Schadenfall, dass „ein Bischen weniger Versicherungsschutz“ schnell zu „keinem Cent Leistung“ führen kann.

Bei der jüngsten Befragung der VEMA-Makler wurde nach deren Favoriten bei

gewerblicher Inhalts- und gewerblicher Gebäudeversicherung gefragt.

**Inhaltsversicherung:**

- AXA (13,23 Prozent der abgegebenen Nennungen, VEMA-Deckungskonzept)
- Alte Leipziger (8,62 Prozent, VEMA-Deckungskonzept)
- Allianz (7,92 Prozent, VEMA-Deckungskonzept)

**Gew. Gebäudeversicherung:**

- AXA (12,40 Prozent, VEMA-Deckungskonzept)
- Allianz (11,07 Prozent)
- SV Sparkassenversicherung (8,5 Prozent, VEMA-Deckungskonzept)

In beiden Sparten finden sich unter den zehn meistgenannten Anbietern – bis auf eine Ausnahme im Gebäudebereich – ausschließlich Deckungskonzepte der VEMA. Hier konnte mit den Anbietern der VEMA-Klauselbogen zur gewerblichen Sachversicherung verhandelt werden, durch den die Standardprodukte der verschiedenen Versicherer in vielen Bereichen massiv aufgewertet werden. Dies führt zu einer deutlichen Entschärfung des Konfliktpotentials im Schadenfall.

Zum Gebäudebereich sei noch zu sagen, dass hier – ähnlich, wie im Bereich Wohngebäude – der hohe Anteil älterer Bestandsimmobilien natürlich Auswirkungen auf die allgemeine Schadensituation bei dieser Art von Objekten hat. Diese kann im Einzelfall stark mit den Annahmerichtlinien verschiedener Versicherer kollidieren, was die Auswahlmöglichkeiten unter Berücksichtigung der Leistungsstärke der Tarife stark einschränken kann.

Autor: [www.vema-ag.de](http://www.vema-ag.de)



Quelle: © DragonImages - Fotolia.com

**Funk:**

**Exklusive Studie zur betrieblichen Krankenversicherung**

**M**it einer arbeitgeberfinanzierten betrieblichen Krankenversicherung (bKV) haben Unternehmen einen Allround-Benefit, um ihre Employer Brand attraktiver zu gestalten. Ein

Survey der Funk Vorsorgeberatung analysierte erstens Unternehmen, die eine arbeitgeberfinanzierte bKV implementiert haben, zweitens Unternehmen, die eine arbeitgeberfinanzierte bKV planen und drittens Unternehmen, die keine arbeitgeberfinanzierte bKV haben.

Für die Personalverantwortlichen in Deutschland entwickelt sich die bKV zunehmend zu einer tragenden Säule der



Quelle: © md3d - Fotolia.com

Employer-Branding-Strategie. Dies bekräftigt mehr als die Hälfte der befragten Unternehmensverantwortlichen, bei denen bereits eine bKV implementiert ist. Diese bewerten die Relevanz der bKV im Unternehmen als „eher hoch“ bis „hoch“. Der Trend zur Investition in die Gesundheit der Mitarbeitenden ist mehr denn je in den Fokus der Gesellschaft und Arbeitgeber gerückt. Diesen Trend bestätigen 86 % der befragten Unternehmen, welche ihren Mitarbeitenden bereits eine arbeitgeberfinanzierte bKV anbieten – diese würden eine bKV jederzeit erneut im Unternehmen implementieren. Diese Position basiert auf den durch die bKV „erreichten Zielen“: positives Erlebnis der Nutzer\*innen (100 %), Imagesteigerung (96 %) und Erhaltung der Gesundheit (82 %).

### Auskunft über die Leistungsinhalte der bKV

Für den Survey wurden die Antworten von 116 Unternehmen in Deutschland analysiert; der Fragebogen umfasste 84 Teile. Aufgrund des Fragebogendesigns können dabei die absoluten Antworten je Frage variieren. Der Survey gibt darüber Auskunft, welche Leistungsbestandteile im Rahmen der bKV in der aktuellen Marktsituation im Trend liegen: Gesundheitsbudget oder Leistungsbausteine? Der erste Gesundheitsbudget-Tarif ist seit Herbst 2018 auf dem Markt. Die ab diesem Zeitpunkt neu implementierten bKV-Systeme basieren zunehmend (56 %) auf dem jährlichen Gesundheitsbudget. Die Angestellten wählen nach individuellem Bedarf flexibel aus einem Maßnahmenkatalog die für sie passenden Leistungsbereiche aus. Dadurch können nahezu jederzeit alle Mitarbeitenden von der bKV profitieren. Dieser Benefit erfährt somit eine hohe Akzeptanz bei der Gesamt-Belegschaft. Wird das Konzept der Leistungsbausteine gewählt, hat der Arbeitgeber über die Auswahl bestimmter Leistungsbereiche ggf. gezielt Einfluss auf die unternehmensspezifische „Gesundheitssituation“ der Belegschaft. Präferiert werden von den Unternehmen bei der Auswahl der Leistungsbausteine Vorsorge-, Zahnersatz- und Sehhilfe-Leistungen. Gegebenenfalls können Leistungsbausteine mit dem Gesundheitsbudget kombiniert werden.

### Innovative Zusatzleistungen gewinnen an Bedeutung

Neben den klassischen Versicherungsleistungen (realisierbar als Leistungsbaustein und/oder Gesundheitsbudget) gewinnen innovative Zusatzleistungen, wie z. B. digitale Arztbesuche via Smartphone, Burnout-Prävention, Angehörigenpflegeberatung (inkl. Pflegeheimplatzgarantie) oder Healthcare Consulting, immer mehr an Bedeutung. Die Zusatzleistungen differenzieren sich nicht nur nach Anbieter, sondern auch nach der gewählten Konzeptionierung der bKV. Es ist ratsam, bei der Auswahl des passenden Tarifes für das eigene Unternehmen neben den Versicherungsleistungen auch die innovativen Zusatzleistungen als Auswahlkriterium mit einzubeziehen. Sollte ein Fokus auf die Zusatzleistungen gelegt werden, dann bieten die Budget-Tarife aktuell das breiteste Portfolio an Leistungen. Diese Entwicklung lässt eine weitere zukünftige Tendenz in Richtung des Budget-Tarifes vermuten.

Die Budgetierung der bKV erfolgt durch den Arbeitgeber, denn er wählt den Umfang des Schutzes für seine Mitarbeitenden und damit seine finanziellen Aufwendungen selbst aus. Neben einer einheitlichen Absicherung für die gesamte Belegschaft können alternativ auch bKV-Konzepte, z. B. entsprechend der Betriebszugehörigkeit, der Hierarchiestufe oder weiteren Parametern, konzipiert werden. Mit einem durchschnittlichen monatlichen Betrag von 26,73 Euro (Ergebnis der Umfrage) lassen sich sowohl mit einem Gesundheitsbudget-Tarif als auch mit einzelnen Leistungsbausteinen attraktive bKV-Konzepte zusammenstellen.

Christian Geisel, Bereichsleiter Sales bei Funk, sagt über den Survey: „Durch unsere Beratungspraxis wissen wir, dass die betriebliche Krankenversicherung für Unternehmensverantwortliche immer interessanter wird. Sie macht einen Arbeitgeber attraktiv und ist gleichzeitig ideal, um Mitarbeitende langfristig zu binden. Unser Survey gibt den Verantwortlichen einen Überblick darüber, was bei der bKV zu beachten und was zu erwarten ist.“

Autor: [www.funk-gruppe.de](http://www.funk-gruppe.de)

## Krankenzusatzversicherungen:

# Was die Kunden anspricht und begeistert

*Vertrieb in Kooperation mit Krankenkassen findet bei Kunden großen Zuspruch*

Die große Mehrheit der Bundesbürger im jüngeren und mittleren Lebensalter ist mit den Leistungen ihrer Krankenkasse zufrieden. Optimal abgesichert fühlen sich allerdings nur 15 Prozent der 18-50-Jährigen. 44 Prozent sehen den Umfang ihrer Absicherung im Krankheits- und Pflegefall hingegen eher kritisch. Lücken werden vor allem in den Bereichen Pflegevorsorge, Zahnbehandlung, Zahnersatz sowie bei Seh-/Hörhilfen gesehen. Das Interesse an Krankenzusatzversicherungen ist daher weiterhin hoch. Für die privaten Anbieter lohnt es, dabei differenziert auf die Bedarfe und Wünsche der unterschiedlichen Zielgruppen einzugehen.



Quelle: © StockPhotoPro - Fotolia.com

Im Vertrieb sollte zudem verstärkt auch auf die Kooperation mit den Krankenkassen gesetzt werden. Davon können beide Seiten profitieren – zumal eine große Mehrheit der GKV-Mitglieder diesen Abschlussweg begrüßt. Dies zeigt die aktuelle Trendstudie «Krankenzusatzversicherungen: Produkte, Leistungen und Services, die Kunden begeistern» des Marktforschungs- und Beratungsinstituts HEUTE UND MORGEN. Über 1.000 gesetzlich oder freiwillig GKV-Versicherte zwischen 18 und 50 Jahren wurden bevölkerungsrepräsentativ befragt.

Ausführlich und für unterschiedliche Zielgruppen untersucht wurden Bedarfswahrnehmungen, Begeisterungsfaktoren, Vertriebswege und Abschlusspotenziale für Krankenzusatzversicherungen.

### Corona-Pandemie schärft Bewusstsein für Absicherung von Gesundheitsrisiken

Für rund 40 Prozent der 18-50-jährigen Bundesbürger sind die Themen Gesundheitsvorsorge und Gesundheitsabsicherung infolge der Corona-Pandemie noch wichtiger geworden als zuvor – allen voran für junge Zielgruppen (18 bis 29 Jahre) sowie für Personen mit Kindern. Besonders wichtig sind den 18-50-jährigen Deutschen insbesondere Leistungen in den Bereichen Zahnbehandlung/Zahnersatz und Vorsorgeuntersuchungen sowie die Kostenentlastung im Pflegefall. Für junge Versicherte spielt zudem das Krankentagegeld eine besondere Rolle, während sie weniger Wert auf Zahnersatzangebote legen.

### Abschlusspotenziale für Krankenzusatzversicherungen weiterhin hoch

Mit deutlichem Abstand am beliebtesten beim Abschluss von Krankenzusatzversicherungen sind bisher Auslandskrankenversicherungen und Zahnzusatzversicherungen. Das kurzfristige Abschlusspotenzial für die Zukunft ist im Bereich Zahnzusatzversicherungen und bei Leistungen der Gesundheitsvorsorge am höchsten. Aber auch zahlreiche andere Leistungssegmente bieten relevante Marktpotenziale, beispielsweise Pflege-



Quelle: © Jeanette Dietl - Fotolia.com

zusatzversicherungen oder Krankentagegeldversicherungen. Generell schließt nur eine Minderheit der GKV-Versicherten den Abschluss von Krankenzusatzversicherungen für sich grundsätzlich aus (am ehesten noch in den Bereichen Heilpraktik, Homöopathie, Osteopathie). Allerdings: Vielen GKV-Versicherten (66%) fällt es aktuell noch schwer, die für sie passenden Krankenzusatzversicherungen auszuwählen. „Gerade bei eher rückläufigem Geschäft im Bereich der Krankenvollversicherungen bieten Krankenzusatzversicherungen privaten Anbietern noch zahlreiche Potenziale in der Gestaltung von Produkten und Services sowie auch in puncto Vertriebswege“, sagt Tanja Höllger, Geschäftsführerin bei HEUTE UND MORGEN. „Krankenkassen können hier ihrerseits für die Mitglieder eine wichtige Service- und Lotsenfunktion einnehmen.“

Begeistern können die GKV-Kunden im Krankenzusatzbereich, neben bedarfsgerechten Leistungen, beispielsweise auch Services wie die Direktabrechnung mit dem Arzt, Beitragsgarantien oder Abschlussmöglichkeiten von Zusatzversicherungen trotz bereits akuter Erkrankungen. Je nach Alterszielgruppe können die Leistungs- und Servicepräferenzen dabei deutlich variieren: So spielen Leistungs- und Beitragsgarantien vor allem für ältere Versicherte eine führende Rolle, während eine Vereinfachung der Abrechnung formalitäten im Leistungsfall (Direktabrechnung der Ärzte mit Versicherungsgebern) oder auch Service-Apps, besonders bei den jüngeren Versicherten auf hohe Begeisterung stoßen.

## Große Offenheit für Kooperation privater Krankenversicherer mit Krankenkassen und für neue Vertriebswege

Bisher schließen die GKV-Versicherten Krankenzusatzversicherungen am häufigsten über Ausschließlichkeitsvermittler (26%) oder online direkt beim Versicherer (23%) ab; teils aber auch über Versicherungsmakler (15%). Fragt man die GKV-Versicherten, welche Abschlusswege im Krankenzusatzbereich für sie zukünftig grundsätzlich in Frage kommen, liegt allerdings der Abschlussweg über die eigene Krankenkasse deutlich an der Spitze (81%). Angeboten wird dieser Weg den GKV-Versicherten in der Praxis bisher aber erst selten. „Für Produkthanbieter und Krankenkassen bietet sich im Krankenzusatzbereich noch ein großes, bisher wenig genutztes Kooperationspotenzial, das zu einem gemeinsamen Erfolgsmodell werden kann“, sagt Vanessa Precht, Studienleiterin bei HEUTE UND MORGEN. „Die GKV-Versicherten selbst versprechen sich davon ein größeres Maß an Orientierung, Sicherheit und Vereinfachung bei Krankenzusatzversicherungen.“ Besonders jüngere GKV-Versicherte sind darüber hinaus auch offen für weitere neue Vertriebswege von Krankenzusatzversicherungen: beispielsweise direkt über Ärzte, Kliniken oder Apotheken. Der Policen-Verkauf im Einzelhandel – ohne Einbettung in einen relevanten medizinischen Kontext – findet demgegenüber aktuell deutlich weniger Zuspruch.

Autor: [www.heuteundmorgen.de](http://www.heuteundmorgen.de)



Quelle: © kzenon - Fotolia.com

# Bester GKV-Maklerservice 2021

**U**nter den gesetzlichen Krankenkassen bietet die DAK-Gesundheit den besten Maklerservice, so das Ergebnis der „GKV Maklerumfrage 2021“. Auf den Plätzen: Hanseatische Krankenkasse (HEK) und Techniker Krankenkasse (TK). Damit konnte dieses Trio in der von DFSI Deutsches Finanz-Service Institut, wmd-Brokerchannel.de und makleraktiv.de durchgeführten Umfrage die Top-Platzierungen der Vorjahre erneut bestätigen. Die Befragung liefert zudem Erkenntnisse, welche Unterstützung die „perfekte“ Krankenkasse Vermittlern bieten sollte.



Quelle: © kasto - Fotolia.com

Um Profis zu überzeugen, braucht es mehr als ein paar nette Flyer oder Hochglanzbroschüren. Anders als viele Mitglieder Gesetzlicher Krankenkassen klopfen Versicherungsmakler und Mehrfachagenten die Angebote der Krankenkassen auf Schwachstellen ab, bevor sie diese empfehlen. Aber warum sollten Makler sich überhaupt mit der GKV beschäftigen? Ist die Provision, die gesetzliche Krankenkassen für die Vermittlung eines Kunden zahlen, doch nicht gerade üppig. Dr. Marco Metzler, Fachbeirat des Deutschen Finanz-Service Instituts in Köln, sieht das anders: „Die GKV ist bei etwa 90 Prozent aller Bundesbürger ein erstklassiger Türöffner für den Verkauf weiterer Policen. Viele gesetzlich Krankenversicherte wollen nämlich bessere Leistungen als die GKV sie bietet“, weiß der Versicherungsexperte. „Und nur private Zusatzversiche-

rungen bringen GKV-Versicherte auf das gewünschte Versorgungsniveau.“ Makler, die hier kein Fachwissen aufbauen, verschenken Umsatzpotenzial, findet Metzler.

Welche (Dienst-)Leistungen der Kassen die Vertriebsprofis, die bereits mit GKV im Geschäft sind, besonders wichtig finden, ermitteln wmd-Brokerchannel.de, www.makleraktiv.de und Deutsches Finanz-Service Institut (DFSI) seit Jahren mit Hilfe ihrer „Umfrage zur Vertriebsunterstützung Gesetzlicher Krankenkassen“, kurz GKV-Maklerumfrage. An der aktuellen Befragung von Mitte Mai bis Mitte Juni 2021 nahmen 488 Makler teil, gut 13 Prozent mehr als im vergangenen Jahr.

Dabei sollten die unabhängigen Vertriebsprofis detailliert darlegen, was ihnen bei Kooperationen mit Gesetzlichen Krankenkassen besonders wichtig ist und welche Kassen diese Anforderungen am besten erfüllen. Ein interessantes Ergebnis vorweg: Praktisch alle Umfrageteilnehmer hatten direkte Vertriebsvereinbarungen mit einer oder mehreren Krankenkassen geschlossen. Nur ein Makler arbeitete im Bereich GKV mit einem Maklerpool zusammen.

Gut vier von zehn (42,71 Prozent) hatten mit drei Kassen direkte Vereinbarungen getroffen. Schaut man dann auf die Ergebnisse im Detail, stellt man fest: Sowohl bei der Kundengewinnung, als auch bei Vertriebsunterstützung und beim Service, setzen Makler, die bereits GKV-Geschäft schreiben, besonders auf die Aspekte, die ihnen einen Vorteil bei ihren Kunden verschaffen. So finden 57,99 Prozent der Teilnehmer Marke und Image der empfohlenen Kasse zur Kundengewinnung sehr wichtig. Gefolgt von gewonnenen Tests – etwa bei Stiftung Warentest. Dies finden 56,76 Prozent äußerst wichtig. Für ebenso viele Makler sind zudem Bonusprogramme ein äußerst wichtiges Mittel zur Kundengewinnung. Die Höhe des Beitragssatzes ist hingegen lediglich für 51,43 Prozent

der Befragten äußerst wichtig. Fast ebenso vielen Maklern (51,23 Prozent) ist sehr wichtig, dass die Krankenkasse den Kunden nicht auf eigene Faust Zusatzversicherungen verkaufen will.

Dagegen sehen deutlich weniger der befragten Versicherungsexperten (45,49 Prozent) eine starke Finanzkraft und stabile Beiträge der Krankenkasse als sehr wichtig zur Kundengewinnung an. Mit 45,29 Prozent sind noch etwas weniger Befragte der Meinung, Top-Leistungen über dem GKV-Standard, die zu einem geldwerten Vorteil führen, seien sehr wichtig zur Kundengewinnung. Auch ein bundeseinheitlicher, qualitätsgesicherter Service (46,72 Prozent) und ein dichtes Netz von Geschäftsstellen (50,82 Prozent) schaffen es nicht in die Top-Five zur Kundengewinnung.

Bei der Vertriebsunterstützung durch die Kassen finden 61,89 Prozent der Befragten fachliche und verkaufsfördernde Schulungen sehr wichtig, dicht gefolgt von Verkaufstrainings vor Ort. Das finden 60,66 Prozent der Vertriebsprofis sehr wichtig. Dagegen rangieren Roadshows (sehr wichtig: 49,18 Prozent) und spezialisierte Mitarbeiter zur Maklerbetreuung (44,06 Prozent) deutlich weiter hinten. Dazwischen liegen der Wunsch nach persönlichen Ansprechpartnern (53,28 Prozent) und der nach einer unterstützenden Präsenz der Krankenkasse bei Messen und Veranstaltungen (56,56 Prozent).

Im Vertriebspartner-Service erwarten die meisten Befragten von exzellenten Krankenkassen, dass sie spezielle Verkaufsmaterialien kostenlos zur Verfügung stellen (sehr wichtig: 69,26 Prozent), eine Stornoprävention durch telefonisches Nachfassen beim Absprungwilligen betreiben (65,57 Prozent) sowie einen geschützten Online-Bereich mit speziellen Vermittler-Services (61,27 Prozent). Interessant: Eine zeitnahe Abrechnung und schnelle Auszahlung finden dagegen gerade mal 33,81 Prozent der Makler sehr wichtig. Auf ähnlich niedrigem Niveau rangiert der Wunsch nach ausgebildetem Fachpersonal anstelle von Callcenter-Mitarbeitern (sehr wichtig: 32,38 Prozent) und eine

kostenlose Fachhotline (31,56 Prozent).

Dagegen wünschen sich Makler von der perfekten Krankenkasse, dass diese von sich aus auf fehlende Antragsunterlagen hinweist – für 55,12 Prozent der Vertriebsprofis ist das äußerst wichtig. Auch Online-Tools zur Beitragsberechnung, zur Verfolgung des eingereichten Geschäfts, zum Hochladen fehlender Dokumente sowie zum Vergleich von Krankenkassen werden mit „Sehr wichtig“-Werten zwischen 53,07 Prozent und 55,74 Prozent ebenso als durchaus bedeutsame Service-Leistung eingestuft, wie vorformulierte Kündigungsvordrucke zum Download (54,30 Prozent).

Und welche Kassen erfüllen diese Anforderungen aktuell am besten? Hier konnte jeder Befragte drei Stimmen angeben.

Und wie schon in den Vorjahren schaffte es die DAK-Gesundheit auf Platz eins. Sie konnte bei 488 Befragten 474 Stimmen einsammeln. Auch auf den Plätzen gab es keine Veränderung: Mit lediglich acht Stimmen weniger (462 Stimmen) sicherte sich die HEK – Hanseatische Krankenkasse Silber. Und Bronze ging an die Techniker Krankenkasse (TK) mit 446 Stimmen. Alle anderen Krankenkassen sind in der Gunst der Makler weit abgeschlagen.

Nähere Informationen zu den Unternehmen makleraktiv.de, DFSI Deutsches Finanz-Service Institut und wmd-Brokerchannel, die gemeinsam die GKV-Maklerumfrage durchführen:

Der wmd-brokerchannel.de wurde im Februar 2001 als Informationsplattform für Finanz- und Versicherungsvermittler gegründet. Der wöchentliche Newsletter wird dienstags und donnerstags an Vertriebe, Makler, Vermittler verschickt. Messungen von Marktforschungsinstituten zufolge erreicht der wmd-brokerchannel.de wöchentlich mehr als jeden vierten Vermittler in der Branche. eMagazine, eStudien und Printausgaben komplettieren das Angebot in optimaler Form.

Das Internetportal [www.makleraktiv.de](http://www.makleraktiv.de) stellt zugelassenen Versicherungsvermittlern eine interaktive Kassensuche zur Un-

terstützung ihrer Kunden sowie provisierte Abwicklungsmöglichkeiten für rund 70 Gesetzliche Krankenkassen kostenfrei zur Verfügung.

Die DFSI Deutsches Finanz-Service Institut GmbH ist ein unabhängiger Datendienst, der marktrelevante Informationen zu Versicherern, Banken, sonstigen Finanzdienstleistern und Gesetzlichen Krankenkassen sammelt und bewertet. Dabei werden zu Finanzprodukten die Informationen, die für Privatkunden entscheidungsrelevant sind, gebündelt und

als Produktratings dargestellt. Hier fließen insbesondere Daten aus den Allgemeinen Versicherungsbedingungen (AVB), Leistungs- und Servicedaten des Versicherers sowie Preis- und Prämiendaten ein. Das DFSI erstellt seit 2008 branchenweite Leistungstests zu Finanzprodukten. Bei der Entwicklung der Test- und Ratingmethodik wird das DFSI durch Experten des institutseigenen Fachbeirats unterstützt. Diese verfügen über jahrelange Erfahrungen im deutschen Ratingmarkt und der Finanzdienstleistungsbranche.

Autor: [www.dfsi-institut.de](http://www.dfsi-institut.de)

## *Auf Goldgräberstimmung folgt Professionalisierung – Studie:*

# Quo Vadis Cyber-Insurance 2021

**I**n Zeiten von Corona verbessert sich die Stimmung am Cyber-Versicherungsmarkt merklich. So beurteilen aktuell 47% der Cyber-Versicherer und sogar 78% der Vermittler in Deutschland die Geschäftslage als (eher) stark. 2019 hatte die Mehrheit der Anbieter von Cyber-Versicherungen (68%) die Marktlage noch als schwach bewertet. Dies ist ein Ergebnis der Studie „Quo vadis Cyber-Insurance 2021 – Auf Goldgräberstimmung folgt Professionalisierung“. Das Rating- und Analysehaus Assekurata und die internationale Strategie- und Kommunikationsberatung Instinctif Partners untersuchten nach 2019 zum zweiten Mal die Entwicklung des Cyber-Versicherungsmarktes.

Die befragten Anbieter und Vermittler von Cyber-Policen sehen auch künftig großes Potenzial für das noch junge Segment. Waren 2019 bereits drei Viertel der Marktteilnehmer der Meinung, dass sich die Cyber-Versicherungen zu den wichtigsten Versicherungsleistungen am deutschen Markt entwickeln, hat sich die Einschätzung 2021 auf 93% deutlich gefestigt. Dabei sehen sowohl Versicherer als auch Vermittler aktuell einen intensiven Wettbewerb.



Quelle: © peshkova - Fotolia.com

Die Nachfrage nach Cyber-Deckungen ist seit 2019 vor allem im Industriesegment gestiegen. Hier sehen 80% der Anbieter eine steigende Nachfrage; im Bereich KMU/Gewerbe sind es 54%. Auf der Angebotsseite erwarten die Teilnehmer dementsprechend auch einen Anstieg des Angebots an Deckungskapazität. 40% der befragten Versicherungsunternehmen erwarten (stark) steigende Kapazitäten in den Bereichen Industrie und KMU/Gewerbe. Allerdings sehen (ausschließlich) im Bereich Industrie auch 20% der Anbieter sinkende Kapazitäten. Das lässt auf eine steigende Risikowahrnehmung und Ansätze einer Marktkonsolidierung schließen. Steigende Kapazitäten im Privatsektor

erwarten nur 20%. „Da das Gefahrenpotential nicht schrumpft, kann sich das Angebot an verfügbarer Deckungskapazität vor allem für Industrierisiken als Engpass und damit als entscheidender Wettbewerbsfaktor herausstellen“, prognostiziert Assekurata-Geschäftsführer Dr. Reiner Will. Derzeit bewerten allerdings noch rund 40% der Anbieter die Profitabilität als gut oder sehr gut. Weitere 40% als befriedigend.

### Schadenerfahrungen treiben die Nachfrage

„Die größten Motivatoren für den Abschluss einer Cyber-Deckung sind weiterhin konkrete Schadenerfahrungen, inzwischen gefolgt von der öffentlichen Berichterstattungen über Cyber-Vorfälle“, sagt Prof. Hubert Becker von Instinctif Partners. Jeweils mehr als 80 % der Befragungsteilnehmer sehen diese Faktoren als zentrale Absatztreiber. 2019 lagen diese Werte noch bei 63 beziehungsweise 41 %.

Generell sind Assistancelösungen – also die technische, rechtliche Unterstützung sowie das Krisenmanagement und die Krisenkommunikation – bei Cyber-Vorfällen nach Ansicht der meisten Versicherer und Vermittler ein Hauptverkaufsargument für Cyberschutz. Die wichtigste Unterstützungsleistung ist dabei die IT-Forensik. Bei den meisten Befragten werden diese Leistungen in mehr als 50 % der Versicherungsfälle in Anspruch genommen. Beratungen in Rechtsfragen oder in der Krisenkommunikation sind in etwa 15 % der Fälle relevant.

„Auf Goldgräberstimmung folgt nun die Professionalisierung. Bereits 2019 haben wir die Rolle der Versicherer als Wegweiser bei Cyberrisiken betont. Mit einem umfassenden Servicespektrum können sich die Anbieter – aber auch die Vermittler – als kompetente Helfer bei der Lösung von Cyber-Risiken positionieren“, sagt Becker. „Von großer Bedeutung ist weiterhin die Positionierung und Kompetenz im Vertrieb. Hier besteht noch Nachholbedarf.“

Einen deutlichen Einfluss auf das Nachfrageverhalten hat nach Ansicht der Marktteilnehmer auch die COVID-19-Pandemie.

Der damit einhergehende Digitalisierungsschub und der Ausbau mobilen Arbeitens dürften dafür verantwortlich sein. In vielen Branchen steigt hierdurch die Risikoexposition, was sich positiv auf den Absatz von Cyberschutz auswirkt. Entsprechend gehen 76 % der Versicherer und 89 % der Vermittler davon aus, dass durch Covid 19 die Nachfrage gestiegen ist. 62 Prozent der Deutschen gaben an, grundsätzlich mehr nachhaltige Entscheidungen treffen zu wollen, wissen aber nicht immer wie. 49 Prozent stimmen der Aussage zu, dass es grundsätzlich schwierig ist, Entscheidungen für mehr Nachhaltigkeit zu treffen. 42 Prozent sehen die höheren Kosten beim Erwerb nachhaltiger Produkte als größte Herausforderung. Dieser Hürde folgt mit 30 Prozent die Aussage, dass die bereitgestellten Informationen verwirrend seien.

### Anstieg der Prämien zu erwarten

Mit 79% beobachtet der Hauptteil der befragten Unternehmen steigende Schadenzahlen. Eine mittelfristige Erhöhung der Prämien wird dadurch immer wahrscheinlicher. Hielten 2019 noch 44% der befragten Gesellschaften die Prämien für langfristig auskömmlich, sind es 2021 nur noch 14%.

„Bislang fällt die Branche jedoch nicht durch überragende Offenheit bezüglich der Berichterstattung über Schadenfälle, den Nutzen verschiedener Präventionsmaßnahmen oder der Eignung von Risikomodellen auf“, sagt Hubert Becker. „Wenn aber jedes Unternehmen nur auf Basis der eigenen Erfahrungen agiert, steigt die Gefahr massiver Fehleinschätzungen.“

Dieses Risiko sieht offensichtlich auch die BaFin. Sie hat das Segment der Cyber-Policen im Jahr 2021 zu einem der Aufwandschwerpunkte der Versicherungsaufsicht erklärt. Neben einer inhaltlichen Analyse des am Markt angebotenen Versicherungsschutzes soll dabei auch die Tragfähigkeit der Produkte im Mittelpunkt stehen. „Mehr Offenheit und Transparenz stünde der Branche damit nicht nur aus Eigeninteresse gut zu Gesicht, sondern stellt zukünftig wohl auch eine aufsichtsrechtliche Notwendigkeit dar“, sagt Reiner Will.

Autor: [www.instinctif.com](http://www.instinctif.com)

## Mentale Gesundheit:

# 3 Gründe warum das Thema Prävention für Vermittler wichtig ist

**S**eit Beginn der Corona-Pandemie schlagen Isolation aus Angst vor Ansteckung, andauernde Unsicherheit und fehlende Zukunftsperspektiven bei vielen Menschen aufs Gemüt. Diese Stressfaktoren können schnell zu starker psychischer Belastung oder damit auch zu Berufsunfähigkeit führen. Denn: Mentales Wohlbefinden ist die Grundlage für Gesundheit überhaupt. Die Lebensversicherung von 1871 a. G. München (LV 1871) hat es sich daher zur Aufgabe gemacht, gesundheitliche Prävention zu stärken und Vermittler bei der Sensibilisierung ihrer Kunden zu unterstützen.

„Ein Jahr nach Beginn der Corona-Pandemie verzeichnen wir eine deutlich gestiegene Nachfrage nach Absicherung bei Berufsunfähigkeit, sehen aber aktuell keine Zunahme bei den Leistungsfällen“, sagt LV 1871 Vorstand Hermann Schrögenauer. Doch: „Nachdem die Corona-Krise weiter an-



Quelle: © sebra - Fotolia.com

hält und sich psychische Belastungen erst noch zeigen werden, werden psychische Erkrankungen und damit auch die Gefahr von Berufsunfähigkeit mittel- und langfristig weiter zunehmen.“ „Hier setzen unsere Präventionsleistungen an“, sagt Sandra John, Leiterin der Risiko- und Leistungsprüfung bei der LV 1871. „Mit Angeboten wie einer psychologischen Beratung wollen wir die Lebensqualität unserer Mitglieder schon vor einem Schadensfall verbessern.“

Auch für Makler lohnt es sich, sich mit dem Thema Prävention zu beschäftigen.

**Die 3 wichtigsten Gründe dafür hat die LV 1871 zum Weltgesundheitstag zusammengetragen:**

### Prävention als positiver Aufhänger fürs Kundengespräch

Wer spricht schon gerne über Krankheiten und Berufsunfähigkeit? Präventionsangebote können Makler als Positivbeispiel nutzen, um das sensible Thema Berufsunfähigkeit anzusprechen. Kunden, die sich im Ernstfall auf professionelle psychologische Begleitung verlassen können, entscheiden sich leichter für den so wichtigen Schutz ihrer Berufsunfähigkeit.

### Mit Prävention die Kundenbeziehung stärken

Zahlreiche BU-Fälle wären vermeidbar: Wer Müdigkeit, Erschöpfungssymptome und Stressursachen frühzeitig erkennt und durch Prävention gegensteuert, kann daraus folgenden psychischen Erkrankungen rechtzeitig entgegenwirken. Vermittler können sich hier durch Aufklärungs- und Unterstützungsangebote als vertrauensvoller Partner beweisen. So stehen sie Kunden mit positiven Erlebnissen in schwierigen Lebensabschnitten zur Seite und stärken die Kundenbeziehung.

### Prävention – mit gutem Beispiel vorangehen

Wer wünscht sich nicht, fit und gesund bis ins hohe Alter zu bleiben? Vermittler, die sich intensiv mit Prävention auseinandersetzen, steigern nicht nur ihre Glaubwürdigkeit als Berater, sondern gehen mit positivem Beispiel voran. Sie sind achtsam sich selbst gegenüber und schützen ihre eigene Gesundheit im oftmals stressigen Job.

Autor: [www.lv1871.de](http://www.lv1871.de)

# Mit modernen Simulationsverfahren zur optimalen Garantie

**U**nd immer wieder grüßt die Gretchenfrage: Wie viel kommt denn aus einer privaten Rentenversicherung insbesondere in Form einer Fondspolice zu Ruhestandsbeginn raus? „Da die Ablaufleistung einer Fondspolice an die Entwicklung der Kapitalmärkte gebunden ist, ist es schlicht nicht möglich, die exakte Höhe der Ablaufleistung am Ende der Ansparphase vorneweg auszuweisen“, erklärt Prof. Michael Hauer, Geschäftsführer des Instituts für Vorsorge und Finanzplanung (IVFP). (Die damit verbundenen Probleme können Sie im folgenden Blogbeitrag nachlesen <https://www.ivfp.de/modellrechnungen/>). Stehen Berater/Innen und Kunden/Innen vor der Frage, ob und in welcher Höhe eine Garantie etwa in Form einer Beitragsgarantie eingeschlossen werden soll, werden sie bisher allein gelassen. Die bisherige Systematik mit starren Hochrechnungen hilft an dieser Stelle nicht weiter. Sie vermittelt den Eindruck, dass der Einschluss von Garantien keine Auswirkungen auf die errechneten Ablaufleistungen hat – hier besteht die große Gefahr einer Fehlberatung!

Der GarantieOPTIMIERER des IVFP schafft Abhilfe. Mit Hilfe moderner Simulationsverfahren ist es nun möglich, die Auswirkung der Garantiehöhe auf die zu erwartende Ablaufleistung aufzuzeigen.

Mit Hilfe weniger Eingaben lassen sich hierbei Chance-Risikoprofile für unterschiedliche Garantiestufen eines Tarifs ermitteln. Im Bildbeispiel etwa ist bei einer monatlichen Sparrate von 100 Euro, einer Anspardauer von 30 Jahren und bei einem Garantieverzicht eine mittlere Ablaufleistung (IVFP-Wert) von ca. 64.420 Euro zu erwarten. Diesen Wert erachtet das IVFP als realistische Ablaufleistung, die der Kunde aus dem Produkt beim jeweils gewählten Garantieniveau zu erwarten hat. Aus der Veränderung des IVFP-Wertes bei verschiedenen Garantieniveaus kann nun die Wirkung einer Garantie auf die Ablaufleistung sichtbar gemacht werden.

Möchten Kunden nicht auf die Garantie verzichten, so verringert sich der IVFP-Wert auf 50.760 Euro bei einer 80 % Garantie. Anders formuliert, der Garantieeinschluss „kostet“ in diesem Beispiel 13.660 Euro – ein Umstand der Kunden bisher nicht ausreichend vermittelt werden konnte. Zusätzlich geben die abgebildeten Profile auch einen Aufschluss über die Chancen (auf z.B. 155.766 Euro) und die Risiken (von nur 27.412 Euro), die bei einem Garantieverzicht entstehen. Dadurch ist es nun möglich, dem Kunden die Wirkung eines Garantieverzichts in der vom Kunden präferierten Fondspolice adäquat aufzuzeigen. Das IVFP ermittelt auf Basis der kundenindividuellen Eingaben in Echtzeit den IVFP-Wert, sowie die dazugehörigen Chance-Risikoprofile. Erst durch diese transparente Darstellung werden Kunden in die Lage versetzt, sich eine qualifizierte Meinung zu der für sie optimalen Garantiestufe zu bilden. Für Kunden, die eine Fondspolice (mit Garantie) kaufen, ist eine solche Entscheidungsgrundlage unerlässlich. Denn eine Hochrechnung mit einem fixen Renditewert über die gesamte Laufzeit ist definitiv unrealistisch und birgt das große Risiko, dass Kunden auf Grundlage einer Fehlberatung ihr Vorsorgeziel nicht erreichen.

Autor: [www.ivfp.de](http://www.ivfp.de)



Quelle: © VideoFlow - AdobeStock.com

# Moderne Rentenpolicen sind renditestärker als ein Fondssparplan

*Euro am Sonntag-Roundtable Versicherungen*

**V**ersicherungen gelten als wenig hip, sie sind etwas für Buchhalter und Kleinsparer und nichts für Zahlenmagier. Das Zerrbild trägt, moderne Rentenpolicen sind renditestärker als ein Fondssparplan, flexibler und zuverlässiger, wenn man sie langfristig nutzt. Im Euro-Tischgespräch berichten die für die fondsgebundene Rentenversicherung zuständigen Vorstände der Bayerischen und der Stuttgarter, von HDI, Standard Life und Zurich, wie man zeitgemäß mit Garantien umgehen muss, die Nachhaltigkeit sichert und was Vertriebe an Überzeugungsarbeit leisten.



Quelle: © Rawpixel.com - AdobeStock.com

## Die Gesprächspartner

Dr. Guido Bader begann seine Karriere 2001 als promovierter Wirtschaftsmathematiker bei der Gothaer, wo er seit 2005 die Hauptabteilung Mathematik leitete. 2009 wechselte er zur Stuttgarter Versicherungsgruppe und wurde 2010 in den Vorstand berufen. Er verantwortet Mathematik und Produktentwicklung (Leben und Komposit), den Kundenservice Leben sowie die Kapital- und Immobilienanlage.

Björn Bohnhoff begann seine berufliche Laufbahn im Jahr 1999 bei Zurich. Nach verschiedenen Stationen in der Produktentwicklung der betrieblichen Altersvorsorge und Lebensversicherung wurde er im Mai 2020 in den Vorstand der Zurich Deutscher Herold Lebensversicherung AG

berufen. Sein Ziel ist es, die führende Position von Zurich als nachhaltiger Fondspolicen-Anbieter weiter auszubauen.

Dr. Patrick Dahmen ist Vorstandsvorsitzender der HDI Lebensversicherung AG und verantwortet im Vorstand der HDI Deutschland AG die Bereiche Leben und Kapitalanlagen. Er studierte BWL in Oldenburg und Le Havre (Frankreich) und erwarb einen Master in "International Accounting & Finance" an der London School of Economics. An der Universität St. Gallen promovierte er zum Doktor der Wirtschaftswissenschaften (Dr. oec.).

Martin Gräfer ist Mitglied des Vorstandes der Versicherungsgruppe die Bayerische und Vorstandsvorsitzender von deren Komposit-Gesellschaft, BA die Bayerische Allgemeine. Er ist seit 2010 bei der Bayerischen, vorher war er 25 Jahre beim Gothaer Konzern tätig, unter anderem als Leiter Vertriebsweg Makler und unabhängige Vertriebe.

Christian Nuschele ist als Head of Sales & Marketing bei Standard Life für die gesamten Vertriebs- und Marketingaktivitäten in Deutschland und Österreich verantwortlich. Er begann seine Karriere 1996 als Kundenberater bei der Sparkasse Ostallgäu. Nuschele ist bereits seit 2006 bei Standard Life in unterschiedlichen Vertriebspositionen tätig. Seit 2016 leitet er den Vertrieb des Versicherers.

## **Euro: Haben Pandemie und Lockdown das Versicherungsgeschäft verändert?**

**Martin Gräfer (Vorstand die Bayerische):** Ja, das Risikobewusstsein hat zugenommen und viele Menschen gehen dankbar auf professionelle Hilfestellungen ein. Momentan sind sie bereit, deutlich mehr Geld in ihre private Absicherung

zu investieren. Man darf Versicherung aber nicht nur auf ein Jahr betrachten. Das gute Abschneiden seit April 2020 ist sicher ein Erfolg. Man muss aber in aller Demut sagen, dass die Nachwirkungen der Corona-Krise erst noch kommen werden. Hier ist unsere ganze Branche gefordert. Möglichst viele Menschen langfristig für die Vorsorge zu gewinnen, ist eine große Herausforderung.

**Dr. Guido Bader (Vorstand Die Stuttgarter):**

Die Bürger hierzulande sind immer noch risikoavers. Im ersten Lockdown hatten wir eine Stornowelle, die sich aber vornehmlich auf Beitragsfreistellungen beschränkte. Nahezu alle sind zurückgekommen, und nach der Sommerpause hat das Neugeschäft gewaltig aufgedreht. Wenn sich die Staaten stark verschulden, ist auf sie weniger Verlass. Man muss daher selbst aktiv werden, sei es in der privaten oder in der betrieblichen Altersvorsorge.

**Dr. Patrick Dahmen (Vorstandsvorsitzender HDI Leben):**

Das zeigen auch die Ergebnisse unserer jährlichen HDI Berufe-Studie. Bei der Altersvorsorge setzen die Menschen immer noch bevorzugt auf Immobilien. Allerdings, und das ist überraschend, folgt mittlerweile die private -Altersvorsorge noch vor der gesetzlichen Rente. Die Konfrontation mit der eigenen Verletzlichkeit hat sicherlich zu einem Umdenken geführt. Das sehen wir an der Nachfrage nach Berufsunfähigkeits- und Risikolebensversicherungen. Den dritten Umdenk-Impuls lieferten 2020 die März-Kapriolen an den Aktienmärkten. Das hat bei vielen für Ernüchterung gesorgt. Daher geben viele die langfristige Altersvorsorge lieber in professionelle Hände, statt selbst mit ETFs im Sparplan zu laborieren. Das Vertrauen in einen starken Partner hat wieder einen hohen Stellenwert.

**Björn Bohnhoff (Vorstand Zurich):**

Der Niedrigzins im Corona-Umfeld hat die Bevölkerung alarmiert. Niedrigzins ist Konsumpolitik. Nur, man kann kein Geld ausgeben, wenn man nicht mehr in Urlaub fliegen oder zum Abendessen gehen kann. Mehr Geld in der Tasche und das Wissen, dass das klassische Sparen keine nennenswerte Rendite mehr bringt, ha-

ben eine Trendwende eingeleitet und viele aufgeschlossener gemacht. Wir haben bestehende Kunden auf eine Erhöhung des Beitrags angesprochen und viele haben bereitwillig mitgemacht.

**Christian Nuschele (Leiter Sales Standard Life Deutschland):**

Die Pandemie hat auch die Planung erschwert. Wir wollten 2020 eine neue dreiteilige Produktgeneration ausrollen, den Umsatz ausweiten, und es war richtig, dass wir an diesem engagierten Wachstumskurs festhielten. Denn wir haben und hatten für die fondsgebundene Rentenversicherung Rückenwind. Es gibt sehr viel Geld im Markt, das Beratung braucht und sinnvoll investiert werden muss. Wir haben also vom erzwungenen Stillstand und vom Ausweichen auf Bildschirm-Ansprache profitiert – auch wenn viele Mitarbeiter und Berater mittlerweile an ihre Grenzen kommen.



Quelle: © pressmaster - Fotolia.com

**Sind die Vorteile, die fondsgebundene Rentenversicherungen langfristig bieten, im Markt ausreichend bekannt?**

**Bader (Die Stuttgarter):** Nicht auf Anhieb. Beratung muss zwei Aufgaben erfüllen. Sie muss die Chance der Langlebigkeit erklären und die Vorteile einer Police greif-

bar machen. Also erst: Warum ist Altersvorsorge notwendig und etwas anders als Vermögensaufbau. Dann: Wie kann man diesen Schutz am besten bewerkstelligen. Damit Aufklärung zum Abschluss führt, müssen wir im Vorfeld unseren Produkten alle Stärken fondsgebundener Rentenversicherung mitgeben. Dazu gehören moderate Kosten, sinnvolle Prozesse und kostenfreie Fondswechsel, die steuerlich keine Zuflüsse auslösen. Ein Fonds-Wechsel darf kein Hexenwerk sein, da sonst Rendite nutzlos verpufft.

**Dahmen (HDI):** Zudem müssen wir deutlich machen, dass im aktuellen Zinsumfeld Garantien die realen Renditechancen – also unter Berücksichtigung von Inflation – reduzieren können, so wie es das Ulmer ifa-Institut untersucht hat. Außer angemessene Garantien, insbesondere beim Rentenfaktor, müssen unsere Produkte Karo-einfach sein sowie Transparenz, Modularität und Flexibilität bedienen. Sie müssen verständlich, kostengünstig, bedarfsgerecht sein und sich flexibel an alle Lebenslagen anpassen. Das können moderne Rentenpolicen leisten, zumal sie nicht auf nominale Ergebnisse aus sind, sondern stets Kaufkraft und Rentenniveau im Auge behalten.

**Bader (Die Stuttgarter):** Der ifa-Studie zufolge fährt man am besten, wenn man die Garantien von 100 auf maximal 70 Prozent zurücknimmt. Darunter steigen die Risiken stärker, als die Chancen wachsen. Das belegt, dass die Branche mit ihren neuen Konzepten den Kundennutzen optimiert.

**Nuschele (Standard Life):** Wir arbeiten bewusst ganz ohne Garantien, weil das in langfristigen Ansparprozessen die bessere Lösung ist. Trotzdem sind wir keine radikalen Garantiegegner. Warum? Vorsorgesparen muss immer so ausgestaltet sein, dass sich der Versicherte langfristig damit wohlfühlt. Selbst wenn ich dreimal weiß, dass ein bestimmter Kunde ohne Garantien besser fahren würde, er aber ein schlechtes Gefühl hat und sein Vertrag nicht bestandssicher ist, hat man mit einem Abschluss nichts gewonnen. Für ihn und für uns ist es dann besser, wenn er sich bei einem anderen Anbieter mit einer moderaten Garantie absichert. Das wissen

auch unsere Berater, die hinter unserer Unternehmensphilosophie stehen. Wir argumentieren nicht allein vom Produkt her, sondern weisen detailliert auf sinnvolle Gestaltungsmöglichkeiten hin.

**Bohnhoff (Zurich):** Mittlerweile ist Allgemeingut, dass der Ruhestand finanzielle Fragen aufwirft. Viele fühlen sich schlecht mit dem, was im Alter auf sie zukommt. Und viele sind überfordert. Schließlich gibt es nicht nur ein privates Lösungsmodell, sondern drei verschiedene Schichten mit unterschiedlichen Ausgestaltungen, Garantien und Förderungen. Das Nebeneinander aus Basisrente, betrieblicher Altersvorsorge und Riester-Rente verwirrt mehr als es zu zielgerichtetem Handeln beiträgt. Wer sich nicht entscheiden kann, ob er einen Fondssparplan einrichten oder eine fondsgebundene Police abschließen soll, macht im Zweifelsfall keines von beidem.

**Gräfer (die Bayerische):** Wir müssen den Blick unter die Motorhaube erleichtern und die Produkte anfassbar machen. Vielen Interessenten fehlt das Wissen, unterschiedliche finanzielle Instrumente richtig einzuschätzen. Die Aufklärung darüber, wie die Produkte einzeln und in ihrem Zusammenspiel funktionieren und was Nachhaltigkeit wirklich bedeutet, erfordert viel Wissen, Sensibilität und Beratungskompetenz.



### Welche Rolle spielt die deutlich günstigere Besteuerung bei der Beratung?

**Bader (Die Stuttgarter):** Eine nachgelagerte. Dass der Fiskus bei jedem Wechsel im Fondssparplan die Abgeltungsteuer nebst Solidaritätszuschlag und Kirchensteuer abgreift, man also nur weniger als drei Viertel der Gewinne weiter investieren kann, thematisiert in

der Regel ein Vermittler beim Abschluss gar nicht. Da muss elementar beraten werden. Das Thema ist wichtig, aber sehr komplex. In der Ansparphase ist der Steuervorteil ein anderer als in der Entsparphase, also im Rentenbezug.

**Dahmen (HDI):** Der steuerfreie Fondswechsel bringt in der langen Ansparphase ein enormes Plus, weil es bei Anpassungen – Fonds-und-Risikoklassen-Wechsel oder Rebalancing – keine Steuerabzüge gibt. Diese beanspruchen fast ein Drittel der erzielten Gewinne und belasten die Performance stark. Um mit den nach allen Abzügen verbleibenden 72 Prozent wieder auf 100 Prozent zu kommen, muss ein Fonds fast 40 Prozent Plus machen. Angesichts der langen Laufzeiten sind mehrfach Anpassungen ratsam und ziehen dadurch an jedem Fondssparplan vorbei.

**Bohnhoff (Zurich):** Im Erstgespräch kann man die Vorteile in der Entsparphase besser adressieren. Die Hälfte der erzielten Gewinne bleibt in der privaten Fondspolice steuerfrei, selbst wenn man sich das Geld auszahlen lässt. Man muss allerdings dann bereits 62 Jahre alt sein und den Vertrag mindestens zwölf Jahre lang besitzen. Beim Rentenbezug wird in dieser Schicht nur der Ertragsanteil besteuert und der nimmt mit jedem Jahr ab, das man später in Rente geht. Mit 65 Jahren sind 18 Prozent der Zuflüsse steuerlich relevant, mit 75 nur noch elf Prozent. In den geförderten Modellen BAV, Riester- und Basis-Rente gelten aber andere Regeln.

**Nuschele (Standard Life):** Man sieht, dass Vorsorgeberatung kein Verkauf von der Stange ist. Es kommt auf eine individuelle Ausgestaltung an, die über Jahrzehnte tragen oder aktiv begleitet werden muss. Das bedeutet zwangsläufig, dass eine einmal getroffene Fondsauswahl nicht in Erz gegossen sein kann. Von einem Startportfolio mit zwölf sorgfältig ausgesuchten Fonds müssen zwei bis drei Produkte in absehbarer Zeit ausgewechselt werden. Man weiß nur nicht, welche das sind. Das Optimierungspotenzial ist enorm: Aeon hat unlängst ausgerechnet, wie sich binnen Jahresfrist die Korrekturen ihrer Top-50-Empfehlungsliste von vermögens-

verwaltenden Fonds ausgewirkt haben. Gleichgewichtet schnitt das Depot der 25 neu justierten defensiven Fonds um 4,75 Prozent besser ab, das der offensiven lag um vier Prozent weiter vorn.

**Gräfer (die Bayerische):** Das Potenzial ist enorm. Man kann es nur nicht ganz so zeitnah mit Endkunden umsetzen. Trotzdem wirken kostenlose Fondswechsel bei langen Laufzeiten als Renditekicker. Selbst wenn man die Portfoliozusammenstellung nur alle paar Jahre neu justiert, wirkt der Zinseszinsseffekt. Die Berater müssen folglich nicht nur die Policen, sondern auch die dahinterliegenden Fondslösungen darstellen können.

### Wie tragen Sie als Anbieter zu einer möglichst guten Fondsauswahl bei?

**Dahmen (HDI):** Unsere Möglichkeiten sind mit den digitalen Unterstützungstools immens gewachsen. Unser neues Produkt CleverInvest etwa kombiniert eine innovative Fondsauswahl mit volldigitalen Prozessen. Unser "FondsGuide" hilft dabei, die richtige Auswahl zu treffen. Das funktioniert nicht nur im Augenblick des Abschlusses, sondern über die gesamte Vertragslaufzeit. Wichtig ist, der Kunde kann aktiv seine Prioritäten setzen. Er kann Fonds, die ihm vorgeschlagen werden, abwählen oder andere hinzufügen, die er präferiert. Das Tool kommt im Makler-Geschäft ausgesprochen positiv an, da es einfach und transparent durch den Entscheidungsprozess führt.

**Gräfer (die Bayerische):** Digital aufbereitet sind Informationen leichter zu transportieren. Früher war die Vorarbeit die sorgfältige Beschränkung auf 100 bis 120 Produkte statt eines Fondsuniversums von aktuell 22 490 in Deutschland zum Retail-Vertrieb zugelassenen Produkten. Heute zeigt unser Kundenmanager laufend den Stand der fondsgebundenen Police an, eine Jahresmeldung wie früher in konventionellen Tarifen ist undenkbar. Der digitale Ausbau geht weiter und führt zu deutlich mehr Transparenz während der Laufzeit, wobei das nicht nur Lust, sondern durch den Zugzwang auch Last bringt.

**Bohnhoff (Zurich):** In Außendarstellung und Reporting setzt die Fondsindustrie

die Maßstäbe. Wenn ich dann allerdings überprüfe, was da an Kosten ausgewiesen wird, haben wir häufig die Nase vorn. Der Vorteil sticht allerdings nicht so ins Auge, wenn man nur die Kostenquote betrachtet. Wenn man das Ergebnis nach Kosten als Kriterium ansetzt, also die Reduction in -Yield, stehen unsere Policen exzellent da.

### **Demnach halten Sie den Vorwurf für überzogen, Versicherungen und deren Abschluss seien per se zu teuer?**

**Bohnhoff (Zurich):** Ja. Die Kosten in der Ansparphase führen in unseren Produkten zu einer Reduction in Yield von 1,0 bis 1,5 Prozent. Auch wenn man die Rentenphase betrachtet, sind die Kosten bei allen hier Versammelten extrem günstig. Es gibt keine langfristige Anlage – ob Geld unterm Kopfkissen, Fondssparplan oder Sonstiges -, die kostengünstiger ist als eine gute fondsgebundene Rentenversicherung. Davon bin ich fest überzeugt. Dazu kommen als Plus der Steuervorteil, als Plus die Flexibilität und als gewaltiges Plus eine lebenslang garantierte Rente mit einem fest vereinbarten Faktor, zu dem angesammeltes Vermögen ohne Treuhänderklausel umgerechnet wird.

**Gräfer (die Bayerische):** Ich teile diese positive Einschätzung, man muss sie aber etwas einschränken. Versicherer können nicht zaubern – eine fondsgebundene Rentenpolice mit 25 Euro Monatsbeitrag ist keine Altersvorsorge, sondern lediglich eine Verbesserung einer misslichen Lage. Das kann eine gute Idee sein, aber eine Lösung ist es wohl eher nicht. Ähnlich der Gebührenordnung für Ärzte kann man zurückhaltende Beratung und intensive Aufklärung in (Provision-)Staffeln tarifieren. Bei uns entfallen bereits 15 Prozent unserer Altersvorsorge auf solche Tarife, in denen übrigens die Stornoquoten extrem niedrig sind. Das entscheiden aber die Berater gemeinsam mit ihren Kunden. Wichtig ist mir Liberalität.

**Nuschele (Standard Life):** Kunden bezahlen für Beratung, die individuelle Lösungen in Griffweite bringen. Wir verkaufen Tarife, in denen Kunden mit ihrem Berater die Vergütung sehr individuell vereinbaren können. Das ist das höchste

Level der Transparenz. Wir hatten sie für Spezialisten gedacht, sie werden aber stark im Bereich der Vertriebe genutzt, also dort, wo Verbraucherschützer sie nicht vermuten würden. Zudem sind sie bei Certified Financial Planners sehr gefragt, weil sie für ein gesundes Level an Vertrauen sorgen.

**Bader (Die Stuttgarter):** Wir dürfen die Kostendiskussion beim Normalkunden trotzdem nicht auf die leichte Schulter nehmen. Eine Reduction in Yield um 1,0 bis 1,5 Prozent hätte bei einem Zinsniveau wie vor 20 Jahren wenig ausgemacht. Heute verschluckt es einen guten Teil der Performance von klassischen Zinspapieren. Das zweite große Risiko kommt aus der Politik: die romantische Verklärung, dass ein Staatsfonds alles besser machen würde. Mittlerweile ist diese Fehleinschätzung parteiübergreifend geworden. Aber das sind nur Zahlenspiele. Jeder kann mit minimaler Kostenbelastung tolle Musterrechnungen anstellen, wenn er alle Risiken ausblendet, die damit zwangsläufig verbunden und kostentreibend zu managen sind. Dazu kommt noch die Befürchtung hinzu, dass die Gelder auch zweckentfremdet werden könnten. Daher kann einem beim Gedanken an einen Staatsfonds angst und bange werden.

**Dahmen (HDI):** Zumal es in der betrieblichen Altersvorsorge ein weiteres überzeugendes Gegenmodell gibt. Schon bald werden die rund 11.000 Talanx-Mitarbeiter in Deutschland vom ersten Sozialpartnermodell "Die Deutsche Betriebsrente" profitieren können, das unser Konzern zusammen mit Zurich und der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di entwickelt hat. Auch in der privaten Altersvorsorge sind wir mit CleverInvest und weiteren flexiblen Rentenpolicen sehr gut aufgestellt. Ein Staatsfonds hat lediglich eine minimale Flexibilität, das opt-out, den freiwilligen Ausstieg. Ein weiterer Vorteil, der für unsere Branche spricht, sind die kompetenten Berater. Sie tragen zu kundenindividuellen Lösungen bei statt eines flächendeckenden One-size-fits-all-Konzepts.

**Nuschele (Standard Life):** Wir verursachen ja nicht nur Kosten, wir vermeiden sie auch. Fonds ist ja nicht gleich Fonds, es gibt teurere Tranchen ein und derselben

Strategie (für Privatanleger) und günstigere (für institutionelle). Und es gibt sogenannte Clean-Share-Classes, die keinerlei Vertriebs-, Bestandsprovision und Zusatzkosten eingepreist haben. Wir haben 2020 unsere komplette Produktpalette überarbeitet und bieten seither nur mehr provisionsfreie Fonds an. Das war ein großer Schritt zu absoluter Transparenz, der aber die Tarifikalkulation komplett verändert hat. Vertrags- und Investmentkosten sind klar getrennt, aus den Investments fließt nichts an uns als Anbieter zurück.



Quelle: © Vage - Fotolia.com

### **Folglich profitiert man von Anteilsklassen, die man sonst nicht nutzen könnte?**

**Nuschele (Standard Life):** Ja, die Kosten im Clean-Share-Investment sinken überproportional, dadurch bringt es mehr Rendite. Die Umstellung war aber kein leichtes Unterfangen. Zudem wussten viele unserer Berater mit Clean-Share-Class nicht viel anzufangen, sie monierten nur, dass der Versicherungsmantel teurer wurde. Die große Herausforderung liegt jetzt darin, den enormen Vorteil herauszuarbeiten.

**Bader (Die Stuttgarter):** Wobei die Freistellung von ausgekehrten Fondskosten nichts wirklich Neues ist. Wir geben seit vielen Jahren alle Rückvergütungen eins zu eins an unsere Kunden weiter. Dieses Vorgehen ist aber aufwendig, da es zu jedem Vertrag ein individuelles Depot gibt. Es ist in der Branche aber mittlerweile zu einem Hygienefaktor geworden und im Maklermarkt geradezu unerlässlich.

**Gräfer (die Bayerische):** Wobei leider nicht alle Gesellschaften mitmachen. Bei uns fließen seit 2012 alle Kickbacks und Bestandsprovisionen an die Versicherten. Das hat in der Anfangsphase auch weh-

gegan, da dadurch nennenswerte Beträge in der Kalkulation fehlen. Darum bereitet mir auch die starke Orientierung der Verbraucher an Vergleichsportalen Bauchschmerzen. Wenn einige Anbieter immer noch die Kickbacks einbehalten, können sie eine etwas bessere Kostenstruktur darstellen. Das verzerrt den Wettbewerb.

**Bohnhoff (Zurich):** Wir bieten flächendeckend institutionelle Anteilsklassen, mindestens aber rückvergütungsfreie Clean-Share-Classes an, um das Investment zu Großanleger-Konditionen zu ermöglichen und deutlich transparenter gegenüber Kunde und Vertrieb aufzutreten. Bei den Fonds, bei denen wir eine Rückvergütung erhalten, geben wir diese zu 100 Prozent an unsere Kunden weiter und sind somit auch dort bei den Kosten auf Augenhöhe mit Clean-Share-Classes.

**Dahmen (HDI):** Kickbacks weiterzugeben ist vollkommen normal. Es gibt allerdings aufseiten der Kundschaft unterschiedliche Präferenzen: Die einen wollen in institutionelle Anlageklassen investieren, die anderen bevorzugen namhafte Fonds aus dem Privatkundengeschäft, wieder andere schwören auf ETFs. Wir haben unsere Palette auf die verschiedenen Präferenzen ausgerichtet. Der Kunde braucht die Wahlfreiheit, unabhängig davon, ob es um Themenfonds wie China, Health, digitale Innovation oder um ESG-Kriterien geht. Rund ein Viertel unserer Fondspalette ist zum Beispiel nachhaltig.

### **Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit bei der Fondsauswahl und im Unternehmen?**

**Bohnhoff (Zurich):** Eine zunehmend große. Wobei jedes Unternehmen und die Versicherungsbranche als Ganzes gefordert ist. Sie hat die Macht, schnell große Kapitalsummen in die Nachhaltigkeit zu überführen. Unabhängig von Hauspolitik muss die Menschheit ein Rennen gewinnen, das je nach den zugrunde gelegten Daten nur sieben bis 15 Jahre Zeit lässt. Wird bis dahin der CO<sub>2</sub>-Ausstoß nicht stabilisiert, wird die Erderwärmung unumkehrbar sein. Wir müssen die Verbrennung von fossilen Brennstoffen drastisch einschränken. Wir müssen die grünen Lungen wiederherstellen, die Abholzungen beenden und die

Moore pflegen. Und wir können und müssen für diese drängende Aufgabe den Einfluss unseres gewaltigen Kapitalanlage-Volumens nutzen.

**Bader (Die Stuttgarter):** Wir haben unsere GrüneRente bereits 2013 eingeführt und mittlerweile auf alle Angebote – Indexprodukte und fondsgebundene Policen – ausgeweitet. Im Deckungsstock wird so viel nachhaltig angelegt, wie den entsprechenden Verträgen entspricht. Dieser durch externe Experten zertifizierte Anteil bleibt auch im Rentenbezug gewahrt. Es wird also nicht in der Ansparphase nachhaltig und danach traditionell angelegt. Anfangs ein Nischenprodukt geht mittlerweile ein Fünftel des Neugeschäfts in die GrüneRente. Sie wird auch in der betrieblichen Altersvorsorge gern gewählt, da Unternehmer sich nachhaltig profilieren wollen.

**Dahmen (HDI):** Nachhaltigkeit ist für uns ein sehr wichtiges strategisches Thema und umfasst neben unserem Geschäftsbetrieb auch Kapitalanlagen, Versicherungstechnik sowie die Fondspalette. Rund ein Viertel unserer Fonds ist rein nachhaltig. Zudem sind wir dabei, unseren Deckungsstock konsequent weiterzuentwickeln. Wir verwenden dazu die UN-Kriterien für nachhaltiges Investment (SDGs). Dabei arbeiten wir mit erfahrenen ESG-Ratingunternehmen zusammen. Ein eigenes Komitee nimmt zu bestimmten Fristen Desinvestitionen vor, damit wir die Mindestkriterien erfüllen.

**Gräfer (die Bayerische):** Als Mittelständler müssen wir zusätzlich zur grünen Fondspalette etwas Eigenständiges bieten. Wir setzen hier stark auf Pangaea Life. In diesen Themenfonds, der in regenerative Energien investiert, können unsere Versicherten zu den gleichen Konditionen investieren, zu denen unser Deckungsstock beteiligt ist. Das Besondere ist, dass man direkt in die Energiegewinnung durch Sonne, Wind und Wasser investiert. Dem Fonds gehören quer durch Europa Anlagen, die damit dauerhaft Einnahmen erzielen. Das macht diese Anlage stabil und sorgt für ein unschlagbares Chance-Risiko-Profil. Vergleichsportale können das nicht erfassen, mit 1,4 Prozent Kosten reicht es dort vielleicht für Platz 20. Aber bei uns

geht es nicht nur um eine Kennzahl, sondern um realen Besitz und reale Nachhaltigkeit, die unsere virtuelle Investmentreise in 3-D erlebbar macht.

**Bohnhoff (Zurich):** Wir brauchen kleine Schritte und den vollen Einsatz. Als Kapital-sammelstellen müssen wir auf Firmen einwirken, ihren Footprint zu ändern. Folglich dürfen wir nicht nur in Unternehmen investieren, die keinen Abdruck produzieren. Wir müssen im Gegenteil massiv auf alle einwirken, die ihre Umweltbelastungen jetzt noch zurückfahren können. Wir bewegen in der Zurich Gruppe bereits rund fünf Milliarden Euro in Impact-Investments, die Anlegerdruck ausüben, und deutlich mehr in ESG-Anlagen. Das ist nicht als Schaulaufen unter Konkurrenten zu sehen, sondern als unser Beitrag zu einer Team- und Branchen-Anstrengung. Wir müssen diesen Wettlauf gewinnen und freuen uns über jeden Anbieter, Berater oder Kunden, der einen Beitrag dazu leistet.

**Nuschele (Standard Life):** Unternehmensseitig ist uns als zweitgrößtem britischem Versicherer Nachhaltigkeit sehr wichtig, und wir bieten natürlich auch viele nachhaltige Fonds an. Trotzdem planen wir keine grüne Produktlinie. Es muss möglich sein, zu 100 Prozent nachhaltig zu sein, zu 80 Prozent oder auch zu null Prozent. Bei Laufzeiten bis zu 60 Jahren ist Flexibilität das entscheidende Kriterium. Für Kunden, die auf gemanagte Portfolios bauen, bieten wir unsere MyFolios, die in fünf Chance-Risiko-Profilen verfügbar sind und die im Markt sehr gut ankommen. Hier wird es über kurz oder lang ein aktiv und ein passiv gemanagtes MyFolio geben, das klar nach ESG-Kriterien ausgerichtet ist.

### Welche Rolle spielen generell fertige Fondsdepots in den Policen?

**Nuschele (Standard Life):** Seit wir ab 2015 keine Garantieprodukte mehr anboten, haben gemanagte Portfolios stark an Bedeutung gewonnen. Aus einem alternativ angebotenen Multi-Asset-Produkt sind zehn MyFolios geworden, die für jeden Risikoappetit Lösungen bieten. Die aktiv gemanagten MyFolios liegen mit 0,34 Prozent Kosten nur knapp über dem

ETF-Niveau. Die passiven MyFolios mit Vanguard-Fonds haben mit nur 14 Basispunkten einen Knallerpreis.

**Bader (Die Stuttgarter):** Bei uns sorgt der Stuttgarter Fondspilot für optimal bestückte Portfolios. In der Regel sind das Depots aus bis zu 13 unterschiedlichen ETFs, die nur mit zehn bis 20 Basispunkten Kosten beladen sind. Ein eigens von uns dafür entwickelter Algorithmus überprüft dann laufend das Portfolio. Wenn sich die Märkte verändern, justiert das Stuttgarter Automatische Management SAM die Zusammensetzung kostenfrei neu. Dadurch bewegt sich das Risiko immer in den vorgegebenen Spielräumen. Den Fondspilot gibt es seit Anfang dieses Jahres übrigens auch in einer nachhaltigen Variante.

**Gräfer (die Bayerische):** Wir bieten ebenfalls attraktive Portfoliolösungen mit ETFs und aktiv gemanagten Fonds, fokussieren uns aber stark auf den Ausbau der Pangaea-Life-Welt. Sie wird schon bald um eine nachhaltige immobiliennahe Direktanlage wachsen. Warum? Eine wesentliche Kompetenz der Versicherer ist neben der IT die Kapitalanlage. Die Bayerische beweist das mit über fünf Prozent Anlageerfolg im "spießigen" Deckungsstock. Unsere Branche muss in der Transformation ihrer Unternehmen diese Kompetenz aus dem Sicherungsvermögen nach außen tragen. Wir sorgen bei Pangaea mit dem Sicherungsvermögen für das Startkapital und bauen die Strategie entsprechend dem Kundenzuspruch nachhaltig aus.

**Bohnhoff (Zurich):** Wichtig ist, dass wir hier auch unsere Rollen einnehmen und als Investoren nachhaltig Einfluss auf den Klimawandel nehmen. Dafür sorgt beispielsweise, dass es bei Zurich gemanagte Depotmodelle aktiv-, passiv- und ESG-orientiert gibt – jeweils von defensiv bis offensiv. Die mit dem Management betrauten Expertenteams von Zurich und der Deutschen Bank haben einen exzellenten Track Record seit 1995.

**Dahmen (HDI):** Der "HDI FondsGuide" wertet viele Fondsdaten aus und nimmt vollautomatisch eine Rendite-Risiko-Optimierung vor. Dieser Algorithmus wählt dann ein gemanagtes Depot aus oder un-

terstützt bei der individuellen Zusammenstellung. Gemanagte Depots eignen sich für Kunden, die früher den Deckungsstock gewählt hätten, weil sie sich mit der Kapitalanlage nicht allzu sehr beschäftigen möchten. Unsere gemanagten Varianten halten die Kursschwankungen in engen Grenzen. Dieser Volatilitäts-Overlay ist in der Anspar- und der Rentenphase anders getaktet, weil in der Rentenphase die Volatilität natürlich geringer austariert wird.



Quelle: © bluedesign - Fotolia.com

### Welche Besonderheiten weisen fondsgebundene Policen im Rentenbezug auf?

**Dahmen (HDI):** Sie bieten eine enorme Flexibilität. Beispielsweise können Kunden länger sparen und nach Bedarf Guthaben entnehmen. Zudem können sie den Starttermin vorverlegen. Hier liegen Welten zwischen der flexiblen Produktwelt von heute und der statischen von früher. Trotzdem bleibt das Niedrigzinsthema auch in der Rentenphase virulent. Wir haben sie daher in eine klassische und eine fondsgebundene Anlage aufgeteilt. Erstere ist ein konventioneller Baustein, mit einem wettbewerbsfähigen Rentenfaktor, also einer garantierten Mindestrente. Die zweite ist der fondsgebundene Rentenbezug, in den in Zehn-Prozent-Schritten maximal die Hälfte des Vermögens eingesetzt werden kann. Allerdings gibt es nur zwei Fonds-Optionen mit geringer Volatilität und Endalter 89 Jahre, bis zu denen Entnahmen und Zuzahlungen flexibel möglich sind.

**Nuschele (Standard Life):** Bei unserer Weitblick-Police ist sogar ein Endalter 100 möglich und man kann entscheiden, aus welchem Investment man seine Teilent-

nahmen zieht. Generell raten wir aufgrund der (hoffentlich) langen Rentenbezugsphasen von mehreren Jahrzehnten, nicht alles traditionell zu verrenten, sondern nur den Grundbedarf abzusichern, sofern er noch nicht anderweitig gedeckt ist. Länger investiert zu bleiben, verbessert nicht nur die Erträge, sondern hilft auch, negative Cost-Average-Effekte auszuschalten. Die Langlebigkeit bleibt dann aber Chance und Risiko des Kunden – daher sollte er Verrentung und Investment koppeln. Fixkosten nebst Puffer über langlebigkeitsgedeckte Konzepte abdecken – und den Rest frei verfügbar zu halten.



Quelle: © peterschreiber.media - AdobeStock.com

**Bohnhoff (Zurich):** Wir sichern den Rentenbezug noch komplett konventionell ab – mit vorab garantierten Rentenfaktoren ohne Treuhänderklausel. Obwohl wir schon viele Ansätze des fondsgebundenen Rentenbezugs geprüft haben, hat uns das nicht davon abgebracht. Denn die traditionellen Absicherungsmethoden sind einfach bärenstark. Die Problemstellung ist: Startet man mit mageren Garantierenten, lässt der investierte Teil Jahre später enorme Steigerungen zu. Nur, was passiert, wenn das Portfolio abstürzt. Mit hohen Sockelrenten und minimalem Upside-Potenzial loszulegen, trifft den Bedarf nach Rendite gepaart mit Sicherheit ebenso wenig. Eine Lösung könnte sein, den Rentenbezug auf später zu verlagern, falls die Grundlast der Ausgaben bereits gedeckt ist. Dann

läuft die fondsgebundene Vorsorge mit entsprechenden Abrufmöglichkeiten einfach länger, wobei man dann defensivere Konzepte fahren muss.

**Bader (Die Stuttgarter):** Zugegeben, es gibt Bedarf, trotzdem ist unser Kernprodukt die lebenslange Rente. Daher sehe ich es als gefährlich an, sich als Versicherer – wenn auch nur teilweise – von lebenslangen Auszahlungen zu entfernen. Wenn jedoch die Zahlungsverpflichtung problemlos 25, 30 oder mehr Jahre andauern kann, dann ist es sinnvoll, auch in den Rentenbezug Fondskomponenten einzubauen. Der halbe Markt arbeitet daran. Es liegt jedenfalls noch viel Entwicklungsarbeit vor uns – die dynamischen Hybridprodukte der Ansparphase waren anfangs ja auch noch nicht so ausgefeilt wie die heutigen Konzepte.

### Welche Rolle kommt dem ausgleichenden Versichertenkollektiv dabei zu?

**Bader (Die Stuttgarter):** Der kollektive Gedanke lebt in der fondsgebundenen Police vornehmlich im Deckungsstock, also in der Garantiekomponente der Ansparphase und in der Entsparphase. In der Fondsanlage ist jeder individualisiert auf eigene Rechnung und eigenes Risiko unterwegs.

**Bohnhoff (Zurich):** Allerdings kann man den kollektiven Sparmechanismus im Deckungsstock mit der Bereitstellung von effizienten Garantien mit Upside-Potenzial im fondsgebundenen Anteil kombinieren. Es gibt keinen effizienteren Mechanismus, Garantien in der Rentenbezugsphase zu stellen, als über das kollektive Vorgehen. Die Ausgleichsfunktion über die Zeit und den Wertzuwachs im Kollektiv sind, was die Gesamtkosten und die Sicherheit angeht, einfach unschlagbar.

**Dahmen (HDI):** Im Sozialpartner-Modell nutzen wir sowohl den Ausgleich im Versichertenkollektiv als auch über die Zeit sehr stark aus, und das ist ein Riesensatz gegenüber allen anderen Vorsorgeleistungen. Aber zurück zur privaten Rentenpolice: Der Bedarf ist offensicht-



Quelle: © Coloures-Pic - AdobeStock.com

lich, daher muss die Absicherung der realen Kaufkraft im Alter im Mittelpunkt stehen. Das bedingt, dass im Niedrigzinsniveau Garantien gesenkt werden müssen, um dadurch die realen Renditechancen zu stärken. Intelligente Fondspolizen bieten solche Möglichkeiten, vorausgesetzt die

Kriterien Transparenz und Kosteneffizienz sind gewährleistet. Die Flexibilität im Produkt und die Absicherung im kollektiven Deckungsstock, gerade in der Rentenphase, sind weitere unverzichtbare Eigenschaften, und auch hier nutzen wir das Kollektiv.

### Das Gespräch moderierte Ludwig Riepl

*Das Gespräch ist im vollem Umfang bei Euro am Sonntag, Euro und Börse Online erschienen, unter:*

<https://www.boerse-online.de/nachrichten/geld-und-vorsorge/die-rente-ist-sicher-solange-man-privat-vorsorgt-1030421419>

Autor: [www.finanzenverlag.de](http://www.finanzenverlag.de)

## Sicheres Betongold? Warum Immobilienanlagen keine Selbstläufer sind

*Der Immobilienmarkt hat sich in der Corona-Krise als vergleichsweise solide erwiesen – Dennoch birgt die Anlageklasse Risiken – Welche Fallstricke Anleger bei Immobilieninvestments unbedingt im Auge behalten sollten*

**I**mmobilien gelten als eine der beliebtesten Anlageformen hierzulande. Und gemeinhin als sicher – wie der Beinamen „Betongold“ schon suggeriert. Dazu trug zuletzt auch bei, dass sich die Immobilienpreise selbst in der aktuellen Corona-Pandemie recht stabil entwickelt haben. So kletterte der Immobilienpreisindex des Verbands deutscher Pfandbriefbanken (VDP) im ersten Quartal 2021 auf einen neuen Höchststand. Insgesamt waren die Immobilienpreise – trotz des Corona-bedingten Lockdowns – demnach um 6,2 Prozent gegenüber dem ersten Quartal des Vorjahrs gestiegen.

„Aber wie so oft steckt der Teufel im Detail“, sagt Professor Dr. Rolf Tilmes, Vorstandsvorsitzender des Financial Planning Standards Board Deutschland (FPSB Deutschland). „Denn wer genauer hinsieht, erkennt eine

starke Spreizung bei der Entwicklung der einzelnen Segmente.“ Demnach sind die Preise für Wohnimmobilien um 8,4 Prozent gestiegen, dagegen gaben die Preise von Gewerbeimmobilien 1,5 Prozent nach – und das zum ersten Mal seit elf Jahren. Und nach einer Analyse des Immobilienresearch der Deka hat die Corona-Krise 2020 am Büromarkt einen Nachfragerückgang europaweit um 40 Prozent bewirkt. Auch für Einzelhandelsobjekte und Hotels waren die Auswirkungen des Lockdowns schmerzhaft. Dagegen ging der Bereich Logistik sogar gestärkt daraus hervor.

### Immobilie ist nicht gleich Immobilie

Natürlich aber spielt auch die Lage bei Immobilien stets eine entscheidende Rolle. So kletterten die Preise in den A-Lagen, also in den Metropolen und Ballungszentren, seit der Finanzkrise deutlich stärker als in den so genannten B- und C-Lagen. „Diese recht unterschiedlichen Entwicklungen zeigen schon, dass Immobilie nicht gleich Immobilie ist und Anleger sehr genau hinsehen müssen“, erklärt Tilmes.

„Bei einem Investment in den Gewerbeimmobilienmarkt, wo zum Beispiel offene Immobilienfonds überwiegend investiert sind, müssen Anleger Konjunkturreinbrüche, strukturelle Veränderungen wie die Trends zu mehr Online-Shopping oder Home-office sowie unvorhergesehene Schocks wie Covid19 berücksichtigen“, warnt der Experte, der neben seiner Vorstandstätigkeit auch Academic Director Finance & Wealth Management an der EBS Executive School, Oestrich-Winkel, ist. „Das alles kann die Nachfrage nach bestimmten Gewerbeimmobilien dämpfen und zu Verlusten führen.“

### **Wohnimmobilienstandorte München und Frankfurt am stärksten überbewertet**

Aber auch Wohnimmobilien sind keine Einbahnstraße. Zwar erscheint der kurz- bis mittelfristige Ausblick angesichts anhaltend niedriger Zinsen und des Nachfrageüberhangs nach Wohnungen vor allem in den Ballungszentren positiv. Dennoch gilt es für Immobilieninvestoren einiges zu beachten. „Um zunächst bei der Makroperspektive zu bleiben, ist beispielsweise mittel- bis langfristig ein Zinsanstieg nicht auszuschließen, und dann kann eine Anschlussfinanzierung richtig teuer werden“, warnt Tilmes.

Auch drohen an manchen Orten die Immobilienmärkte zu überhitzen – laut dem UBS Global Real Estate Bubble Index sind die Standorte München und Frankfurt am Main weltweit am stärksten überbewertet. Wer dort jetzt investiert, geht das Risiko ein, zu teuer zu kaufen und bekommt auch nur noch geringe Mietrenditen. „Die werden dann noch durch nicht umlagefähige

Nebenkosten sowie durch notwendige Rücklagen für Reparaturen geschmälert“, warnt der Experte weiter. „Dazu kommen zunehmend strengere energetische Auflagen sowie das Risiko politischer Eingriffe am Immobilienmarkt, wie wir es zuletzt mit dem Mietstopp schon gesehen haben.“ Ganz zu schweigen von einem möglichen Ärger mit Mietern.

### **Professionelle Unterstützung gerade bei Immobilieninvestments ratsam**

Wer in Immobilien investieren will, sollte sich deshalb Unterstützung von Experten wie den vom FPSB Deutschland zertifizierten CERTIFIED FINANCIAL PLANNER® (CFP®-Professionals) holen. Sie können analysieren, ob eine Immobilie oder ein Immobilieninvestment grundsätzlich in die langfristige Finanzplanung eines Kunden passt. Hier gilt es entsprechende Kennzahlen zu berücksichtigen, wie z.B. die Objektrendite und die Eigenkapitalrendite. Und dann dahingehend beraten, in welcher Form, also als Direktanlage oder als indirekte Beteiligung über ein Finanzprodukt, sich ein Investment auf den Einzelfall bezogen am ehesten lohnt. Zudem können sie ihren Kunden einen Überblick darüber verschaffen, welche Regionen und Marktsegmente sich am besten eignen und wo Vorsicht geboten ist. „Insbesondere direkte Immobilieninvestments sind eine Lebensentscheidung, die wesentlichen Einfluss auf die Finanzen eines Anlegers hat. Deshalb zahlt es sich aus, das besonders genau durchzurechnen“, so Tilmes Fazit.

Autor: [www.fpsb.de](http://www.fpsb.de)



Quelle: © PX-Media - AdobeStock.com

## Studie Vermögensverwalter 2021:

# Beratungen oft überzeugender als Lösungsvorschläge

**P**ersönliche Beratungen finden auch bei Vermögenverwaltern derzeit häufig nicht vor Ort, sondern per Video-Lösung statt. Erfreulich: Die Beratungsqualität leidet dadurch meist nicht. Dagegen können die schriftlichen Portfolio-Unterlagen nicht in allen Fällen überzeugen. Dies zeigt die Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, welches in Kooperation mit dem Institut für Quantitative Finanzanalyse 20 Vermögensverwalter getestet hat.

### Gute Beratungsleistungen der Branche

Die Vermögensverwalter erzielen im Schnitt ein befriedigendes Resultat und verfehlen mit 69,5 Punkten nur knapp ein gutes Branchenergebnis. Nicht nur beim Erstkontakt per Telefon punkten die meisten Anbieter. Auch in den persönlichen Gesprächen – durchgeführt per Video-Beratung – überzeugen häufig kompetente und ausgesprochen freundliche Berater, die motiviert und glaubwürdig agieren. Insgesamt fallen die Beratungen deutlich besser aus als die im Anschluss unterbreiteten Lösungsvorschläge.

Ein Kritikpunkt an den persönlichen Beratungen ist allerdings die teilweise nur lückenhafte Analyse des Kundenbedarfs. So erfragen bei weitem nicht alle Berater gezielt die finanzielle Situation, die Lebensumstände und das genaue Anliegen des Interessenten. In diesen Fällen mangelt es den Beratungsgesprächen zwangsläufig an Individualität.

### Große Leistungsunterschiede

Die schriftlichen Lösungsvorschläge der Vermögensverwalter sind von deutlich unterschiedlicher Qualität; die Ergebnisse reichen hier von "sehr gut" bis "mangelhaft". Einige Unternehmen stellen lediglich eine allgemeine Präsentation zur Verfü-



Quelle: © Pormezz - AdobeStock.com

gung. "Die unzureichende Abbildung der Renditeerwartung sowie des Risikos stellt sich bei den Portfolios häufig als Schwachpunkt heraus", kritisiert Prof. Dr. Sven Christiansen, Geschäftsführer des Instituts für Quantitative Finanzanalyse. Nur die besten Anbieter unterbreiten einen speziell auf den Kunden zugeschnittenen Lösungsvorschlag, in dem auch die im Beratungsgespräch geäußerten Wünsche und Ziele berücksichtigt werden.

"Sowohl in puncto Beratung als auch bei den unterbreiteten Vorschlägen zeigen die Vermögensverwalter große Leistungsunterschiede. Die Top-Unternehmen können allerdings in beiden Bereichen mit guten und häufig sogar sehr guten Ergebnissen aufwarten", so Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

### Die Top 3 im Gesamtergebnis

Testsieger ist die Norddeutsche Landesbank mit dem Qualitätsurteil "sehr gut". Sowohl die persönliche Beratung per Video als auch der Lösungsvorschlag überzeugen. Das Unternehmen profiliert sich insbesondere mit einer sehr kompetenten und lösungsorientierten Beratungsleistung. Der unterbreitete Portfoliovorschlag punktet mit einer ausgesprochen guten Aufbereitung, in dem auch die

Kosten transparent dargestellt werden. Auch die Ganzheitlichkeit des Vorschlags kann überzeugen, indem etwa die Anlagewünsche besonders umfassend berücksichtigt werden. Zudem ist der Informationswert des Internetauftritts sehr hoch.

Den zweiten Rang belegt die Bethmann Bank (Qualitätsurteil: "sehr gut"). Der Lösungsvorschlag besteht mit einer sehr hohen Portfolio-Qualität: Die Aufbereitung, Struktur und Kostentransparenz erzielen jeweils die höchstmögliche Punktzahl. Auch der Verwaltungsvertrag punktet mit Transparenz und Vollständigkeit. Zudem erzielt das persönliche Beratungsgespräch im Anbietervergleich das beste Ergebnis.

Rang drei belegte das VZ Vermögenszentrum, ebenfalls mit einem sehr guten Gesamtergebnis. Ausschlaggebend für die Top-Platzierung ist vor allem der individuell auf den Kunden zugeschnittene Lösungsvorschlag, der in puncto Portfolio-Qualität im Vergleich mit führend ist. Das ausgesprochen kompetent geführte Beratungsgespräch erzielt ebenfalls ein sehr gutes Ergebnis.

Von den 20 analysierten Vermögensverwaltern sichern sich auf den folgenden Plätzen vier weitere Unternehmen das Qualitätsurteil "sehr gut": Lunis Vermögensmanagement (4.), Hauck & Aufhäuser (5.), Hypovereinsbank (6.) und Webbank (7.).

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete 20 Vermögensverwalter mit Sitz in Deutschland, die Beratungen auch bei Vermögenssummen von unter fünf Millionen Euro anboten. Die Beratungs- und Servicequalität wurde bei jedem Unternehmen anhand eines verdeckten telefonischen Gesprächs mit Terminvereinbarung, einer detaillierten Video-Beratung sowie einer umfangreichen Internetanalyse ermittelt. Insgesamt flossen 60 Servicekontakte mit den Vermögensverwaltern in die Auswertung ein. In einem weiteren Untersuchungsbereich erfolgte in Zusammenarbeit mit dem Institut für Quantitative Finanzanalyse (IQFin) eine detaillierte Analyse der schriftlich eingegangenen Lösungsvorschläge hinsichtlich Portfolioqualität und Ganzheitlichkeit.  
Autor: www.disq.de

## Finanzprofis gehen von weiterhin stark wachsender Bedeutung von Robo-Advisor-Angeboten aus

**D**eutschlands Finanzberater sind vom Potenzial des Robo-Advisor-Geschäfts überzeugt. Einer aktuellen Umfrage der European Bank for Financial Services GmbH (ebase®) unter 105 Vertriebspartnern der B2B-Direktbank zufolge, gehen 87 Prozent der Finanzprofis von einer steigenden oder sogar stark steigenden Bedeutung aus. „Das Ergebnis der Umfrage stimmt uns sehr zuversichtlich, dass das Robo-Advisor-Geschäft sein Potential noch lange nicht ausgeschöpft hat“, erklärt Kai Friedrich, CEO der ebase. „Bislang sehen wir in diesem Marktsegment nur die Spitze des Eisbergs und gehen für die Zukunft von einem dynamischen Wachstum aus.“



Quelle: © Phongphan Supphakank - AdobeStock.com

Hervorzuheben ist, dass die Zahl der Skeptiker weiter abgenommen hat. Waren im Jahr 2019 noch 8 Prozent der befragten Finanzberater von einer abnehmenden Bedeutung des Robo-Advisor-Geschäfts in den kommenden drei Jahren überzeugt,

waren dies im Jahr 2020 nur noch 4 Prozent. Bei der jüngsten Befragung zeigten sich nur noch 3 Prozent als Skeptiker. „Wir sind sehr erfreut über die positive Einschätzung unserer Vertriebspartner, das bestätigt das große Potential“, erklärt Friedrich. „In unserer jüngsten repräsentativen Befragung von Privatkunden zeigte sich, dass mittlerweile in etwa jeder dritte Deutsche mit dem Begriff Robo Advisor vertraut ist, wobei eine noch größere Bekanntheit bei Personen mit höherem Einkommen, höherer Schulbildung und erhöhter Risikobereitschaft besteht.“

Das Robo-Advisor-Angebot der ebase umfasst unter dem Label fintego fünf unterschiedliche Anlagestrategien, die sich seit 2014 erfolgreich am Markt bewährt haben. „Dabei setzen wir explizit auf geringe Gebühren, eine transparente und nachvollziehbare Anlagestrategie und einen weitreichenden Service samt umfangreichem Reporting“, betont Friedrich. „Das ermöglicht es uns, Vertriebspartnern ja nach Geschäftsziel und vorhandener Lizenz Produktlösungen mit unterschiedlichen

Optionen anzubieten, mit denen sie ihren Kunden den Zugang zur Robo-Advisor-Welt eröffnen können.“ Denselben umfänglichen Service bietet die ebase auch für das im März dieses Jahres eingeführte nachhaltige Robo-Advisor-Angebot fintego green+.

Dabei sind Robo-Advisor-Angebote sicherlich als die digitale Speerspitze zu verstehen, deren Zielgruppe zwar weiterwächst, jedoch aktuell noch begrenzt ist. Im Gegensatz dazu finden Hybride-Angebote bereits heute eine sehr große Akzeptanz und auch sehr rasche Verbreitung. „Bei zahlreichen Partnern hat sich gezeigt, dass eine Kombination aus Mensch und Maschine für die jeweilige Zielgruppe die optimale Lösung ist – ein Mix aus digitalen Elementen und persönlicher Beratung und Betreuung – nicht nur in der Vermögensverwaltung“, wie Friedrich präzisiert. „Für Finanzberater ist das eine optimale Lösung, bei der sie ihre Stärken in den Vordergrund stellen können und zugleich in den gewünschten Bereichen leistungsstarke, effiziente Bausteine nutzen können.“

Autor: [www.ebase.de](http://www.ebase.de)

## Neue Online-Plattform „Walnut Live“ startet mit vier angebundenen Emissionshäusern

*Die Online-Beratungsplattform Walnut Live startet mit asuco, PROJECT, RWB und Solvium als angebundene Produkthanbieter*

**F**inanzberaterinnen und Finanzberater können ab sofort kostenfrei die Online-Beratungsplattform Walnut Live nutzen. Die browsergestützte Webanwendung wurde von der Walnut GmbH entwickelt und ermöglicht die Online-Anlageberatung und -vermittlung von AIF und Vermögensanlagen inklusive eines vollständig digitalen Zeichnungsprozesses. Berater können dabei auf eine Produktauswahl renommierter Emissionshäuser zugreifen. Walnut Live startet mit Kapitalanlageprodukten von asuco Fonds, PROJECT Investment, RWB PrivateCapital

Emissionshaus AG und Solvium Capital. Weitere Sachwertanbieter folgen in Kürze.

„Wir wollen Kunden mit einer digitalen Zeichnungsstrecke nicht alleine lassen. Nach unserer Auffassung ist die vertrauensvolle Beratung von Mensch zu Mensch auch in Zukunft entscheidend für den Vertriebs- und Anlageerfolg. Deshalb haben wir eine Plattform geschaffen, die die persönliche Finanzberatung mit der digitalen Zeichnung vereint“, sagt Lars Gentz, Geschäftsführer der Walnut GmbH. „Das Walnut Live ermöglicht es Beratern, sich persönlich mit dem Kunden im digitalen Raum zu treffen, ausgewählte Kapitalanlagen zu besprechen, Zeichnungsstrecken gemeinsam auszufüllen und sofort abzu-

schließen – natürlich FinVermV-konform“, so Gentz weiter.

Live-Beratung und digitale Signatur inklusive geldwäscherechtlicher Legitimierung Spätestens seit Beginn der Covid-19-Pandemie findet die Finanzberatung nicht mehr ausschließlich im Wohnzimmer des Kunden oder im Büro des Beraters statt. Videomeetings haben neben den traditionellen Kommunikationsmöglichkeiten Einzug gehalten. Das Walnut Live geht allerdings weit über Videotelefonie oder das reine Screensharing bisheriger Lösungen hinaus. Beraterinnen und Berater können von der Profilerfassung der Kunden bis zum Zeichnungsabschluss einen vollständig digitalen, transparenten und rechtskonformen Beratungs- und Vermittlungsprozess abbilden. Dabei werden alle Prozessschritte im System gespiegelt. So kann der Berater den Kunden trotz räumlicher Trennung in Echtzeit durch den Zeichnungsprozess führen und erforderliche Aktionen visuell hervorheben. Intelligente Plausibilitäts- und Vollständigkeitsprüfungen verhindern dabei die oftmals lästigen Nachbearbeitungen.

Wurden alle notwendigen Schritte absolviert und die erforderlichen Formularfelder ausgefüllt, generiert das Walnut Live den Zeichnungsantrag des ausgewählten Produkts. Die Kundin bzw. der Kunde kann diesen anschließend per Maus, Tabletstift oder Touch-Funktion unterzeichnen – inklusive nachfolgender geldwäscherechtlicher Legitimationsprüfung. Alle Schritte werden automatisch protokolliert und archiviert. Ebenso können die Gespräche den gesetzlichen Regularien entsprechend aufgezeichnet und in der Cloud gespeichert oder für die Selbstarchivierung direkt heruntergeladen werden.

Die Online-Plattform wurde in enger Zusammenarbeit mit verschiedenen Finanzberaterinnen und -beratern entwickelt und stetig optimiert. Seit 2019 ist die Technologie bereits als White-Label-Lösung bei der RWB, seit Ende 2020 bei PROJECT im Einsatz. Nun folgt der Launch des unabhängigen Walnut Live, bei dem Berater auf einer Plattform aus Produkten verschiedener Emissionshäuser die passenden Lösungen für ihre Kundinnen und Kunden auswählen können.  
Autor: [www.walnut.live](http://www.walnut.live)

## Weiterbildungsverpflichtung:

# Brancheninitiative veröffentlicht aktualisierte Anrechnungsregeln

**D**ie gut beratenen Bildungskonten weisen für das erste Quartal bereits 560.844 Stunden Bildungszeit aus. Das Engagement der vertriebslich Tätigen liegt damit nur knapp unter dem Niveau der Vor-Corona-Zeit (614.185 Stunden; jeweils Stand 31.03.)

„Die Verpflichtung zur Weiterbildung ist bei den Vermittlerinnen und Vermittlern angekommen“, konstatiert Gerald Archangeli, Vizepräsident des Bundesverbands Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) und Vorsitzender des Trägersausschusses der Initiative gut beraten anlässlich der

Vorlage des Berichts für das erste Quartal 2021. Die Corona-Einschränkungen haben die vertriebslich Tätigen nicht davon abgehalten, ihrer Weiterbildungspflicht von 15 Stunden im Jahr nachzukommen, und ein großer Teil bildete sich auch weiterhin in höherem Umfang weiter, wie der vorgelegte Bericht zeige, so Archangeli. Die gerade abgeschlossene Umfrage des BVK bei seinen Mitgliedern zeige die Akzeptanz von gut beraten bei den Vermittlerinnen und Vermittlern: 86,3 Prozent der Befragten dokumentieren ihre Weiterbildungspflicht über ein Bildungskonto bei der Brancheninitiative gut beraten.



Quelle: © Murrstock - AdobeStock.com

Monika Klampfleitner, Leiterin der Geschäftsstelle gut beraten, bewertet sowohl die Entwicklung der Weiterbildungszahlen positiv als auch die Überarbeitung des FAQ-Katalogs der Aufsichten mit Stand 26. Februar 2021. „Wir konnten in konstruktivem Dialog mit den Aufsichten darstellen, welche Weiterbildungsaspekte für die vertrieblich Tätigen besonders wichtig sind und wie sich die inhaltliche Anrechnung der Weiterbildung durch die Aufsichten auf das professionelle Verhalten der vertrieblich Tätigen auswirkt.“ Auch praktische Fragen wie zum Beispiel die Weiterbildungspflicht von Auszubildenden konnten auf diese Weise geklärt werden, erläutert Klampfleitner. Mit den Anfang März veröffentlichten neuen Anrechnungsregeln bietet die Initiative gut beraten der Branche und den Bildungsanbietern einen praxisgerechten Leitfaden, der die neuen Aufsichts-FAQ berücksichtigt und untersetzt. Gleichzeitig gebe es noch Weiterbildungsinhalte, bei denen die Branche eine andere Auffassung vertrete als die Aufsichten. Hier werde die Initiative gut beraten weiter in der Kommunikation mit den Aufsichten für eine praxistaugliche und gleichzeitig verbraucherorientierte Anrechnungspraxis werben, so Klampfleitner weiter.

Zu den Weiterbildungszahlen verweist Klampfleitner auf die für 2020 ausgestellten Zertifikate: „Wir haben Anfang dieses Jahres 94.039 IDD-Erklärungen verschickt, mit denen die vertrieblich Tätigen gegenüber den Aufsichten die Erfüllung ihrer Weiterbildungsverpflichtung für das abgelaufene Kalenderjahr nachweisen können. 26.340

Teilnehmende haben sogar den freiwilligen Branchenstand von mindestens 30 Stunden Weiterbildung absolviert und dafür zusätzlich ein gut beraten Zertifikat erhalten.“ Dieser Trend setze sich im ersten Quartal 2021 fort: Schon jetzt haben 7.539 bei der Brancheninitiative gut beraten teilnehmende vertrieblich Tätige ihre Weiterbildungsverpflichtung von mindestens 15 Stunden für das Jahr 2021 erfüllt, erläutert Klampfleitner. Auch die Zahl der Teilnehmenden ist weiterhin im Anstieg: gut beraten verzeichnet im ersten Quartal 3.915 neue aktive Konten, demgegenüber wurden 3.223 Konten nicht mehr berücksichtigt. Der Nettowachstum beträgt demnach 692 Konten. Ein „neues Normal“ scheint sich auch in der Form der Weiterbildung zu etablieren: Die Teilnahme an Präsenzveranstaltungen ist erneut gesunken und liegt im ersten Quartal bei fünf Prozent aller bei gut beraten dokumentierten Bildungsmaßnahmen. Demgegenüber weisen E-Learning-Formate einen Zuwachs auf aktuell 92 Prozent aus (plus zwei Prozentpunkte gegenüber dem vierten Quartal 2020). Den größten Anteil daran hat das Selbststudium mit Lernerfolgskontrolle – ein Format, das größtmögliche Flexibilität bietet.

Mehr als die Hälfte der gut beraten Teilnehmenden stammt weiterhin aus der Altersgruppe der 40- bis 60-Jährigen. Der Anteil der über 50-Jährigen nimmt allerdings kontinuierlich zu, während der Anteil der unter 50-jährigen ebenso kontinuierlich abnimmt. Aktuell liegt das Verhältnis bei 45 Prozent (über 50-Jährige) zu 55 Prozent.

Autor: [www.bwv.de](http://www.bwv.de)

## *Erster Asset Protection Kongress:*

# Was macht diesen Kongress so einzigartig?

## Die Zukunft für Finanzdienstleister: Erster Asset Protection Kongress am 20.+21. Oktober 2021

**W**ird die Finanzbranche wirklich unverändert so weitermachen? Ist es wirklich egal, wie viele Versicherer kurz vor dem Pleite stehen?

Ist es wirklich egal, dass viele Finanzprodukte noch nie eingebracht haben, oder auch künftig nie einbringen werden, was Initiatoren und Anbieter den Beratern und deren Kunden Jahrzehnte lang suggerierten? Ist es wirklich egal, dass Versicherungsvertreter und Bankberater immer mehr unter Druck verkaufen müssen, was die Branche diktiert? Ist es wirklich egal, wie sich Kapitalanlagen, die staatliche Rente, die betriebliche Altersversorgung, die Steuerbelastung der Bürger, und so manche politischen Phantasien zu Lastenausgleich und Zwangsabgaben entwickeln?

Erst Corona, dann die Bundestagswahl, und danach? Was wird aus unserem Geld? Viele Bürger befürchten weitere Krisen, massive Steuererhöhungen, Zwangsabgaben und Vermögensverluste!

Mittlerweile entwickelt sich das Thema "Asset Protection" auch in Deutschland zu einem außergewöhnlich schnell wachsenden Bereich innerhalb der ansonsten relativ stagnierenden Finanzbranche. Der Grund dafür: Unternehmer und Privatpersonen haben kein Vertrauen mehr in Banken, Versicherer und den Staat. Sie wollen ihr Vermögen schützen!

Dieser Kongress ist keine Plattform für dutzende oder gar hunderte Produkthanbieter, mit den immer gleich stereotyp formulierten "besten Produkten und Tarifen". Er hat weder Platz für "tschakka-tschakka", für lärmendes Marketing, für Referenten, die gelangweilt die Eigenschaften ihrer Produkte herunterleiern, für "Tütenträger" und "Kugelschreiber-Einsammler", noch für Dienstleistungsanbieter ohne nachhaltige und inspirierende Lösungen.

Der Kongress richtet sich an Banker, Versicherungsberater, Finanzberater, Bauspar- und Finanzierungsberater, Vermögensberater, Immobilienmakler und auch Steuerberater jeden Geschlechts, die mit Leidenschaft, innerem Antrieb und Kompetenz etwas bewegen, und noch viel mehr bewegen wollen und werden. Menschen, die sich ernsthaft fragen: „Soll es das etwa schon gewesen sein?“

"Asset Protection Konzeption" ist eine andere Vorgehensweise, ein anderer Ansatz, eine andere Arbeitsweise mit wesentlich mehr Erfolgsaussichten für alle Beteiligten. Diskutieren Sie mit – profitieren Sie mit. Bringen Sie sich ein. Melden Sie sich an, wenn Sie dazu passen!

### **Es ist Zeit für Veränderung der Finanzbranche!**

Erster Asset Protection Kongress: Warum ist dieser Kongress so einzigartig? Anmeldung unter: [www.Asset-Protection-Kongress.de](http://www.Asset-Protection-Kongress.de)  
Autor: [www.dgfrp.de](http://www.dgfrp.de)

# Für Ihre NOTIZEN



# IHR SPEZIALIST FÜR LOGISTIK-INVESTMENTS



Gründung  
**2011**



Logistikinvestments  
**> 200**



Standorte  
**HAMBURG  
CHAM  
KÖLN** (Oberpfalz)



Mit Investoren  
geschlossene Verträge  
**> 14.500**



Mitarbeiter in Deutschland  
**> 40**



Anlegerkapital in EUR  
**> 400 Mio.**



Erfüllungsquote  
**100%**



Geleistete Miet-, Zins- und  
Rückzahlungen in EUR  
**> 200 Mio.**

**Vollintegrierter Asset-Manager:** Zur Unternehmenstgruppe gehören u.a. die Axis Intermodal Deutschland GmbH, das größte Vermietunternehmen für Wechselkoffer in Europa, der Containermanager Noble Container Leasing Ltd. mit Standorten u.a. in Hongkong, Singapur und Seoul sowie eine Beteiligung an dem Datensicherheits- und Datenbankspezialisten Maverick Media Consulting GmbH.

**100%-Erfüllungsquote:** Seit Unternehmensgründung im Jahr 2011 wurden alle Miet-, Zins- und Rückzahlungsverpflichtungen in voller Höhe erfüllt. Alle Investments laufen planmäßig oder wurden planmäßig abgeschlossen.



**Wichtige Hinweise:** Die ist eine Marketingmitteilung der Solvium Capital Vertriebs GmbH, Englische Planke 2, 20459 Hamburg, die ausschließlich Informationszwecken dient. Sie erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sie stellt weder eine Anlageberatung noch eine Anlageempfehlung/Finanzanalyse noch ein Angebot zum Erwerb eines Anlageprodukts dar. Eine Anlageentscheidung muss immer auf der Prüfung des Verkaufsprospekts des jeweiligen Produkts beruhen. Die vollständigen Angaben zum jeweiligen Produkt, einschließlich der Darstellung der jeweiligen wesentlichen Risiken, sind einzig dem jeweiligen Verkaufsprospekt zu entnehmen. In der der Vergangenheit erzielte Erträge bzw. Renditen und Prognosen sind keine Garantie und kein Indikator für zukünftige Gewinne bzw. Auszahlungen. Hinsichtlich der Vermögensanlage „Logistik Opportunitäten Nr. 3“ ist zusätzlich zu beachten:

**Der Erwerb der Vermögensanlage ist mit erheblichen Risiken verbunden und kann zum vollständigen Verlust des eingesetzten Vermögens führen. Der in Aussicht gestellte Ertrag ist nicht gewährleistet und kann auch niedriger ausfallen.**

Der veröffentlichte Vermögensanlagen-Verkaufsprospekt zu dieser Vermögensanlage und evtl. Nachträge hierzu sowie das Vermögensanlagen-Informationsblatt sind auf der Internetseite [www.solvium-capital.de/logo3](http://www.solvium-capital.de/logo3) abrufbar oder können kostenlos bei der Solvium Logistik Opportunitäten Nr. 3 GmbH, Englische Planke 2, 20459 Hamburg angefordert werden.

Verkaufsunterlagen zu etwaigen weiteren von der Solvium Capital Vertriebs GmbH vertriebenen Anlageprodukten sind in deutscher Sprache auf der Internetseite [www.solvium-capital.de](http://www.solvium-capital.de) abrufbar.