

+ Kapitalanlage + Versicherung + Investment + Finanzierung + Betrieb +

VERTRIEBSERFOLG 2022



**Zukunftsweisende Perspektiven und Strategien
für Vermittler und Berater!
Innovative, ausgezeichnete Produkte
und Dienstleistungen**

FinanzBusinessMagazin.de

Für Entscheider der Finanzbranche

Ausgabe eMagazin Februar 2022

IHR SPEZIALIST FÜR LOGISTIK-INVESTMENTS



Gründung
2011



Logistikinvestments
> 200



Standorte
**HAMBURG
CHAM
KÖLN** (Oberpfalz)



Mit Investoren
geschlossene Verträge
> 14.500



Mitarbeiter in Deutschland
> 40



Anlagekapital in EUR
> 400 Mio.



Erfüllungsquote
100%



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

Vollintegrierter Asset-Manager: Zur Unternehmensgruppe 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, ABC-Str. 21, 20354 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. 4“ 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/logo4 abrufbar oder können kostenlos bei der Solvium Logistik Opportunitäten Nr. 4 GmbH, ABC-Str. 21, 20354 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 abrufbar.

EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,

wie stark beeinflusst die nun seit zwei Jahren anhaltende Corona-Pandemie den Vertrieb von Versicherungs- und Finanzprodukten? Wie zufrieden sind Kunden mit ihren Finanzberatern? Wo liegt die Zukunft: Eher in der Provisionsberatung oder einer Honorarberatung?

Laut einer aktuellen Studie gehen insgesamt 76 Prozent der Vermittler davon aus, dass die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie dauerhaft sein werden. Dabei rechnet nur ein Drittel mit positiven Folgen, 42 Prozent gehen von negativen Auswirkungen aus. Trotz der Einführung neuer Tools finden nur 15 Prozent der Beratungsgespräche über Onlinekanäle statt.

Der Vergleich zwischen Kunden und Vermittler hinsichtlich ihrer Einstellung zu Online bzw.- Offline-Beratung zeigt, dass die Kunden die Online-Beratung signifikant positiver einschätzen als die Vermittler. 54 Prozent der Kunden empfinden Online-Beratung als gleich gut im Vergleich zu Offline, 16 Prozent finden Online sogar besser bis viel besser. Die Vermittler sind dahingegen deutlich zurückhaltender.

Welche Investments werden die Trends in diesem Jahr? Was kommt auf Vermittler regulatorisch zu?

Insbesondere in Zeiten von Nullzinsen ist die Anlage in Wertpapiere für jeden Bürger ein unerlässlicher Baustein für die Vermögensbildung und die private Altersvorsorge. Dies haben auch die europäischen Gesetzgeber erkannt und die Stärkung der privaten Vermögensanlage als eines der wichtigsten Ziele bei der Schaffung einer europäischen Kapitalmarktunion festgeschrieben.

Ab August 2022 sind Makler dazu verpflichtet, die Nachhaltigkeitspräferenzen ihrer Kunden bei Geldanlagen im Sinne der ESG-Taxonomie-Verordnung zu berücksichtigen: Der Berater muss nun nicht nur die Präferenz zu Produkten abfragen, er muss künftig auch über die Nachhaltigkeit der Produkte berichten.

Leider passieren immer wieder Anlegerskandale im Sachwertebereich die Vermittler stark in Mitleidenschaft ziehen. Dies führt zu Unsicherheiten in Bezug auf die Auswahl von Produktanbietern. Wie den „richtigen“ Anbieter finden?

Antworten auf diese und viele weitere spannende Themen finden Sie in dieser Ausgabe von „Vertriebserfolg 2022“.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre mit aktuellen Entwicklungen, Studien, Umfragen, News und rechtlichen Themen rund um den Vertrieb in der Versicherungs- und Finanzbranche.

Viel Erfolg!

Ihr Team vom FinanzBusinessMagazin.de

**Aktuelle Informationen unter www.FinanzBusinessMagazin.de
und www.wmd-brokerchannel.de**

VERTRIEB

- 6 Diskrepanz zwischen Kunden- und Vermittlerwahrnehmung: Online-Beratung wird von Kunden deutlich positiver eingeschätzt
- 7 Beratungsqualität: Individuell statt von der Stange: Mit dieser Checkliste finden Anleger professionelle Finanzberater
- 9 KPMG-Studie: Provisionsverbot würde breite Bevölkerungskreise von Finanzberatung ausschließen
- 10 Studie: Mehrheit der Deutschen stellt Finanzberatern gutes Zeugnis aus
- 12 ESG: Die Uhr tickt
- 13 Auswirkungen des Regierungswechsels auf die Rahmenbedingungen der Finanzbranche
- 15 Vermittlerbetriebe berichten ab jetzt über ihr nachhaltiges Verhalten und Wirken
- 16 Immobilie, Aktie oder doch Riester? Wie die Deutschen gerne die Rentenlücke schließen würden
- 17 Studie: Online-Beratung in der Baufinanzierung mit deutlichen Schwächen
- 18 Vermittler wollen mehr Action auf ihren Social-Media-Präsenzen
- 19 Blau direkt: Sieger bei der Wahl zum „Maklerpool 2021“
- 21 MAXPOOL unter den Top-5 der beliebtesten Maklerpools
- 21 JDC kooperiert mit Konzern Versicherungskammer
- 22 Meilenstein: VEMA nimmt 4000sten Maklerbetrieb auf
- 23 Für faire Finanzberatung ausgezeichnet
- 24 CLARK integriert Finanzen Group und wird zum führenden europäischen Insuretech
- 25 Wachstumsinvestor beteiligt sich an Fonds Finanz
- 26 Apella bleibt inhabergeführtes Unternehmen
- 27 Neues Beratungstool: Lohnt sich eine Fondspolice im Vergleich zum Fondssparplan?
- 27 Neues Beratungstool „fino-Cockpit“ unterstützt Vermittler
- 28 Als Finanzberater den Ruhestand sichern: So sorgt man mit einer Verrentung fürs Alter vor

INTERVIEW

- 30 Resultate Nachfolge Check – Fitness-Messer für die Unternehmensnachfolge
*Beitrag von **Andreas W. Grimm**, Geschäftsführer, Resultate Institut für Unternehmensanalysen und Bewertungsverfahren GmbH*
- 32 Mega-Trend Logistik: Was macht Investments in Logistik-Equipment besonders attraktiv?
*Interview mit **André Wreth**, Vorstand Solvium Holding GmbH und **Jürgen Kestler**, Geschäftsführer Solvium Capital Vertriebs GmbH*
- 34 „Patriarch und Mediolanum – eine Erfolgsstory zündet die nächste Stufe“
*Interview mit **Dirk Fischer**, Geschäftsführer, Patriarch Multi-Manager GmbH*
- 36 Healthcare-Immobilien: Langfristige Investitionen in Sachwerte mit regelmäßigen Ausschüttungen
*Interview mit **Rauno Gierig**, Geschäftsführer, Chief Sales Officer (CSO), Verifort Capital Group GmbH*
- 38 Im Anlegerfokus: Immobilienbeteiligung mit überzeugendem Track-Record
*Interview mit **Jörg S. Walter**, Geschäftsführer, IVM GmbH*
- 40 ASSET PROTECTION KONGRESS: Alles zum eigenen Vermögensschutz in unsicheren Zeiten
*Interview mit **Peter Härtling**, Geschäftsführer, CEO, Deutsche Gesellschaft für RuhestandsPlanung*
- 42 Bei Kunden attraktive Einkommenspotentiale öffnen
*Interview mit **Torsten Flenius**, Geschäftsführer, CP Capital Pioneers GmbH*
- 44 Das absolut unfälschbare Edelmetall...
*Interview mit **Ingo Wolf**, Direktor des Osmium Instituts zur Inverkehrbringung und Zertifizierung von Osmium GmbH*

INVESTMENT

- 48 VV-Produkte: Königsweg für Berater
- 50 Vermittler-Umfrage: Nachfrage-Boom bei ETFs setzt sich fort
- 51 Diese Faktoren sollten in der Finanzplanung berücksichtigt werden
- 52 Deshalb ergibt Finanzberatung Sinn
- 54 FPSB: Die Tücken der nachhaltigen Geldanlage – und wie Sie sie vermeiden
- 55 Umfrage: ESG ist im Beratungsalltag angekommen, doch es herrscht Unsicherheit bei Regulierung und Ratings

- 56 Plansecur empfiehlt Wertpapiersparpläne gegen die Inflation
- 57 Vermögensverwaltungsportfolios: Raus aus der Klemme zwischen Verwaltungsaufwand und Kundenberatung
- 58 Ruhestandsplanung: Nach 7 Jahren setzen sich die Themen langsam durch
- 59 Vertriebspartner der ebase rechnen überwiegend mit einem wachsenden Firmenkundengeschäft

VERSICHERUNG

- 61 Eisberg oder Rückenwind? Versicherungsvertrieb in und nach der Corona-Pandemie
- 63 AfW: Versicherungsvermittler-Aufsicht durch die IHKs funktioniert
- 64 Fehlanreize im Versicherungsvertrieb? BVK sieht keinen Handlungsdruck zur Prüfung
- 65 Präferenz für Versicherungsberatung durch Banken deutlich gesunken
- 66 Umfrage: Vermittler für junge Leute wichtiger als Portale
- 67 Gute Schadensregulierung ist die vordringlichste Kundenanforderung – Das Wichtigste an der Beratung ist der Berater selbst
- 69 Policen Direkt Maklerbarometer 2021: Verlieren Deutschlands Makler den Spaß an ihrem Beruf?
- 70 Aktualisierte BVK-Checkliste hilft Vermittlern bei Erfüllung der EU-Transparenzverordnung
- 71 AFW: FAQs zu Geldwäscheprävention
- 71 Vier Gründe für die Fondspolice
- 72 BAV: Kompetente Beratung rückt noch stärker in Vordergrund
- 74 Trend zur gemischten Finanzierung der Betriebsrente nimmt zu
- 75 Besitzstände in der BAV antasten?
- 76 Betriebliche Altersvorsorge 2022: Mehr Zuschüsse für Arbeitnehmer – komplexe Anforderungen an Arbeitgeber
- 77 Benchmarkstudie zu versicherungsmathematischen Gutachten: Steigender Bedarf an individueller Beratung
- 79 Betriebliche Krankenversicherung: Die Bandbreite der Leistungen ist sehr groß
- 80 DFSI Qualitätsrating: Die besten Lebensversicherer 2021/2022
- 82 Analyse Policen Direkt: 33 Lebensversicherer können gesetzliche Reserven nicht primär bedienen
- 83 DFSI Qualitätsrating: Die besten privaten Krankenversicherer 2021/2022
- 85 Studie: Berater bleiben zentraler Abschlusstreiber und Abschlussweg in der Krankenzusatz-Sparte
- 87 Private Krankenvollversicherung: Wie und wo sich Neukunden und Wechsler am besten gewinnen lassen
- 90 Grüner, modularer, individueller: Unternehmer profitieren von Trends bei Gewerbeversicherungen
- 92 Disruption und Digitalisierung: Vor diesen Herausforderungen steht die Gewerbeversicherungsbranche in 2022
- 93 Maklerportale der Versicherer: Viel Luft nach oben
- 95 Berufsunfähigkeitsversicherung: Warum wird so selten gezahlt?
- 96 Makler und Mehrfachagenten verkaufen erstmals mehr Lebensversicherungen als Einfirmenvertreter
- 97 Mehr Durchblick bei der BU-Leistungspraxis
- 99 Favoriten der VEMA-Makler in Fotovoltaik und Elektronik
- 99 Favoriten der VEMA-Makler im Bereich der Betriebs- bzw. Berufshaftpflichtversicherungen für Ärzte, Tierärzte und Heilnebenberufe
- 100 Welche Versicherer im Bereich der betrieblichen Vorsorge bevorzugen VEMA-Makler?

RECHT

- 102 Warum Makler das Thema Hinterbliebenenschutz (für sich selbst) nicht außer Acht lassen sollten
- 103 Haftungsbegrenzung durch die bestehende Versicherungssumme des Versicherungsvertrages oder aus dem Maklervertrag?
- 107 MiFID II und FinVermV konforme Aufzeichnung von Microsoft Teams mit dem MiFID-Recorder
- 108 FPSB: Spuren im Netz – so lässt sich der digitale Nachlass regeln
- 110 Neuer digitaler Service für Vermittler: SDK bietet Vertriebspartnern kostenlos die juristische Informationsplattform appRIORI
- 111 Wie sicher ist meine Maklerrente?
- 112 Bestandsverkauf – wer denkt eigentlich an die Kunden? Was bedeuten verschiedene Nachfolgemodelle in der Praxis für die Kunden?
- 113 Verpflichtender Arbeitgeberzuschuss: Strafrechtliche und finanzielle Konsequenzen bei Pflichtverletzung

IMPRESSUM

- 26 Impressum

Diskrepanz zwischen Kunden- und Vermittlerwahrnehmung: Online-Beratung wird von Kunden deutlich positiver eingeschätzt

Mehr als 70 Prozent der Vermittler wünschen sich bessere Unterstützung durch digitalisierte Prozesse ihrer Produktgeber. Meistgenannte Probleme sind Medienbrüche im Antragsprozess, der digitale Datenaustausch mit Versicherern bzw. zwischen Versicherer und Vermittler sowie Hürden beim Zugang zu Portalen. Das ist ein Ergebnis der Digitization Study der auf die Versicherungsbranche spezialisierten Managementberatung EY Innovalue, künftig EY-Parthenon.



Quelle: © metamorworks - AdobeStock.com

„Weniger administrative Tätigkeiten und mehr vertrieblicher Support sind die klaren und nachvollziehbaren Erwartungen der Vermittler an die Digitalisierungsinitiativen der Produktgeber“, sagt Tobias Schulz, Director bei EY Innovalue. „Allerdings ist es mit der reinen Bereitstellung von Lösungen nicht getan. Die Versicherer müssen die Vermittler intensiver bei deren Einsatz begleiten. Dies gilt insbesondere für das digital unterstützte Beratungsgespräch.“

Anzahl der digitalen Vorreiter verdoppelt

Fast ein Drittel der befragten Vermittler sieht sich als Vorreiter in der Nutzung digitaler Lösungen ihrer Produktgeber. Im Vergleich

zum Vorjahr ist das ein Anstieg um 15-Prozent-Punkte. Grund für diese Steigerung ist die veränderte Einstellung gegenüber neuen digitalen Medien im Zuge der COVID-19-Pandemie. Mehr als 60 Prozent der Vermittler gaben an, dass sie nun eher bereit sind, die digitalen Angebote zu nutzen als vor der Pandemie.

Die meisten Vermittler schätzen ihr eigenes digitales Angebot als ausreichend ein

Durch Lockdowns und Kontaktbeschränkungen konnten klassische Beratungstermine nur eingeschränkt stattfinden. Deshalb haben 62 Prozent der befragten Vermittler neue digitale Beratungsformen eingeführt. Vor allem Videoberatung (47 Prozent), Live-Chats (22 Prozent) und Co-Browsing via Telefon (13 Prozent) waren hier die beliebtesten Optionen. Insgesamt geben 81 Prozent der Vermittler an, zufrieden mit Ihrem digitalen Angebot zu sein.

Kunden befinden Online-Beratung für gut

Trotz der Einführung neuer Tools finden nur 15 Prozent der Beratungsgespräche über Onlinekanäle statt. Der Vergleich zwischen Kunden und Vermittler hinsichtlich ihrer Einstellung zu Online- bzw. -Offline-Beratung zeigt, dass die Kunden die Online-Beratung signifikant positiver einschätzen als die Vermittler. 54 Prozent der Kunden empfinden Online-Beratung als gleich gut im Vergleich zu

Offline, 16 Prozent finden Online sogar besser bis viel besser. Die Vermittler sind dahingegen deutlich zurückhaltender. Über die Hälfte (55 Prozent) schätzt die Beratung als schlechter ein, 41 Prozent als gleichwertig und nur 3 Prozent halten den Prozess für eine bessere Alternative.

Veränderungen sind langfristig

Insgesamt gehen 76 Prozent der Vermittler davon aus, dass die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie dauerhaft sein werden. Dabei rechnet nur ein Drittel mit positiven Folgen, 42 Prozent gehen von negativen Auswirkungen aus. „Durch die Pandemie hat sich das Tempo der Veränderungen in den Vertriebsprozessen deutlich erhöht“, sagt Tobias Schulz. „Besonders wichtig wird es sein, die stärkere Verbindung von digitalen Lösungen und persönlicher Beratung so auszugestalten, dass sie für die Vermittler kein Problem, sondern eine echte Lösung darstellt.“

Über die EY Innovalue Digitization Study 2020

Die Managementberater von EY Innovalue haben für die Datenerhebung der siebten Digitization Study über 70 Vermittler und 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 und digitalem Unterstützungsbedarf.

Autor: www.ey.com

Beratungsqualität: Individuell statt von der Stange: Mit dieser Checkliste finden Anleger professionelle Finanzberater

Professionelle Altersvorsorge und langfristige Finanzplanung werden immer wichtiger – Qualifikation des Beraters wird zunehmend zum Erfolgsfaktor

Die finanzielle Absicherung im Alter bereitet den Menschen hierzulande Sorge. Laut einer Umfrage im Auftrag des Versicherungsverbandes GDV im Mai dieses Jahres haben rund 53 Prozent der Befragten Zweifel, dass ihre finanzielle Absicherung für den Ruhestand reicht. Denn schon heute ist klar, dass die gesetzliche Rente aufgrund der demografischen Entwicklung künftig immer weniger ausreichen wird. "Wir vom FPSB Deutschland, dem Verband der Finanzplaner, sehen es deshalb als eine unserer zentralen Aufgaben, die Finanzbildung hierzulande zu verbessern und den Menschen den Mehrwert einer professionellen Finanzplanung nahezuzubringen", sagt Professor Dr. Rolf Tilmes, CFP®, und Vorstandsvorsitzender des FPSB Deutschland. "Nur so können Anleger verhindern, dass das Geld im Alter zu knapp ist."

FPSB Deutschland für mehr Beratungsqualität: was Kunden von Beratern erwarten sollten

Um den Mehrwert einer durchdachten und professionellen Finanzplanung zu verdeutlichen und für mehr Finanzwissen zu sorgen, nimmt der FPSB Deutschland in diesem Jahr zum fünften Mal an der vom 4. bis 10. Oktober statt-

findenden IOSCO World Investor Week sowie am Weltfinanzplanungstag am 6. Oktober teil. Der Weltfinanzplanungstag selbst wird vom Financial Planning Standards Board Ltd. (FPSB Ltd.), dem internationalen Dachverband der Certified Financial Planner®, zu dem auch der FPSB Deutschland gehört, organisiert. Er steht in diesem Jahr unter dem Motto "Lebe heute. Plane für Morgen."

Der Verband begleitet die gesamte Woche mit Pressemitteilungen und Informationen rund um das Thema Altersvorsorge und Finanzplanung.

So ist es zum Beispiel entscheidend, dass Anleger einen Berater haben, der hoch qualifiziert ist und dem sie vertrauen können. "Nur bestens ausgebildete Finanzplaner, die stets auf dem aktuellsten Wissensstand sind, können eine qualitativ hochwertige Beratung, die zu einer ausreichenden finanziellen Absicherung im Alter führt, leisten", sagt Tilmes.

'Individualität' und 'Ganzheitlichkeit' als Erfolgsfaktoren in der Beratung privater Kunden

Um eine individuell ausgerichtete und professionelle Finanzberatung von einer Standardberatung zu unterscheiden, sollten Kunden genau hinschauen und vor allem hinhören. 'Individualität' und 'Ganzheitlichkeit' sind Erfolgsfaktoren, um qualitativ hochwertig beraten zu können. Die folgende

Checkliste gibt einen Überblick über Fragen, die ein guter Berater seinen Kunden unbedingt stellen sollte:

Fragenkomplex 1: Persönliche Situation, Ziele, Pläne, Visionen für die Zukunft

Wie ist Ihr persönlicher Hintergrund, insbesondere hinsichtlich Ihrer Familienstruktur? Gibt es besondere familiäre Konstellationen zu berücksichtigen? Könnten sich in Zukunft zum Beispiel durch Fürsorgepflichten oder biometrische Risiken zusätzliche, bisher unerkannte finanzielle Verpflichtungen oder Unwägbarkeiten ergeben? Sehen Sie sich und Ihre nächsten Angehörigen für den Fall, dass plötzlich etwas Unvorhergesehenes geschieht, jederzeit finanziell ausreichend abgesichert? Haben Sie Verfügungen für Notfälle getroffen? Wo sehen Sie sich in zehn oder 20 Jahren? Welche Herausforderungen ergeben sich für Sie daraus? Gibt es persönliche Wünsche, die Sie in den kommenden Jahren verfolgen? Wie sehen Ihre langfristigen Ziele und Pläne aus und wie wollen Sie diese verwirklichen? Welche Ansprüche haben Sie an die Beratung?

Fragenkomplex 2: Fragen zum Status quo und zum Vermögen sowie der Liquiditätssituation

Wie sieht Ihre Gesamtsituation derzeit konkret aus? Welche Investitionen in Wertpapiere, Im-

mobilien, Beteiligungen oder Versicherungen haben Sie getätigt? Welche Erfahrungen haben Sie in jüngster Zeit im Bereich der privaten Vermögensanlage gemacht? Wie ist Ihr Vermögen bislang insgesamt strukturiert, wo legen Sie Ihr Geld an und wie waren die bisherigen Ergebnisse Ihrer Kapitalanlage? Was haben Sie bisher getan, um Ihre Pläne zu verwirklichen? Welche konkreten Schritte planen Sie und was hat für Sie dabei Priorität? Wie wichtig sind Ihnen Übersicht und Struktur Ihres Vermögens? Welche größeren Vermögensveränderungen erwarten Sie in den kommenden Jahren? Welche Zielstruktur sollte Ihr Gesamtvermögen haben? Wie stellen sich Ihre jährlichen Einnahmen und Ausgaben im Detail dar? Wann erwarten Sie gegebenenfalls Zuflüsse oder außergewöhnliche Ausgaben?

Fragenkomplex 3: Anforderungen an liquide Anlagekonzepte

Welche Ziele verfolgen Sie mit Ihrer Kapitalanlage? Welche Renditeerwartung haben Sie bei einer Anlagedauer von fünf bis zehn Jahren? Welche Mindestrendite muss auf jeden Fall erreicht werden? Berücksichtigen Sie hierbei auch Steuern, Kosten und/oder die Inflation? Speziell zum Thema Risiko: Was bedeutet für Sie 'Risiko'? Mehr Schwankungsintensität oder mehr Verlustrisiko? Wie viel Risiko können und wollen Sie eingehen? Welchen Schwankungen darf Ihr

Gesamtvermögen unterliegen? Speziell zum Umgang mit Verlusten: Welchen kurzfristigen Verlust nehmen Sie bei Ihren Kapitalanlagen in Kauf? Wie reagieren Sie auf temporäre Verluste von zum Beispiel 30 Prozent?

Fragenkomplex 4: Immobilien und sonstige Vermögenswerte

In welchem Umfang möchten Sie in Immobilien gegebenenfalls investieren beziehungsweise wie hoch ist das angedachte Eigenkapital? Welche Anforderungen bestehen hinsichtlich Liquidität und Fungibilität der Anlage, also Anlagedauer und Flexibilität? Welche Zielsetzung und Risikotoleranz verbinden Sie mit einem Immobilien-Engagement? Gibt es Präferenzen hinsichtlich der Regionen oder Nutzungsarten und über welche Erfahrungen und Ressourcen verfügen Sie bezüglich der Investition in und dem Management von Immobilien? Was wäre Ihnen bei der Investition in unternehmerische Beteiligungen wichtig? Kennen Sie die Vor- und Nachteile von Private Equity Investitionen? Haben Sie eine Vorstellung, wie sich eine Ziel-Vermögensstruktur auf Basis Ihrer individuellen Vorgaben darstellen könnte?

Fragenkomplex 5: Fragen nach dem Entscheidungsprozess

Nach welchen Kriterien werden

Sie Ihre Entscheidungen letztendlich treffen? Wen werden Sie in die Entscheidungsfindung einbeziehen? In welchem Zeitraum werden Sie sich entscheiden? Haben Sie alle nötigen Informationen zur Entscheidungsfindung?

“Diese Checkliste ist nur ein grober Überblick über die Fragen, die ein professioneller Finanzplaner zu Beginn des Beratungsprozesses unbedingt stellen sollte“, erklärt Prof. Tilmes, der neben seiner Vorstandstätigkeit auch Academic Director Finance & Wealth Management an der EBS Executive School, Oestrich-Winkel, ist. Schließlich müssen dazu Themen wie persönliche Haftung, Vermögensnachfolge oder gegebenenfalls Fragen rund um das eigene Unternehmen, unbedingt angesprochen werden.

Doch berücksichtigt häufig und in der Breite eine Vielzahl von Finanzberatern den ganzheitlichen Vermögenshintergrund ihrer Kunden gar nicht. Vielmehr ist eine zu wertpapierorientierte Beratung von Private Clients leider die Regel. Damit aber ist eine gute Beratung nicht möglich.

“Dabei dürfte die genannte Liste bereits deutlich machen, dass eine qualitativ hochwertige Finanzberatung den Kunden und seine Gesamtsituation sehr tiefgreifend analysiert“, so der Experte weiter. “Schließlich ist das die Grundvoraussetzung für eine langfristig ausgerichtete und erfolgreiche Finanzplanung.“ Die Erkenntnisse aus den Fragen fließen dann in den zu erstellenden Finanzplan und in ein ganzheitlich ausgerichtetes Anlagekonzept mit Bezug auf das Gesamtvermögen ein. Ausgangspunkt einer qualitativ hochwertigen Beratung sollte also grundsätzlich immer die Erstellung eines Vermögensstatus sein.

Autor: www.fpsb.de



Quelle: © Funtap - AdobeStock.com

KPMG-Studie: Provisionsverbot würde breite Bevölkerungskreise von Finanzberatung ausschließen

Die Provisionsberatung sichert allen Teilen der Bevölkerung einen professionellen Vermögensaufbau und die Teilhabe am Kapitalmarkt. Ein Wechsel ausschließlich zur Honorarberatung, wie derzeit von einigen Parteien und Verbraucherschützern gefordert, würde hingegen breite Bevölkerungskreise gravierend benachteiligen. Das ist ein Ergebnis einer heute veröffentlichten Studie der Beratungsgesellschaft KPMG im Auftrag der Deutschen Kreditwirtschaft (DK) sowie des deutschen Fondsverbands BVI sowie des Deutschen Derivate Verbands (DDV).

Vor allem Verbraucher mit geringen und mittleren Anlagebeträgen würden durch die Honorarberatung von der Beratung abgeschnitten, da sie zu teuer wäre. DK, BVI und DDV fordern daher, dass Anleger weiterhin die freie Wahl zwischen einer Beratung auf Provisions- oder Honorarbasis haben müssen.

Provisionen finanzieren flächendeckendes Beratungsangebot

Insbesondere in Zeiten von Nullzinsen ist die Anlage in Wertpapiere für jeden Bürger ein unerlässlicher Baustein für die Vermögensbildung und die private Altersvorsorge. Dies haben auch die europäischen Gesetzgeber erkannt und die Stärkung der privaten Vermögensanlage als eines der wichtigsten Ziele bei der



Schaffung einer europäischen Kapitalmarktunion festgeschrieben. Aber häufig müssen Verbraucher erst von der Notwendigkeit eines Vermögensaufbaus überzeugt und an den Kapitalmarkt herangeführt werden. Dabei gibt es Unterschiede in den Beratungsmodellen. KPMG hat in der Studie festgestellt, dass die Honorarberatung bis zu einem Anlagebetrag von 25.000 Euro teurer als die provisionsbasierte Beratung ist. Dabei hat KPMG den aktuellen Stundensatz von im Schnitt 180 Euro unterstellt. Ausgehend von dem Median des Finanzvermögens deutscher Haushalte von 16.900 Euro liegen die Kosten für die Honorarberatung um 50 Prozent höher. Nach Angaben von KPMG prägen Sparer mit kleinerem Geldbeutel den Markt. So wird über die Hälfte (55 Prozent) der Wertpapiersparpläne mit maximal 100 Euro pro Monat bespart, bei über einem Viertel (28 Prozent) liegt der monatliche Sparbetrag unter 50 Euro.

Vor allem diese Verbraucher sind auf fachkundige Beratung angewiesen. Das leisten zum Beispiel bundesweit deutsche Banken und Sparkassen mit ihrer im europäischen Vergleich hohen Berater- und Filialdichte. Dieses Angebot ist für Kreditinstitute mit hohen Kosten verbunden, die anteilig durch Zuwendungen finanziert werden. Mit einem Provisionsverbot könnte dieses Angebot zu Lasten der beratungsbedürftigen Verbraucher nicht mehr aufrechterhalten werden.

74 Prozent der Verbraucher wollen nicht separat für Beratung bezahlen

Ein weiteres Ergebnis der Studie ist, dass die meisten Verbraucher nicht bereit sind, für eine Beratung zu bezahlen. Eine repräsentative Umfrage des Marktforschungsunternehmens Kantar hat ergeben, dass sich nur 16 Prozent der Befragten vorstellen können, für eine Beratung ein gesondertes

Honorar zu bezahlen. Dabei haben sie im Schnitt knapp 35 Euro als angemessenen Stundensatz angegeben, den tatsächlichen Wert von derzeit 180 Euro würden nur 0,3 Prozent bezahlen. Die überwiegende Mehrheit (74 Prozent) ist hingegen nicht bereit, für eine Beratung ein Honorar zu bezahlen. Im Falle eines Provisionsverbots bliebe zahlreichen Verbrauchern nur der Ausweg, weniger oder keine Beratung mehr in Anspruch zu nehmen. Da eine Beratung bei der Geldanlage aber ausweislich der Umfrage für 80 Prozent der Befragten unerlässlich ist, würde ein Verbot der Provisionsberatung

dazu führen, dass sie sich – entgegen dem erklärten Ziel des europäischen Gesetzgebers – von den Finanzmärkten abwenden und keine Finanzprodukte mehr kaufen oder – mit entsprechend höherem Risiko – ohne Beratung Produkte kaufen.

Beispiele aus dem Ausland haben sich nicht bewährt

Die Studie verweist auch auf die Feldversuche im Ausland. Welche Auswirkungen eine ausschließliche Honorarberatung hat, zeigt ein Blick in das Vereinigte Königreich, wo Provisionen 2013 ver-

boten wurden. Dort ist eine Beratungslücke für Kleinanleger bereits Realität. Studien der englischen Finanzaufsicht FCA zeigen, dass sich der Beratungsmarkt deutlich an höheren Vermögen (meist mindestens 60.000 Euro) ausrichtet. Vor allem Sparer mit geringen oder mittleren Anlagebeträgen können oder wollen sich eine Beratung nicht mehr leisten. Ähnliches gilt für die Niederlande, wo die traditionelle Anlageberatung fast ausschließlich im Private Banking zu finden ist und häufig ein Vermögen von mindestens 500.000 Euro voraussetzt.

Autor: www.bvi.de

Studie:

Mehrheit der Deutschen stellt Finanzberatern gutes Zeugnis aus

Die Mehrheit der Menschen in Deutschland ist mit ihren Finanzberatern nahezu durchgängig zufrieden. Dieses insgesamt positive Bild ist das Ergebnis einer breit angelegten Bürgerbefragung. Zugleich mahnen die Studienautoren: Noch mehr Regulierung könne die Existenz vieler Beraterkosten und die finanzielle Eigenverantwortung der Bürgerinnen und Bürger noch weiter schwächen.

In allen Qualitätskriterien für eine Beratung zeigt sich jeweils eine Mehrheit der 2000 Befragten zufrieden oder sehr zufrieden (Werte zwischen 52 und 70%). Das gilt auch für den Umfang und die Qualität der bereitgestellten Informationen. Hier sind es sogar 84 Prozent. Dabei hat die Form der Vergütung der Berater – Honorar oder Vermittlungsprovision – keinen erkennbaren Einfluss auf die Zufriedenheit.

Die beiden Autoren, die Professoren Michael Heuser von der Fachhochschule der Wirtschaft (FHDW) in Marburg und Matthias Beenken von der Fachhochschule Dortmund, bringen das Ergebnis ihrer umfangreichen Studie auf den Punkt: „Die immer wieder anzutreffende Behauptung, die Provisionsberatung übervorteile den Verbraucher, wird von letzteren so nicht gesehen und empfunden.“

Ein wesentliches Qualitätskriterium ist auch die Ausgewogenheit der Finanzberatung. Hier zeigt sich, dass die Kunden von (freien) Vermögens- und Finanzberatern jeweils die beste Ausstattung mit Versicherungen, Fonds und Aktien aufweisen.

Am schlechtesten versorgt sind diejenigen Kunden, die auf jegliche



Quelle: © navee - AdobeStock.com



Beratung verzichten. Unausgewogen sind die Portfolios auch bei den Kunden, die sich nur von einzelnen Produkthanbietern beraten lassen – sie haben weit überwiegend nur Versicherungs- oder nur Anlageprodukte dieser Anbieter. Zudem sind laut Studie auch Kunden, die sich von Verbraucherschutzinstitutionen beraten lassen, recht einseitig versorgt, und zwar ausgerechnet mit Lebensversicherungen, vor denen die Verbraucherschützer oft warnen.

„Die Provisionsberatung ist im Übrigen auch sozial ausgewogener als die Honorarberatung“, so Heuser und Beenken, „Provisionen belasten weniger vermögende Kunden geringer als vermögende Kunden.“ Erfahrungen des europäischen Auslands zeigen darüber hinaus, dass weniger vermögende Kunden auch weniger Honorarberatung in Anspruch nehmen und in Folge schlechter mit vermögensbildenden und Altersvorsorgeprodukten ausgestattet sind. „Das kann im Rentenalter dazu führen, dass staatliche Sozialleistungen in Anspruch genommen werden müssen“, schlussfolgern die Autoren. Am Ende

könnte daraus eine zusätzliche Belastung öffentlicher Kassen und des Sozialstaats entstehen.

Zu den empirischen Ergebnissen passen kontinuierlich geringe Beschwerdezahlen bei der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) und bei den Ombudsmännern. „Der empirische Befund liefere keine Hinweise auf ein strukturelles Problem, das der Branche gelegentlich unterstellt wird“, so Beenken und Heuser.

Zu ähnlichen Ergebnissen wie das DIVA kommt auch eine Studie der KPMG AG. Demnach würden bei einem Verbot der Provisionsberatung insbesondere Menschen mit nur geringen Anlagebeträgen nicht mehr fundiert beraten werden.

Im Wettbewerb der beiden Vergütungskonzepte ist die Honorarberatung trotz zahlreicher staatlicher Fördermaßnahmen in der Vergangenheit eine Nischenerscheinung ohne breite Akzeptanz geblieben. Nicht von ungefähr, so die beiden Wissenschaftler: „Die von Teilen der Politik vertretene Auffassung, die Honorarberatung müsse noch bessere Rahmenbedingungen be-

kommen, ist angesichts der sehr niedrigen Verbreitung durchaus vertretbar. Dies durch politische Zwangsmaßnahmen wie Provisionsdeckelungen oder gar -verbote erreichen zu wollen, führt aber eher zu einer Diskriminierung als zu einer Förderung des Wettbewerbs zwischen beider Vergütungsformen.“ Sie plädieren für die Beibehaltung des freien Wettbewerbs der beiden Vergütungskonzepte: „Kunden wollen frei zwischen Provisions- und Honorarberatung wählen können, und diesen Wunsch sollte die Politik auch als Maßstab heranziehen.“

Für die Studie befragte das Deutsche Institut für Vermögensbildung und Alterssicherung (DIVA) in Marburg 2000 Entscheider in privaten Haushalten in Deutschland, die in den letzten drei Jahren eine Finanzberatung in Anspruch nahmen. Im Mittelpunkt stand unter anderem die Frage: Empfinden die Bürger eine Beratung höherwertiger, wenn diese nicht mit der üblichen Provision für Beratung und Vermittlung, sondern über ein vom Kunden zu entrichtendes Honorar vergütet wird? Autor: www.diva.de

ESG: Die Uhr tickt

[pma:] Finanz- und Versicherungsmakler GmbH und Zielke Research Consult schaffen Haftungssicherheit für Vermittler bei der Umsetzung der EU-Taxonomie-Verordnung

Die Ausgangssituation: Ab August 2022 sind Makler dazu verpflichtet, die Nachhaltigkeitspräferenzen ihrer Kunden bei Geldanlagen im Sinne der ESG-Taxonomie-Verordnung zu berücksichtigen: Der Berater muss nun nicht nur die Präferenz zu Produkten abfragen, er muss künftig auch über die Nachhaltigkeit der Produkte berichten.

Die Meinung: Ein schwieriges Unterfangen, wie Dr. Bernward Maasjost, Geschäftsführer der [pma:] Finanz- und Versicherungsmakler GmbH, aus der Praxis weiß: „Die gesetzliche Aufgabenstellung ist klar formuliert, nicht hingegen die Umsetzungskriterien. Konkret bedeutet das: Finanzmarktteilnehmer, von Banken über Vermögensverwalter und Finanzvertriebe bis hin zu Versicherungsvermittlern, sind ab August 2022 verpflichtet, den Verbrauchern Informationen über die Auswirkungen von möglichen

Investitionsentscheidungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren zugänglich zu machen. Wie sie an belastbare Informationen gelangen sollen, ist jedoch noch völlig unklar“, führt der Finanzdienstleistungsexperte weiter aus.

Abwarten ist keine Lösung: „Aktuell ist es noch sehr schwer, unseren Maklern Unterstützung anzubieten, da viele Details noch nicht bekannt sind und vieles im Ungenauen liegt“, erläutert Dr. Maasjost. „Im Markt formieren sich aber aktuell Anbieter, die den Anforderungen Struktur geben möchten, wenn sie genauer wissen, was von der Legislative als Ergebnis erwartet wird. Erste Lösungen zeichnen sich ab.“

Lösungsanbieter: Zahlreiche Unternehmensberatungen und Fachleute arbeiten mit Hochdruck an Umsetzungen. Als Vorreiter hat Zielke Research Consult ein erstes Produktlabel über die Nachhaltigkeit im Sinne der Taxonomie-Verordnung entwickelt. Ende November wird es im Markt eingeführt. Dr. Carsten

Zielke, Geschäftsführender Gesellschafter der Zielke Research Consult GmbH, erläutert den Ansatz wie folgt: „Wir beurteilen sowohl das Sicherungsvermögen der Unternehmen als auch die Qualität des Fonds im Sinne der Artikel 8 und 9 gemäß SFDR bzw. der Taxonomie-Verordnung. Die zentrale Frage lautet: Ist der Fonds nachhaltig?“

Pragmatismus: Dr. Bernward Maasjost betrachtet die aktuelle Situation pragmatisch: „Mit diesem Produktlabel, erhalten unsere Partner Haftungssicherheit. Genau das ist es, was wir aktuell benötigen. Darum sind wir der erste Maklerpool, der eine Zusammenarbeit mit Zielke vereinbart hat. Momentan ist die Branche orientierungslos und ohne Plan“, weiß Dr. Bernward Maasjost aus der täglichen Praxis zu berichten. „Es ist Zeit, dieses ‚übersichtliche‘ Chaos zu beenden. Die Nachfrage nach nachhaltigen Anlageprodukten seitens der Kunden wächst auf jeden Fall.“

Autor: www.pma.de



Quelle: © Funtap - AdobeStock.com

Auswirkungen des Regierungswechsels auf die Rahmenbedingungen der Finanzbranche

Mögliche Provisionsbegrenzungen, neue Nachhaltigkeitskriterien, die Änderung der Aufsicht über Finanzanlagenvermittler:innen – die Liste umstrittener politischer Initiativen aus Sicht der freien Vermittler:innen ist lang. Der AfW-Hauptstadtgipfel eruierte bei führenden Finanzpolitikern den Sachstand und bot ihnen zugleich Orientierung und fundierte Sachinformationen an.



Führende Finanzexperten von Bündnis90/die Grünen, FDP und CDU äußerten sich auf dem 18. Hauptstadtgipfel des AfW Bundesverband Finanzdienstleistung in Berlin zu ihren Vorstellungen zur aktuellen Regulierung und stellten sich den Fragen der AfW-Fördermitglieder. Naturgemäß drangen aus den laufenden Koalitionsverhandlungen keine Details an die Öffentlichkeit, dennoch entstand ein Bild, womit die Branche in den nächsten Jahren an regulativen Eingriffen zu rechnen hat.

Viele regulatorische Eingriffe sind weiterhin auf der Agenda. Daher pflegt der Berufsverband weitreichende Netzwerkkontakte zu Politiker:innen und Entscheider:innen aus der Branche, um nachteiligen Entwick-

lungen frühzeitig entgegenwirken zu können. Die Pläne der neuen Regierungskonstellation aus SPD, Grünen und FDP und die vermuteten Inhalte des zum Zeitpunkt der Veranstaltung noch nicht veröffentlichten Koalitionsvertrags, spielten daher eine große Rolle.

Grüne: echter Wettbewerb zwischen Provision und Honorar

Stefan Schmidt, Mitglied im Finanzausschuss und zuständig für Anlegerschutz und finanziellen Verbraucherschutz für die Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen, betonte die große Relevanz einer besseren Finanzbildung, um weite Bevölkerungskreise in die Lage zu versetzen, Altersvorsorge und Finanzfragen eigenständig zu regeln – mit der Unterstützung versierter Berater:innen. In der Vergütungsdiskussion hatten sich die Grünen eindeutig für einen Wechsel von der Provisions- zur Honorarberatung ausgesprochen. „Das Mindeste wäre, einen echten Wettbewerb der Vergütungssysteme herzustellen“, zeigt sich Schmidt kompromissbereit. Dies sei bei weitem noch nicht der Fall, da derzeit auf einen/eine Honorarberater:in 158 mit dem Provisionssystem arbeitende Kolleg:innen kommen.

Zu echtem Wettbewerb gehört für Schmidt, die Kostentransparenz über Nettotarife auszuweiten und eventuelle Schwachstellen von Honorarordnungen zu

beseitigen. Der Nachteil einer Umsatzsteuerpflicht für ein Honorar im Vergleich zur umsatzsteuerbefreiten Provision könne unter der Prämisse eines fairen Wettbewerbs nicht bestehen bleiben. Schmidt sprach sich zudem für eine materielle Prospektprüfung seitens der BaFin aus und befürwortete die Aufsicht der Behörde über die rund 38.000 Finanzanlagenvermittler:innen, die in der abgelaufenen Legislaturperiode nicht umgesetzt werden konnte.

Grüne streben BaFin-Aufsicht für Finanzanlagenvermittler:innen weiterhin an

„Wir möchten diese Frage weiter aufbohren, wir sehen Interessenkonflikte, wenn die Aufsicht gleichzeitig auch die Interessenvertretung der Vermittler darstellt“, begründete Schmidt seine Position, räumte aber zugleich ein, dass die betroffenen Vermittler:innen nicht mit zusätzlichen Kosten belastet werden sollten. In der Diskussion mit offener Kritik der AfW-Fördermitglieder zeigte sich der Grünen-Politiker zugänglich für die seitens des AfW begründeten Argumente, die für eine Beibehaltung der funktionierenden Aufsicht der Kammern sprechen, auch wenn Schmidt zumindest die Eignung der Gewerbeämter infrage stellte.

Zum Thema Riester plädierte Schmidt gemäß Sondierungspapier für ein neues Fördersystem mit

einem neuen Namen, inklusive eines Bestandsschutzes für die mehr als 16 Millionen Riester-Verträge. „Das Vertrauen in die private Altersvorsorge muss wieder hergestellt werden“, soll laut Schmidt ein Leitthema der kommenden Legislaturperiode werden.



Quelle: © BillionPhotos.com - AdobeStock.com

FDP: Verbraucherschutz muss verhältnismäßig sein

Dr. Florian Toncar, Parlamentarischer Geschäftsführer der FDP-Bundestagsfraktion und in der vergangenen Legislaturperiode deren finanzpolitischer Sprecher, bestätigte in seinem Vortrag in vielen Punkten die AfW-Positionen. „Acht von neun Euro kommen aus der Privatwirtschaft. Den Finanzmarkt verstehen wir als Partner, der für dringend benötigte Investitionen sorgt“, erklärte Toncar. Alle drei Säulen der Altersvorsorge müssten gestärkt werden, wobei stets die Verhältnismäßigkeit der Mittel zu berücksichtigen sei. „Wir dürfen den Verbraucher nicht zu Tode schützen, denn er zahlt diesen Schutz stets über die Produkte“, wies Toncar auf ein bekanntes Dilemma des Verbraucherschutzes hin.

In der Diskussion um Provisionsverbote bezog der Finanzpolitiker ebenfalls klar Stellung: „Kein Ver-

gütungsmodell ist per se besser als das andere. Der Kunde darf nicht bevormundet werden. Der Zugang zu Beratung muss auch weiterhin für alle Bevölkerungsschichten erhalten bleiben“, so Toncar, der damit auf die aus Großbritannien bekannte „Advice Gap“ anspielte. Denn Provisionsverbote führten oftmals dazu, dass Beratung erst ab einem gewissen Verdienst und Vermögen erschwinglich sei.

Liberales wollen mehr Rendite in der Altersvorsorge fördern

Toncar betonte ferner die Vorteile einer einfach berechenbaren Abgeltungsteuer im Gegensatz zu einer Finanztransaktionssteuer, die eben nicht auf Spekulanten abziele, sondern letztlich immer den/die Kund:in belaste. Die im Sondierungspapier der Ampel-Partner aufgeführte Erhöhung des Sparerpauschbetrags auf 1.000 Euro sah Toncar als ein klares Signal für Anleger:innen. „Wir sollten künftig Regularien vermeiden, die einen feindseligen Blick auf Vorsorge und den Finanzmarkt werfen“, gab der FDP-Finanzexperte eine Leitlinie seiner Partei für die neue Regierung vor.

Bei der „unnötig schwach konzipierten Riester-Rente“ sprach sich Toncar für eine umfassende Reform mit weniger Bürokratie und einer Anpassung an das aktuelle Anlageumfeld mit Dauerniedrigzins aus. „Wir brauchen ein gefördertes Renditeprodukt. In den unteren Einkommensgruppen geht Sparen immer mit Konsumverzicht einher, die Förderung ist daher ein sehr wichtiger Anreiz“, so Toncar, der zudem das Umlagesystem der gesetzlichen Rente gern schrittweise auf Kapitaldeckung umstellen möchte und hier beklagte, dass frühere Politikergenerationen viel Zeit verloren hätten. Die Idee einer gesetzlichen Aktienrente mit Pflichtbeiträgen

in der ersten Schicht könne hier gut Teil einer tragfähigen Lösung für die Zukunft sein.

CDU sieht strukturelles Versagen der BaFin

Die künftige Opposition im Deutschen Bundestag war zwar nicht persönlich auf dem Hauptstadtgipfel präsent, AfW-Vorstand Frank Rottenbacher konnte jedoch mit Matthias Hauer, Mitglied im Finanzausschuss des Deutschen Bundestags ein vorab aufgenommenes Video-Interview führen. Hauer beklagte die Blockadehaltung der SPD bei vielen die Finanzdienstleistung betreffenden Initiativen der Großen Koalition und unterstrich, dass es seiner Partei zu verdanken gewesen sei, dass die BaFin-Kontrolle über die Finanzanlagenvermittler:innen angewendet werden konnte.

„Angesichts der sachgerechten Aufsicht der Kammern und der drohenden Mehrkosten gibt es hier einfach keine guten Argumente für eine Änderung ohne Not“, so Hauer. Zumal er als Obmann der CDU/CSU-Fraktion im Wirecard-Untersuchungsausschuss der BaFin multiples und strukturelles Aufsichtsversagen bescheinigte.

Der 18. AfW-Hauptstadtgipfel fand als Präsenzveranstaltung unter einem 2G-Konzept und Corona-Hygienebestimmungen am 17. November im Berliner Hotel Bristol statt. Rund 50 Vorständ:innen/Geschäftsführer:innen von AfW-Fördermitgliedern waren vertreten und bereicherten die Diskussion mit direkten Erkenntnissen aus Ihrer Berufspraxis. Der AfW gab zudem bekannt, dass im ablaufenden Jahr 12 neue Unterstützer:innen aus der Branche gewonnen wurden, die Zahl der Fördermitglieder liegt damit aktuell bei 78.

Autor: www.bundesverband-finanzdienstleistung.de

Vermittlerbetriebe berichten ab jetzt über ihr nachhaltiges Verhalten und Wirken

Klimawandel, Treibhausgase, der European Green Deal, Transparenzverordnung, Taxonomie und die Sustainable Finance. Die Begründungen und Anlässe für Vermittlerbetriebe, sich mit allen Aspekten der Nachhaltigkeit zu beschäftigen, sind zahlreich und nehmen weiter zu. Der berufständische Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) versteht Nachhaltigkeit als Werterhaltung und als das zentrale Konzept zum ständig zu verfolgendem Ausgleich von ökonomischen, ökologischen und sozialen Zielen.

„Mehr als das“, stellt BVK-Präsident Michael H. Heinz klar. „Das Geschäftsmodell der Vermittlerbetriebe ist per se nachhaltig. Durch die herausragende sozialpolitische Bedeutung der Vermittlung von Lösungen und Produkten zur Altersvorsorge und zur Risikoabsicherung befinden sich die Angehörigen unseres

Berufsstandes quasi in der Nachhaltigkeits-Pole-Position. Wir tragen somit zur Kernforderung der Nachhaltigen Entwicklung, der Generationengerechtigkeit mehr bei, als die meisten anderen Berufsgruppen.“

Siegel bekundet Engagement

Wer Gutes tut, soll das auch zeigen können. Vermittler, die über ihr nachhaltiges Handeln und ihre nachhaltige Werterhaltung berichten, können dies ab sofort mit einem Siegel öffentlich bekunden. Der BVK hat einen Standard entwickelt, der die Formulierung einer Nachhaltigkeits-Strategie für den einzelnen Vermittlerbetrieb beinhaltet. Anhand von 12 Kriterien in den Kategorien Strategie, Unternehmensführung, Ökologie und Soziales werden der aktuelle Status-Quo und die ganz individuellen Ziele des jeweiligen Vermittlerbetriebes für das folgende

Kalenderjahr aufgestellt.

Die so entstehende Nachhaltigkeits-Strategie und in den Folgejahren die Nachhaltigkeits-Berichte werden auf der Plattform www.nachhaltiger-vermittlerbetrieb.de öffentlich zugänglich gemacht. „Damit wird das maximale Maß an Freiwilligkeit, Individualität und Transparenz erreicht, was gleichzeitig das beste Mittel gegen Green-Washing darstellt“, erklärt Michael H. Heinz.

Darüber hinaus ermöglicht diese Initiative teilnehmenden Vermittlerbetrieben eine deutlich erkennbare Marktpositionierung und Wettbewerbsvorteile in einem Umfeld, das auf Seiten der Politik, der Branche, der Produktgeber, der Gesellschaft und nicht zuletzt den Kunden von einer immer deutlicher zu erkennenden Anspruchshaltung geprägt ist. So erwachsen aus Notwendigkeiten Chancen.

Autor: www.bvk.de



Immobilie, Aktie oder doch Riester?

Wie die Deutschen gerne die Rentenlücke schließen würden

Eine große Mehrheit der Menschen in Deutschland wünscht sich mehr staatliche Förderung für die private Altersvorsorge. Auffällig ist, dass 57,3 Prozent der Frauen (Männer: 37,7%) dies vor allem für sichere Anlagen wie die Riester-Rente möchten, während Männer mit 56,1 Prozent (Frauen: 35,0%) auf staatlich gefördertes Aktiensparen setzen würden. Das geht aus einer Zusatzbefragung hervor, die im Rahmen des aktuellen Altersvorsorge-Index des Deutschen Instituts für Vermögensbildung und Alterssicherung (DIVA) erhoben wurde.

„Die Deutschen wissen, dass die Aussichten auf eine ausreichende gesetzliche Rente schlechter werden und wollen deshalb eigenverantwortlich vorsorgen“, kommentiert Michael Heuser, Professor an der Fachhochschule der Wirtschaft (FHDW) und Wissenschaftlicher Direktor des DIVA, die Ergebnisse. „Sie erwarten im Gegenzug, dass der Staat Anreize setzt und sich mit Fördermitteln beteiligt. Denn Strafzinsen auf Bankguthaben, Bundesanleihen mit Negativzins und die anziehende Inflation hinterlassen Spuren und erschweren die Vorsorge für die nach wie vor sicherheitsorientierten Bürger. Staatliche Förderung könnte als Renditehebel für Garantieprodukte wirken oder einen Puffer für mit Aktien verbundene Risiken schaffen.“

Die Ergebnisse der Umfrage unterstreichen diese Einschätzung. Wenn es um den Neuabschluss eines privaten Altersvorsorgever-

trages geht, steht Sicherheit an erster Stelle: Für fast alle Befragten (94,3%) ist eine Leistungsgarantie wichtig oder sehr wichtig. Hohe Zustimmungswerte erhalten aber auch die Merkmale „hohe Renditen“ (83,0%) und „staatliche Förderung“ (81,2%). Die Vereinbarkeit der Leistungsmerkmale sieht Heuser problematisch: „Maximale Sicherheit bei zugleich hoher Rendite geht nicht. Den Bürgern ist das klar, deshalb wird der Wunsch nach staatlicher Förderung lauter.“

verbessert. Anstatt Riester weiter kaputtzureden, wäre eine Reform wünschenswert.“

Für Lach kommt zum Beispiel eine Absenkung der Beitragsgarantie auf 80 Prozent in Verbindung mit einer Anhebung der Zulagen in Frage. „Auch die Verbreitung der aktienbasierten Altersvorsorge könnte die Politik deutlich beschleunigen. Anstatt das Tempo durch eine Diskussion über eine Finanztransaktionssteuer



Quelle: © ipopba - AdobeStock.com

Das Sicherheitsbedürfnis zeigt sich einmal mehr, wenn es um konkrete Formen der Altersvorsorge geht. Private Rentenversicherungen mit Garantie und die eigene Immobilie führen mit jeweils 67,8 Prozent die Rangliste an. Dr. Helge Lach, Vorstand des Bundesverbands Deutscher Vermögensberater (BDV), sieht die neue Regierung mit Blick auf dieses Stimmungsbild in der Bevölkerung in der Pflicht: „Das Riester-Sparen deckt die Präferenzen der Bürger sehr gut ab. Die Rente ist garantiert und die kapitalmarktbedingt niedrigen Renditen werden durch die hohen Zulagen deutlich

oder über eine Abschaffung der Abgeltungssteuer zu drosseln, sollte endlich auch das langfristige Aktiensparen gefördert werden. Warum nicht ein Steuerfreibetrag auf Kursgewinne und einbehaltene Dividenden, der beispielsweise ab dem 60. Lebensjahr einmalig geltend gemacht werden kann? Das würde einen immensen Schub geben und verhindern, dass das Geld der Bürger auf Bankkonten durch Strafzinsen und Inflation jedes Jahr rund 4 Prozent an Wert verliert“, so Lach.

Autor: www.diva.de

Studie: Online-Beratung in der Baufinanzierung mit deutlichen Schwächen

Banken verpassen die Chance, sich von Mitbewerbern abzusetzen

Die Möglichkeiten der Online-Beratung werden von den Finanzierungsanbietern nicht ausgeschöpft. Statt auf individuelle Bedürfnisse der Immobilienkäufer einzugehen, setzen die Baufinanzierer vornehmlich auf Terminvereinbarungen und eine Konditionsermittlung mit Standardparametern, wie die Studie "Online-Beratung Baufinanzierung" zeigt. Die Unternehmensberatung Cofinpro hat dafür klassische Filialbanken, Direktbanken und Vergleichsportale einem Praxistest unterzogen.

"Die Baufinanzierung gehört zu den beratungsintensivsten Finanzdienstleistungen. Auf den Baufinanzierungs-Webseiten wird der Nutzer aber nur in den seltensten Fällen geführt und umfassend beraten", fasst Alexander Christau, Manager bei Cofinpro, das Ergebnis der Studie zusammen. "Wichtige Informationen müssen mühselig selbst zusammengetragen werden. Und die individuellen Bedürfnisse des Nutzers hinsichtlich seiner Lebenssituation und -planung finden in den online angebotenen Beratungstrecken kaum Beachtung."

Nach Ansicht des Bankenexperten bieten moderne Kommunikationskanäle und Online-Tools die ideale Kombination, um Nutzer auf dem Weg zu einer voll digitalen Kreditlösung zu unterstützen. Noch würden aber nur



Quelle: © H_Ko - AdobeStock.com

einzelne Teilaspekte umgesetzt, zudem schränkten Medienbrüche die User Experience ein. "Videos, Chat-Dienste oder Chatbots haben sich noch nicht in der Breite durchgesetzt", so Cofinpro-Manager Christau. Die Anbieter konzentrieren sich auf die Lead-Generierung und Bereitstellung von Informationen. Ergänzende Dienstleistungen oder Mehrwerte, die über die Finanzierung hinausgehen, würden kaum angeboten.

Fördermittel werden bei der Konditionsermittlung nicht berücksichtigt

Für die Studie hat die auf Finanzdienstleister spezialisierte Unternehmensberatung den Fokus auf die Online-Beratung und die Möglichkeit eines Online-Antrages gelegt, inklusive der möglichen Einbeziehung von Fördermitteln. "Neben dem eigentlichen Kredit stehen Käufern und Bauherren interessante Förderprodukte zur Verfügung. Diese Darlehen und Zuschüsse gehören zum Standard in der Baufinanzierung, werden auf den untersuchten Webseiten aber bis auf eine Ausnahme nicht

berücksichtigt", sagt Cofinpro-Berater Christau. "Die Anbieter nutzen bei der Konditionsermittlung lediglich Standardparameter und beschränken sich auf das klassische Bankdarlehen. Innovative Features oder nachhaltige Produkte bleiben außen vor. Die Folge: Der potenzielle Kunde kann keinen umfangreichen Anbietervergleich vornehmen und bekommt keinen Eindruck davon, welche seiner Bedürfnisse von welchem Finanzierungspartner am besten abgedeckt werden."

Für Teilaspekte der Baufinanzierung hätten einzelne Anbieter smarte Lösungen geschaffen, aber als Gesamtpaket würden die Webseiten nicht überzeugen. Christau sieht Verbesserungspotenzial bei vielen Anbietern. Vor allem die Banken ließen Chancen liegen: "Die Finanzinstitute könnten sich von den großen Vermittler-Plattformen positiv abheben und ihre Beratungsleistung im Internet stärken. Über eine digitale Einbindung eines menschlichen Beraters wäre es zudem möglich, knappe Ressourcen besser gezielter einzusetzen."

Autor: www.cofinpro.de

Vermittler wollen mehr Action auf ihren Social-Media-Präsenzen

Jeder zweite Versicherer will in den kommenden zwei Jahren mit Neukunden wachsen. Zum Vergleich: 38 Prozent fokussieren sich auf das Wachstum mit ihren Stammkunden durch Cross- oder Upselling-Strategien. Damit bleibt die Branche zu einem Großteil ihren traditionellen Vertriebsstrategien treu. Bewegung kommt allerdings in die Social-Media-Aktivitäten vieler Versicherer und Vermittler. Das ergibt die Studie Branchenkompass Insurance 2021 von Sopra Steria in Zusammenarbeit mit dem F.A.Z.-Institut.

Besonders für Vermittler ist die Neukundenakquise relevant, speziell für die an Versicherer gebundenen Vertriebspartner. Von ihnen nennen 72 Prozent der Befragten Neuabschlüsse als wichtiges Standbein. Das liegt auch an den Vergütungsmodellen der Versicherer: 85 Prozent der Einfirmenvertreter und 46 Prozent der Mehrfachvertreter erhalten Erfolgsvergütungen. Bei Maklern sind es acht Prozent, so eine 2018 und 2019 durchgeführte Strukturanalyse vom Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute.

“Abschlussprovisionen sind für viele Vertriebspartner immer noch eine zentrale Erlösquelle, auch wenn laufende Vergütungen an Bedeutung gewinnen”, sagt Bastian Weigel, Manager Insurance bei Sopra Steria. Vergütungsmodelle, die beispielsweise eine hohe Weiterempfehlungsrate oder eine geringe Stornorate und damit Kundenbindung und Cross-Selling belohnen, setzen sich noch nicht durch. Und das,

obwohl die EU-Versicherungsvertriebsrichtlinie IDD darauf abzielt, dass Vermittler im bestmöglichen Interesse der Kunden beraten sollen und Vertriebsziele dabei keine Rolle spielen.



Quelle: © Kzenon - AdobeStock.com

Eine stärkere Gewichtung der Bestandskunden im Vertrieb ist dennoch wahrscheinlich, weil sich die Geschäftsmodelle mittelfristig an die von Online-Händlern und den Internetvertrieb anpassen werden. Große Internetplattformen nutzen die Informationen über ihre Kunden systematisch, um sie zu Folgekäufen zu bewegen. Versicherer wollen hier künftig nachziehen. “Versicherungsvermittler werden das Vertriebspotenzial bei Stammkunden besser nutzen können, wenn ihnen die Versicherer die passenden Anreize bieten und sie beim Cross-Selling besser unterstützen”, so Weigel.

Der Experte rät beispielsweise zu organisatorischen Veränderungen im Vertrieb: “Viele Vermittler haben gar keine Zeit, sich umfassend mit den Lebenslagen und den verfügbaren Daten ihrer Kunden zu befassen. Eine zentrale und gut geschulte Einheit in der Vertriebsunterstützung könnte diesen Part übernehmen und beispielsweise Recherchen über-

nehmen, Termine anbahnen sowie aus Erstgesprächen wichtige Erkenntnisse ableiten und für die Vermittler zusammenstellen. So könnten Versicherer die Cross-Selling-Quote ihrer Vermittler signifikant steigern.”

Social Media gewinnt als Vertriebskanal an Bedeutung

Mehr Unterstützung wollen Versicherer auch bei Vertrieb und Kundenbindung über soziale Medien bieten. 63 Prozent nutzen Facebook und Co. bereits dazu, neue Zielgruppen anzusprechen. Dies gilt für Vermittler (79 Prozent) noch mehr als für Versicherer (52 Prozent).

Das Vertriebspotenzial von Social Media wollen Versicherer und ihre Vertriebspartner künftig besser nutzen. Neben den bekannten Vertriebservices sollen weniger digitalaffine Vermittler durch Coaching unterstützt werden, beispielsweise bei der Erstellung von audiovisuellen Inhalten sowie beim so genannten Customer Engagement auf Kanälen wie Instagram und TikTok.

32 Prozent der Befragten sind davon überzeugt, dass Likes und Weiterempfehlungen von Bestandskunden auf sozialen Medien die Marke stärken und damit zu einem entscheidenden Faktor für den Vertrieb von Versicherungsprodukten werden, so die Studie. Ein stärkeres Marketing-Engagement der Versicherungsbranche auf den Social-Media-Plattformen ist wahrscheinlich. Autor: www.soprasteria.de

Blau direkt: Sieger bei der Wahl zum „Maklerpool 2021“

Der Lübecker Maklerpool blau direkt gewinnt die bundesweite Umfrage 'Maklerpool des Jahres 2021' unter den Lesern der Branchenbriefe 'kapital-markt intern' und 'versicherungstip' mit der Note 2,0 und verteidigt damit seinen Vorjahressieg (vgl. 'k-mi' SP 49/20) im Ranking mit insgesamt 18 Wettbewerbern. Knapp dahinter folgen BCA (2,1) und JDC (2,2) auf den weiteren Siegerplätzen zwei und drei.

Doch womit lässt sich die hohe Zufriedenheit unter den Vertriebspartnern gegenüber blau direkt erklären? ++ Assekuranzmakler Wolfgang Bayer/Köln urteilt: "Technischer Marktführer, innovativ, familiär, stets lösungsorientiert." ++ Die exorior GmbH Makler/Jena meint: "Hohes technisches Abwicklungsniveau, unerreicht bei den anderen Pools." ++ Fairfinanz-Germany/Bogel überlegt sogar, alles über die Lübecker abzuwickeln: "Ich arbeite zu 80 % mit blau direkt, an den 20 % sollte noch gearbeitet werden." Bemängelt wird teilweise die schwierige Erreichbarkeit: So u. a. ++ Versicherungsmakler Reiner Göckel/Durmersheim: "Träger Verein. Keine Ansprechpartner." Oder ein ++ Makler aus Baden-Württemberg erklärt: "Sehr starke Technologie, telefonische Service ist sowohl zeitlich wie auch qualitativ nicht ausreichend." Andererseits stellen die blau direkt-Partner auch die menschliche Seite heraus: Ein ++ Versicherungsmakler aus Bayern kommentiert: "Sehr innovativ,

vertrauensvoll, menschlich, sehr gut, gehört die Zukunft." ++ Finanz und Versicherungsmakler Armin Holzer/Weingarten bestätigt: "Mit weitem Abstand beste Technik und sehr gutes menschliches Miteinander, bei blau direkt ist man keine Nummer, sondern wird persönlich wahrgenommen." ++ Bonifacio BWK Unternehmenskanzlei/Leverkusen stellt fest: "Einfach, gut strukturiert, unkompliziert. Sehr vermittlerfreundlich. Sehr hilfreicher persönlicher Support. Gute KundenApp."

wollen wir, dass unsere Partner jede offene Frage innerhalb einer Minute beantwortet erhalten. Für komplexeren Support möchten wir persönlichen Support binnen 15 Minuten sicherstellen."

Nahezu ausschließlich Bestbewertungen erhält das IT-Angebot von blau direkt, wo deren sehr hohe Kernkompetenz sichtbar wird: ++ Baidenger Finanzberatung/Karlsruhe stellt fest: "Hervorragende digitale Prozesse... Prozesse... Prozesse..." ++ Markus Schulz/Stuttgart lobt: "Technologiemarktführer, Effizienzfetischisten." ++ Finan-



Quelle: © Blue Planet Studio - AdobeStock.com

Die Gründe für teilweise fehlende Ansprechpartner nennt uns Oliver Pradetto, Geschäftsführer blau direkt: "39 % Durchschnittswachstum pro Jahr produzieren unweigerlich immer neue Engpässe. In der Vergangenheit haben wir im Servicebereich mit immer mehr Personal gearbeitet. Das ändern wir gerade. Wir planen auch diesen Bereich technologisch zu entwickeln, damit wir skalierbar werden. Im Ergebnis

cial Trust Consulting/Leinfeldten reiht sich bei dieser Meinung ein: "Super Digitalisierungstools." ++ Versicherungsmakler Dieter Schanzenbecher sieht den Anbieter bei der IT weit oben: "Haben mit das beste Verwaltungsprogramm am Markt." Zu den Gründen erklärt Lars Drückhammer, Geschäftsführer blau direkt: "Technologie ist für die Mehrzahl der Marktteilnehmer nur Mittel zum Zweck. Man holt einen Ham-

mer nur dann, wenn man einen Nagel in der Wand braucht. Die Reduktion auf den unmittelbaren Nutzen macht für viele Menschen Sinn, aber dadurch übersehen sie die faszinierenden Möglichkeiten, die vorhandene Werkzeuge zu eröffnen vermögen. Der Nagel in der Wand ist zweifelsohne nützlich, aber die verhasste Schwiegermutter los zu werden, ist ein weitaus größerer Nutzen des Hammers. Wir teilen zwar die



Quelle: © Kzenon - AdobeStock.com

Überzeugung, dass die menschliche Beziehung der Erfolgsfaktor für unser Geschäft ist. Aber die Mittel der Digitalisierung werden von uns nicht nur dort eingesetzt, wo ein Makler gerade seinen Bedarf erkennt. Seit 20 Jahren, also lange bevor andere überhaupt ernsthafte Budgets für Digitalisierung ausgegeben haben, haben wir daran gearbeitet, 95 % der Innendienstarbeit und 70 % der Maklerarbeit selbst durch Technologie zu ersetzen. Für viele klingt das zwar bedrohlich, aber für uns ist das eine Verheißung: Es bedeutet, den Makler zu entlasten und auf seine wahre Stärke als Beziehungsmanager und Kommunikator zu konzentrieren.“

Bei den Vergleichsrechnern im Bereich KV und LV wird noch Verbesserungspotenzial gesehen, wie u. a. ein ++ süddeutscher Finanzvermittler meint: „Sehr gutes CRM, Vergleichsrechner in KV und LV unterdurchschnittlich.“ Plant

der Pool hier Abhilfe? „Ja. Im KV-Bereich stellen wir bereits Voll-Programme kostenfrei zur Verfügung, aber wir kommunizieren das mies. In Sachen LV stimmt die Kritik auch inhaltlich. Wir planen da einen großen Coup, aber die Sache ist langwieriger als zu Anfang des Projekts erhofft. Da bitte ich unsere Partner noch um etwas Geduld“, vertröstet Pradetto.

Die Arbeitsentlastung durch die Technologie und das Backoffice in Lübeck kommt bei den Vertriebspartnern gut an: ++ Gerner24/Weil bestätigt: „Innovativ, stets verlässlich, stärkt meinen Betriebsablauf und steigert meinen Ertrag.“ ++ covero GmbH/Bad Wörishofen: „Ohne die Technik von blau hätten wir in den letzten Jahren nie so rasant wachsen können!“ ++ FINMENCO – Versicherungsmakler GmbH & Co. KG/Göttingen verteilt die Höchstpunktzahl: „Bester Pool, spart mir eine Vollzeitkraft. Technologie wird ständig weiterentwickelt. Community mit Austausch und vieles mehr.“ Drückhammer nennt Zahlen für die Arbeitsentlastung bei den Partnern: „Das Besondere ist, wie schnell, wie merklich und wie tatsächlich sie funktioniert. In unseren 1.200 Partnerbetrieben haben wir in den letzten zehn Jahren mehr als 1.800 Innendienstkräfte freigesetzt. Die gesparten Gehälter geben unseren Partnern Investitionskraft und erhöhen direkt ihre Gewinne. Kein anderer Pool kann aktuell so eine Zahl nicht nur behaupten, sondern auch belegen.“

Zum zweiten Mal in Folge gewinnt blau direkt somit die Maklerpoolumfrage unter den 'k-mi'- und 'vt'-Lesern. Worin liegt nun der Ansporn, um die Zufriedenheit der eigenen Partner auch im kommenden Jahr möglichst weiter hoch zu halten bzw. noch zu steigern? „Nichts motiviert einen Menschen mehr als Anerkennung. Das gilt für unser ganzes Team und auch für mich persön-

lich. Wenn wir solche Preise intern kommunizieren, siehst Du das Leuchten in den Augen unserer Mitarbeiter. Schon in der Folgewoche kann man den Effekt in allen Leistungskennziffern sehen. Auf uns wirkt das Lob wie 5 Gramm Speed auf einen Hamster“, lässt Pradetto seiner Freude freie Bahn.

'kmi'-Fazit: Unsere Glückwünsche gehen ans Team von blau direkt, dem 'Maklerpool des Jahres 2021'! Freuen können sich auch die Verfolger BCA und JDC über ihre sehr gute Platzierung und die notenmäßige Steigerung. Einen gewaltigen Sprung legte Phönix Maxpool von Rang 17 auf 6 bzw. WIFO von Platz 15 auf 5 hin. Auch die starke Verbesserung der Note bei 1:1 Assekuranzservice sticht hervor. Wo Gewinner sind, gibt es allerdings auch Verlierer: Hier seien die beiden Letztplatzierten Apella und vor allem Qualitypool genannt. Bei der Hypoport-Tochter Qualitypool zeigt sich, mit Firmenzukäufen allein lässt sich noch keine Zufriedenheit beim Vertriebspartner einkaufen. Strategie und Kompetenz schlägt in der Regel das Prinzip Gießkanne. Mit der heutigen Gesamtwertung



Quelle: © tippapp - AdobeStock.com

schließen wir zunächst auch unsere große Maklerpoolumfrage 2021 ab, nehmen Ihre Ergebnisse und Meinungen jedoch gerne zum Anlass, um auch in 2022 den Pools auf die Finger zu schauen, damit Ihre jeweiligen Leistungsanforderungen in den Pool-Cheftagen nicht in Vergessenheit geraten!

Autor: www.kapital-markt-intern.de

MAXPOOL unter den Top-5 der beliebtesten Maklerpools

Das die MAXPOOL Maklerkooperation GmbH zu den beliebtesten Maklerpools zählt ist bekannt und wird nun einmal mehr mit der diesjährigen Umfrage „Maklers Lieblinge 2021“ des Finanzmagazins „procontra“ von unabhängigen Versicherungsmaklern bestätigt. Dabei zählte für die Versicherungsprofis nicht nur ein breites Produkt- und Serviceangebot, sondern auch die Unterstützung durch die Maklerpools bei der Reduzierung der administrativen Aufwände und Zugang zu Weiterbildungsangeboten und

Vergleichsrechnern. Hier konnte MAXPOOL gleich in mehrfacher Hinsicht punkten und bietet mit den hauseigenen Deckungskonzepten, einem umfangreichen CRM-System und der seit diesem Jahr eingeführten Maklerrente, viele Vorteile für angeschlossene Versicherungsmakler. „Wir investieren ohne Pause darin, das hauseigene CRM so effizient zu machen, dass der administrative Aufwand bei den Maklern auf ein Minimum reduziert wird“, sagt Andreas Zak, IT-Vorstand bei MAXPOOL. Vertriebsvorstand

Kevin Jürgens ergänzt: „Wir freuen uns, dass wir wieder für unsere Produkte und den Support unserer Makler ausgezeichnet werden“. Vorstandsvorsitzender Oliver Drewes fügte abschließend noch hinzu: „Die Bündelung unserer Kräfte auf eine gute IT-Infrastruktur, erstklassige Vertriebsprodukte und ein gut ausgebildetes Team trägt bereits seit Jahren Früchte und zeigt, dass wir damit auf dem absolut richtigen Weg im Sinne unserer Makler sind.“

Autor: www.maxpool.de

JDC kooperiert mit Konzern Versicherungskammer

Die JDC Group AG (ISIN DE-000A0B9N37) und die Versicherungskammer Bayern Versicherungsanstalt des öffentlichen Rechts (Versicherungskammer), der größte öffentliche Versicherer Deutschlands, beabsichtigen eine umfassende Kooperation im Zusammenhang mit dem S-Versicherungsmanager, einem zentralen IT-System zur Vertriebsunterstützung der öffentlichen Versicherer im Versicherungsgeschäft für Privatkunden der Sparkassen. Einen entsprechenden Kooperationsrahmenvertrag haben beide Seiten gestern unterzeichnet.

Wie bereits für die Provinzial und deren angeschlossene Sparkas-

sen soll die Plattformtechnologie der JDC der Maschinenraum für die Geschäftsabwicklung und Backoffice-Funktionalitäten im Hintergrund des S-Versicherungsmanagers werden. Dazu werden die JDC Plattform und der S-Versicherungsmanager über eine Schnittstelle technisch eng verzahnt.

Zur Absicherung der langfristigen Kooperation hat sich die Versicherungskammer strategisch an der JDC Group AG beteiligt. Hierfür hat der Vorstand der JDC Group AG gestern unter Zustimmung des Aufsichtsrats beschlossen, das Grundkapital der Gesellschaft in



Höhe von derzeit EUR 13.128.461 unter Ausnutzung des bestehenden genehmigten Kapitals 2021 durch Ausgabe von 540.000 neuen, auf den Inhaber lautenden Stückaktien und unter Ausschluss des Bezugsrechts der bestehenden Aktionäre zu erhöhen. Die Versicherungskammer wird alle neuen Aktien zeichnen. Der JDC fließt durch die Kapitalerhöhung ein zusätzliches Eigenkapital von rund 10,7 Mio. EUR zu.

“Wir freuen uns darüber, mit der Versicherungskammer nach der Provinzial den zweiten und zudem größten öffentlichen Versicherer als Kunden zu gewinnen. Das ist eine weitere langfristige Kooperation, mit der wir die Versicherungsplattform Nummer 1 im Bereich der Sparkassen und in ganz Deutschland werden wollen“, erläutert Ralph Konrad, CFO der JDC Group.

“Wir heißen die Versicherungskammer als Aktionär der JDC sehr herzlich willkommen“, ergänzt Dr. Sebastian Grabmaier, CEO der Gesellschaft. “Mit einem tollen Image, einem Top-Zugang zu den Sparkassen in ihrem Geschäftsge-

biet und ihrer sehr großen Finanzkraft ist die Versicherungskammer ein Aktionär, wie sich die JDC keinen besseren wünschen kann. Wir freuen uns über das immense gemeinsame Vertriebspotential!”

“Die starke Basis, der digitale Ansatz und die Erfahrungen der JDC Group haben uns überzeugt“, ergänzt Dr. Stephan Spieleder, Vorstandsmitglied im Konzern Versicherungskammer und zuständig für IT. “Als Technologie- und Abwicklungspartner ergänzt die JDC Group unseren S-Versicherungsmanager sehr komplementär. Mit ihm haben wir bereits die Weichen für die Zukunft gestellt und gehen nun den nächsten Schritt

in Richtung Plattform-Ökonomie, dem zukunftsprägenden Geschäftsmodell in der IT der Versicherungskammer.

“Mit der Kooperation wollen wir das Potential unserer Vertriebsstärke und die führende Vertriebstechnik der JDC als Ergänzung zum von uns entwickelten S-Versicherungsmanagers bündeln“, sagt Klaus G. Leyh, Vorstand Vertrieb & Marketing der Versicherungskammer. “So schaffen wir durch die optimale Kombination aus Vertriebs- und Backoffice Funktionalitäten einen Mehrwert für Kunden*innen, Vertriebspartner*innen und Unternehmen.”

Autor: www.jdcgroup.de

Meilenstein:

VEMA nimmt 4000sten Maklerbetrieb auf

Auch eine globale Pandemie kann die positive Entwicklung der VEMA nicht stoppen. Am 28. September nahm die Maklergenossenschaft ihren 4.000sten Partnerbetrieb auf. Damit stehen die Produkte und Dienstleistungsangebote der VEMA 28.000 Personen für ihre tägliche Arbeit zur Verfügung.

Seit der Gründung im Jahr 1997 durch 100 Mitgliedern des Versicherungs-Makler-Verbandes VMV e. V. entwickelte sich die VEMA von einer geschlossenen Einkaufsgemeinschaft zum führenden bundesweit agierenden Maklerdienstleister. Ihrem satzungsgemäßen Auftrag, Mehrwerte für die angeschlossenen Versicherungsmakler zu schaffen,



blieb sie in den vergangenen 24 Jahren stets treu. Dabei verfolgte sie immer einen gesamtheitlichen Ansatz und beschränkte sich nicht nur auf bestimmte Bereiche des Bedarfs einer Maklerfirma. So wuchs ein facettenreiches Angebot an Produktveredelungen,

technischen Lösungen, Weiterbildungsangeboten und einer Vielzahl weiterer Dienste, das seinesgleichen sucht. Die regelmäßig sehr guten Bewertungen der internen Zufriedenheitsumfrage unter den angeschlossenen Maklerkollegen zeigt, dass man das

Ohr immer am Bedarf der Praxis hat. Von Maklern – für Makler! ist bei VEMA nicht nur ein Slogan, sondern wird aktiv gelebt.

Zielgruppe der Genossenschaft bleibt der mittelständische Versicherungsmakler, welcher die Aufnahmevoraussetzungen erfüllt. Eine jüngst durchgeführten betriebswirtschaftlichen Befragung unter den angeschlossenen Kollegen ergab interessante Einblicke. Im Schnitt arbeiten 7 Personen bei einem VEMA-Makler, die Courtageeinnahmen von mehr als 400.000 Euro erwirt-

schaften. Fast 60 % des Umsatzes stammen dabei aus dem Kompositbereich. Berücksichtigt man die Kfz-Sparte mit, steigt der Anteil sogar auf 75 %. 2020 wurden 250 Mio. Euro Courtageumsatz über die VEMA abgewickelt bzw. unter Zuhilfenahme ihrer Angebote umgesetzt. Der Gesamtprovisionsumsatz liegt damit bei über 270 Mio. Der Gesamtprovisionsumsatz ist die direkt an den VEMA-Partner vergütete Courtage durch den Versicherer zuzüglich des bilanzierten Courtageumsatzes und der gewährten Umsatzbeteiligung unserer Mit-

glieder. Partnerunternehmen die aktiv mit uns zusammen arbeiten können einen Genossenschaftsanteil zeichnen. Sie werden Mit-eigentümer der Genossenschaft und bestimmen die Richtung mit. Das lohnt sich doppelt. In 2021 werden wieder 6,6 Mio. Euro als Umsatzbeteiligung an die Genossenschaftsmitglieder ausgeschüttet werden.

Die VEMA befindet sich ausschließlich im Besitz ihrer Makler und finanziert sich über Overheadzahlungen der Versicherer. Autor: www.vema-ag.de

Für faire Finanzberatung ausgezeichnet

Dr. Klein erhält auch 2021 den Fairness-Preis: Kundinnen und Kunden bewerten in einer groß angelegten Befragung Dr. Klein als eines der fairsten Unternehmen in der Kategorie Finanzberatung. Damit zeichnet das Deutsche Institut für Servicequalität (DISQ) den Finanzierungsvermittler zum achten Mal in Folge mit dem renommierten Preis aus.

Den Deutschen Fairness-Preis 2021 verleihen das DISQ und der Nachrichtensender ntv für das

beste Preis-Leistungs-Verhältnis, Zuverlässigkeit und Transparenz. Hierfür forderten sie 63.500 Verbraucher auf, ihre Erfahrungen mit rund 830 Anbietern aus 61 Branchen zu bewerten. Diese konnten ihre Stimme für nur jeweils ein Unternehmen je Kategorie abgeben, mit dem sie in den letzten 12 Monaten Kontakt hatten.

Zum achten Mal: Dr. Klein durchgängig unter den fairsten Finanzdienstleistern

Seitdem der Preis 2014 zum ersten Mal vergeben wurde, zählt Dr. Klein zu den fairsten Unternehmen der Branche. Sowohl die Auszeichnungen als auch deren Kontinuität bestätigen den Anspruch des Unternehmens, alle Aktivitäten, alle Neuerungen und alle Services am Kundennutzen auszurichten. „Dabei sind wir sehr konsequent“, sagt Anna Commentz, verantwortlich für den Bereich Brand Experience bei Dr. Klein. „Wir setzten nur das um, was Finanzierungen und Absicherungen aus Kundensicht ganz eindeutig einfacher und sicherer macht. So war Dr. Klein Vorreiter bei der Videoberatung und bietet mit seinem Kundenportal die Möglichkeit, Dokumente digital und datenschutzkonform hochzuladen, abzurufen und einzusehen. Damit lässt sich die Baufinanzierung einfach und sicher von zu Hause aus organisieren, ohne auf die individuelle Beratung durch unsere Spezialistinnen und Spezialisten verzichten zu müssen.“



Was ist eine faire Finanzberatung?

Zu einem fairen Umgang mit Kunden zählen neben Zuverlässigkeit und Verbindlichkeit von Aussagen, im Finanzbereich vor allem auch die Vollständigkeit sowie die Transparenz von Informationen. Als neutraler Vermittler von Finanzierungen und Absicherungslösungen ist Dr. Klein

keiner Bank oder Versicherung verpflichtet. Dadurch können die Beratenden die verschiedenen Angebote auf dem Markt objektiv vergleichen und die Vor- und Nachteile für das individuelle Vorhaben besprechen. Weil die Beratung unverbindlich angeboten wird, ist zudem niemand zum Abschluss verpflichtet. „Unser Ziel ist, die Kundinnen und Kun-

den so umfassend zu informieren, dass sie selbst die bestmögliche Entscheidung treffen können“, so Anna Commentz von Dr. Klein. „Und das auf Augenhöhe. Unsere Beratenden erklären verständlich und transparent und nehmen sich so lange Zeit, bis auch die letzte Frage geklärt ist.“

Autor: www.drklein.de

CLARK integriert Finanzen Group und wird zum führenden europäischen Insuretech

Das Frankfurter Insurtech CLARK gibt die Integration der Finanzen Group, eine der führenden europäischen Plattformen für Informationen zu Versicherungs- und Finanzprodukten und die Generierung von Versicherungsinteressenten, bekannt. Die Transaktion macht CLARK gleichzeitig zum Unicorn und einem der größten Insurtechs der Welt. CLARK erwirbt die Finanzen Group über einen Anteilstausch mit Allianz X, die dadurch zum größten Minderheitsgesellschafter von CLARK wird. CLARK bleibt vollständig unabhängig und bietet seinen Kund:innen weiterhin die besten Tarife von mehr als 160 Versicherungsunternehmen an. Bestehende Investoren wie White Star Capital, Tencent und Yabeo, sowie neue Investoren, wie Eldridge and Kreos, stellten das Kapital für den Kaufpreis, der zusätzlich zum Anteilstausch gezahlt wurde.

Strategische Ausrichtung für die internationale Expansion

Während die Finanzen Group auf die Generierung Versicherungsinter-



essenten spezialisiert ist, berät CLARK seine Kund:innen bei der Auswahl der besten Versicherungen. Durch die Kombination der beiden komplementären Geschäftsmodelle wird CLARK zukünftig seine Kund:innen entlang der gesamten Wertschöpfungskette betreuen: Vom ersten Kaufinteresse über die Informationssuche bis hin zur Auswahl des richtigen Tarifs. Mit einem ganzheitlichem Beratungsansatz und der führenden Marktpräsenz der Finanzen Group in fünf europäischen Ländern kommt CLARK seinen ehrgeizigen Wachstumszielen ein großes Stück näher: „Unser Ziel ist es, der größte Versicherungsmakler in Europa zu werden – dafür werden wir CLARK in naher

Zukunft in weitere europäische Märkte bringen. Mit dem motivierten Team der Finanzen Group und ihrer etablierten Präsenz in fünf europäischen Märkten sind wir dafür perfekt aufgestellt“, sagt Christopher Oster, CEO und Co-Gründer von CLARK.

„Finanzen und CLARK sind wie füreinander geschaffen“, sagt Nazim Cetin, CEO von Allianz X. „Aber unsere Reise mit Finanzen ist nicht zu Ende. Als größter Minderheitsinvestor von CLARK werden wir den Aufbau eines der größten und erfolgreichsten Insurtechs der Welt weiter unterstützen. Wir stehen zu 100% hinter dem Team!“

„Wir freuen uns sehr über den

Zusammenschluss von CLARK und finanzen“, sagt Dirk Prössel, CEO der finanzen Group. „Das erfolgreiche Europageschäft von finanzen wird die Grundlage für das Wachstum unserer gemeinsamen Unternehmungen sein.“

CLARK setzt Erfolgsgeschichte fort

Seit der Gründung vor sechs Jahren ist CLARK 70 mal schneller als der gesamte deutsche Versicherungsmarkt gewachsen, betreut derzeit über 450.000 Kund:innen in Deutschland und Österreich und arbeitet mit mehr als 160

Versicherern zusammen. Zuletzt hatte CLARK Anfang 2021 sein Wachstum mit einer erfolgreichen 69 Millionen Euro Series C-Finanzierung erneut beschleunigt. Die Übernahme der finanzen Group markiert den nächsten strategischen Meilenstein in der Revolution des Versicherungsmanagements: „Wir möchten unsere Kund:innen ganzheitlich auf jeder Stufe der User Journey begleiten: Von der ersten Informationssuche über die Auswahl der richtigen Versicherung bis hin zur Überprüfung und Anpassung des Versicherungsschutzes, wenn sich die Lebensumstände ändern“, er-



klärt Christopher Oster, CEO und Co-Founder von CLARK. Autor: www.clark.de

Wachstumsinvestor beteiligt sich an Fonds Finanz

Der Wachstumsinvestor Hg beteiligt sich an der Fonds Finanz und übernimmt 60 % der Gesellschaftsanteile von den Eigentümern Norbert Porazik und Markus Kiener. Porazik und Kiener halten 40 % der Anteile und sind als Geschäftsführer weiter für die Steuerung der Fonds Finanz verantwortlich. Die Partnerschaft ermöglicht es dem Maklerpool sich an attraktiven Unternehmen zu beteiligen, um das Angebot für die Vertriebspartner massiv auszubauen und zukunftsweisende Technologien einzuführen.

„Die Fonds Finanz nimmt im Versicherungs-Ökosystem deutschlandweit eine zentrale Stellung ein. Wir haben diese Branche in den letzten zehn Jahren sehr gut kennengelernt und die Fonds Finanz auf Anhieb als wichtigen Vertriebskanal für Versicherungsunternehmen erkannt. Wir freuen uns sehr, die Fonds Finanz auf

ihrem Weg zu unterstützen, nicht zuletzt, weil wir glauben, dass Technologie für das Geschäft der Zukunft eine immer größere Rolle spielen wird“, so Benedikt Joeris, Director bei Hg.

„Die Branche entwickelt sich rasant. Wir sind seit vielen Jahren der Marktführer unter den Maklerpools. Die Partnerschaft mit Hg ist der nächste Entwicklungsschritt für uns, weil Hg uns Zugang zu ihrem weitverzweigten Netzwerk ermöglicht. Wir haben die gleichen Ziele, wir haben das gleiche unternehmerische Ver-

ständnis und wir freuen uns auf die Zusammenarbeit“, so Markus Kiener.

„Markus Kiener und ich haben für die nächsten 25 Jahre große Pläne mit der Fonds Finanz. Gemeinsam mit Hg werden wir mit gezielten Firmenübernahmen den Maklerpool der Zukunft aufbauen: Mit der innovativsten Technologie und dem besten Service machen wir die Makler langfristig fit für alle Herausforderungen. Unser klares Ziel ist weiteres Wachstum“, ergänzt Norbert Porazik. Autor: www.fondsfinanz.de



Apella bleibt inhabergeführtes Unternehmen

Apella ist und bleibt inhabergeführt! Die mehrheitliche Übernahme von Fonds Finanz durch den Investor HG Capital schlägt hohe Wellen. Laut Süddeutsche Zeitung wollen der Münchener Pool mit den englischen Investoren einen europäischen Superpool bauen und demnächst mehrere kleine Pools übernehmen. Bei Apella wird diese Entwicklung mit Sorge betrachtet. "Im Interesse der Makler und Kunden steht ein breiter Markt, denn je vielfältiger die Strukturen sind, desto fairer sind das Endprodukt und die Arbeitsbedingungen für freien Makler", sagt Apella-Vorstand Harry Kreis. "Fonds Finanz und HG Capital sagen es

heute schon in aller Deutlichkeit: Der Markt soll verdichtet werden. Merkmale oligopolistischer oder monopolistischer Märkte sind eine Verzerrung der Marktmacht und weniger Innovation. Die Vertragspartner, egal ob Gesellschaften oder Makler, würden Gestaltungsmöglichkeiten einbüßen. Es ist eine Entwicklung, die wir genauestens verfolgen. Wir wollen den Berufsstand dafür sensibilisieren, dass sie mit ihrer Arbeitsgrundlage verantwortungsvoll umgehen. Meiner Ansicht nach ist ein monopolistischer Markt nicht mit dem Beruf eines freien Maklers zu vereinbaren", so Kreis. Apella ist eine inhabergeführte

Aktiengesellschaft. Durch vinkulierte Namensaktien können sich Makler direkt am Erfolg und der Entwicklung von Apella beteiligen. Ein Schritt, wie ihn Fonds Finanz geht, wäre bei Apella durch die Aktionäre zustimmungspflichtig. Aktionäre sind mehrheitlich Makler und Mitarbeiter der Apella AG.

Apella-Gründer Guntram Schloß: "Die Apella AG bleibt dauerhaft ein eigenständiges Unternehmen, das freien Finanzdienstleistern eine co-engagierte Gemeinschaft bietet, die sie persönlich stark macht."

Autor: www.apella.de



Quelle: © REDPIXEL - AdobeStock.com

Impressum

Herausgeber / Verlag:
RedaktionMedien Verlag
Astrid Klee
Schwaighofstraße 19 A
83684 Tegernsee

Tel: +49 (0)8022 50 70 436

kleer@redaktionmedien-verlag.de
www.redaktionmedien-verlag.de
www.FinanzBusinessMagazin.de

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

Geschäftsführung:
Astrid Klee

Chefredaktion:
Friedrich A. Wanschka

Redaktionsanschrift:
Redaktionsbüro
Friedrich A. Wanschka

info@wmd-brokerchannel.de
www.wmd-brokerchannel.de

Telefon: +49 (0)174 3983901

Technische Umsetzung / Layout:
RedaktionMedien Verlag
Astrid Klee
Schwaighofstraße 19 A
83684 Tegernsee

Tel: +49 (0)8022 50 70 436

kleer@redaktionmedien-verlag.de
www.redaktionmedien-verlag.de

Titelmotiv: © Yingyaipumi - 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.

Neues Beratungstool: Lohnt sich eine Fondspolice im Vergleich zum Fondssparplan?

Immer mehr Verbraucher setzen bei der Altersvorsorge auf Investmentfonds. Im Vergleich zu einer direkten Fondsanlage über eine Bank bietet eine fondsgebundene Rentenversicherung mehrere Vorteile. Neben der Absicherung des Langlebkeitsrisikos sprechen vor allem steuerliche Gründe dafür. So führen Fondswechsel und Umschichtungen in der Ansparphase zu keinen steuerpflichtigen Erträgen, auf die Abgeltungssteuer und bei höheren Einkommen ein Solidaritätszuschlag fällig werden. Bei der Auszahlung bleibt der

halbe Ertrag steuerfrei, wenn der Vertrag mindestens zwölf Jahre bestanden hat und die Kapitalabfindung erst nach dem 62. Lebensjahr erfolgt. Wer eine lebenslange Rentenzahlung wählt, profitiert von einer günstigen Ertragsanteilsbesteuerung. Bei einem Rentenbeginn mit 67 Jahren bleibt damit 83 Prozent der monatlichen Rente steuerfrei. Um die Vorteile einer Fondspolice transparent darzustellen, bietet die uniVersa in Zusammenarbeit mit dem Institut für Vorsorge und Finanzplanung ein neues Beratungstool

an. Mit dem „FondsanlagenOptimierer“ lässt sich mit nur wenigen Angaben wie Geburtsdatum, Anlagedauer und Sparbeitrag ein Langfristvergleich zwischen einer Fondspolice und einer direkten Fondsanlage durchführen. Neben der Kapitalabfindung wird dort auch die Nettoernte und die statistische Lebenserwartung berücksichtigt. Zudem können einzelne Angaben wie Fondsauswahl, Wertsteigerung und Anzahl der Fondswechsel individualisiert und per Klick ausgewertet werden. Autor: www.universa.de

Neues Beratungstool „fino-Cockpit“ unterstützt Vermittler

Die BCA AG und das FinTech-Unternehmen fino mit Stammsitz in Kassel haben ihre Partnerschaft ausgebaut. Mit der Lösung fino-Cockpit erweitert der Oberurseler Maklerdienstleister ab sofort sein Angebotsportfolio um vertriebsunterstützende Echtzeitanalyse für eine effiziente Kundenberatung.

Die Anzahl der Maklerkunden, die in Bezug auf eine optimale Finanz- und Versicherungsberatung den digitalen Weg wünschen, steigt zunehmend. Nutzer möchten mittels Smartphone, Tablet und Co. ihre

Geldanlagen tätigen, Policen vergleichen, Einblick in Depots sowie Versicherungslösungen erhalten. Darüber hinaus zeigen Auswertungen, dass Verbraucher weiterhin die persönliche Fachkompetenz des Maklerprofis bevorzugen. Als Fürsprecherin des hybriden Beratungsmodells bietet die BCA AG umfassende fachliche und digitale Leistungen für die optimale Beratung und Kundenbetreuung an, damit ein Makler langfristig erfolgreich im Markt bestehen kann. „Makler, die sich mit unseren digitalen Lösungen und persönlicher Fachkompetenz auf das hybride



Kundenverhalten einstellen, sind bestens für die Zukunft gerüstet“, so Roman Schwarze, IT-Vorstand der BCA AG.

fino-Cockpit: Kundenbedarf in kürzester Zeit erkennen

Ganz im Sinne der Maklerpartner wird das bestehende agile Beratungsleistungsangebot der BCA AG sukzessive um moderne digitale Tools erweitert. Kürzlich wurde etwa die Analyse-Software fino-Cockpit als White-Label-Lösung in das Produktportfolio integriert. Hierzu kooperiert die BCA AG als erster Maklerpool in Deutschland mit dem hessischen FinTech fino. Die neueste digitale Lösung bietet Maklern eine ganzheitliche Sicht auf bestehende Kundendaten, verbessert somit den Beratungsprozess und ermittelt zudem mögliche Versicherungslücken.

Nach Zustimmung des Kunden analysiert fino-Cockpit die Kontotransaktionsdaten in Echtzeit und stellt dem Kunden wie auch dem Makler das Auswertungsergebnis als verschlüsselte PDF-Datei zur Verfügung. Auf dieser Basis

kann sich der Berater optimal auf den Kundentermin vorbereiten und passende Produktvorschläge unterbreiten. Somit verläuft die Vorbereitung sowohl für den Berater als auch für den Kunden vollkommen reibungs- und letztlich auch papierlos. Der traditionelle Versicherungsordner muss weder mitgebracht noch durchgesehen werden.

Datenbasierte Analysen unverzichtbar

Aleksandar Jeremic, Geschäftsführer von fino digital, begrüßt die erweiterte Zusammenarbeit mit der BCA AG sehr und fasst die Vorteile der Software für den Makler wie folgt zusammen: „Unsere Lösung identifiziert mithilfe KI-gestützter Konten- und Datenanalyse sekundenschnell den aktuellen Kundenbedarf und bereitet die relevanten Ergebnisse übersichtlich für den Berater auf. Dadurch entstehen Ver-

triebsimpulse in Echtzeit, die für sinnvolle und maßgeschneiderte Produktempfehlungen genutzt werden können. Darüber hinaus ist für den datenschutzkonformen Einsatz von fino-Cockpit kein Programmier- oder Installationsaufwand notwendig, sodass Makler sofort starten können.“

Und Roman Schwarze fügt an: „Die Zahlungsdiensterichtlinie PSD2 ist bei Versicherern längst angekommen. Umso bedeutsamer wird eine einwandfreie Dokumenten- und Datenanalyse. So geht es nicht nur darum, Daten zu sammeln, sondern daraus auch die richtigen Entscheidungen abzuleiten. Daher freuen wir uns über die Kooperation mit fino als BaFin-zertifiziertem Unternehmen. Die FinTech-Experten verfügen über weitreichendes Know-how, um Kontotransaktionsdaten in wertvolle Informationen zu übersetzen.“

Autor: www.bca.de

Als Finanzberater den Ruhestand sichern: So sorgt man mit einer Verrentung fürs Alter vor

Einige Maklerinnen und Makler wollen im neuen Jahr kürzer treten oder gar in Rente gehen. Viele von ihnen machen sich allerdings Sorgen um ihren Bestand. Was soll mit ihm passieren? Der Verkauf bringt kaum noch Geld, ihn herunterkommen zu lassen, bis die Kunden kündigen, ist allerdings keines Falls fair. Was bleibt ihnen also übrig?

„Vielen Maklern ist die Möglichkeit der Verrentung nicht geläufig.

Sie müssen also nicht bis zum 80. Lebensjahr arbeiten oder gar ihren Bestand verkommen lassen“, erklärt Benjamin Adamietz. Unter der sogenannten Verrentung versteht man den Verkauf des eigenen Kundenbestands an einen Nachfolger. Im Gegenzug erhält der Makler einen bestimmten Prozentsatz oder festen Betrag, der ihm als Rente dient. Er ist Experte für Bestandsübernahmen und verrät in folgendem Artikel, worauf Makler achten sollten,

wenn sie für ihren Bestand eine Rente erhalten wollen.

Den Käufer unter die Lupe nehmen

Der eigene Nachfolger kann gar nicht gründlich genug geprüft und gecheckt werden – schließlich ist er eine Garantie für die zukünftige Maklerrente. Das Spektrum reicht vom Führungszeugnis über Wirtschaftsauskunfteien wie Creditreform, Infoscore und Schufa bis



Quelle: © natali mis - AdobeStock.com

zur eigenen Internetrecherche mitsamt Kundenbewertungen. Die Bonität und Zuverlässigkeit müssen ganz einfach stimmen.

Auf regionalen Bezug achten

Der "Zukünftige" muss einen vergleichbaren Kundenbezug haben, die Stichworte Regionalität und persönliche Kundenbindung sind dabei von großer Wichtigkeit. Der infrage stehende Kundenstamm muss zur Sicherung der Rentenhöhe zumindest erhalten bleiben oder im günstigsten Fall sogar ausgebaut werden. Bestandskunden sollten weiterhin gepflegt werden, sie dürfen nicht abspringen oder sich anderweitig orientieren. Der fließende Übergang ist ebenso hilfreich wie eine identische Firmenphilosophie.

Die Werthaltigkeit des Bestandes erhöht die Maklerrente

Nachfolgeregelung und Kundenabrieb – zwei Dinge, die leider dazu gehören. Kundenabrieb ist gleichbedeutend mit Verlust bei den Bestandskunden. Er ist, wenn auch in vertretbarem Maße, kaum zu vermeiden. Umso ent-

scheidender ist eine möglichst hohe Werthaltigkeit des Kundenstammes bei Festlegung auf die Maklerrente. Eine Übergabe über mehrer Wochen und Monate, bei dem sich die Kunden an den neuen Berater gewöhnen können, ist sehr hilfreich und steigert die Bestandssicherheit.

Steuern sparen dank Steuerberater

Erfahrungsgemäß haben Maklerinnen und Makler ihren Steuerberater des Vertrauens. Dessen Know-how, Erfahrung und Rat sind zu dem Thema Maklerrente besonders gefragt. Bei diesem Konstrukt lässt sich einiges an Steuern sparen – wenn es denn gekonnt und geschickt gemacht wird. Die Rente ist nicht per se steuerfrei und auch die Rechtsform des Bestandserwerbers ist ausschlaggebend.

Mit einem Fachanwalt Rechtssicherheit schaffen

Der Datenschutz hat für alle Beteiligten und Betroffenen einen hohen Stellenwert – auch für die Bestandskunden. Mit jedem von ihnen gibt es eine individu-

elle Regelung, ergänzt um die Gesetzgebung mit DSGVO und BDSG sowie die aktuelle Rechtsprechung. Der Nachfolger muss gegenüber den Bestandskunden dieselbe Gründlichkeit und Verlässlichkeit an den Tag legen, die sie bislang gewöhnt waren. Ideal ist die Beratung durch einen Fachanwalt. Das kostet deutlich weniger als die spätere kostenpflichtige Unterlassungserklärung – von einem Gerichtsverfahren ganz zu schweigen.

Über Benjamin Adamietz:

Benjamin Adamietz ist selbstständiger Versicherungsmakler und Geschäftsführer der ADAMIETZ & KOLLEGEN GmbH. Er bietet sowohl Privatkunden als auch selbstständigen Unternehmern individuelle Versicherungslösungen. Dabei hilft er ihnen, Produkte zu finden, die zu ihren persönlichen Ansprüchen passen. Der Versicherungsexperte verfolgt dabei einen kundenorientierten Ansatz und folgt stets seinen Leitworten: menschlich, modern und maßgeschneidert.

Autor: www.finanzkanzlei-adamietz.de

Resultate Nachfolge Check – Fitness-Messer für die Unternehmensnachfolge

Andreas W. Grimm

Geschäftsführer

Resultate Institut für Unternehmensanalysen
und Bewertungsverfahren GmbH

„Wann sollte man eigentlich mit der Nachfolgeplanung anfangen?“ und „Auf was sollten Unternehmer wirklich achten, wenn sie ihre Nachfolge irgendwann regeln wollen?“ sind zwei der häufigsten Fragen, die mir von Unternehmen zur eigenen Nachfolgeplanung gestellt werden. Das Problem an diesen beiden Fragen war, dass es bisher keine pauschal richtige Antwort gab.

2020 hat das Resultate Institut für seine Nachfolgelösung Resultate Select den Finanz Business Preis für Innovation erhalten. Maklerunternehmer können damit die Käufer identifizieren, die ihnen kurz- und mittelfristig den höchsten Kaufpreis nach Steuern für ihren Bestand bezahlen. Eine genial einfache, kostengünstige, aber vor allem Zeit und Nerven schonende Lösung.

Doch viele Unternehmer haben ein ganz anderes Problem. Sie haben noch keine konkreten Pläne, wissen nicht, ob ihr Unternehmen in einem übergabefähigen Zustand ist und wann sie sinnvollerweise mit welchen Maßnahmen starten sollen. Je später sich Makler mit dem Thema beschäftigen, desto höher erscheint der Berg an zu lösenden Aufgaben und Problemen.

Wer solche Herausforderungen nicht richtig anpackt, wird vermutlich nur suboptimale Lösungen erzielen. In manchen Fällen wird die Nachfolgeplanung sogar scheitern.



Genau an dieser Stelle setzt das Resultate Institut mit seinem neuen Resultate Nachfolge Check an: Er misst den Fitnessgrad des Unternehmens und der Unternehmer im Thema Unternehmensnachfolge, indem für verschiedene Handlungsfelder die Handlungspotenziale und der Handlungsdruck ermittelt werden.

Anhand dieser beiden Kriterien kann eine klare Priorisierung erfolgen, wohin die Konzentration fließen sollte. Nämlich genau in die Themenfelder, in denen hinsichtlich der Übertragbarkeit des Unternehmens die größte Wirkung erzielt werden kann. Dabei wird auch berücksichtigt, welche Aspekte eher zeitaufwändig sind und welche später mit kurzfristigen Maßnahmen gelöst werden können.

So wird beispielsweise in der Inhaberperspektive auf das Alter des Inhabers und auf die Familiensituation geachtet. Gibt es familienintern oder betriebsintern mögliche Kandidaten? Eine interne Kandidatin oder interner Kandidat müsste ggf. noch auf die Aufgabe vorbereitet werden. Das dauert seine Zeit. Bei einer externen Lösung ist der erforderliche Vorlauf deutlich geringer, weil ein Investor normalerweise Management mitbringt.

Aus der Unternehmens- und Marktperspektive stellen sich Fragen der Umsatzstruktur, der Rentabilität und auch der Abhängigkeit von bestimmten Märkten oder Marktentwicklungen. Zu hohe Abhängigkeiten können nachteilig sein, eine zu geringe Rentabilität ist es mit Garantie. Ein Blick in die Investitionshistorie ist ebenso angebracht, wie ein Blick auf das Kundenportfolio oder die Personalsituation. Alles Fragestellungen, die auch ein Investor oder Käufer stellen wird, wenn er ein Urteil über die Attraktivität des Unternehmens fällen und eine Investitionsentscheidung treffen soll. Je attraktiver ein Unternehmen hinsichtlich dieser Dimensionen ist, desto einfacher dürfte die Übernahme ablaufen und desto geringer das Risiko, das ein Investor einer solchen Investition beimessen wird.

Nicht zu unterschätzen ist übrigens auch der Einfluss der privaten finanziellen Situation des Unternehmers. Muss das Unternehmen einen bestimmten Beitrag zur Alterssicherung leisten, muss den finanziellen Aspekten ganz anders Rechnung getragen werden, als wenn der Inhaber finanziell unabhängig ist.

In den meisten Situationen, in denen Unternehmer oder Unternehmerinnen sich mit den potenziellen Handlungsfeldern auseinandersetzen, werden sie feststellen, dass sie viel mehr Maßnahmen ergreifen könnten, als ihnen Zeit und Ressourcen zur Verfügung stehen, um die Attraktivität des Unternehmens, dessen Übergabefähigkeit und auch die Rahmenbedingungen für eine mögliche Übernahme zu verbessern. Und die Liste lässt sich meist beliebig durch weitere Maßnahmen ergänzen: Austausch der Verwaltungssysteme, Neubau der Website, Ausgliederung von Verwaltungsarbeiten und vieles andere mehr.

Deshalb schwingt hinter allem die Frage mit, welche Maßnahmen sich wirklich lohnen und welche davon im gegebenen Zeitfenster überhaupt umsetzbar sind. Auch dabei hilft der Nachfolge-Check.

Als Ergebnis erhalten die Unternehmer, die diese Analyse durchlaufen, einen Kompass. Dieser zeigt an, in welchen Themenfeldern sie welchen „Reifegrad“ erreicht haben und in welchen davon bereits welcher Handlungsdruck besteht. So kann der Unternehmer oder die Unternehmerin die Energie genau in die Handlungsdimensionen lenken, in denen die Not und die Wirkung am größten ist. Je nachdem, wieviel Zeit der Inhabersseite noch zur Verfügung steht, gewichtet der Check

unterschiedliche Handlungsfelder unterschiedlich stark und sorgt so dafür, dass die Energie wirklich in die Bereiche investiert wird, die den größten Mehrwert bieten.

Im Idealfall sind so am Ende des Vorbereitungsprojekts alle Zieldimensionen perfekt erfüllt und das Unternehmen und auch die Inhabersseite bestens auf die anstehende Übergabe vorbereitet. Damit ist der Grundstein für eine erfolgreiche Verhandlungsführung mit potenziellen Käufern um das bestmögliche Ergebnis gelegt.



Quelle: © sdecoret - AdobeStock.com

Mit den Ergebnissen des Resultate Nachfolge Checks ist die Nachfolge zwar nicht geregelt, aber die handelnden Personen wissen, auf welche Dimensionen sie sich bei der Suche nach geeigneten Maßnahmen konzentrieren sollten. Da die wenigsten Unternehmer sich regelmäßig mit Fragen der Nachfolgeplanung beschäftigen, ist dies eine sehr wertvolle Orientierungshilfe.

Den Nachfolge-Check gibt es übrigens für verschiedene Branchen. So startet das Resultate Institut jetzt bereits mit zwei Branchenlösungen: eine für Finanz- und Versicherungsmakler und eine für die Mitglieder des Groß- und Außenhandelsverbands.

Wer den Nachfolge-Check durchlaufen hat, erhält einen mehrseitigen Bericht im PDF-Format, in dem die einzelnen Handlungsdimensionen kommentiert werden und einige grafische Darstellungen die Interpretation der Ergebnisse erleichtern.

Unternehmer und Unternehmerinnen, die ihren Fitnessgrad für die eigene Unternehmensnachfolge messen und ihre Handlungsfelder identifizieren wollen, können einen Zugang zum Resultate Nachfolge Check direkt beim Resultate Institut anfordern unter <https://www.resultate-institut.de/kontakt/>. Während der Markteinführung ist das Tool übrigens kostenfrei nutzbar. ■

Mega-Trend Logistik: Was macht Investments in Logistik- Equipment besonders attraktiv?



André Wreth
Vorstand Solvium Holding AG

FBM: Solvium Capital hat ein sehr erfolgreiches Vertriebsjahr hinter sich. Auf welche Umstände führen Sie das zurück?

André Wreth: Ja, 2021 war für uns bisher das erfolgreichste Jahr der Unternehmensgeschichte. Wir haben mittlerweile einen umfangreichen Stamm an Vertriebspartner:innen und Anleger:innen, mit denen wir seit vielen Jahren transparent und vertrauensvoll zusammenarbeiten. Dies zeigt unter anderem, dass rund 85 % aller Anleger:innen, von denen Verträge im vergangenen Jahr ausgelaufen sind, von einer Verlängerungsoption Gebrauch gemacht oder in ein komplett neues Produkt bei Solvium investiert haben. Zudem kam uns zugute, dass Solvium mittlerweile – auch was die Produktpalette betrifft – breiter aufgestellt ist. So stand im vergangenen Jahr neben unseren Vermögensanlagen auch erstmals ein Alternativer Investmentfonds aus dem Hause Solvium zum Vertrieb zur Verfügung. Darüber hinaus gab es Investitionen von institutionellen Investoren über unsere SICAV-Struktur.

FBM: Wie ist der aktuelle Stand im Logistikmarkt? Gibt es Lieferschwierigkeiten aufgrund der weltweiten Pandemie, die auch ihre Container betreffen?

André Wreth: Weltweit gibt es nach wie vor Engpässe und Unterbrechungen bei den Lieferketten. Auch wenn wir beobachten, dass sich diese langsam auflösen, gehen wir davon aus, dass die Lieferketten noch längere Zeit beeinträchtigt sein werden und hierfür ist nicht nur die Coronapandemie ursächlich. Weitere Verzögerungen sind möglich, wenn es zu weiteren lockdownähnlichen Maßnahmen kommt. Wir alle kennen Beispiele aus der Presse, in denen ganze chinesische Städte wegen weniger Corona-Fälle dichtgemacht wurden.

FBM: Welche Produkte haben Sie aktuell im Vertrieb und was sind dabei die Eckpunkte?

Jürgen Kestler: Noch bis Ende Juni bieten wir unseren AIF **Solvium Logistic Fund One** mit einer Restlaufzeit von ca. 5 Jahren an. Durch die monatlichen Mieteinnahmen dieses risikogestauten Publikums-AIF ist es möglich, Anleger:innen quartalsweise Ausschüttungen zu leisten. Dieses voll regulierte Produkt verspricht eine jährliche Mindestrentabilität von 4,56 %. Zudem freuen sich insbesondere f3-Vermittler über



Jürgen Kestler

Geschäftsführer Solvium Capital Vertriebs GmbH

unsere neue Vermögensanlage **Logistik Opportunitäten Nr. 4**. Auch hier sind Renditen von mehr als 4,4 % p.a. möglich und dies bei einer kurzen Laufzeit von 3 Jahren.

FBM: Solvium Capital hat sich zu einem umfassenden Logistikunternehmen entwickelt. Nun gibt es Änderungen im Vorstand der Holding. Welche Auswirkungen hat dies auf künftige Investmentangebote?

André Wreth: So gut wie keine. Seit gut 10 Jahren heißen die Verantwortlichen bei Solvium Olaf Will, Marc Schumann, Christian Petersen und André Wreth. Zudem führt Jürgen Kestler die Geschicke der Vertriebsgesellschaft. Dass nun Christian Petersen, Marc Schumann und ich in die Vorstandsposition aufgerückt sind, war lange Zeit bekannt und hat vermutlich im Markt auch niemanden überrascht. So ist das Unternehmen auch für die Zukunft und die Unternehmensnachfolge bestens aufgestellt.

FBM: Was schätzen Vermittler besonders an der Zusammenarbeit mit Solvium Capital?

Jürgen Kestler: Es ist eine Reihe von Gründen: zum einen die Produktseite und zum anderen die Solvium-Persönlichkeiten. Logistik ist ein globaler Megatrend. Dies haben Anleger:innen

und Vermittler:innen nicht erst in der Pandemie wahrgenommen. Wir freuen uns sehr, dass es uns immer wieder gelingt, Produkte mit kurzen Laufzeiten und laufenden Auszahlungen zu konzipieren. Zudem spricht für Solvium die 100 %-Erfüllungsquote bei den Angeboten aus der Gruppe. Sämtliche Investments laufen planmäßig oder wurden planmäßig abgeschlossen. Über die Produkte berichten wir transparent jedes Jahr in unserer erweiterten Leistungsbilanz - dem Portfoliobebericht. Diese Gründe machen unsere Produkte verlässlich und planbar.



Wenn Sie heute Anleger:innen und Geschäftspartner:innen fragen, dann schätzen diese auch unseren Support durch Außen- und Innendienst und die schnelle Reaktionsgeschwindigkeit bei Fragen und Anliegen. ■

„Patriarch und Mediolanum – eine Erfolgsstory zündet die nächste Stufe“



Dirk Fischer
Geschäftsführer, Patriarch Multi-Manager GmbH

FBM: Herr Fischer, neben Ihrer eigenen Produktpalette verantworten Sie und Ihr Team seit Jahren erfolgreich den Deutschlandvertrieb für die irische Fondsgesellschaft Mediolanum International Funds. Was fasziniert Sie so an dieser Fondspalette?

Dirk Fischer: Da ist insbesondere der außergewöhnliche Multi-Manager-Ansatz der Mediolanum-Fonds, der die Fondspalette so einzigartig macht und sich völlig mit unserer eigenen Philosophie deckt. Oder kennen Sie eine andere Fondsgesellschaft, die über ca. 60 unterschiedliche Fondsideen auf gut 30 verschiedene mandatierte Manager und deren Expertise zurückgreifen kann? Viele von Ihnen sind Marktriesen, wie BlackRock, Fidelity, Schroders oder Robeco, aber mindestens ebenso viele sind Boutiquen und absolute Nischenspezialisten, wie Cadence, Atlas, Baillie Gifford oder Federated Hermes, die genau entsprechend ihrer Stärken zum Wohle des Anlegers eingesetzt werden. Das ist für jeden Berater ein unendliches Füllhorn an Investitionsmöglichkeiten und eine perfekte Spielwiese für Investmentprofis mit Blickwinkel auf die wichtigen Themen „Best Advice“ und Neutralität.

FBM: Nun liefert das Marktumfeld aber neue Herausforderungen. Schauen wir nur auf das Minuszinsenumfeld und das Thema Inflation. Aber auch die Börsenszenarien erfordern immer mehr Flexibilität. Denken wir nur an die Branchenrotation zuletzt. Wie kann eine Fondswelt, wie die von Mediolanum International Funds hier helfen?

Dirk Fischer: Das Marktumfeld in 2022 wird definitiv rauer werden. Da gilt es noch besser zu überlegen, wem man sich anvertraut und wo pfiffige und außergewöhnliche Lösungen zu finden sind. Hier schließt sich der Kreis zum Thema Managerexpertise. Ein Beispiel. Beim Thema Minuszinsen haben sich viele Deutsche aufgegeben, weil Sie sich nicht alternativ in Aktien trauen. Solche Kunden haben der Situation auf unsere Empfehlung mit dem **Mediolanum Best Brands Global High Yield** getrotzt. Knapp 10% Nettorendite in 2021 ohne eine Aktie sprechen eine deutliche Sprache. Zufall oder Glück? Definitiv nein. Der Fonds ist über 20 Jahre alt und fast 2,5 Mrd. € groß und hat sage und schreibe vier Fondsmanager (DWS, Brigade, PGIM und AEGON). Deren Expertise verdanken die Anleger das gute Ergebnis. Und dies ist ein Beispiel von vielen.

FBM: Gut, aber schauen wir mal auf die Aktienseite. Hier kam der Druck ja eindeutig aus China. Hier ist Mediolanum auch mit zwei Asienfonds prominent vertreten. Wie kam man hier durch das schwere Fahrwasser?

Dirk Fischer: Eine gute Frage, denn einfach kann ja jeder. Wie rettet man Anlegergelder, wenn es auf einmal nur noch Gegenwind gibt? Der breite Asienfonds des Hauses, der **GAMAX Asia Pacific Fund**, mit dem langjährig mandatierten Manager DJE Kapital AG, hat das Kunststück hinbekommen immerhin noch 1% Plus für die Anleger ins Ziel zu retten. Eine sensationelle Leistung in einem so negativen Umfeld. Für den reinen China-Fonds des Hauses, den **Mediolanum Best Brands Chinese Road**, konnte es dagegen nur um Verlustbegrenzung gehen. Minus 9% musste ein Investor hier in 2021 aushalten. Kein Beinbruch nach 35% Gewinn in den 1,5 Jahren zuvor. Hier haben Schroders und Ninety One als mandatierte Manager gerettet, was zu retten war. Für jemanden, wie mich, der das Ende der neuen Seidenstraße in Duisburg vor der Haustür hat (Foto mit dem Maskottchen des MSV Duisburg), bleibt der Fonds übrigens nach wie vor DAS Regioneninvestment in einem Depot mit mittlerem Laufzeithorizont.

FBM: Der Megatrend für das Jahr 2022 wird vermutlich der Bereich ESG bzw. Nachhaltigkeit bleiben. Kann die Mediolanum-Fondswelt hier auch mithalten und hat etwas Besonderes zu bieten?

Dirk Fischer: Vor allem Glaubhaftes. Denn im Gegensatz zu vielen Marktteilnehmern setzt Mediolanum nicht auf eine komplett grüne Fondspalette mit „Green-Washing-Nachgeschmack“, sondern fokussiert sich auch beim Thema Nachhaltigkeit ganz gezielt innerhalb des Gesamtfondsuniversums. So befinden sich einige sehr spannende Fonds gemäß Artikel 8 Transparenzverordnung in der Palette, aber das Herzstück sind zwei hervorragende Artikel 9-Fonds. Zum einen der **Mediolanum Best Brands Global Impact** und ganz neu der **Mediolanum Best Brands Circular Economy Opportunities**. Dieser Fonds unterscheidet sich wohltuend von vielen anderen ESG-Konzepten, da er sich nicht mit irgendwelchen Ausschlusskriterien beschäftigt, sondern sich dem einzigen wirklich wissenschaftlichen Lösungsansatz der Nachhaltigkeitsherausforderung verschreibt, der **Kreislaufwirtschaft!** Und wie kann es anders sein, mit Pictet, KGIB und BlackRock wurden wieder drei exzellente Manager dazu ausgewählt und mandatiert. Dieser Fonds darf eigentlich in keinem ernsthaft grünen Depot fehlen.

FBM: Und jetzt, seit Herbst 2021, auch noch eine Versicherungslösung aus dem Hause Mediolanum. Wie passt das ins Konzept und was hat es damit auf sich, Herr Fischer?

Dirk Fischer: Gar nicht so ungewöhnlich, wenn man zunächst einmal weiß, dass es die Mediolanum International Life bereits seit 25 Jahren in Irland gibt. Übrigens mit deutscher Niederlassung in München. Der irische Versicherer ist also kein neuer Player, aber ein klarer Spezialist als „Verpacker“ von Fondslösungen. Es geht also ausschließlich um Kapitalanlagen in einer Versicherungshülle. Garantien oder biometrische Risiken spielen hier keine Rolle. Auslöser für die Markteinführung des Mediolanum Life Plan ist die Rechnungszinssenkung auf 0,25% p.a., die den bisherigen Markt für konservative Einmalbeitragspolizen vor völlig



neue Herausforderungen stellt und komplett neuordnet. Genau hier hat die Mediolanum International Life aber ihre Stärke über eine ganz besondere Beitragsdepotlösung, die **„Intelligent Investment Strategy“**, welche über einen ausgeklügelten Algorithmus eine Cost-Average-Perfektion für Einmalbeiträge bietet. Das Produkt ist in den Hauptmärkten Italien und Spanien ein Megaseller für konservative Einmalinvestoren. Somit konnte das Timing für den Markteintritt des Mediolanum Life Plan in Deutschland gar nicht besser und logischer sein. Und aus Beratersicht kann ich nun auch noch mit einer Erlaubnis nach §34d GewO an der Mediolanum-Fondspalette partizipieren. Somit eine Win-Win-Situation für Unternehmen, Berater und Kunden.

FBM: Herr Fischer, wir bedanken uns für das informative Gespräch. ■

Healthcare-Immobilien: Langfristige Investitionen in Sachwerte mit regelmäßigen Ausschüttungen



Rauno Gierig

Geschäftsführer, Chief Sales Officer (CSO) Verifort Capital Group GmbH

FBM: Verifort Capital ist auch als Spezialist im Healthcare-Immobilienbereich bekannt. Was genau sind Healthcare-Immobilien?

Rauno Gierig: Bei Healthcare-Immobilien sprechen wir grundsätzlich von einem breiten Bereich an Immobilien. Neben Pflegeeinrichtungen in verschiedenen Ausprägungen, von stationärer Pflege bis ambulante oder Tagespflege, umfasst der Bereich Healthcare auch Einrichtungen für betreutes Wohnen. Genauso fallen aber grundsätzlich auch medizinische Einrichtungen wie beispielsweise Krankenhäuser, Arzthäuser, Gesundheitszentren, Reha-Kliniken oder medizinische Versorgungszentren darunter. Es handelt sich hierbei um einen der größten Wachstumsmärkte in Deutschland, denn die Menschen hierzulande werden immer älter. Allein bis 2030 dürften dadurch in Deutschland mehr als 300.000 Pflegeplätze benötigt werden. Bis 2030 wären entsprechend 4.000 neue Pflegeheime nötig, um den entstehenden Zusatzbedarf zu decken. Zusätzlich muss ein Teil der bestehenden Altenheime ersetzt oder erneuert werden.

FBM: Ist die Nachfrage nach Healthcare-Immobilien bei Anlegern im letzten Jahr gestiegen?

Rauno Gierig: Wie uns eine Befragung unserer Vertriebspartner gezeigt hat, stoßen Spezialimmobilien wie Pflege- oder Gesundheitseinrichtungen zuletzt verstärkter auf Interesse bei Anlegern. Gerade in Zeiten mit viel Unruhe auf den Finanzmärkten können langfristige Investitionen in Sachwerte mit regelmäßigen Ausschüttungen ein Anker sein. Das ist etwas, was gerade Healthcare-Immobilien bieten können. Der Bedarf an solchen Einrichtungen ist langfristig und wie sich während der Corona-Pandemie gezeigt hat, ist dieser Immobilien-Sektor sehr krisenresistent und



Quelle: © WavebreakMediaMicro - AdobeStock.com

kaum oder gar nicht von Mietausfällen betroffen. Gleichzeitig leisten Anleger mit Investitionen in Einrichtungen einen richtigen gesellschaftlichen Impact und tragen dazu bei, pflegebedürftigen Menschen dauerhaft eine gute Unterkunft und Versorgung zu ermöglichen.

FBM: In welche Healthcare-Immobilien hat Verifort Capital zuletzt investiert?

Rauno Gierig: Wir konnten mittlerweile drei Healthcare-Objekte für unseren AIF erwerben. Bei der ersten Immobilie handelte es sich um eine Einrichtung betreutes Wohnen mit Tagespflege im Emsland. Diese haben wir Anfang 2021 sehr bald nach Fondsauflegung aufgenommen. Beim zweiten Objekt handelt es sich um eine Einrichtung für Service-Wohnen in Merseburg, die Mitte 2021 dazukam. Als dritte Immobilien konnten wir ganz kürzlich eine Einrichtung für stationäre Pflege in Hannover erwerben. Durch diesen Mix an unterschiedlichen Healthcare-Nutzungsarten haben wir mit dem dritten Objekt auch die für unseren AIF geplante Risikomischung erreicht. Dennoch ist der Kauf einer weiteren Immobilie bereits in Planung, um den Fonds möglichst zügig voll zu investieren.

FBM: Verifort Capital ist mit dem AIF HC 1 Ende 2020 gestartet. Was sind die Eckpunkte des Fonds?

Rauno Gierig: Wir haben den Verifort Capital HC1 als Publikums-AIF aufgelegt. Mit einer Mindestbeteiligung von 5.000 Euro sprechen wir damit auch gezielt Privatanleger an, die mit dem Fonds in den langfristig attraktiven Markt der Pflege- und Sozialimmobilien investieren können. Zielobjekte des AIFs sind Pflegeimmobilien, Einrichtungen für betreutes Wohnen sowie für die Tages- oder ambulante Pflege in Deutschland. Die Laufzeit des Fonds ist bis 2031 angesetzt, mit einer vierteljährlichen Ausschüttung von 4,75 Prozent p.a. vor Steuern. Der Gesamtmittelrückfluss ist mit 149,9 Prozent vor Steuern prognostiziert. Wir als Verifort Capital haben uns selbst auch mit 1,6 Millionen Euro am AIF beteiligt.

FBM: Wie lange wird dieser Fonds noch platziert? Ist bereits ein Nachfolger-Fonds geplant?

Rauno Gierig: Nachdem der Vertrieb des Fonds in den ersten Monaten durch Corona überschattet war, liegen wir heute gut im Plan und haben den Fonds bald ausplatziert. Da wir das Thema

Healthcare-AIFs von Anfang an als Serie vorgesehen haben, planen wir Mitte des Jahres mit dem Verifort Capital HC2 den nächsten Publikums-Fonds aus dieser Reihe in den Vertrieb zu bringen. Die Themen Pflege und Altenwohnen werden auch hier wieder Schwerpunkte sein. Aber da es sich ja bewusst nicht um Pflege-, sondern um Healthcare-Fonds handelt, schauen wir uns jetzt auch Bereiche wie Ärzthäuser oder medizinische Versorgungszentren an. Der neue Fonds wird auch als ESG-Fonds aufgelegt werden.



Quelle: © RRF - AdobeStock.com

FBM: Welchen Vorteil haben Vermittler durch eine Zusammenarbeit mit Verifort Capital?

Rauno Gierig: Wir legen großen Wert darauf, unseren Vertriebspartnern auch in Pandemiezeiten ohne persönliche Treffen weiter genau die Informationen und Unterstützungen zur Seite zu stellen, die sie für ihre Arbeit benötigen. So führen wir beispielsweise regelmäßig Webinare durch und haben ein Vertriebspartnerportal eingerichtet, in dem alle wichtigen Unterlagen und Informationen hinterlegt sind und das unseren Vermittlern viele Arbeitsschritte abnimmt und den Weg bis zum Abschluss sowie darüber hinaus erleichtert. Außerdem haben wir eine Online-Ausfüllhilfe für die Beitrittserklärung entwickelt, die die Vertriebspartner mit ihren Kunden gemeinsam durchgehen können. Nichtsdestotrotz stehen wir unseren Partnern natürlich nach wie vor individuell zur Seite. Unser Anspruch ist es, unseren Vertriebspartnern als Qualitätsanbieter zur Seite zu stehen. Trotz aller digitalen Angebote legen wir großen Wert darauf, unseren Partnern passgenaue Lösungen und Unterstützungen an die Hand zu geben. Dabei richten wir uns individuell auf die jeweiligen Bedürfnisse, Kenntnisse und Erfahrungen der einzelnen Vermittler aus. ■

Im Anlegerfokus: Immobilienbeteiligung mit überzeugendem Track-Record

Jörg S. Walter
Geschäftsführer
IVM GmbH



FBM: Leider passieren immer wieder Anlegerskandale im Sachwertebereich die Vermittler stark in Mitleidenschaft ziehen. Dies führt zu Unsicherheiten in Bezug auf die Auswahl von Produktanbietern. Deshalb ist ein transparentes, mit einem erfolgreichen Track-Record versehenes, langjähriges Produkt- und Geschäftsmodell, im höchsten Interesse für Anleger und Vermittler. Wie ist Thamm & Partner hier positioniert?

J. Walter: Thamm & Partner ist bereits seit 1982 auf dem Markt. In diesen 40 Jahren hat das Unternehmen enorme stille Reserven aufgebaut, an denen ja auch die Anleger partizipieren. Somit sind die Vermögenswerte deutlich höher als die Verbindlichkeiten. Gerade für Anleger, die entspannt Vermögen auf- oder ausbauen wollen, ist dies ein enorm wichtiger Aspekt. Ein weiterer Sicherheitsaspekt ist die hohe Eigenkapitalquote von rund 90%. Die Wertsteigerung auf Anlegerebene betrug in den letzten 20 Jahren im Durchschnitt rund 5 Prozent p.a. vor Steuern. Durch die unternehmerische Prägung der Anlage ist die Nachsteuerbetrachtung aber oftmals sogar im zweistelligen Bereich p.a..

FBM: Welchen Einblick gewähren Sie Vertriebspartnern und wie unterstützen Sie diese für die Beratung?

J. Walter: Wir bieten hier eine sehr hohe Transparenz, da unsere Partner alle Objekte besichtigen und vor Ort hinter die Kulissen des Unternehmens blicken können. Dadurch erkennen Vertriebspartner die Zusammenhänge, die Entstehung der Rendite und haben somit eine hervorragende Entscheidungsgrundlage.

Wir stehen für Mandantenwebinare und -seminare zur Verfügung und haben viele Auszeichnungen erhalten, welche die Qualität von Thamm & Partner hervorheben. Dabei wird das Erfolgskonzept des Unternehmens offen dargelegt. Gerade ganz neu ist der Architekturpreis des Landes Sachsen für unser Objekt Hafen 1 in Leipzig.

FBM: Ein aktueller Nachfragetrend sind eher kurzlaufende Immobilien-Investments von bis zu 5 Jahren. Danach wird wieder neu angelegt. Thamm & Partner bieten eher langfristige Immobilien-Investments. Was spricht aus Anlegersicht für ihr Geschäftsmodell?

J. Walter: Die Vergangenheit hat gezeigt, dass der Vermögensaus- und Vermögensaufbau immer aus einem Mix von kurz-mittel- und längerfristigen Anlagen in verschiedenen Anlageklassen erfolgen sollte. Längerfristige Anlagezeiträume gleichen vorübergehende Schwankungen besser aus als kurzfristige Anlagen. Bereits mit kleineren Einstiegsbeträgen ist ein Engagement bei Thamm & Partner möglich.

Bei Thamm & Partner nutzen Investoren die komplette Wertschöpfungskette der Immobilie. Diese beginnt beim Ankauf über die Bebauung bzw. Sanierung bis zum langfristigen Halten im Bestand oder zum Verkauf der Immobilie. Somit haben Anleger die gleichen Chancen wie die Geschäftsführung des Unternehmens selbst. Sie partizipieren also an der Quelle der Wertschöpfung.

Solange die Preise so extrem ansteigen wie seit einigen Jahren, kann das kurzlaufende Modell auch klappen. Spannend wird es dann zu sehen,

was passiert, wenn die Fachleute recht bekommen, d.h. die Zinsen steigen und die Immobilien wieder eine normale Wertentwicklung erfahren. Spätestens dann werden sich die Vorteile aus dem Unternehmenskonzept von Thamm & Partner noch stärker herausstellen.

FBM: Mit welchem Produktangebot ist Thamm & Partner aktuell am Markt und was sind die wichtigsten Eckpunkte der Anlage?

J. Walter: Die Anleger können sich ohne Umwege, also direkt und unmittelbar an Thamm & Partner in Form einer Vermögensanlage beteiligen. Die Laufzeit beträgt grundsätzlich 10 Jahre, hier gibt es aber auch z.B. Übertragungsmöglichkeiten für die Anleger. Der Durchschnittsrückfluss betrug bisher für die Anleger rund das 1,5-fache der jeweiligen Einlage. Wobei es durch die unternehmerische Prägung zusätzlich zu hohen steuerlichen Vorteilen während der Laufzeit und auch bei Beendigung dieser, kommen kann. Ein Aspekt ist dabei unter anderem der Freibetrag von 45.000 Euro unter bestimmten Voraussetzungen.



FBM: Sind noch weitere Produktangebote in diesem Jahr geplant?

J. Walter: Wir haben dieses Produkt der unmittelbaren und direkten Beteiligung am Unternehmen seit 1999 unverändert im Angebot. In diesem Jahr wird es durch den Gesetzgeber Änderungen geben, die auch uns betreffen. Wir sind darauf bestens vorbereitet und es entstehen dadurch vielfältige neue Chancen.

FBM: Was ist bei Thamm & Partner der große Unterschied zu anderen Anlagemöglichkeiten?

J. Walter: Da gibt es sehr viele Unterscheidungs- und Alleinstellungsmerkmale. Die Anleger sind direkt und unmittelbar am Unternehmen beteiligt. Somit gibt es keine Zwischenerwerber oder Positionen, die den Gewinn schmälern. Dabei sind die Anleger nicht nur am Gewinn beteiligt, sondern partizipieren auch an den stillen Reserven, also am Unternehmenswert. Dies macht sich umso mehr bemerkbar, je höher die Inflation steigt. Die Inflation liegt jetzt bei knapp 5% und viele Experten sind der Meinung, dass sie sich auf diesem Niveau einpendeln wird. Gewinner sind dann Investitionen in reale Sachwerte, so wie bei Thamm & Partner.

FBM: Marktbeobachter sehen den Immobilienmarkt in Teilbereichen als eher überhitzt an. Umso schwieriger dürfte es sein, hier in Zukunft weitere attraktive Renditen erzielen zu können. Ist jetzt trotzdem der richtige Zeitpunkt bei Thamm & Partner zu investieren?

J. Walter: Eine Überhitzung bemerken wir in verschiedenen Metropolen, aber nicht an unseren Standorten. Um von einer Überhitzung zu sprechen, müsste auf die sehr hohe Nachfrage ein hohes Angebot treffen. Dies ist nicht der Fall. Es fehlen jedes Jahr immer mehr Wohnungen und eine Wende ist nicht absehbar. Thamm & Partner hat in den vergangenen Jahren, also zu Zeiten in denen man noch günstig einkaufen konnte, einen Immobilienbestand von 62 Objekten aufgebaut. Über 30 Objekte sind noch unbebaut oder werden noch saniert bzw. veredelt. Somit können wir das eingehende Kapital für die nächsten Jahre in bestehende Objekte investieren und müssen nicht teuer dazukaufen. Ein Zukauf passiert nur dann, wenn alle Parameter stimmen. Das ist für uns und unsere Anleger eine sehr entspannte Ausgangssituation. ■

10 gute Gründe, die für eine Investition bei der Thamm & Partner GmbH sprechen:

◆ 10 gute Gründe	✓... für den Anleger
⇒ 40 Jahre Marktpräsenz und Erfolg	✓ Sicherheit und nachprüfbare Ergebnisse
⇒ Eigenkapitalquote von etwa 90 Prozent	✓ Unabhängigkeit von Banken und deren Fremdkapital
⇒ Qualifizierter Fachbeirat zur Unterstützung des Managements	✓ Erheblicher Kompetenzgewinn
⇒ Wirtschaftsprüfungstestat mit uneingeschränktem Bestätigungsvermerk	✓ 100 prozentige Berechenbarkeit
⇒ Vertrauensschaden Versicherung	✓ Zusätzliche Sicherheit
⇒ Überdurchschnittliche Rendite und Teilhabe an den stillen Reserven des Unternehmens	✓ Investieren wie die Profis
⇒ Variable Anlagepläne	✓ Entsprechende Flexibilität
⇒ Steuerliche Relevanz	✓ Steuerliche Vorteile
⇒ Hoher Inflationsschutz	✓ Da reale Sachwerte
⇒ Vermögenssicherung	✓ Überdurchschnittliche Rendite bei hoher Sicherheit

ASSET PROTECTION KONGRESS: Alles zum eigenen Vermögensschutz in unsicheren Zeiten



Peter Härtling
Geschäftsführer / CEO, Deutsche Gesellschaft für Ruhestandsplanung

FBM: Wie ist das letzte Jahr für die DGfRP gelaufen? Welche ihrer Dienstleistungen wurden besonders nachgefragt?

Peter Härtling: 2021 war für die DGfRP ein Jahr des nachhaltigen Wachstums. Gerade wegen der Corona-Krise und deren möglichen, finanziellen Auswirkungen auf die Wirtschaft und privaten Vermögen, suchen die Menschen nach rechtskonformen Lösungen, ihr Vermögen zu sichern.

Mittelständler und sehr vermögende Klienten waren am meisten interessiert an der Konzeption einer „Asset Protection“ – also einer ganzheitlichen Strategie zum Schutz ihrer Vermögen und ihrer Werte vor staatlichen Zugriff, vor Finanzkrisen und Steuern.

FBM: Sie haben ja im vergangenen Herbst zum ersten Mal den ASSET PROTECTION KONGRESS mit Live-Übertragung ins Internet veranstaltet. An wen richtete sich der Online-Kongress und wie war die Resonanz?

Peter Härtling: Der Kongress richtet sich an Mittelstand, vermögende Klienten, Unternehmer:Innen und Führungskräfte. Mit über 3.000 Teilnehmern bekamen wir eine überwältigende Resonanz. Auch- und gerade wegen der Aktualität unserer Schlüsselthemen.

FBM: Welche Themen waren für die Zuschauer besonders interessant?

Peter Härtling: 20 Vorträge unterschiedlichster Art. Von ausgeklügelten Edelmetall- und Edel-



steinstrategien, über die Gründung von Stiftungen und Holdings, über den Schutz der eigenen Immobilien vor Zwangshypotheken, bis hin zu Investment-, Krypto-, und Immobilienanlagen. Dazu gab es einen regelrechten Run auf die Information zu lebenslang abgeltungssteuerfreien Ansparstrategien. Und nicht zuletzt traf das Thema „Geld und Gesundheit“ auf offene Ohren.

FBM: Nun richten Sie am 26./27.3.2022 bereits den zweiten Asset-Protection-Kongress aus. Was werden da die wichtigsten Themen sein?

Peter Härtling: Natürlich werden die neuesten Informationen zu den bisherigen Themen gegeben. Steuern sparen, Nachhaltiges Investieren, Immobilien, Investment.

Dazu kommen Experten mit äußerst interessanten Anlagestrategien zu Sachwerten, Strafzins- und Währungsmanagement Konzeption von Asset-Protection, Cyber-Sicherheit für Unternehmen, usw..

Und auch das Thema Gesundheit wird behandelt, von einem sensationellen Arzt, der über genetische Gesundheit referiert.

FBM: Warum sollten Verbraucher aber auch Vermittler am ASSET PROTECTION KONGRESS teilnehmen?

Peter Härtling: Wer sich heute informiert und besonnen handelt, sichert sich auch für eine unge-

wisse Zukunft die persönliche, finanzielle Freiheit. Anmeldung: www.asset-protection-kongress.de

FBM: Gibt es besondere Highlights für Vermittler in diesem Jahr von der DGfRP?

Peter Härtling: Da haben wir einmal die zwei Kongresse. Dazu kommt ein ausgefeiltes Weiterbildungsprogramm zur Asset Protection, um die wachsende Kundenzahl zu bedienen. Ein absolutes Highlight wird unsere Aktivität zu direkten Klientengewinnung für unsere engen Partner.

FBM: Wie definieren Sie Vertriebserfolg 2022?

Peter Härtling: Nachhaltiges, zwei- bis dreistelliges Wachstum. Entfaltung der individuellen Potentiale. Mensch bleiben, zusammenhalten. ■



Bei Kunden attraktive Einkommenspotentiale öffnen



Torsten Filenius
Geschäftsführer, CP Capital Pioneers GmbH

FBM: Wie ist die Geschäftsidee von Capital Pioneers?

Torsten Filenius: Capital Pioneers ist ein digitaler Marktplatz für regulierte und auf Plausibilität geprüfte Investitionen in Sachwerte. Über unseren Hauptgesellschafter Fondsbörse Deutsche Beteiligungsmakler AG (FDB) zählen wir uns stolz zur Unternehmensgruppe der BÖAG Börsen AG Düsseldorf, Hamburg und Hannover. Dieser Zusammenschluss der ehemaligen Regionalbörsen hat am Börsenplatz Hamburg einen Handelsplatz für Sachwerte in geschlossenen Fonds geschaffen. An der Fondsbörse Deutschland agieren die beiden größten Maklergesellschaften im Zweitmarkt, FDB und die Deutsche Zweitmarkt sehr erfolgreich und bilden einen großen Teil des gesamten Zweitmarkts ab.

Mit den Erstmarkt-Aktivitäten bei CP Capital Pioneers wird der Anleger-Fokus nun auch auf neue Produkte dieser Beteiligungsklasse gelenkt, die sich aufgrund des Regulierungsgrades der letzten Jahre - speziell bei AIF - deutlich entwickelt haben.

Wir sind davon überzeugt, dass Sachwerte einen wichtigen Beitrag zum erfolgreichen Vermögensaufbau und -erhalt leisten. Deshalb wollen wir

Privatanleger über unsere Vermittlungsplattform einen transparenten, rechtssicheren und einfachen Zugang ermöglichen.

FBM: An welche Zielgruppen richtet sich Ihr Angebot?

Torsten Filenius: Zielgruppe sind als Erstes Vermittler ohne eigene Erlaubnis nach §34f, die ihren Kunden eine Lösung für Anlagefragen bieten wollen und zum Zweiten informierte Anleger, die einen Zugang zu geprüften Sachwertanlagen suchen.

FBM: Was sind die Vorteile von Capital Pioneers als Vertriebspartner für Emissionshäuser?

Torsten Filenius: Wir unterstützen Produktgeber dabei, ihre Vertriebspartner bei veränderter Regulatorik oder bei Wegfall von Erlaubnissen weiterhin mit einer Produkt-Pipeline versorgen zu können.

Ebenso bieten wir die Möglichkeit, unbetreute Kundenbestände auf den unterschiedlichen Kanälen über sinnvolle Sachwertinvestments zu informieren.

FBM: Was sind die Vorteile des Dienstleistungsangebotes für Vermittlungspartner?

Torsten Filenius: Vermittler mit eigener Erlaubnis nach §34 f Abs. 1 Satz 2/3 ermitteln für sich selbst, wie sehr sie mit Dokumentations- und Haftungsthemen beschäftigt sein wollen. Sofern ein Schwerpunkt auf die Vermittlung und Beratung von AIFs und Vermögensanlagen gelegt wird, kann dies sinnvoll sein. In vielen Fällen ist es aber effektiver, die eigene Erlaubnis ruhen zu lassen und eine erlaubnisfreie Tippgebervergütung zu vereinnahmen.

FBM: Warum ist Capital Pioneers auch für Versicherungsmakler und -Vermittler ein sehr attraktiver Partner?

Torsten Filenius: Versicherungsmakler können Ihren Kunden eine Antwort auf die Frage bieten, wo es noch Renditen für Geldanlagen gibt. Sie festigen damit Ihre Position als Ansprechpartner in Finanzfragen – ohne die sonst vorhandenen regulatorischen Hürden. Sie grenzen sich von anderen Vermittlern ab und können konkret reagieren, wenn Kunden mit Angeboten von Wettbewerbern vorstellig werden, zu denen sie sonst keine Stellung nehmen könnten.

Als Servicepartner tragen die Vermittler keinerlei Haftungsrisiko, erhalten zeitlich unabhängigen Kunden- und Produktschutz und können neben der Antragsabwicklung auch vielfältige unterstützende Tätigkeiten im Bereich des Vertriebes (Webinare /Veranstaltungen/ Akquisitionstelefonie) von Capital Pioneers in Anspruch nehmen.

Außerdem vergüten wir die Empfehlung für unsere Servicepartner mit einem attraktiven Prozentsatz der Anlagesumme.

FBM: Empfehlen Ihre Servicepartner CP Capital Pioneers bei ausgesuchten Kunden vorzustellen?

Torsten Filenius: Natürlich kennen wir den Reflex bei unseren Partnern, dass speziell die Kunden eingeladen werden, die nach Anlagemöglichkeiten fragen, Immobilien oder Unternehmen verkaufen oder eine Erbschaft verarbeiten müssen.

Wir empfehlen tatsächlich, lieber breit einzuladen, genau das ist die Idee bei unserem Affiliate-Marketingansatz, da die Vermittler gerade bei ihren B-, C- & ...-Kunden häufig nicht die Gesamtsituation einschätzen können.

Es ist eine aufwandsarme und kostenfreie Möglichkeit, bei Kunden attraktive Einkommenspotentiale zu öffnen. Anlagebedarf hat heute fast jeder Kunde.

FBM: Wie sieht Ihre Angebotspalette aus?

Torsten Filenius: Wir bilden den Markt der verfügbaren AIF und ab 2.Q 2022 auch Vermögensanlagen ab. Es werden auf unserer Seite nur Produkte gelistet, die den Qualitätsanforderungen der Unternehmensgruppe (Fondsbörse Deutschland) entsprechen. Hierfür haben wir einen objektiven Plausibilitätsprozess entwickelt, der neben dem Produkt selbst auch die zum Teil jahrzehntelange Erfahrung mit dem Produktgeber beinhaltet.

FBM: Grüne Investments sind immer stärker im Fokus der Anleger. Was bietet Capital Pioneers in diesem Segment?

Torsten Filenius: CP kann eben genau die im Markt verfügbaren und dann noch plausibilisierten Anlagen anbieten. Wir stellen tatsächlich fest, dass das Angebot in diesem Bereich noch umfangreicher sein könnte und erwarten, dass sowohl die Kapitalmarktsituation als auch die Nachfrage nach ökologischen Investments in der näheren Zukunft zu vermehrter Vielfalt führen wird.

Wir erwarten ebenso, dass die Regierung den Umbau der Gesellschaft mit fiskalischen Maßnahmen unterstützen wird, die einen positiven Einfluss auf die Konzeption von „grünen Investitionen“ haben werden.

FBM: Welche Investments bieten CP an?

Torsten Filenius: Derzeit dominieren deutsche Immobilienbeteiligungen und -projekte. Das ist erwartbar, da deutsche Anleger am liebsten dort investieren, wo es in den vergangenen drei bis fünf Jahren besonders aussichtsreich war.

Wir erwarten nicht, dass dieser Trend zeitnah gebrochen wird, da wir besonders bei den systemrelevanten Immobilien gesehen haben, dass sie auch in der Pandemie uneingeschränkt weiter nachgefragt werden:

Nahversorgungszentren (mit Einzelhandel, Ärztehäusern ...), Wohnen und Pflegeimmobilien.

Diese Punkte treffen aber ebenso auf Photovoltaik und Wasser- und Windkraft zu. Hinzu kommen Themen der Energiespeicherung. Zu all diesen Aspekten erwarten wir zeitnah eine Zunahme von Publikumsplatzierungen.

Mehr Informationen finden interessierte Servicepartner unter www.capitalpioneers.de ■

Das absolut unfälschbare Edelmetall...

Ingo Wolf

Direktor des Osmium Instituts
zur Inverkehrbringung und Zertifizierung
von Osmium GmbH



Wenn man über kristallisiertes Osmium schreibt, ist ein Fakt herausragend. Und das ist die absolute Unfälschbarkeit von Osmium. Dieses Kriterium wird für Sachanleger immer wichtiger und führt kristallines Osmium deshalb ins Rampenlicht. Es ist also vielleicht an der Zeit, sich genauer zu informieren.

Zur Grunderklärung:

Osmium ist eines der acht Edelmetalle. Es ist dabei das letzte Edelmetall, welches in den Markt eingeführt wird. Gleichzeitig ist es das seltenste Metall auf der Erde. Und es besitzt die höchste Dichte und höchste Wertdichte.

Schauen wir deshalb kurz in die Vergangenheit: Metalle wie Gold und Silber waren von je her ein Garant für das persönliche Vermögen. Sie sind transportierbar und sie haben eine recht hohe Wertdichte im Vergleich zu Industriemetallen, Kunst oder Oldtimern. Trotzdem sind sie fälschbar. Und das ist schon lange keine Ausnahmeerscheinung mehr, sondern es wird im internationalen Handel eine Bedrohung des Edelmetallmarktes.

Bei Fälschungen von Gold wird ein Kern aus einem günstigen Metall mit echtem Gold ummantelt. Die Analytik kann nicht in das Innere des Barrens sehen, da Metalle für Strahlung undurchdringlich sind. Es ist nur eine hauchdünne Schicht an Gold nötig, um aus Wolfram einen hübschen

aber gefälschten Goldbarren zu machen. Auch für Metalle wie Silber gibt es perfide Fälschungsmethoden. Denn heutzutage wird es einfach mit dem stark krebserregenden Cadmium verdünnt, welches aus dem Batterierecycling unverkäuflich übrigbleibt.

Dazu kommt, dass die Menge des in Papieren an Börsen handelbaren Goldes die real verfügbaren Mengen um ein Vielfaches übersteigt. Trotzdem sind Gold, Silber und Platin sicher eine gute Geldanlage, wenn man sie aus den richtigen Händen, nämlich bei den Scheideanstalten direkt, erwirbt.

Nun kommt Osmium ins Spiel. Seit einigen Jahren erhältlich, ist es das seltenste der nicht-radioaktiven Elemente. Es hat die höchste Dichte und höchste Wertdichte aller Edelmetalle. Und es wird kristallisiert verkauft. Bei der Kristallisation entsteht auf seiner Oberfläche sein Fingerabdruck, der es nicht nur unfälschbar macht, sondern sogar registrierbar. Die internationale Osmium Datenbank enthält die Daten zu jedem Stück zertifizierten Osmiums. Die Kristallstruktur ist hinterlegt und kann einfach überprüft werden. Sie ist bereits bei einer Fläche von nur einem Quadratmillimeter mehr als das 10.000 fache sicherer als ein Fingerabdruck.

FBM: Anleger suchen aktuell vermehrt nach alternativen Investments, wie z.B. nach Edelmetallen. Ist das eher noch unbekanntere Edelmetall Osmium für Anleger attraktiv?

Ingo Wolf: Osmium zeichnet sich vor Allem dadurch aus, dass es absolut unfälschbar ist. Wenn also ein Sachanleger diese Art der Sicherheit möchte, dann ist Osmium nicht durch ein anderes Edelmetall ersetzbar. Denn alle Zertifikate, aller anderen Metalle beziehen sich auf eine Charge der Ware, die ausgetauscht werden kann. Es gibt quasi keinen direkten Zusammenhang zwischen Zertifikat und Ware. Die Zertifikate sind geblistert oder sie sind aufgeklebt. Manchmal sind sie nur beigelegt. Bei Osmium ist das anders. Die kristalline Oberfläche selbst ist der Code, über den die Echtheit garantiert wird. Die 3D Scans der Oberfläche liegen in einer internationalen Datenbank. Damit sind sie identisch zu der physischen Struktur. Diese Struktur kann nicht nachgemacht werden. Auf der anderen Seite ist der Markt mit Osmium noch überschaubar. International sind etwas mehr als 15.000 Osmium-Objekte bei Anlegern im Umlauf. Damit ist noch nicht genug Zeit vergangen, so dass sich ein Zweitmarkt aufbauen konnte. Dies wird für die Zukunft erwartet, es wird aber noch eine Weile vergehen. Deshalb ist Osmium eher ein Langzeitsachinvestment. Oder anders gesagt, wenn man jetzt in Osmium investiert, ist man noch früh genug dran.

FBM: Was ist Osmium und wie stellt sich der Markt dafür dar?

Ingo Wolf: Osmium ist das letzte der acht Edelmetalle. Es wird kein weiteres Edelmetall mehr in den Markt eingeführt werden, da alle anderen Edelmetalle bereits gehandelt werden. Wer also auf ein weiteres Metall warten möchte, kann das nun nicht mehr tun. Das Ende der Fahnenstange ist erreicht. Der Markt für kristallines Osmium stellt jedoch eine Besonderheit dar, die es kein zweites Mal gibt. Die Menge von Osmium ist auf der Erde stark begrenzt. Und damit ist zu erwarten, dass Osmium in Kürze fast vollständig ausgehen könnte.

Drei Treiber sind dafür verantwortlich:

1.) Mit weiteren Bestrebungen zur Elektromobilität wird Platin weniger für Katalysatoren gebraucht. Das wird zu weniger Abbau führen und damit auch Osmium als Beimetall betreffen.

2.) Im Sachinvestorenmarkt liegt Osmium eher Jahrzehnte als Jahre im Safe, aus diesem Grund wird vor Allem neu in den Markt eingeführtes Osmium verkauft. Und das hat zur Folge, dass ständig Osmium nachgeliefert werden muss.

3.) Osmium wird im Schmuckmarkt benötigt und hier als Ersatz des sogenannten Diamantenteppichs verwendet. Anleger, die Schmuck erwerben, versuchen in Werte zu investieren und nicht in die Arbeitszeit der Bestückung mit kleinen Diamanten.

FBM: Wie ist ein Investment in Osmium für Ihre Anleger bisher gelaufen?

Ingo Wolf: Osmium erhöht seinen Preis seit Jahren recht regelmäßig. Dies liegt aber vor Allem an den hohen Kosten für Hochreinigung und Kristallisation sowie die sogenannte Ernterate. Denn nicht alles kristallisierte Osmium kann direkt verwendet werden. Viel Material muss mehrfach durch den Prozess, um die extrem hohen Anforderungen an die gewünschte Qualität zu erfüllen. Für Uhren oder Schmuck muss der Kristall frei von Löchern, durchgehend eben und ohne Spikes ausgebildet sein.

Die Preise sind in wenigen Jahren um mehrere Hundert Prozent gestiegen, und dass obwohl Osmium noch auf einem kleinen Markt verkauft wird. Zu wissen ist aber auch, dass Osmium noch nicht an einer Börse gehandelt wird. Die Preise werden berechnet und dann auf den Preisseiten im Netz ausgewiesen. Sicherlich wird aber auch in der Zukunft eine Art von Notierung möglich sein, die auf Basis von Angebot und Nachfrage Preise erzeugen wird.

FBM: Wie hoch ist der durchschnittliche Anlagebetrag und wie lange bleibt man investiert?

Ingo Wolf: In Amerika wird der Begriff Osmium BigBang verwendet für den Fall, dass Osmium einmal ausgehen könnte und damit der Preis sich erhöhen könnte. Wann das geschehen wird, kann man sicher nur mit einer Kristallkugel vorher sagen, da doch einige Faktoren Einfluss haben. Osmium sollte sicher her mit einem Anlagehorizont von über 10 Jahren erworben werden. Der Begriff next generation metal hat hier sicher seine Berechtigung. Man erwirbt Osmium, um es in den Safe zu legen und nicht für kurzfristige Spekulation.

Sachanleger kaufen Osmium in kristallinen Barren zwischen 1.000 und 10.000 Euro. Barrenboxen,

Diskboxen und Investmentboxen für Family Offices werden aber in Beträgen von 100.000 Euro bis zu einer Million in Einzelkäufen erworben. Dabei ist das Vertrauen in die kontrollierenden Osmium-Institute so hoch, dass im Netz gekauft wird. Es hat sich ein interessanter Onlinemarkt entwickelt. Die wenigsten Kunden fahren in die Institute oder zu den über 1.000 international ansässigen Händlern, um Osmium zu sehen, bevor sie es kaufen. Dabei ist das durchaus anzuraten, denn eigentlich sollte man Osmium erlebt haben, den Sparkle gesehen haben und die Schwere gespürt haben, bevor man ein Sachinvestment macht.

Hierfür kann man übrigens jederzeit ein Osmium-Institut besuchen. Termine macht man einfach telefonisch auf der Hotline aus (089/744-88-88-88) oder über die Plattform www.osmium.com.

FBM: Welchen Stellenwert hat das Osmium der Institute im Edelmetallmarkt?

Ingo Wolf: Es ist der superspannende Außenseiter, von dem nur wenige etwas gehört haben. Wenn Sie Gold mit Bitcoin vergleichen, dann ist Osmium Ethereum. Übrigens kann es tatsächlich auch mit BTC und ETH bezahlt werden. Einige tausend informierte Kunden haben bereits in Osmium als Sachanlage investiert. Aber die Zuwachsraten der Umsätze liegen seit ein paar Jahren bei 400 Prozent pro Jahr und der Trend scheint sich zu halten. Es ist also abzuwarten, wo die Entwicklung hinführen wird. Ein klarer Grund für den Einstieg in Osmium ist die Diversifikation und sind die klaren Aussagen aus der Portfoliotheorie, die Osmium unterstützen. Allerdings bleibt es immer eine Gruppe von Gründen, die Anleger bei Osmium in vorderster Front sehen:

1. Es besitzt die höchste Wertdichte aller nicht-radioaktiven Elemente, also natürlich auch der Edelmetalle.
2. Es ist absolut unfälschbar.
3. Die Zollbehörden der gesamten Welt haben Zugriff auf die Osmium-Weltdatenbank, um bei Grenzübertritt Stücke zu checken.
4. Für Diebe hat Osmium keinen Zweck, denn sie können es ohne den Owner-Change-Code nicht wieder verkaufen.

FBM: In welchen Lieferformen gibt es Osmium:

Ingo Wolf: Für die meisten Sachanleger machen Barren Sinn. Es gibt rechteckige Barren und die sogenannten Disks, welche in der Osmium-Welt die größten möglichen Barren darstellen. Sie sind runde

und flache Scheiben. Aus diesen Disks können alle möglichen Formen hergestellt werden. Es gibt Barren und Disks in unterschiedlichen Größen, so dass für jeden Geldbeutel etwas dabei ist.



Interessant ist vielleicht noch der Umstand, dass Osmium Barren und Disks ineinander getauscht werden können, wenn man kleinere Mengen verkaufen möchte oder wenn man eine größere Menge kleiner Stücke gesammelt hat.

FBM: Welche Voraussetzungen stellen Sie an interessierte Vermittler?

Ingo Wolf: Vermittler müssen einen perfekten Leumund besitzen und eine Ausbildung online absolvieren. Wir möchten gerne erreichen, dass Vermittler bestmöglich informiert sind. Osmium wird nicht verkauft. Über Osmium wird informiert. Und genau das ist auch die Aufgabe der Osmium-Institute.

FBM: Wie unterstützen Sie Vertriebspartner und was sind besondere Highlights bei einer Zusammenarbeit mit den Osmium-Instituten?

Ingo Wolf: Vertriebspartner und Kunden können jederzeit auf eine internationale Hotline zurückgreifen.

Es werden beständig neue Quellen über Osmium gefunden und die Osmium-Institute und ihre Partner erstellen damit neue Fachbücher und Studien, um jeden Sachanleger bestmöglich informiert zu halten. Vertriebspartner erhalten eigene Internetseiten und auch eigene Shops, wenn sie das wünschen. Versand, Produktkontrolle und Zahlungsabwicklung werden durch die Osmium-Institute vorgenommen.

Zudem unterstützen die Osmium-Institute, die wegen der Aufgabe der Inverkehrbringung nicht selbst am Handel teilnehmen dürfen, in der Funktion als Zertifizierungsbetrieb und Treuhänder, bei privatem Erwerb von privaten Eigentümern von Osmium. Kosten entstehen für Vertriebspartner an keiner Stelle und die Bekanntheit von Osmium wird auf den Hauptsendern im Fernsehen und natürlich über die Zusammenarbeit mit den wichtigsten Finanzmagazinen unterstützt.

Das Osmium-Zeitalter hat begonnen. ■

26.+27.03.

2022

TICKETS

KOSTENLOS
ONLINE

ZWEITER DEUTSCHER

ASSET PROTECTION KONGRESS



KONSTENLOS ANMELDEN UNTER:

WWW.ASSET-PROTECTION-KONGRESS.DE

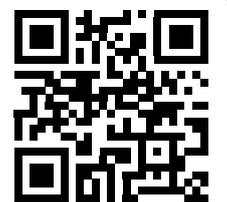
DER KONGRESS GEGEN:

VERMÖGENSABGABE
ENTEIGNUNG
LASTENAUSGLEICH
INFLATION
WÄHRUNGSKRISE
ZWANGSHYPOTHEK
STEUERERHÖHUNG
STAATVERSCHULDUNG
BANKENPLEITE

20 EXPERTEN
FINANZPROFIS
STEUEREXPERTEN
JURISTEN

**SO EINFACH SCHÜTZEN
SIE IHR VERMÖGEN
VOR STEUERN,
STAAT UND
KRISEN!**

KEINE ZEIT? KEIN PROBLEM!
Sie erhalten mit Ihrer Anmeldung
alle Aufzeichnungen!



SCAN ME

JETZT FREIKARTE HOLEN:

WWW.ASSET-PROTECTION-KONGRESS.DE

VV-Produkte: Königsweg für Berater

Ein Kommentar von Sabine Said, Executive Vice President von Moventum S.C.A.

Was verbindet diese Themen: Dax auf Rekordhoch, Börsenboom, Anleiherenditen am Tiefpunkt, Negativzinsen, Bundestagswahl, Afghanistan, Klimawandel und technologischer Fortschritt? Jedes Thema bietet Chancen oder weckt Ängste, jedes Thema kann Einfluss auf Investitionsentscheidungen und die Performance haben. Jedes dieser Themen kann leidenschaftlich diskutiert und analysiert werden. Und nach jedem dieser Themen werden Berater von Kunden gefragt – und sollen eine plausible Antwort geben. Die kann allerdings je nach den gewählten Produkten sehr unterschiedlich ausfallen.

Die Forschungen zu Neuro-Finance oder auch die abgeleiteten Daten zur Behavioral Finance zeigen, dass Menschen – Kunden – die Themen sehr verschieden gewichten. Es gibt nicht das eine, alles überlagernde Thema. Während ein Kunde den Klimawandel als Gefahr begreift, sieht ein anderer darin auch die Chancen. Ein Berater muss also auf jede Fragestellung eine entsprechende Antwort haben. Um das leisten zu können, sind Berater gezwungen, sich tief in die Produkte zu vergraben, Researchberichte und Hintergrundinformationen zu lesen und zu gewichten – und das umso mehr, je mehr unterschiedliche Produkte von ETFs über Anleihen, Aktien bis Fonds ein Berater in die Mandantenportfolios allokiert hat.

Denn nicht genug damit, dass die Themen sehr unterschiedlich sind. Auch die Auswirkungen auf

die verschiedenen Produkte reichen von einem möglichen positiven über einen neutralen bis zu einem stark negativen Effekt. Dies alles soll und muss ein Berater sehen und alle möglichen Fragen dazu beantworten. Schwierig. Zudem muss der Berater für seine Antworten geradestehen. Doch was ist die richtige Antwort auf die Frage nach den Auswirkungen des Klimawandels auf die Aktie der XY AG?

Der Aufwand reduziert sich enorm, wenn weniger Produkte eingesetzt werden. Oder wenn statt vieler einzelner Produkte ein Vermögensverwaltungsprodukt eingesetzt wird. Der Vorteil: Hier kümmert sich ein Manager um alle diese Fragen. Der Berater tritt gegenüber dem Kunden sehr viel entspannter auf, weil er nicht selbst recherchieren und analysieren und dafür einstehen muss.

Neben den Vorteilen, was die Informations- und Berichtsnotwendigkeiten rund um das Produkt angeht, ist es vor allem auch viel einfacher zu skalieren. Eine Vermögensverwaltung erfordert nur einen einmaligen Antrag und die Unterschrift unter ein Vermögensverwaltungsmandat. Damit ist der Kunde im Endeffekt dann in sehr viele ISINs investiert. Dazu kommt, dass die Haftung deutlich reduziert wird, da es sich bei der Vermittlung eines Vermögensverwaltungsvertrags nicht um eine erlaubnispflichtige Beratung handelt.

Vor allem gegenüber Einzelaktien oder auch einzelnen ETFs schlagen sich die vermögensverwaltenden Portfolios gut. Denn obwohl immer wieder ETFs für ihre stabile Performance und geringen Kosten gelobt werden, bilden sie doch nur Indizes ab. Sie steigen mit ihnen, fallen aber auch mit ihnen.



Natürlich ist es richtig: Wer auf einen einzigen aktiv gemanagten Fonds setzt, kauft sich ein Risiko ein. Auch und gerade, wenn es sich um vertriebsstarke Fonds einzelner Starmanager handelt.

Wer aber ein aus verschiedenen aktiven Fonds zusammengestelltes Portfolio nutzt, reduziert das Risiko. Wenn darin zudem die Fondsauswahl regelmäßig überprüft wird, kommt zusätzliche Sicherheit dazu. Asset-Manager, die ein Auge auf die Märkte haben und entsprechend handeln, können in abwärts laufenden Märkten das Verlustrisiko deutlich begrenzen. Aus Beratersicht sind die Portfolios ebenso einfach wie für viele Kunden optimal. Insofern kommen hier die Interessen von Kunden wie Beratern perfekt zusammen.

Autor: www.moventum.lu

OSMIUM – Das Sunshine Element.

Seit Jahrtausenden ist die Menschheit von Edelmetallen fasziniert. Ob als Zahlungsmittel, Schmuck oder Inflationsschutz in Krisenzeiten. Ihr Glanz, ihre Schönheit und ihre Exklusivität haben Menschen von jeher fasziniert und begeistert. Diese Eigenschaften gelten gerade für das seltenste Edelmetall der Welt: OSMIUM. Aufgrund seiner einzigartigen Beschaffenheit, der Unfälschbarkeit und der Knappheit avanciert es schon jetzt zum Superstar unter den Edelmetallen und gilt als der Geheimtipp Nummer eins unter den Sachwertanlegern und Schmuckliebhabern.

Osmium besitzt einige physikalische Eigenschaften, die es besonders machen. Da sind zu nennen die höchste Dichte aller Elemente, der höchste Kompressionsmodul aller Werkstoffe, die höchste Abriebfestigkeit aller Stoffe sowie die sehr gute Abschirmung gegen Gammastrahlung. Doch vor allem ist Osmium eins: unfassbar schön. Sein Sparkle funkelt im Sonnenlicht und aufgrund dieser Eigenschaft erhielt es den Beinamen „sunshine element“. Seine Farbe läuft dabei leicht ins Bläuliche und sorgt dafür, dass das Edelste der Edelmetalle von jedem sofort erkannt wird.

Die deutsche „Osmium Institut zur Inverkehrbringung und Zertifizierung von Osmium GmbH“ dient dem Zweck, einen einheitlichen Umgang in Handel und Verarbeitung von kristallinem Osmium zu gewährleisten. Außerdem arbeitet das Osmium-Institut eng mit der regionalen Presse zusammen, um der Öffentlichkeit die Informationen über das Edelmetall zur Verfügung zu stellen. Ferner werden mit dem Osmium-World-Council auf jährlichen Symposien mit allen Osmium-Landespartnern die Richtlinien für Handel, Training und Verarbeitung geschaffen sowie Zollvereinbarungen für den internationalen Markt ratifiziert.

Leiter und Direktor des Osmium-Instituts ist Herr Ingo Wolf (Vortragender auf dem Tegernsee Forum). Sein Background als Physiker sowie seine Expertise im Rohstoffmarkt und im Medien-Bereich haben die ideale Grundlage für das Osmium-Business geschaffen.

Durch die über 1000 international tätigen Händler erweitert sich das Netzwerk stetig und Sachanleger haben die Möglichkeit, in Osmium als Langzeitanlagemetall zu investieren, d.h. man erwirbt Osmium, um es in den Safe zu legen und nicht für kurzfristige Spekulationen. Sachanleger haben die Möglichkeit, Osmium-Barren ab einem Wert von 1.000€ zu erwerben. Barren- und Diskboxen für Family Offices werden in Beträgen von 100.000€ bis zu einer Million erworben.

Mehr Informationen finden Sie unter:
Osmium Institut zur Inverkehrbringung und Zertifizierung von Osmium GmbH

Hotline: +49(0)89 744 88 88 88
Mail: info@osmium-institute.com

www.buy-osmium.com
www.osmium.com



Vermittler-Umfrage: Nachfrage-Boom bei ETFs setzt sich fort

Umfrage unter Vertriebspartnern der European Bank for Financial Services GmbH (ebase®) zeigt weiterhin positive Zukunftsaussichten von ETFs – 86,5% der Befragten erwarten, dass ETFs auch in den nächsten Jahren im Privatkundengeschäft an Bedeutung gewinnen.

Die Ergebnisse der aktuell von der European Bank for Financial Services GmbH (ebase®) unter 118 Vertriebspartnern der B2B-Direktbank durchgeführten Umfrage zum ETF-Geschäft in Deutschland zeigen, dass die Finanzprofis überwiegend mit einer wachsenden Bedeutung von Exchange Traded Funds (ETFs) rechnen. „ebase verzeichnet seit Jahren eine überdurchschnittlich große Nachfrage nach Exchange Traded Funds, was sich so auch in den Ergebnissen unserer regelmäßigen Umfragen widerspiegelt“, erklärt Kai Friedrich, CEO der ebase. „Insofern ist aus

den Ergebnissen der jüngsten Umfrage zu schließen, dass sich die ETF-Nachfrage der Anleger ungebremst fortsetzen dürfte.“ Mit 86,5% geht die überwiegende Mehrheit der Vermittler für die nächsten drei Jahre davon aus, dass die Bedeutung von ETFs im Privatkundengeschäft steigen bzw. stark steigen wird.

7,6% der Finanzprofis gehen davon aus, dass die inzwischen erreichte Bedeutung von ETFs im Privatkundengeschäft gleichbleibend bleibt, während nur 5,9% der Befragten mit einer abnehmenden Bedeutung rechnen. „Unter dem Strich zeigt dies ganz klar, dass ETFs als Anlageinstrument im Privatkundenbereich angekommen sind und dort auch sicherlich noch weiter an Bedeutung gewinnen werden“, betont Friedrich. „ETFs sind längst nicht mehr nur Investmentprofis vorbehalten und werden somit immer

mehr auch für Vermittler in der täglichen Arbeit ein sehr relevantes Thema“, führt er weiter aus.

Um Vertriebspartner wie auch Kunden gleichermaßen dauerhaft mit dem bestmöglichen ETF-Angebot bedienen zu können, optimiert und erweitert ebase laufend das Angebot. „Inzwischen hat ebase mehr als 1.000 ETFs von über 20 namhaften Emittenten im Angebot. Diese sind nahezu alle sparplanfähig und mehr als 400 ETFs sogar VL-fähig“, erklärt ebase-CEO Friedrich abschließend.

„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



Quelle: © Blue Planet Studio - AdobeStock.com

Diese Faktoren sollten in der Finanzplanung berücksichtigt werden

Damit Anleger ihre langfristigen Investitionsziele erreichen, bedarf es eines sorgfältigen Finanzplans, der in erster Linie auf die individuellen Bedürfnisse ausgerichtet ist. Die Vermögensverwaltungsgesellschaft Grüner Fisher Investments arbeitet gemeinsam mit ihren Kunden daran, jeden Aspekt ihrer finanziellen Situation zu verstehen und einen persönlichen Finanzplan zu erstellen, der auf die Erreichung spezieller Ziele ausgerichtet ist – ohne den Verkauf komplexer Produkte in den Vordergrund zu stellen.

Umfassender Finanzplan zur Erreichung individueller Ziele

Zu Beginn des Prozesses sollten Anleger ihren Finanzplan stets kritisch hinterfragen, es sollten beispielsweise die grundlegenden Fragen zum Thema Ruhestand beantwortet werden: Wann können Sie in Rente gehen? Wie viel Geld werden Sie brauchen, um Ihren gewünschten Lebensstil zu führen? Wie lange muss Ihr Geld für Sie arbeiten? Zudem sollte der allgemeinen Struktur des Finanzplans vorab Beachtung geschenkt werden: Den Erfahrungen von Grüner Fisher Investments zufolge ist auch die Verständlichkeit und leichte Realisierbarkeit zu berücksichtigen. Zudem sollten Anleger prüfen, ob wichtige Inhalte der Finanzplanung wie etwa personalisierte Anlageempfehlungen und Nachlassplanung aufgegriffen werden. "Wir helfen unseren Kunden, diese kritischen Fragen zu beantworten und somit die Grundlage für einen erfolgreichen

Finanzplan zu schaffen. Uns ist bewusst, wie wichtig es ist, über die finanziellen Mittel im Ruhestand oder die Auswirkungen einer möglichen Inflation auf die Ersparnisse Bescheid zu wissen und beraten die Anleger entsprechend realitätsnah", so Torsten Reidel, Geschäftsführer von Grüner Fisher Investments.

Neben personalisierten Anlageempfehlungen seien außerdem Zeitpläne für Einkommen und Ausgaben sowie die Planung von Vermächtnissen und wohltätigen Spenden wichtige Bestandteile eines Finanzplans. Auch eine Beratung zur Nachlassplanung – unter anderem in Hinblick auf Testamente, Fonds und Vollmachten – sowie der Bereich Versicherungen sollte unbedingt enthalten sein. Grüner Fisher Investments nutze den Finanzplanungsprozess dabei jedoch nicht zum Verkauf von Renten- oder Versicherungsprodukten, sondern fokussiere sich auf die Erreichung der individuellen Investitionsziele. Wichtig sei bei diesem Vorgang auch ein engagierter Anlageberater, der den Plan in Hinblick auf die persönliche Situation prüft und anpasst sowie den Kunden proaktiv über wichtige Informationen auf dem Laufenden hält.

Negative Überraschungen vermeiden

Grüner Fisher Investments verfolgt bei der Finanzplanung stets das Ziel, Anleger auf das Unerwartete vorzubereiten und sie vor klassischen Fehlern zu bewahren:

"Wir erstellen gemeinsam ein monatliches Budget, berechnen die Beiträge zur Altersvorsorge, bewerten die Effektivität von Renten oder anderen Versicherungsprodukten und besprechen die Unterschiede zwischen Einkommen und Cashflow." Dabei werden auch potenzielle Lebensereignisse und deren mögliche



Auswirkungen auf den Finanzplan berücksichtigt – das können etwa der Verlust des Ehepartners, Pflegeaufgaben, der Wohnort im Ruhestand sowie die eigene Gesundheit sein. Auf diese Weise kann sich der Plan mit den sich ändernden Umständen im Leben der Anleger und in der Finanzwelt weiterentwickeln. Jedes Portfolio wird deshalb auf Grundlage von individuellen Bedürfnissen und Zielen sowie dem Zeithorizont, Cashflow-Bedarf und weiteren spezifischen Faktoren erstellt. In Abstimmung mit dem Kunden überarbeiten die Experten von Grüner Fisher Investments den Finanzplan regelmäßig, um diesen aktuell zu halten und sicherzustellen, dass er mit den langfristigen finanziellen Zielen übereinstimmt.

Autor: www.gruener-fisher.de

Deshalb ergibt Finanzberatung Sinn

von Alexandra Morris, CIO SKAGEN Funds

Würden Sie Ihre Nachbarin um Rat fragen, wenn Sie Schmerzen in der Brust haben? Wenn sie keine Ärztin ist, lautet die Antwort wahrscheinlich nein. Ich vermute, dass das Gleiche für Ihre rechtlichen Probleme gilt. Warum also lassen sich so viele Menschen von ihren Freunden und ihrer Familie in Finanzfragen beraten?

Die meisten von uns haben Freunde, die entweder mit einem erfolgreichen Geschäft Geld verdient haben oder Ihnen von einer fantastischen Investition erzählen, die sie in Erwägung ziehen. Unter solchen Umständen ist es leicht, gierig zu werden; wir alle wollen in das Geschäft einsteigen, wir wollen das schnelle Geld machen. Nur schade, dass Ihnen niemand von seinen Fehlinvestitionen erzählt. Man erfährt nie, dass die Freunde auf einen Freund gehört und anschließend viel Geld verloren haben.

Warum gehen die Leute nicht zu einem Finanzberater? Liegt es daran, dass diese nur Schemata zum „langsam reich werden“ anbieten,

die diversifizierte (langweilige) Portfolios mit niedriger Volatilität beinhalten? Oder liegt es daran, dass sie einem nur wenige „Geschichten“ liefern, über die man auf einer Party reden kann, und dass diese Geschichten weniger spannend sind als die von den Freunden, die immer wieder erzählen, was für erfolgreiche Anleger sie mit ihren jüngsten Aktien sind? Oder liegt es daran, dass der Berater Ihr Vermögen und Ihre Verbindlichkeiten, Ihre Träume, Ihr Alter und Ihr Einkommen unter die Lupe nimmt und über Ihre Risikobereitschaft spricht? Dringt er in Ihre Privatsphäre ein? So wie es ein Arzt oder Anwalt tun würde?

Der Zinseszineffekt

Die grundlegende Herausforderung für uns alle besteht darin, im Rahmen unserer Möglichkeiten zu investieren, um finanzielle Sicherheit zu schaffen. Schauen wir uns die Daten an, um zu sehen, wer am besten abschneidet. Fidelity, einer der größten Vermögensverwalter der Welt, untersuchte seine

Anlegerbasis mit Hunderttausenden von Konten. Dabei stellte sich heraus, dass die einzige Kohorte, die mehr verdiente als inaktive Anleger (hatten die ihre Konten vergessen?), tot war. Fidelity fand auch heraus, dass Frauen im Durchschnitt 0,4 % mehr als Männer pro Jahr verdienten, aber die Kernaussage ist klar: Der Zinseszineffekt ist Ihr Freund, und langfristige Anleger sind am erfolgreichsten.

Kognitive Verzerrungen

Wir – sowohl Sie als auch ich – bevorzugen sofortige Aufregung und Freude gegenüber aufgeschobener Befriedigung. Und je länger es dauert, bis wir eine Belohnung erhalten, desto schwieriger ist es, zu warten. Untersuchungen¹ zeigen, dass diejenigen, die einer sofortigen Befriedigung widerstehen können, nicht nur bessere finanzielle Erträge erzielen, sondern auch erfolgreicher in der Schule sind, körperlich und psychisch gesünder sind und über mehr soziale Kompetenz verfügen.





Quelle: © Rymden - AdobeStock.com

Was machen wir falsch?

Drei gemeinsame Merkmale hindern uns daran, unsere finanziellen Ziele zu erreichen:

Wir kaufen und verkaufen zum falschen Zeitpunkt

Es liegt in der Natur des Menschen, dass wir nach einer Phase positiver Renditen am optimistischsten sind und umgekehrt. Wenn wir jedoch den Gewinnern der Vergangenheit hinterherlaufen und die Verlierer der Vergangenheit verkaufen, können wir die Performance zerstören. Laut dem Bericht des Dalbar Institute 2018 verdiente der durchschnittliche Aktienfondsanleger seit 1998 jedes Jahr durchschnittlich 1,7 % weniger als der S&P 500 aufgrund von falsch getimten Käufen und Verkäufen.

Wir sind zu kurzfristig und können dem Drang, „etwas zu tun“, nicht widerstehen.

In unserem täglichen Leben wird Handeln im Allgemeinen mehr belohnt als Nichtstun, aber wenn es um Investitionen geht, ist Nichtstun oft besser als etwas zu tun. Wenn wir sehen, dass der Markt stark gefallen ist, ist die Versuchung groß, zu verkaufen und weitere Verluste zu minimieren. Dies ist jedoch in der Regel der schlechteste Zeitpunkt zum Verkaufen, da wir den unver-

meidlichen Aufschwung verpassen. Eine kuriose Tatsache über den S&P 500 Index: Wer an den fünf Tagen mit den höchsten Kursgewinnen in den 20 Jahren zwischen 1998 und 2017 nicht investiert war, musste eine um 45 % geringere Rendite hinnehmen.

Wir geraten in Panik oder Stress wegen der Schlagzeilen in den Medien

In volatilen Zeiten geht es richtig zur Sache. Während sich die Schlagzeilenschreiber derzeit über Inflationsängste, chinesische Zahlungsausfälle und Börsenkorrekturen aufregen, bleiben die besten Anleger ruhig und tätigen ihre besten Investitionen oft in Zeiten von Volatilität oder Marktrückgängen. Wie 2008 oder 2011 hat der monatliche Kauf von Aktienfonds eine ansehnliche Rendite gebracht, während diejenigen, die in Panik gerieten, zu spät verkauften oder kauften.

Wie können wir das ändern?

Es gibt so genannte kognitive Strategien, die unsere Fähigkeit abzuwarten steigern können, indem wir uns ablenken (wegschauen) und unsere Anfälligkeit für den Reiz der Versuchung verringern. Alter² und Geschlecht³ spielen eine Rolle – je älter man ist, desto besser wird man, und Frauen neigen eher dazu, Belohnungen aufzuschieben als Männer

– aber jeder kann die Kunst des Aufschubs erlernen, um die finanziellen Erträge zu steigern.

Der einfachste Weg, Schnellschüsse zu vermeiden, ist jedoch, sich beraten zu lassen. Ein Berater hilft Ihnen, einen Plan zu erstellen, mit dem Sie Ihre finanziellen Ziele am besten erreichen. Er wird Ihnen auch dabei helfen, in Zeiten der Marktvolatilität daran festzuhalten, und Sie werden lernen:

- Markttiming zu vermeiden, etwa durch Investitionen in einen monatlichen Sparplan
- sich damit zu trösten, dass Sie das, was Sie kaufen, 10 Jahre lang besitzen
- Entscheidungen auf der Grundlage Ihrer Anlageziele und nicht auf der Grundlage der Berichterstattung in den Finanzmedien zu treffen

Die Anlage in Aktien ist eine der größten Vermögensbildungsmaschinen der Geschichte, aber sie ist mit einigen Vorbehalten verbunden: Denken Sie langfristig, bleiben Sie ruhig (sehen Sie sich Ihr Portfolio nicht zu oft an) und lassen Sie sich gut beraten. Sie werden wahrscheinlich nicht nur weniger Brustschmerzen haben, über die Sie Ihren Nachbarn beruhigen können, sondern auch eine viel bessere finanzielle Gesundheit!

Autor: www.skagenfonds.de

FPSB:

Die Tücken der nachhaltigen Geldanlage – und wie Sie sie vermeiden

Verantwortungsvolles Investieren gewinnt immer mehr an Bedeutung – Doch ist einerseits der Kenntnisstand niedrig, andererseits ist die Vielfalt an unterschiedlichen Produkten und Ansätzen hoch

Die jüngsten Zahlen des Fondsverbandes BVI sprechen für sich: Mitte 2021 verwalteten nachhaltige Fonds hierzulande 361 Milliarden Euro. Damit hat sich das Volumen gegenüber dem Vorjahr verdreifacht. Rein rechnerisch hält damit jeder Bundesbürger im Schnitt 4.500 Euro direkt oder indirekt in Nachhaltigkeitsfonds, wie der BVI berichtet. „Angesichts des fortschreitenden und immer stärker spürbaren Klimawandels, der Ressourcenverknappung oder der Bedrohung der Biodiversität ist es begrüßenswert, dass mehr Menschen darauf achten, wo sie ihr Geld investieren“, sagt Professor Dr. Rolf Tilmes, Vorstandsvorsitzender des FPSB Deutschland. Doch ist das Wissen über dieses Thema nicht stark ausgeprägt, wie eine repräsentative Umfrage des Deutschen Instituts für Altersvorsorge vom August 2020 bestätigt. Demnach wussten nur 14 Prozent der Befragten, was unter nachhaltiger Geldanlage zu verstehen ist.

Dieses fehlende Wissen kann kaum überraschen. Schließlich gibt es keine allgemein gültige Definition von Nachhaltigkeit und die Produkte sind vielfältig und oftmals komplex. Es gibt eine Vielzahl unterschiedlicher Konzepte, mit denen die Produktanbieter dieses Thema in ihre Fonds und ETFs integrieren. Das begin-



Quelle: © zephyr_p - AdobeStock.com

nt beim Ausschluss bestimmter Branchen oder Unternehmen, die zum Beispiel gegen die Menschenrechte verstoßen, geht weiter mit Best-in-Class-Ansätzen, bei denen die jeweils nachhaltigsten Firmen aus verschiedenen Sektoren favorisiert werden, und endet beim Impact Investing, wo es darum geht, eine messbare positive Wirkung auf die Umwelt oder die Gesellschaft zu erzielen. Dazu kommen die ESG-Kriterien, also ökologische, soziale und ethische Aspekte, die immer mehr Fonds in ihren Anlageprozess integrieren.

Zunehmendes Problem: Greenwashing

„Es dürfte vielen Anlegern auch gar nicht bewusst sein, dass es bei nachhaltiger Geldanlage längst nicht mehr nur um Umweltfaktoren geht, sondern auch um die sozialen Standards eines Unternehmens oder wie ethisch sich

die Unternehmensführung verhält“, sagt Tilmes, der neben seiner Vorstandstätigkeit auch Academic Director Finance & Wealth Management an der EBS Executive School, Oestrich-Winkel, ist. Zudem befinden sich in manchen nachhaltigen Aktienindizes Tabakkonzerne oder Casino-Betreiber, die längst nicht für jeden Anleger nachhaltig sind. Dazu kommt Greenwashing als zunehmendes Problem. Dabei stellen sich Unternehmen in der Öffentlichkeit als umweltfreundlich oder verantwortungsbewusst dar, ohne es tatsächlich zu sein.

Und schließlich versteht jeder etwas anderes unter Nachhaltigkeit. Für manche Anleger ist Kernenergie nachhaltig, da diese kein CO₂ verursacht. Für andere ist sie jedoch aufgrund der potenziellen Gefahr, die von ihr ausgeht, und dem Problem der Endlagerung eindeutig nicht nachhaltig. Zwar ist der Gesetzgeber um ein ge-

wisses Maß an Transparenz bemüht. „So sorgt die seit März 2021 gültige Transparenzverordnung der Europäischen Union dafür, dass Investmentfonds in drei Kategorien – nicht nachhaltig, nachhaltig und wirkungsorientiert – eingeordnet werden“, so Tilmes. „Allerdings müssen Anleger wissen, dass die Produktanbieter diese Klassifizierung selbst vornehmen und es von Seiten des Gesetzgebers dazu noch keine klaren Richtlinien gibt, nach der die Produkte kategorisiert werden müssen.“

Aus diesem Grund nutzt der FPSB Deutschland die in dieser Woche stattfindende World Investor Week sowie den Weltfinanzplanungstag am 6. Oktober, um solche und ähnliche Fragen aufzugreifen. Bei dieser vom 4. bis 10. Oktober stattfindenden Aktionswoche

geht es darum, die Notwendigkeit der privaten Altersvorsorge hervorzuheben, die Finanzbildung in der Bevölkerung zu verbessern und auf den Mehrwert einer professionellen Finanzplanung hinzuweisen. Dabei scheint die Finanzbildung auch bei der nachhaltigen Geldanlage eine Rolle zu spielen, wie die genannte Untersuchung zeigt. So gaben Teilnehmer mit guten Kapitalmarktkenntnissen dreimal so häufig wie Befragte mit schlechten Kenntnissen an, dass sie mit dem Begriff ‚Nachhaltigkeit‘ etwas anfangen können.

CFP®-Professionals können Licht ins Dunkel bringen

„Anleger, die nachhaltig investieren möchten, sollten sich deshalb immer zuerst selbst im Klaren darüber sein, was Nachhaltigkeit für sie bedeutet“, rät

Tilmes. Ob sie beispielsweise fossile Energieträger ganz ausschließen wollen oder nicht, ob Kernenergie in Frage kommt oder ob der Umweltschutz im Vordergrund stehen soll oder auch das soziale Verhalten der investierten Unternehmen sowie deren Governance.

Autor: www.fpsb.de



Quelle: © Kzenon - AdobeStock.com

Umfrage: ESG ist im Beratungsalltag angekommen, doch es herrscht Unsicherheit bei Regulierung und Ratings

Für jeden zweiten Vermittler hat das Thema ESG schon heute eine hohe oder sehr hohe Relevanz für die Zukunft des Geschäftsmodells

Das Thema nachhaltige Geldanlage ist im Alltag von unabhängigen Finanzberatern in Deutschland angekommen: Jeder zweite Berater gibt an, dass das Thema ESG schon heute eine sehr hohe oder hohe Relevanz für die Zukunft seines Geschäftsmodells hat. 41,4 Prozent der Befragten haben sich ausgiebig mit den Details

der Verordnungen auseinandergesetzt und verkaufen bereits nachhaltige Fonds. Jeder Dritte (33,6 Prozent) informiert sich aktiv zu ökologischen und sozialen sowie Aspekten einer guten Unternehmensführung in der Geldanlage. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Umfrage der Fondsbank FFB. Dazu wurden 232 Berater befragt.

Weitere Ergebnisse der Umfrage: Fast zwei Drittel der Berater (63,8 Prozent) weisen ihre Kunden im Beratungsgespräch bereits heute aktiv auf das Thema ESG hin. Aber auch die Kunden selbst bringen die nachhaltige Geldanlage auf die Agenda: 39,7 Prozent der Berater geben an, dass fast alle oder viele ihrer Kunden aktiv nach ESG-Anlagen fragen. Dabei ste-

hen für die Kunden insbesondere ökologische Aspekte, also allgemeine Umwelt- (75,2 Prozent) bzw. Klimathemen (72,6 Prozent), im Vordergrund. Für mehr als die Hälfte der Kunden (53,1 Prozent) sind darüber hinaus soziale Aspekte besonders wichtig.

Bedenken in Bezug auf ESG haben die Berater insbesondere bei den Themen Greenwashing (64,9 Prozent), Verlässlichkeit von ESG-Ratings (61,5 Prozent) und unübersichtliche Regulierung (61 Prozent). Unsicherheit herrscht auch bei der erwarteten Rendite: Auch wenn die überwiegende Mehrheit (87,3 Prozent) davon aus-

geht, dass ökologische und soziale Aspekte sowie eine gute Unternehmensführung keine oder sogar eine positive Auswirkung auf die Performance haben, teilt immerhin fast jeder dritte Finanzberater (29,4 Prozent) Bedenken hinsichtlich der erwarteten Rendite.

„Die Corona-Krise hat die Nachfrage nach nachhaltigen Anlagemöglichkeiten noch einmal verstärkt. Viele Menschen wollen mit ihrer Geldanlage einen positiven Beitrag leisten. All das ist längst im Beratungsalltag angekommen. Gleichzeitig existieren noch viele Vorbehalte – etwa, dass ESG-Investments zu Lasten der Rendite

gehen oder nicht halten, was sie versprechen. Es ist die Verantwortung von Anbietern und Vermittlern gleichermaßen, Kunden hier stärker abzuholen und aufzuklären. Gleichzeitig sind klare regulatorische Vorgaben gefragt – sowohl bei der Fondsgestaltung als auch bei den Siegeln. Das Thema ESG ist nicht trivial. Nur wenn Berater verlässliche Leitplanken für die ESG-Regulierung haben, können sie für ihre Kunden die notwendige Transparenz bei der nachhaltigen Geldanlage schaffen“, sagt Peter Nonner, Geschäftsführer der FFB.

Autor: www.fidelity.de

Plansecur empfiehlt Wertpapiersparpläne gegen die Inflation

Johannes Sczegan: „Viele haben ihr Vermögen von Sparkonten auf Girokonten oder in Bargeld umgeschichtet. Besser wären Wertpapiersparpläne gegen die Inflation.“

Johannes Sczegan, Geschäftsführer der Finanzberatungsgesellschaft Plansecur, lobt die Deutschen, weil sie ihr Vermögen zu großen Teilen von den wenig attraktiven Sparkonten abgezogen haben. Zugleich kritisiert er sie, weil sie es überwiegend auf Girokonten umgeschichtet haben oder sogar als Bargeld zu Hause horten. „Hohe Summen auf Giro- und Sparkonten oder übermäßige Bargeldbestände sind schon lange keine gute Idee mehr. Aber in der aktuellen Lage mit einer Inflation von über vier Prozent ist das beinahe so, als ob man jedes Jahr einen Teil seines Vermögens verbrennt“, sagt der Plansecur-Chef.



Quelle: © vectorfusionart - AdobeStock.com

Noch nie sei das Geldvermögen der Deutschen so groß gewesen wie heute, stellt Plansecur unter Bezugnahme auf aktuelle Analysen der Deutschen Bundesbank fest. Diese beziffert die monetären Besitztümer aller deutschen Privathaushalte auf derzeit 7,143

Billionen Euro. Laut Angaben entfallen momentan etwa 30 Prozent davon auf Bargeld und Sichteinlagen, 10 Prozent auf Sparkonten. Zum Vergleich: 1999 waren noch 40 Prozent auf Sparkonten und 10 Prozent auf Bares und Sichteinlagen entfallen. „Diese Um-

schichtung hat praktisch nichts gebracht, weil alle drei Sparformen von der Inflation aufgezehrt werden“, analysiert Johannes Sczepan und empfiehlt: „Besser ist die Umschichtung zum Sparplan mit einem ausgewogenen Mix an Aktienfonds.“

Bei einem Wertpapiersparplan beteiligt man sich jeden Monat mit einem festgelegten Betrag an Fonds. Das funktioniert schon

mit kleinen Summen, ist jedoch auch bei großen Vermögen ein gutes Mittel, um Wachstum und Sicherheit zu verbinden. Durch ein sinnvoll zusammengestelltes Fondsportfolio profitiert man einerseits von der Entwicklung an den Aktienmärkten und minimiert andererseits das Risiko, wie es bei der Investition in nur einen einzigen Fonds oder gar einen einzigen Aktientitel bestünde. „Die Zusammenstellung des für den

jeweiligen Kunden passenden Fondsportfolios gehört seit jeher zu den Hauptaufgaben unserer Beraterinnen und Berater“, sagt Plansecur-Chef Johannes Sczepan. Selbst bei einer konservativen Fondszusammenstellung kann in der Regel die Inflationsrate, die den Geldwert auf Sparkonten aufzehrt, durch die Investition in Sachwerte kompensiert werden, heißt es bei Plansecur.

Autor: www.plansecur.de

Vermögensverwaltungsportfolios: Raus aus der Klemme zwischen Verwaltungsaufwand und Kundenberatung

Strenger Verbraucherschutz, umfangreiche Dokumentations- und Berichtspflichten: Finanzberater stecken in einem herausfordernden Investmentumfeld zunehmend in der Klemme zwischen steigendem Verwaltungsaufwand und hochwertiger Kundenberatung. „Mit unseren Vermögensverwaltungsprodukten können Berater ihr Angebot ausweiten – und haben trotzdem mehr Zeit für ihre Kunden“, sagt Sabine Said, Executive Vice President von Moventum S.C.A.

Finanzberater agieren in einem zunehmend schwierigen Umfeld: Niedrige Zinsen und steigende Inflationsraten machen es schwierig, attraktive Erträge zu erzielen. Gleichzeitig frisst der Verwaltungsaufwand immer mehr Zeit und Geld. Und schließlich gilt es, den Kundenstamm auszubauen und die Haftung ebenso wie die Kosten zu reduzieren.

Wie man diesen Anforderungen gerecht werden kann, zeigt sich beispielsweise in Großbritannien: Dort nutzen immer mehr Berater Vermögensverwaltungsportfolios.

„Durch einen hohen Automatisierungsgrad reduzieren unsere VV-Lösungen den Verwaltungs- und Wertpapierhandelsaufwand für Berater“, so Said. „Damit bleibt mehr Zeit für das, was wichtig ist: qualitativ hochwertige Kundenberatung.“ Darüber hinaus können mehr Kunden betreut werden und es werden auch jene erreicht, die besonderen Wert auf eine unabhängige Anlagekomponente legen.

Auf diese Weise werden nicht nur Ressourcen gespart, sondern auch Investmentrisiken reduziert – durch eine breite Streuung der Anlagen. „Das belegen wir mit einem langjährigen Track Record auf Basis von Performances und

Volatilitäten, die auch in schwierigen Marktphasen überzeugt haben“, so Said.

Mit Moventum lagern Berater zudem rechtliche und regulatorische Risiken an einen externen Portfoliomanager aus. Moventum übernimmt dabei wichtige Dokumentationspflichten. Sabine Said: „Als Fondsplattform übernehmen wir neben dem Management durch unsere Tochter Moventum Asset Management S.A. die Depotführung sowie die Reallokation und das Rebalancing gemäß den festgelegten Bedingungen – basierend auf ausgereiften Risikomanagement- und Compliance-Prozessen.“ Der Berater behält dabei stets den Überblick für seine Kunden, in dem er das Depot jederzeit einsehen kann und regelmäßig Berichte über die aktuelle Asset-Allokation erhält. Die Nutzung der Vermögensverwaltungsprodukte, der Online-

Investmentplattform und zahlreicher Services sind für Finanzberater kostenfrei. Durch eine niedrige Mindestanlage von 5.000 Euro

bieten sich Beratungsmöglichkeiten für nahezu alle Kunden mit verschiedensten Chancen-Risiko-Neigungen. „Für mehr als 1.600 Bera-

ter mit Kunden in 120 Ländern sind wir heute schon da“, sagt Said.

Autor: www.moventum.lu

Ruhestandsplanung: Nach 7 Jahren setzen sich die Themen langsam durch

Die Initiative Ruhestandsplanung e.V. zieht nach 7 Jahren mit einer eigenen Marktforschung Bilanz. Das Verständnis für den Megatrend „Demografischer Wandel“ und die daraus resultierenden Veränderungen in der Gesellschaft sind in den Köpfen der Finanzvorsorgeindustrie angekommen. „Ruhestandsmanagement“ als Geschäftsfeld bildet sich heraus – aber nicht ohne Schwierigkeiten. Bestimmte Themen wie „Einkommensstrategie“ sowie „steigende Lebenserwartung“ etablieren sich langsam im Tagesgeschäft der Produktanbieter und Finanzvorsorgeberater. Weitere wichtige und auch lukrative Geschäftsfelder blieben bisher noch weitgehend unentdeckt. So zum Beispiel die fondsgebundene Rentenversicherung als Biometrielösung mit garantiertem lebenslangem Einkommen!

Eine Marktforschung unter 321 Finanzberatern (mit einem Durchschnittsalter von 53 Jahren und mehr als 10 Jahren Berufserfahrung) gibt positives Feedback zur Wichtigkeit der wachsenden Kundengruppe 50plus, zeigt aber auch, dass im Detail die Themen noch nicht „trennscharf“ positioniert sind.

Zu häufig wird eine Altersvorsorge mit Kunden zwischen 35 und 50 Jahren schon als Ruhestandsplanung betrachtet. Die lukrativen Kunden ab 50 mit einem hohen Einkommen und Vermögen werden vernachlässigt.

Die Umsetzung scheint nicht so einfach zu sein. Ronald Perschke, Vorstand der Initiative Ruhestandsplanung meint dazu: „Über 93% der Befragten sehen das Geschäftspotential. Ein Drittel arbeitet schon im Segment. Vielen fehlt aber die Klarheit über die Zielgruppe, z.B. ab welchem Einkommen oder Vermögen die Zielgruppe angesprochen werden sollte, oder professionelle Unterstützung in Bezug auf Netzwerkpartner, Beratungskonzeption, Vertriebsunterstützung und Marketing.“

Opportunitäten in der Zielgruppe 50plus gibt es genug. Der Bedarf ist ungewöhnlich hoch. 2 Billionen Vermögen liegen nahezu unberaten in der Zielgruppe! Häufig geparkt auf Sparbüchern. Olaf Neuenfeldt, Vorstand der Initiative Ruhestandsplanung zur Bedarfssituation: „Die Masse der Kunden ist seit Jahren ohne Beratung und möchte dringend eine Analyse. Wichtige Themen müssen gelöst

werden, z.B. die Einkommensstrategie – also wie sichert der Kunde seinen Lebensstandard und Konsum – strukturiert werden. Hier gibt es echten Bedarf für menschliche Beratung, feste Ansprechpartner mit persönlicher Note. Ziel ist ein aufgeklärter Kunde, der weiß wo er steht, was er tun muss und der ruhig schlafen kann!“

Ronald Perschke sagt abschließend: „Noch gibt es nur einige tausend Experten für die Zielgruppe 50plus und den Beratungsansatz Ruhestandsplanung. Das müssen mehr werden bei ca. 5 Mio. lukrativen Haushalten. Die Initiative Ruhestandsplanung kann unterstützen.“ Die Initiative Ruhestandsplanung hat mit ihren Partnern hier schon vorgearbeitet. Die Mitglieder der Initiative Ruhestandsplanung finden Verkaufsmaterial, Zugang zum nötigen Netzwerk von Experten und vielschichtigen Informations- und Ausbildungsmöglichkeiten (FH Studiengang, IHK Ausbildung, WBThek mit allen wichtigen Themen).

Die Initiative Ruhestandsplanung

Im Dezember 2014 gegründet und seit April 2017 ein eingetragener Verein. Hinter der Initiative Ruhe-

standsplanung steht ein Netzwerk von Experten aus vielen Bereichen der Finanzvorsorge. Die Initiative Ruhestandsplanung ist Ansprechpartner von Politik, Finanzvorsorgeunternehmen, Vertriebsge-

sellschaften und Verbänden zu allen Themen in Bezug auf die Ruhestandsplanung der Zielgruppe 50plus. An der demografischen Entwicklung kommt niemand mehr vorbei. „Wir bieten mit un-

serem Verein in Deutschland ein umfassendes und professionelles Netzwerk für die Entwicklung dieser Zielgruppe“.

Autor: www.initiativeruhestandsplanung.de

Vertriebspartner der ebase rechnen überwiegend mit einem wachsenden Firmenkundengeschäft

Aktuelle Umfrage unter Vertriebspartnern der European Bank for Financial Services GmbH (ebase®) zeigt, dass rund drei Viertel innerhalb der nächsten drei Jahre mit einer steigenden oder sogar stark steigenden Bedeutung des Firmenkundengeschäfts rechnen.

„Der Optimismus unter unseren Vertriebspartnern ist ein gutes Zeichen für ein weiterhin dynamisches Wachstum der Fondsbranche auf breiter Front“, sagt Kai Friedrich, CEO der ebase. „Eine überwiegende Mehrheit



Quelle: © Shutterstock - AdobeStock.com

geht einer wachsenden Bedeutung des Firmenkundengeschäfts aus.“ In einer aktuellen Umfrage unter Vertriebspartnern der ebase gaben 75 Prozent der Befragten an, für die kommenden drei Jahren eine steigende oder sogar stark steigende Bedeutung des Firmenkundengeschäfts zu erwarten. Gegenüber der bereits optimistischen Einschätzung im

vergangenen Jahr bedeutet dies eine nochmalige Steigerung um 3 Prozentpunkte. 17 Prozent gehen von einer unveränderten Relevanz aus. Nur 8 Prozent der Befragten rechnen in der Zukunft mit einer sinkenden Bedeutung.

Für ebase als Spezialist für das Vermögensmanagement mit Investmentfonds ist das Firmenkundengeschäft eine wichtige strategische Säule. „In diesem Segment sind wir mit einem umfangreichen Produkt- und Serviceangebot für die Anlage von Betriebsvermögen, für die betriebliche Altersvorsorge sowie für Zeitwertkonten breit aufgestellt“, erklärt Friedrich weiter.

Der zunehmende Optimismus unter den Finanzvermittlern im Firmenkundengeschäft deckt sich mit der aktuellen repräsentativen Privatkundenumfrage der ebase zu den finanziellen Vorsätzen der Deutschen 2022. Erstmals haben in der jährlichen Umfrage mehr Umfrageteilnehmer angegeben, künftig in Fonds und ETFs zu investieren als ihr Geld auf dem Festgeldkonto und Sparbuch liegen zu lassen. Die Überzeugung, dass eine Anlage an den Kapitalmärkten langfristig



Quelle: © pressmaster - AdobeStock.com

sinnvoll ist, scheint sich auch bei den Entscheidern für Betriebsvermögen stärker durchzusetzen. „Nach wie vor ist die anhaltende Niedrigzinsphase ein entscheidendes Argument für Anlagen in Wertpapiere – gerade auch bei Betriebsvermögen“, erklärt der ebase-CEO. „Investmentfonds bieten hier aus Sicht der Unternehmen definitiv eine attraktive Alternative“, weiß Friedrich.

Für Unternehmen, die die Anlage ihres Betriebsvermögens stärker mit Fonds diversifizieren möchten, ist ebase einer der führenden Anbieter. ebase bietet flexiblen Zugang zu 9.000 Investmentfonds, ca. 1.200 ETFs sowie je nach Bedarf auch zu zahlreichen anderen Wertpapieren. Zudem steht eine Reihe attraktiver digitaler Leistungsbausteine zur Verfügung, wie etwa eine Online-Version des 4- bis 6-Augen-Prinzips oder die digitale Vermögensverwaltung fintego. Autor: www.ebase



Eisberg oder Rückenwind? Versicherungsvertrieb in und nach der Corona-Pandemie

Die Frage, wie ein erfolgreicher Versicherungsvertrieb künftig aussehen muss, hat durch die Krise noch einmal an Brisanz gewonnen. Welche Vertriebswege haben sich als besonders krisenfest erwiesen? Was erwarten Kund:innen von ihrer Versicherung und deren Vertriebspartnern? Führt Corona tatsächlich zu einem Digitalisierungsschub auch im „klassischen“ Vertrieb? Diese und weitere Fragen beleuchten PwC Deutschland und die Versicherungsforen Leipzig aktuell in einer umfangreichen Studienreihe und zeigen auf, welche Aufgaben sich aus der Krise für den Versicherungsvertrieb der Zukunft ergeben haben.

Digital und persönlich

Der Vertrieb von Versicherungen ist in Deutschland nach wie vor ein Geschäft von Angesicht zu Angesicht, doch genau das war in der Pandemie nicht möglich. Hinsichtlich der zur Verfügung stehenden Kontakt-, Beratungs- und Vertriebsmöglichkeiten hat Covid 19 nun endgültig die analoge Spreu vom digitalen Weizen getrennt.

Digitale Unterschriften, WhatsApp-Chat, Kundenportal und Videotelefonie sind Dinge, die aus Sicht der Kund:innen auch nach der Pandemie beibehalten werden sollen. Vor allem digital soll die Kommunikation nach Corona sein, so das Feedback der 1000 Endkund:innen, die für die Studie befragt wurden. Das heißt aber nicht, dass der persönliche Kon-

takt zu einem Vermittler nicht mehr gefragt ist. Im Gegenteil: Der Vermittler ist laut Befragung noch immer der beliebteste Abschlusskanal und über 40 Prozent wenden sich auch schon an den

vollen Vertragsabschluss bieten. Die Institute, die in hybride und digitale Kommunikationsangebote investieren, werden sich damit einen Wettbewerbsvorteil sichern können.“



Quelle: © greenbutterfly - AdobeStock.com

Vermittler des Vertrauens, wenn sie sich über Versicherungen informieren wollen. Noch besser schneidet hier nur die Erstrecherche über das Internet ab. Bei Serviceanfragen wiederum erfreuen sich neben dem telefonischen Kontakt vor allem die Kommunikation via E-Mail oder über das Serviceportal des Versicherers einer großen Beliebtheit. Die Kundenschaft ist hybrid und möchte sich online wie offline informieren und kommunizieren – im Zuge der Pandemie mehr denn je.

„Beim Abschluss einer Versicherung ist und bleibt Vertrauen entscheidend, der persönliche Vertragsschluss ist weiterhin der Königsweg. In der Pandemie wurde und wird jedoch deutlich: Gut ausgestaltete digitale Angebote können auch ohne persönliches Gespräch eine sehr gute Alternative für einen vertrauens-

Sven Stark, Insurance Leader Advisory bei PwC Deutschland

Wie die Umfrageergebnisse zeigen, gehen digital und persönlich entlang der Customer Journey Hand in Hand. Vertrauensvoll, persönlich und freundlich sind dabei Eigenschaften, die einem Großteil der Befragten wichtig sind. Es gilt, diese Anforderungen auch ins Digitale zu übertragen. Das Angebot der Video-Telefonie ist dabei ein wichtiger Schritt, der sich fortsetzen wird.

Corona als Katalysator für die weitere Digitalisierung des Vertriebs

Versicherer haben darauf reagiert und neue Kontaktmöglichkeiten eingeführt, die es vorher noch nicht gab. 71 Prozent der befragten Vertriebsexpert:innen gaben an, dass die Videoberatung neu einge-

führt wurde, 23 Prozent haben ein Serviceportal gelauncht und jeweils knapp 20 Prozent Kontaktwege via App oder Chat initiiert. Nach Angaben der Fachgrößen wurde die Möglichkeit, per Video mit dem Versicherer in Kontakt zu treten auch gut und häufig von den Kunden angenommen.

Insgesamt hat die Pandemie dazu geführt, dass bestimmte Digitalisierungsthemen und -projekte im Vertrieb an Fahrt gewonnen haben. So gaben 88 Prozent der Befragten an, dass Vertriebsprozesse im eigenen Haus weiter digitalisiert und neue Tools für den Vertrieb eingeführt wurden. Jeweils knapp 80 Prozent haben

geantwortet, dass neue Services für die Abnehmer eingeführt und die digitalen Kontaktwege ausgebaut wurden.

Dr. Manuela Wolf, Vertriebsexpertin bei den Versicherungsforen Leipzig: „Versicherer und Vermittler, die in der Pandemie auch Chancen erkennen und ihr Geschäftsmodell weiterentwickeln, werden die Gewinner sein,“ betonen Diana Ehrenberg und Dr. Manuela Wolf, Vertriebsexpertinnen bei den Versicherungsforen Leipzig. „Ein wesentlicher Baustein wird dabei auch der Wandel der Unternehmenskultur sein, um im Versicherungsvertrieb zukunfts- und wettbewerbsfähig zu bleiben.“

Vor welchen Aufgaben steht der Vertrieb?

Das sind nur die ersten von weiteren spannenden Erkenntnissen zur Zukunft des Versicherungsvertriebs. Im weiteren Verlauf der Studienreihe werden regelmäßig neue Ergebnisse veröffentlicht und in einzelnen Beiträgen die fünf dominanten Vertriebswege – den Banken-, den Ausschließlichkeits-, den Direkt-, den Makler:innen- und den Allfinanzvertrieb – beleuchtet.

Autor: www.pwc.de

VERTRIEBSGIPFEL | **tegernsee** | 2022



15. Vertriebs-Entscheidertreff der Finanz- und Versicherungsbranche

Termin: **16. / 17. Mai 2022**



www.vertriebsgipfel-tegernsee.de



Quelle: © Funtap - AdobeStock.com

AfW:

Versicherungsvermittler-Aufsicht durch die IHKs funktioniert

Die Europäische Aufsichtsbehörde für das Versicherungswesen (EIOPA) hat am 21.12.2021 ihren „zweiten jährlichen Bericht über verwaltungsrechtliche Sanktionen und andere Maßnahmen im Rahmen des Versicherungsvertriebsrichtlinie (IDD)“ für das Jahr 2020 vorgelegt.

Laut dieser Auswertung ist Deutschland, und damit das IHK-Kammersystem, eindeutiger Spitzenreiter bei der Verhängung von Sanktionen. So wurden von europaweit 1.942 Sanktionen stattliche 1.562 allein in Deutschland verhängt. Somit wurden 80,4% aller europaweit verhängter Sanktionen gegenüber Versicherungsvermittler:innen in Deutschland verhängt. Diese Quote entspricht ungefähr dem Wert aus dem Jahr 2019, wo die Quote Deutschlands an den eu-

ropaweit verhängten Sanktionen 82,6% betrug. Die IHK-Vermittleraufsicht in Deutschland blieb somit aktiv und im europäischen Vergleich besonders streng.

„In anderen europäischen Ländern mit einer Kontrolle durch die Finanzaufsicht wird drastisch weniger sanktioniert. Das System der Vermittleraufsicht durch die IHKs in Deutschland funktioniert, das belegen diese Zahlen eindeutig.“, analysiert AfW Vorstand Frank Rottenbacher die EIOPA-Auswertung.

Diese nun schon zweite Auswertung der europäischen Versicherungsaufsicht widerlegt aus Sicht des AfW die von Verbraucherschützer:innen und von SPD sowie den Grünen immer wieder geäußerte These, dass nur eine Vermittlerkontrolle durch die

Finanzaufsicht, in Deutschland also durch die BaFin, wirksam wäre.

„Die Unterstellung, dass das Kammer-System aus einem Interessenkonflikt heraus seine eigenen Mitglieder nicht sanktionieren würde, wird klar widerlegt. Das Kammer-System eignet sich daher auch für eine Aufsicht aller § 34f und § 34i Vermittler“, interpretiert Rottenbacher die Zahlen weiter.

Mit 1.050 von insgesamt 2.172 Sanktionen wurden Fehler bei der regelmäßigen Weiterbildungsverpflichtung mit Abstand am häufigsten sanktioniert (48,3%). Der AfW hofft, dass die von DIHK und BaFin erarbeiteten und immer wieder aktualisierten FAQ zur Erfüllung der 15 Stundenverpflichtung hier zu einem Rückgang der Sanktionen führen werden.

Der EIOPA-Bericht steht **HIER** zum Download bereit:

https://www.eiopa.europa.eu/sites/default/files/publications/reports/eiopa_2nd_annual_report_idd_sanctions_2020.pdf

Die FAQ von DIHK und BaFin zur Erfüllung der Weiterbildungsverpflichtung kann **HIER** heruntergeladen werden:

https://www.bafin.de/SharedDocs/Downloads/DE/FAQ/faq_weiterbildungsfragen_va.html;jsessionid=BDE691262B0394A3E1D168F8A5656809.2_cid500?nn=9021442

Autor: www.bundesverband-finanzdienstleistung.de



Quelle: © yanlev - AdobeStock.com

Fehlanreize im Versicherungsvertrieb?

BVK sieht keinen Handlungsdruck zur Prüfung

Dem Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) liegen derzeit keine Anhaltspunkte für weit verbreitete Fehlanreize und gesetzeswidrige Interessenkonflikte beim Vertrieb von Lebensversicherungen vor. „Insofern sehen wir der laut Presseberichten anstehenden branchenweiten Prüfung der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) relativ gelassen entgegen“, sagt BVK-Präsident Michael H. Heinz. „Künstlicher Handlungsdruck wird hier höchstens seitens der selbsternannten Verbraucherschützer aufgebaut. Selbst die alte Bundesregierung konnte sich nicht zu einem Provisionsdeckel bei Lebensversicherungen durchringen und auch die neue Ampel-Koalition greift dieses Thema bisher nicht auf.“

Hintergrund

Gemäß § 48 a Versicherungsaufsichtsgesetz (VAG) darf die Vertriebsvergütung von Versicherungsunternehmen und deren Vertrieben nicht mit ihrer Pflicht, im bestmöglichen Interesse des Kunden zu handeln, kollidieren. Der BVK begrüßte seinerzeit das Gesetz, weil es Versicherungsunternehmen verpflichtet, ihre Vertriebsvergütungen so zu gestalten, dass keine Anreize für die Versicherungsvermittlung geschaffen werden, nicht bedarfsgerechte Produkte Kunden zu empfehlen oder zu vermitteln.

Der BVK empfiehlt allerdings, stärker qualitative Elemente bei der Vertriebsvergütung zu berücksichtigen, wie die

Kundenzufriedenheit und die Weiterempfehlungsquote von Vermittlern. Auch sollten Zusatzvergütungen nicht allein an das Erreichen bestimmter quantitativer Ziele geknüpft werden. „Dies entspricht auch viel eher unserem Verständnis eines ehrbaren Versicherungskaufmanns und unseres BVK-Berufsbilds, das von den Tugenden der Fairness, des Unternehmertums und Kompetenz bestimmt ist“, so BVK-Präsident Heinz. „Sollten bei Versicherern gesetzeswidrige Vertriebsgestaltungen festgestellt werden, müssten auch die Vermittler adäquate Kompensationen erhalten. In diesem Kontext problematisch sind auch die Usancen von Strukturvertrieben.“

Autor: www.bvk.de

Präferenz für Versicherungsberatung durch Banken deutlich gesunken

In den letzten Jahren hat sich die Einstellung zur Allfinanzberatung durch Banken und Sparkassen deutlich gewandelt. Im Jahr 2007 konnten sich noch 61 Prozent der 18- bis 69-jährigen Versicherten gut vorstellen, sich von ihrem Bank- bzw. Sparkassenberater auch zu dem Thema Versicherungen beraten zu lassen. Aktuell ist es hingegen nur noch jeder Dritte (33%), der zusätzlich zu Geldanlage oder Finanzierung auch an einer Versicherungsberatung durch seinen Bank- bzw. Sparkassenbetreuer interessiert wäre. Parallel ist auch das Vertrauen der Kunden in die Kompetenz des Bankenvertriebs gesunken. Nur noch 37 Prozent trauen ihrer Bank oder Sparkasse eine ebenso kompetente Versicherungsberatung wie ihrer Versicherungsgesellschaft zu. 2007 lag dieser Wert noch bei 60 Prozent. Vor allem ältere Kunden sehen die Versicherungsberatung durch Banken und Sparkassen mit Skepsis. Dennoch kann sich noch etwa jeder Dritte einen Versicherungsabschluss über eine Bank oder Sparkasse vorstellen, vor allem natürlich aktuelle Bankvertriebskunden (76%), aber auch Direktkunden, die momentan vorwiegend online oder telefonisch bzw. schriftlich betreut werden.

Dies sind die Ergebnisse des Schwerpunktberichts „Banken- und Agenturvertrieb“ aus dem Kundenmonitor Assekuranz 2021, für den zwischen dem 12. August und dem 5. September 2021 insgesamt 2.003 Entscheider und Mitentscheider in Versicherungsangelegenheiten zwischen 18 und

69 Jahren zu ihren Einstellungen, Präferenzen und Erfahrungen befragt wurden. Die Untersuchung wurde erstellt von der Sirius Campus GmbH in Kooperation mit der Aeiforia GmbH.

Kontoeröffnung als bester Anlass für einen Versicherungsabschluss

Als beste Gelegenheit eine Versicherung über eine Bank oder Sparkasse abzuschließen, sehen



potenziell am Bankvertrieb interessierte Kunden die Kontoeröffnung (49%), gefolgt von Immobilien-, Bau- oder Autofinanzierungen. Eine bevorstehende Reise oder ein Auslandsaufenthalt werden hingegen nur selten als Anlass für einen Versicherungsabschluss bei einer Bank oder Sparkasse angesehen. Jüngere (bis 30 Jahre) und weibliche Versicherte sind diesbezüglich generell eher positiv eingestellt und schätzen den Kauf eines Eigenheims oder einer Eigentumswohnung (Immobilienfinanzierung) übereinstimmend als naheliegendsten Anlass für einen Versicherungsabschluss über eine Bank oder Sparkasse ein.

Kontaktdaten werden häufig den Adresszeilen von Briefen und E-Mails entnommen

Versicherungskunden nutzen bekanntlich eine Vielzahl von Kontaktwegen, um mit ihrem Vertreter, Makler, Bank- oder Sparkassenberater oder der Gesellschaft in Kontakt zu treten. Doch nur wenige haben die relevanten Kontaktdaten im Kopf. Vor einem Kontakt werden daher

die unterschiedlichsten Suchstrategien angewendet, wobei allerdings keine besonders hervorsticht. Neben den naheliegenden Vorgehensweisen – Kontakte im Mobiltelefon (38%) und persönlicher Besuch (33%) – wird besonders häufig in den Adressangaben von Briefen (32%) oder E-Mails (29%) der Versicherung nachgeschaut, es werden handschriftliche Notizen durchsucht (29%) oder Google bemüht (27%). Nur knapp jeder fünfte Vermittlerkunde (19%) schaut auf die Homepage der Agentur oder der Bankfiliale. Zwischen den einzelnen Kundengruppen (Vertreter-, Makler-, Bankvertriebs- und Direktkunden) gibt es dabei noch einmal signifikante

Unterschiede wie auch – erwartungskonform – zwischen den verschiedenen Altersgruppen.

Maklerkunden mit höheren Ansprüchen an eine Agentur-homepage als Vertreterkunden

Tendenziell haben Maklerkunden etwas höhere Erwartungen an die Agentur- bzw. Maklerhomepage als Vertreterkunden. Insbesondere äußern sie ein höheres Interesse an Kontaktformularen (65% vs. 56% bei Vertreterkunden), an Online-Schadenmeldungen (63% vs. 57%), Online-Terminvereinbarungen (60% vs. 52%) sowie an der Darstellung der Schwerpunkte und Kenntnisse des Beraters und seines Teams (61% vs. 51%). Für beide Kundengruppen gleichermaßen wichtig ist es, die Kontaktdaten der Agentur sowie eine persön-

liche Vorstellung des Beraters und seines Teams auf der Homepage zu finden. Auf der anderen Seite werden ein Routenplaner, Informationen zu Apps der Versicherungsgesellschaften, eine Chat-Funktion sowie die Möglichkeit eines Video-Anrufs für eine Agentur- oder Maklerhomepage als eher verzichtbar erachtet. Die einzige Funktion, die von Vertreterkunden häufiger gewünscht wird als von Maklerkunden ist der Rückruf-Button (45% vs. 36% bei Maklerkunden).

„Die Präferenzen von Vermittlerkunden, Maklerkunden und Bankvertriebskunden unterscheiden sich in vielerlei Hinsicht voneinander“ bestätigt Christoph Müller, Geschäftsführer und Gründer der Sirius Campus GmbH. „Für Allgemein- wie auch Spezialversicherer, ebenso wie für klassische und

Online-Anbieter ist es daher essentiell, die Vorlieben der Kunden in Bezug auf Ansprache-, Kommunikations- und Beratungswege zu kennen.“

Martin Gattung, Gründer und Geschäftsführer der Aeiforia GmbH, ergänzt: „Der Bekanntheitskreis eines unzufriedenen Kunden ist unermesslich groß. Niemand weiß das besser als der Vertrieb. Welche Kundengruppen besonders zufrieden sind, auf welchen unterschiedlichen Wegen Kunden von Maklern, Banken, Vermittlern und Online-Plattformen Beratungskontakt suchen und welche Wege bislang kaum genutzt werden, diese Fragen beantwortet die vorliegende Studie.“

Autor: www.siriuscampus.de

Umfrage:

Vermittler für junge Leute wichtiger als Portale

Wer zwischen 18 und 29 Jahre alt ist, sucht am liebsten den persönlichen Kontakt, um eine Versicherung abzuschließen. Ganz vorne liegt der engste Bekanntenkreis. Fast die Hälfte verlässt sich auf den Rat von Familie und Freunden, wenn sie sich versichern wollen. Jeder Dritte möchte mit einem Vermittler darüber sprechen. 26 Prozent vergleichen online auf einem der bekannten Portale. Das ergibt eine Umfrage von Senacor Technologies unter 1.000 Verbrauchern im Alter von 18 bis 29 Jahren.

Die junge Zielgruppe ist sich bewusst, wie wichtig Versiche-

rungen sind, um sich vor den Risiken des Lebens zu schützen. 85 Prozent finden es wichtig oder sehr wichtig, sich damit auseinanderzusetzen. Das Problem: Beinahe jeder Zweite fühlt sich noch nicht ausreichend abgesichert. Häufig liegt das auch daran, dass viele gar nicht wissen, welche Versicherungen sie wirklich benötigen und sich nicht gründlich selbst damit beschäftigen. Nur selten sind die 18 bis 29 Jahre alten überhaupt dazu gezwungen. 45 Prozent geben zu, dass ihre Eltern die ersten Versicherungen für sie abgeschlossen haben. 41 Prozent haben zumindest die Familie um



Hilfe. Nur 17 Prozent haben sich selbst informiert und entsprechend gehandelt.

„Junge Menschen fühlen sich alleingelassen, auch von der Schule, obwohl sie wissen, dass sie sich um ihre Vorsorge kümmern müssen“, sagt Dr. Wolff Graulich, Partner bei Senacor. „Viele Versicherer zielen deshalb mit ihren Angeboten an einer Jugend vorbei, die sich zwar sicher in der digitalen

Welt bewegt, aber sich kaum zutraut, die richtige Entscheidung zu treffen. Trotz Digitalisierung bleibt ein persönlicher, direkter Draht zum Versicherer auch künftig wichtig.“

Vier von fünf Befragten aus der Generation Z machen von der menschlichen Stimme, egal ob persönlich oder telefonisch, sogar abhängig, wo sie sich versichern wollen. 41 Prozent finden den persönlichen Kontakt besonders wichtig. Die meisten wünschen sich zudem, dass sofort klar ist, was wie versichert ist. 86 Prozent machen das an einer leicht zu verstehenden Sprache fest. Das ist nicht neu. Seit Jahren schon wird kritisiert, dass nicht jeder sofort versteht, was genau in den Bedingungen steht. Bereits 2018 hat die Bafin in leichter Sprache in kleines ABC für Versicherungen veröffentlicht. Digitale Gimmicks kommen zwar ebenfalls gut an, doch geben sie nicht den Ausschlag für oder gegen einen Anbieter.

“Wer jung ist, will vor allem schnell verstehen, welche Versicherung sich eignet und was versichert ist“, so Graulich. “Digitale Dienste spielen erst dann eine Rolle, wenn es darum geht, Kunden viel allein erledigen zu lassen. Adressen ändern, Schäden melden oder sich einen Termin beim Arzt holen, all das darf gern digital passieren. Doch wenn der allererste Kontakt allein digital erfolgt, schreckt das die unter-30-jährigen eher ab.“

Der ehemalige Vorstand von Element rät deshalb, möglichst viele Kanäle nach vorne zum Kunden zu öffnen und diese miteinander zu verbinden. Wichtiger sei, überhaupt erst mal mit einem potenziellen Kunden in Kontakt zu treten und erst im Nachhinein zu versuchen, mit digitalen Mehrwertdiensten zu punkten. “Jemanden anfangs an die Hand zu nehmen und loszulassen, sobald die ersten Unsicherheiten verschwinden, ist der richtige Weg“, erklärt Graulich. “Im digitalen Zeitalter haben Insurtechs ihre Berechtigung. Wer aber

ein breites Spektrum an Produkten für viele Menschen anbietet, muss auch persönlich für die eigenen Kunden ansprechbar bleiben.“

Drei von vier jungen Leuten stimmen diesem Befund zu. 46 Prozent sagen, dass auch künftig digitale Angebote Hand in Hand gehen mit persönlicher Beratung. 23 Prozent bestätigen, dass digitale Angebote das persönliche Gespräch ergänzen, aber nicht ersetzen. 31 Prozent sind da anderer Meinung. Sie glauben, dass der Faktor Mensch über kurz oder lang verschwindet und sich das Digitale vollständig durchsetzt. “Lemonade oder Coya decken einen bestimmten Lifestyle ab“, sagt Graulich. “Die selbst ernannten Disruptoren merken inzwischen, dass sie den Gordischen Knoten allein mit dem Digitalen nicht durchschlagen können. Einige Anbieter entwickeln sich inzwischen von rein digital sogar zurück zu hybrid.“

Autor: www.senacor.com

Gute Schadensregulierung ist die vordringlichste Kundenanforderung – Das Wichtigste an der Beratung ist der Berater selbst

Versicherungskunden haben äußerst hohe Anforderungen an die Qualität der Schadenregulierung. Hier ragt insbesondere die gute Erreichbarkeit im Schadenfall (84% „äußerst wichtig“ oder „sehr wichtig“) heraus, gefolgt von vollständiger (82%) und schneller (80%) Bezahlung des Schadens. In der Beratung ist hingegen die

Fairness von höchster Bedeutung: 78 Prozent halten den fairen Umgang des Beraters mit ihnen für „äußerst wichtig“ oder „sehr wichtig“; für ebenso relevant wird die Fachkompetenz des Beraters gehalten. Alles in allem erscheint in der Beratungssituation die Person des Vermittlers oder Beraters deutlich wichtiger als der

konkrete Beratungsablauf.

Dies sind die Ergebnisse des Schwerpunktberichts „Kundenanforderungen und -begeisterung“ aus dem Kundenmonitor Assekuranz 2021, für den 2.039 Entscheider und Mitentscheider in Versicherungsangelegenheiten zwischen 18 und 69 Jahren zu



Schadenregulierung ist auch der Schlüssel zu Kundenbegeisterung

Jeder dritte Versicherungskunde hat im Zusammenhang mit Versicherungen in der Vergangenheit schon einmal oder sogar mehrfach Begeisterung erlebt. In rund der Hälfte der Fälle sorgt eine schnelle und zuverlässige Schadenregulierung für Begeisterung, darüber hinaus werden spontan günstige Beiträge (14%), hohe Kompetenz des Beraters (10%), guter Service (7%) und auch unerwartete Kulanz (6%) als Begeisterungsfaktoren angeführt. In der detaillierten Nachfrage erweist sich darüber hinaus der Verzicht auf Beitragserhöhungen im Schadenfall („Rabattretter“) als ein bedeutender potenzieller Begeisterungsfaktor.

„Die Schadenregulierung ist für den Kunden der Moment der Wahrheit: Hier zeigt sich, ob der Vertrauensvorschuss gerechtfertigt ist und der Vertrag das Papier wert ist, auf dem er geschrieben wurde“, so Christoph Müller, Geschäftsführer und Gründer der Sirius Campus GmbH. „Eine vorbildliche Schadenregulierung erfüllt also nicht nur die Basisanforderungen der Kunden, sie ist auch der beste Weg zum Herzen des Kunden, zur Kundenbegeisterung.“

„Die Untersuchungsergebnisse zeigen, dass am Ende die klassischen Werte zählen“, ergänzt Martin Gattung, Gründer und Geschäftsführer der Aeiforia GmbH. „Für Versicherungsunternehmen heißt das, sie müssen mit ihren Kernkompetenzen überzeugen, wenn sie ihre Kunden begeistern wollen. Zusatzleistungen kommen an, wenn die Kernleistung stimmt. Dann können sie zum wesentlichen Entscheidungskriterium werden.“

Autor: www.siriuscampus.de

ihren Anforderungen an Versicherungsgesellschaften, Versicherungsprodukte, -vermittler etc. befragt wurden. Insgesamt wurden 79 Kundenanforderungen aus den Themenbereichen Produkt (Sach und Leben), Anbieter, Kontaktwege, Service, Vermittler(in), Beratung und Regulierung in Bezug auf Relevanz und Begeisterungspotenzial untersucht. Die Untersuchung wurde erstellt von der Sirius Campus GmbH in Kooperation mit der Aeiforia GmbH.

Spontan liegen Preis und Gefühl von Schutz und Sicherheit ganz vorne

Auch wenn die Befragten beim Thema „Anforderungen an Versicherungen“ spontan eher an niedrige Beiträge und ein allgemeines Schutz- und Sicherheitsgefühl denken, zeigt die gesamte Untersuchung deutlich den dominierenden Charakter der Schadenregulierung als wichtigste Kundenanforderung. Ein Blick auf die Details offenbart eine Reihe interessanter Unterschiede zwischen verschiedenen Kundengruppen: So ist z. B. älteren Versicherungskunden (über 55 Jahre) die schnelle Zusicherung, dass der Schaden bezahlt wird, wichtiger als die schnelle Bezahlung an sich. Jüngere Kunden wiederum präfe-

rieren beim Thema Schadenregulierung hingegen vor allem eine kulante Handhabung.

Persönliche Betreuung ist für Ältere immer noch entscheidend

Das Angebot verschiedener Kontaktwege ist für die meisten Kunden eine Selbstverständlichkeit. Besonders wichtig sind dabei telefonischer (62%), persönlicher (55%) und E-Mail-Kontakt (58%). Erst mit deutlichem Abstand folgt die Kontaktmöglichkeit über ein Online-Kundenportal mit lediglich 41 Prozent. Andere Online-Angebote, wie z. B. der Kontakt über ein soziales Netzwerk oder über eine Video- oder Chat-App, sind von noch deutlich geringerer Bedeutung. Für ältere Versicherungskunden ist dabei der persönliche Kontakt von besonderer Relevanz, auch der Kundentyp „Partner“ legt überdurchschnittlich viel Wert auf den persönlichen Kontakt zum Versicherungsvermittler. Der weitere Blick auf die Select Typen (www.selecttypen.de) zeigt, dass auch unter den Vorsichtigen das persönliche Treffen hoch im Kurs ist. Eigenständige sowie Optimierer befinden hingegen den E-Mail-Kontakt als wesentlich und schätzen das Online-Kundenportal als überdurchschnittlich wichtig ein.

Policen Direkt Maklerbarometer 2021: Verlieren Deutschlands Makler den Spaß an ihrem Beruf?

Deutschlands Versicherungsmakler stehen vor immer größeren Herausforderungen. Wichtigste Sorgen sind die Überlastung durch Bürokratie und Digitalisierung, sowie das Fehlen eines geeigneten Nachfolgers. Deutschlands Versicherungsmakler verbringen mehr als die Hälfte ihrer Arbeitszeit mit IT und Bürokratie laut der aktuellen Umfrage zum Maklerbarometer 2021. Gleichzeitig sind genau dies die unpopulärsten Tätigkeiten der Maklerschaft: so würden 65% das Thema Bürokratie gern komplett abgeben. 47,5% wünschen sich, dass sie sich nicht mehr selbst um IT, Technik und Digitalisierung kümmern müssen.



Weniger Zeit für Beratung und Kundenbetreuung

Nur 12,5% der Umfrageteilnehmer würden hingegen gern die Betreuung ihrer Bestandskunden abgeben; 22,5% könnten sich vorstellen, die Neukundengewinnung abzugeben. Kundennahe Tätigkeiten nehmen zusammen



mittlerweile deutlich weniger als die Hälfte der Arbeitszeit der Makler ein.

„Die Ergebnisse unseres Maklerbarometers zeigen, dass Deutschlands Makler offenbar immer seltener dazu kommen, sich um die Themen zu kümmern, die ihnen Freude bereiten“, erklärt Dr. Philipp Kanschik, Geschäftsführer bei Policen Direkt und dort verantwortlich für Technologieentwicklung und Maklernachfolge. „Es gelingt ihnen immer weniger, die eigenen Prozesse zukunftsfähig zu machen und Zeit für ihre Kunden freizuschaukeln. Dies äußert sich in einer deutlichen Unzufriedenheit mit der eigenen Situation.“

Nachfolge weiterhin großes Problem älterer Makler

Auch das Thema Nachfolge bereitet der Maklerschaft große Bauchschmerzen. 74 Prozent der über 60-jährigen gaben bei der Policen-Direkt Umfrage an, ihre Nachfolge noch nicht geregelt zu haben. Kanschik: „Die Nachfolgewelle türmt sich immer weiter auf. Wir erwarten, dass die Anzahl der Makler, die eine Nachfolgelösung suchen, Jahr für Jahr steigen wird

und erst gegen Mitte der 2020er ihr Zenit erreicht. Vor allem im Privatkundenbereich beginnt die Marktkonsolidierung gerade erst.“

Für 48,7% der Makler bleibt der eigene Bestand bzw. das eigene Unternehmen die primäre Altersvorsorge. 40% sind sich jetzt schon sicher, dass sie über das gesetzliche Rentenalter hinaus arbeiten werden müssen.

Klassische Verkaufsmodelle werden immer weniger relevant

Der Trend geht bei den Maklernachfolgemodellen vor diesem Hintergrund immer weiter weg von klassischen Unternehmens- und Bestandsverkäufen. Nur noch knapp die Hälfte der Makler hält diese Modelle für die eigene Situation am geeignet.

Hierzu Kanschik: „Für den klassische Unternehmensverkauf ist überhaupt nur ein Bruchteil der deutschen Makler groß genug. Alle anderen bevorzugen zunehmend eine Kombination aus gemeinsamer Übergangsphase mit anschließendem Rentenmodell. Das ist finanziell am attraktivsten und schützt vor Bestandsabrieb beim Übergang.“

Nahezu erledigt hat sich hingegen ein anderes Thema: nur noch 15% wollen hingegen ihren Bestand auslaufen lassen. An der Online-Umfrage nahmen dieses Jahr 411 Versicherungsmakler teil. Autor: www.policendirekt.de

Aktualisierte BVK-Checkliste hilft Vermittlern bei Erfüllung der EU-Transparenzverordnung

In Zusammenarbeit mit Professor Dr. Matthias Beenken aktualisiert und ergänzt der Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) seine Checkliste für Versicherungsvermittler zur EU-Transparenzverordnung (TVO) <https://www.bvk.de/meldung/54/>. Dies ist notwendig geworden, weil es inzwischen aktive Frage- und Beratungspflichten beim Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten (VAP) wie fondsgebundene und kapitalbildende Lebensversicherungen gibt. Diese wurden mit einer neuen EU-Verordnung (2021/1257) eingeführt und müssen spätestens ab 2. August 2022 angewendet werden.

Versicherer und Versicherungsvermittler sollen dadurch sicherstellen, dass die Versicherungsanlageprodukte, die sie ihren Kunden

empfehlen, den Nachhaltigkeitspräferenzen der Kunden entsprechen. Dazu ist eine differenzierte Nachfrage vorgeschrieben, ob und in welchem Ausmaß entweder speziell ökologische oder allgemein nachhaltige Anlagen gewünscht sind. Alternativ kann der Kunde wünschen, dass nachhaltigkeitsbezogene Risiken vermieden werden. All dies und noch mehr müssen Versicherungsvermittler bei den Kunden erfragen, bei ihren Produktempfehlungen berücksichtigen und in einer Beratungsdokumentation festhalten.

„Die Beratung zu Versicherungsanlageprodukten wird damit erneut komplexer und zeitintensiver“, so Beenken. „Außerdem sollte man nicht bis August warten, denn die Änderungen des Beratungsprozesses werden Zeit

und wahrscheinlich auch neue Beratungssoftware erforderlich machen.“

BVK-Präsident Michael H. Heinz ergänzt: „Mit der TVO-Checkliste wollen wir den Versicherungsvermittlern pragmatisch helfen, sich auf die neuen Anforderungen vorzubereiten.“

Grundlage für die erweiterten Frage- und Beratungspflichten beim Vertrieb von VAP ist die EU-TVO „über nachhaltigkeitsbezogene Offenlegungspflichten im Finanzdienstleistungssektor“ (Nr.2019/2088) und ihre Ergänzung durch die EU-Verordnung (2021/1257). Sie sollen helfen, die EU-Nachhaltigkeits- und Umweltziele auch im Finanz- und Versicherungssektor EU-weit zu erreichen.

Autor: www.bvk.de



Quelle: © Gorodenkoff - AdobeStock.com

AFW:

FAQs zu Geldwäscheprävention

Der Bundesverband Finanzdienstleistung AfW e.V. und der VOTUM Verband Unabhängiger Finanzdienstleistungs-Unternehmen in Europa e.V. haben eine umfangreiche FAQ-Liste zur Umsetzung der Vorgaben aus dem Geldwäschegesetz erarbeitet und stellen diese nun allen Versicherungsvertreter:innen und unabhängigen Finanzdienstleister:innen zur Verfügung. <https://www.bundesverband-finanzdienstleistung.de/gwg-arbeitshilfe/>

Das Gesetz über das Aufspüren von Gewinnen aus schweren Straftaten, kurz „Geldwäschegesetz“ (GwG) erfährt ständig Verschärfungen. Sehr umfangreich 2017, 2020 und zuletzt wieder zum 1. August 2021. Der Koalitionsvertrag legt ebenfalls für die aktuelle Legislaturperiode einen Schwerpunkt auf die Bekämpfung von Geldwäsche.

Im Juli haben die Branchenverbände AfW und VOTUM Arbeitshilfen und Vorlagen zur Geldwäscheprävention, entwickelt in Zusammenarbeit mit Andreas Sutter (disphere interactive) <http://www.disphere.com/protect/> und den beiden auf Finanzdienstleistungsrecht spezi-

alisierten Anwälten Martin Klein <http://rechtklein.de/> und Norman Wirth <https://www.wirth-rae.de/>, auf ihren Webseiten zu Verfügung gestellt. Zur weiteren Unterstützung fand eine gemeinsame Onlineveranstaltung statt. <https://www.bundesverband-finanzdienstleistung.de/gwg-arbeitshilfe/>

Im Nachgang wurde nun noch ein FAQ-Katalog erarbeitet. Dieser umfangreiche Katalog steht als Download frei HIER zur Verfügung. <https://www.bundesverband-finanzdienstleistung.de/gwg-arbeitshilfe/>

Autor: www.bundesverband-finanzdienstleistung.de

Vier Gründe für die Fondspolice

Negativzinsen, ein wackelnder Generationenvertrag, unsichere Renten: an Investmentlösungen führt heute kein Weg mehr vorbei. Wer nicht an der Börse spekulieren will, investiert mit Plan in fondsgebundene Versicherungslösungen. Die vier wichtigsten Gründe für eine Fondspolice hat die LV 1871 für Makler und Kunden zusammengefasst.

“Wer auch im Alter finanziell unabhängig sein möchte, muss privat vorsorgen und dabei auch Investments am Kapitalmarkt wagen“, sagt Hermann Schrögenauer, Vorstand der LV 1871. “Mit unseren fondsbasierten Versicherungslösungen verbinden wir das Beste aus den zwei Welten Versicherung

und Investment. Gerade unabhängige Vermittler können ihre Kunden durch umfassende Beratung dafür sensibilisieren, dass Investment und Altersvorsorge einfach zusammengehören.“



Wie können Vermittler hier beraten? “Eine ganzheitliche Beratung stellt die Bedürfnisse des Kunden in den Mittelpunkt und nimmt

damit gleichzeitig Berührungsängste beim Thema Investment. Im Fokus steht das individuelle Sicherheitsbedürfnis des Kunden – verbunden mit einer langfristigen Anlage und breiter Risikostreuung. Grafiken und reale Anlageszenarien machen das Investment anschaulich“, empfiehlt Investment-Experte und Filialdirektor der LV 1871 in Frankfurt Thomas Buchholz. Vier Gründe sprechen für die Fondspolice:

#1 Umfangreiche Flexibilität

Was auch immer das Leben bereithält, eine fondsgebundene Rente bietet die nötige Flexibilität. So lassen sich Beitragszahlungen jederzeit an die individuelle finanzi-

elle Situation sowie Lebens- und Altersphase anpassen. Mit flexiblen Garantiekonzepten können eingezahlte Beiträge abgesichert werden. Sogar Auszahlungen in der Ansparphase sind möglich. Und: Nach Rentenbeginn wählen Kunden zwischen einmaliger Kapitalauszahlung und laufender Rentenzahlung.

#2 Anlegen nach Wunsch

Eine Fondspolice bietet vielfältige Anlagemöglichkeiten. Sicherheitsorientierte Anleger investieren beispielsweise in Euro-Geldmarktfonds – wachstumsorientierte Anleger wählen zum Beispiel Aktienfonds mit Anlageschwerpunkt Europa. Bis zu 20 Fonds können gleichzeitig eröffnet werden, um eventuelle Schwankungen einzelner Fonds auszugleichen. So haben Kunden die Wahl, ihr Port-

folio selbst ganz individuell aus Einzelfonds zusammenzustellen oder auf von Experten zusammengestellte Portfoliolösungen zurückzugreifen.

#3 Langfristiges Sparkonzept mit Steuervorteil

Auch steuerlich sind Fondspolices interessant: So sind Fondswechsel innerhalb der Fondspolice abgeltungssteuerfrei. Außerdem: Beträgt die Vertragslaufzeit mindestens 12 Jahre und erfolgt die Auszahlung der Versicherungsleistung nach Ablauf des 62. Lebensjahres, muss nur die Hälfte des erwirtschafteten Ertrages versteuert werden. Auch bei der Entscheidung für eine lebenslange Rente ergeben sich steuerliche Vorteile, denn dann wird bei der fondsgebundenen Rentenversicherung lediglich der Ertragsanteil

besteuert. Verstirbt die versicherte Person, kann die Fondsrente die Hinterbliebenen absichern und ist im Todesfall sogar steuerfrei.

#4 Versicherung verhindert Wertverluste

Eine Fondspolice optimiert die Wirtschaftlichkeit der Anlage und verhindert gleichzeitig große Verluste. Über die Versicherung ist es möglich, mit geringeren Verwaltungskosten als bei herkömmlichen Fonds eine sehr viel breitere Streuung im Depot vorzunehmen. Entwickeln sich die Anlagen im Portfolio der Fondspolice positiv, profitieren Kunden unmittelbar von den Erträgen. Denn das erwirtschaftete Kapital wird direkt in sichere Investmentfonds umgeschichtet.

Autor: www.lv1871.de

BAV:

Kompetente Beratung rückt noch stärker in Vordergrund

Dass die gesetzliche Rente unter anderem aufgrund der demografischen Entwicklung an Grenzen stößt, ist seit Jahren bekannt. Umso mehr gilt es, die Absicherung über die private und betriebliche Altersversorgung zu intensivieren. Jedoch ergänzt aktuell nur rund die Hälfte aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten über eine betriebliche Altersversorgung (bAV) die erste Säule der Altersversorgung. Die aktuelle Situation in der bAV analysierten Experten aus Wirtschaft, Politik und Versicherung im Rahmen des jährlichen AXA bAV Symposiums.

„Die umlagefinanzierte Rente in Deutschland ist nicht nachhaltig finanziert“, so Prof. Clemens Fuest, der Präsident des ifo Instituts. „Ein steigender Steuerzuschuss ist keine akzeptable Lösung, da die Staatsfinanzen in Deutschland bereits vor der COVID-Krise eine Nachhaltigkeitslücke aufwiesen.“ Dies habe sich durch die Krise noch einmal verschärft. Deshalb sei der Aufbau einer ergänzenden Alterssicherung unentbehrlich.

Kleine Betriebe und untere Einkommensgruppen haben Nachholbedarf



Doch genau hier hapert es zurzeit noch. Nur rund die Hälfte aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nutzt aktuell die zweite Säule der Altersversorgung. Bei genauer Betrachtung fällt die ungleiche Verteilung bei den bAV-Versicherten auf, sie unterscheidet

sich stark nach Branchen und Einkommen. „Während im Kredit- und Versicherungsgewerbe, im Bereich Soziales und Erziehung oder im Verarbeitenden Gewerbe überdurchschnittlich viele Beschäftigte über eine bAV verfügen, liegt die Verbreitung im Gastgewerbe oder in vielen Dienstleistungsbereichen deutlich darunter“, erläutert Peter Weiß, Vorsitzender der Arbeitsgruppe Arbeit und Soziales der CDU/CSU-Bundestagsfraktion. Eine Entwicklung sei dabei bedenklich: „Insbesondere Bezieher geringer Einkommen sorgen nach wie vor zu wenig zusätzlich für das Alter vor!“

bAV wird komplexer, Beratung umso wichtiger

Vor allem in kleineren Betrieben ist die bAV noch unterdurchschnittlich verbreitet, die Möglichkeiten des Betriebsrentenstärkungsgesetzes werden hier noch nicht ausreichend genutzt. „Kleinere bzw. mittelgroße Betriebe besitzen nicht die personellen Kapazitäten, um sich in die immer komplexer werdende Materie einer bAV ausreichend einzuarbeiten“, beschreibt Ingo Kramer, der Ehrenpräsident



Quelle: © thodonal - AdobeStock.com

der Deutschen Arbeitgeberverbände. Ein Trend, der sich noch verstärken wird: „Die Komplexität innerhalb der bAV wird in den kommenden Jahren weiter zunehmen, während die Transparenz für die Beteiligten abnehmen wird“, so Kai Kuklinski, AXA Vertriebsvorstand. „Vor diesem Hintergrund gewinnt die Beratung weiter an Bedeutung und es gibt noch großes Vertriebspotential: Viele kleine und mittelständische Unternehmen haben keine geeigneten Lösungen, wir brauchen eine höhere Durchdringung bei den Firmen.“

Mitarbeiterabsicherung aus einer Hand für ganzheitliche Beratung

An einer möglichst umfassenden und kompetenten Beratung führt auch zukünftig für Arbeitgeber

bei der Absicherung der Mitarbeitenden kein Weg vorbei. „Durch Bündelung von betrieblicher bzw. internationaler Krankenversicherung sowie der betrieblichen Altersversorgung im Geschäftsfeld ‚Corporate Employee Benefits‘ sind wir bei AXA in der Lage, den Arbeitgebern eine ganzheitliche, integrative Beratung und Betreuung aus einer Hand anzubieten“, beschreibt Dr. Frederick Krummet, Leiter des Bereichs CEB. Die persönliche Beratung wird begleitend unterstützt durch die konsequente Digitalisierung. So ist zum Beispiel die komplette Customer Journey in der betrieblichen Altersversorgung vom Angebot, über den Antrag bis zur Verwaltung vollständig digital erlebbar – und zwar für Vertriebspartner, Arbeitgeber und Mitarbeitende.

Autor: www.axa.de



Quelle: © Funtap - AdobeStock.com

Trend zur gemischten Finanzierung der Betriebsrente nimmt zu

Auf der Suche nach qualifizierten Mitarbeitern sehen sich Arbeitgeber häufig mit der Frage nach der „Work-Life-Balance“ konfrontiert. Immer öfter wird auch nach einer zusätzlichen Altersvorsorge gefragt. Hier können Unternehmen ihre Wertschätzung durch „Matching“-Modelle ausdrücken: Die Kombination aus Entgeltumwandlung und Arbeitgeberbeitrag ist stark im Trend. Einen Überblick über die verschiedenen Varianten gibt Michael Hoppstädter, Geschäftsführer der Longial.

Was genau ist ein „Matching“-Modell?

„Matching“-Modelle sind Versorgungspläne, die vom Arbeitgeber und Arbeitnehmer gemeinsam finanziert werden. In diesen Plänen wird festgelegt, wer wie viel zur bAV beiträgt.

Welche Varianten gibt es?

Bei der Ausgestaltung gibt es verschiedene Möglichkeiten. Die einfachste Form der Mischfinanzierung ist die Weitergabe des im Betriebsrentenstärkungsgesetz bei versicherungsförmigen Durchführungswegen gesetzlich verpflichtenden Arbeitgeberzuschusses nach § 1a Abs. 1a Betriebsrentengesetz. „Allerdings wird die alleinige Weitergabe des verpflichtenden Zuschusses von den Mitarbeitern wohl kaum als wertschätzend wahrgenommen“, so Michael Hoppstädter und ergänzt: „Zur Stärkung der Mitarbeiterbindung, Motivation sowie Identifikation mit der Firma lohnt es sich daher, bei der Ausgestaltung mehr als nur eine ge-

setzliche Vorgabe umzusetzen.“ Dafür gibt es eine Vielzahl von Möglichkeiten, beispielhaft hier drei Modellvarianten:

Modell 1: Der Arbeitgeberzuschuss erfolgt in Höhe eines festgelegten Prozentsatzes der Entgeltumwandlung, gegebenenfalls bis zu einem festgelegten Höchstbetrag. „Entscheidet sich der Arbeitnehmer gegen eine Entgeltumwandlung, erhält er auch keinen Arbeitgeberbeitrag“, erläutert der Longial Geschäftsführer.

Modell 2: Der Arbeitgeber führt ein Versorgungssystem mit einem Sockel- und einem Zusatzbaustein ein. Der Sockelbaustein ist eine reine Arbeitgeberleistung, die unabhängig von einer Eigenbeteiligung des Arbeitnehmers gewährt wird. Der Zusatzbaustein wird als „Matching Contribution“ analog zu Modell 1 gestaltet.

Modell 3: Hier werden Unternehmensziele mit dem bAV-Versorgungswerk verknüpft: Neben Arbeitgebersockelbetrag, Entgeltumwandlung und Arbeitgeberzuschuss kann eine Bonusstufe an das Erreichen von bestimmten Unternehmenszielen geknüpft werden, wie beispielsweise Gewinn, Umsatz oder Kostenquoten. „Das Kriterium für das Erreichen des Bonus ist jedoch so festzulegen, dass jeder Versorgungsberechtigte möglichst einfach nachvollziehen kann, ob das Ziel erreicht wurde“, empfiehlt Hoppstädter.

Geringverdienerförderung auch bei Matching-Modellen möglich

Im Übrigen kann auch die Geringverdienerförderung nach § 100 Einkommensteuergesetz (EstG) mit Matching-Modellen kombiniert werden. „Das Bundesfinanzministerium hat einer entsprechenden Kombination bereits im vergangenen Jahr im Hinblick auf solche Modelle zugestimmt, bei denen ein freiwilliger Arbeitgeberbeitrag aufgewendet wird“, erläutert der Longial Geschäftsführer. Arbeitgeberbeiträge, die aufgrund der ersparten Sozialversicherungsbeiträge verpflichtend zu leisten sind, fallen hingegen nicht unter eine Förderung nach § 100 EStG.

Wertschätzung durch bAV

Mehr als die Hälfte der deutschen Unternehmen finanzieren die bAV als „Matching Contribution“. Die Praxis zeigt, dass solche Modelle von Mitarbeitern stärker angenommen werden als Modelle der reinen Entgeltumwandlung. Dazu kommt, dass ein sozial engagierter Arbeitgeber, der auch bei der Altersvorsorge seiner Belegschaft seine Fürsorgepflicht wahrnimmt, heute vielen Arbeitnehmern oft mehr wert ist als ein höheres Gehalt. Doch neben dem Imagegewinn sprechen auch wirtschaftliche Vorteile dafür.

Vorteile auch für kleine und mittlere Unternehmen

„Mit Matching-Modellen gewinnen alle Beteiligten“, resümiert Hoppstädter. Der Arbeitnehmer betreibt aktive Altersvorsorge und durch die Beiträge des Arbeitgebers erzielt er einen Wirkungsgrad seines Beitrages, den

es in keiner anderen Form der Altersvorsorge gibt. Der Arbeitgeber spart im Vergleich zur Gehaltserhöhung Lohnnebenkosten, denn die fallen bei Arbeitgeberbeiträgen zur bAV nicht an. Aber viel wichtiger – Mitarbeiterbindung, Identifikation und Motivation der Mitarbeiter sowie Imagegewinn sind noch viel wertvoller.
 Autor: www.longial.de



Besitzstände in der BAV antasten?

Aon-Studie:

Erworbene Ansprüche älterer Arbeitnehmer sollen bestehen bleiben – werden teils aber auch als Hürden für gerechtere Betriebsrenten betrachtet

Sowohl Arbeitnehmer als auch Arbeitgeber halten Besitzstandsdenken für eine Hürde, um eine gerechtere Altersversorgung zu erreichen – theoretisch. In der Praxis aber sind die meisten dafür, in der betrieblichen Altersversorgung (bAV) die erworbenen Rentenansprüche der älteren Generation nicht anzutasten. Das zeigt die aktuelle Aon-Studie „Generationengerechtigkeit und Altersversorgung“.



72 % der Arbeitnehmer denken, dass weniger Besitzstandsdenken in der bAV allen Arbeitnehmern nutzen würde. Ein genauso großer Anteil (73 %) aber findet, dass ältere Arbeitnehmer ihre Ansprüche auch verdient haben. Dieses

Dilemma offenbart eine repräsentative Online-Befragung des Beratungs- und Dienstleistungsunternehmens Aon aus dem Frühjahr 2021. Rund 1.000 Arbeitnehmer im Alter von 18 bis 65 Jahren aus Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern nahmen daran teil. Parallel befragte Aon 119 Führungsverantwortliche zum gleichen Thema.

Danach sind es mit 72 % sogar mehr Arbeitnehmer als Arbeitgeber (58%), die Besitzstandsdenken, also das Recht auf bereits erworbene Ansprüche, als hinderlich für notwendige Änderungen in der betrieblichen Altersversorgung erachten. Und es sind auch mehr Arbeitnehmer (57 %) als Arbeitgeber (47%), die einen solidarischen Beitrag älterer Mitarbeiter für notwendig halten, um eine gerechtere Altersversorgung in der Praxis umzusetzen. Im gleichen Zug aber will die große Mehrheit der Arbeitnehmer (82 %) und der Arbeitgeber (87 %) am Bestandschutz für Versorgungsansprüche seitens der älteren Arbeitnehmer festhalten.

„Eine für alle gerechte Lösung ist nicht einfach,“ kommentiert Simon Mayer, Principal bei Aon.

„Die Wunschvorstellung scheint zu sein ‚Wasch mir den Pelz, aber mach mich nicht nass‘. Das darf aber nicht dazu führen, aus Angst vor Konflikten gar nichts zu tun. Unsere Studie zeigt deutlich, dass der Generationenkonflikt im deutschen Rentensystem beginnt, das Klima in den Unternehmen zu belasten. Insbesondere unter jüngeren Arbeitnehmern macht sich Unmut über die künftige Altersversorgung breit. Die betriebliche Altersversorgung bietet viel kreativen Handlungsspielraum, um hier zu neuen, wirksamen Lösungen zu kommen, die gerechter für alle sind. Er muss nur konsequent genutzt werden.“

Ein solidarischer Beitrag der Älteren und gleichzeitiger Bestandschutz: Sowohl Arbeitnehmer als auch Arbeitgeber wollen das, wenn es um Generationengerechtigkeit in der betrieblichen Altersversorgung geht. Nur mit viel Kreativität kann es deshalb gelingen, zu adäquaten Lösungen zu kommen. Das gehört zu den Erkenntnissen einer aktuellen Aon-Studie, für die rund 1.000 Arbeitnehmer und 119 Führungsverantwortliche in Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern befragt wurden.
 Autor: www.aon.com

Betriebliche Altersvorsorge 2022:

Mehr Zuschüsse für Arbeitnehmer – komplexe Anforderungen an Arbeitgeber

Gute Nachrichten für Arbeitnehmer:

Wer über eine betriebliche Altersvorsorge (bAV) im Rahmen einer Entgeltumwandlung verfügt, hat ab dem kommenden Jahr ein gesetzliches Anrecht auf einen Zuschuss vom Arbeitgeber – unabhängig davon, wann er den Vertrag abgeschlossen hat. Bislang galt der verpflichtende Arbeitgeberzuschuss nur für Neuverträge, künftig müssen auch Bestandsverträge unterstützt werden. Das sollten Arbeitnehmer und Arbeitgeber nun wissen.

Ab dem 1. Januar 2022 tritt die nächste Stufe des Betriebsrentenstärkungsgesetzes (BRSg) in Kraft. Demnach sind Arbeitgeber dazu verpflichtet, einen Zuschuss von 15 Prozent zu jeder bAV zu zahlen – wenn diese in Form einer Entgeltumwandlung über eine Direktversicherung, eine Pensionskasse oder einen Pensionsfonds erfolgt. Voraussetzung für den Zuschuss ist zudem, dass Arbeitgeber Sozialversicherungsbeiträge einsparen, wenn Arbeitnehmer einen Teil ihres Bruttolohns in bAV-Beiträge umwandeln. Bislang galt die Regelung nur für neue Verträge ab dem Stichtag 1. Januar 2019. Nun wird der Zuschuss auch für ältere Entgeltumwandlungsvereinbarungen verpflichtend – womit mehr Arbeitnehmer ein Anrecht auf einen Zuschuss erhalten. „Mit der neuen Regelung verfolgt der Gesetzgeber das Ziel, die bAV weiter zu stärken und die Leistung

zu erhöhen. Schließlich ist die bAV ein bedeutender Baustein in der ergänzenden Vorsorge und eine der wichtigsten Lohnzusatzleistungen“, erklärt Ralf Raube, Bereichsvorstand Betriebliche Altersvorsorge beim Finanzdienstleister MLP.

Komplexe Fragestellungen für Unternehmen

Allerdings stehen viele Arbeitgeber mit der neuen Regelung vor einer komplexen Herausforderung. Gerade Unternehmen, die in der Vergangenheit mehrere Anbieter zugelassen bzw. den Mitarbeitern die Produkt- und Anbieterauswahl überlassen haben, müssen sich auf die gesonderte Prüfung jedes einzelnen Vertrags einstellen. Dabei sind zahlreiche Fragen zu klären:

Wo wird der Arbeitgeberzuschuss eingezahlt? Nicht jeder Anbieter wird die Erhöhung eines Bestandsvertrages, der zu alten Konditionen abgeschlossen wurde, zulassen.

Kann in diesem Fall ein zweiter Vertrag in Höhe des Zuschusses bei einem weiteren Anbieter abgeschlossen werden? Und reicht die Höhe des Zuschusses dafür überhaupt aus?

Wäre eine alternative Lösung, dass der Arbeitgeber einen prozentualen Anteil innerhalb eines bestehenden Vertrags übernimmt

und der Arbeitnehmer somit weniger zahlen muss?

Kann der bestehende Arbeitgeberbeitrag überhaupt als „Zuschuss“ gewertet werden oder muss das Unternehmen einen zweiten Arbeitgeberbeitrag explizit als „Zuschuss zur Entgeltumwandlung“ einführen?

Berechnung pauschal oder „spitz“?

Eine weitere Frage betrifft die Berechnung des Arbeitgeberzuschusses. Dieser kann pauschal 15 Prozent des umgewandelten bAV-Beitrags betragen – oder aber „spitz“ erfolgen, also in Höhe der tatsächlichen Einsparungen von Sozialversicherungsbeiträgen. Bei einer spitzen Berechnung fällt der Verwaltungsaufwand allerdings deutlich höher aus, da der Arbeitgeber die Bezugswerte monatlich abgleichen muss: Verändern sich Gehälter, muss auch der Zuschuss angepasst werden.

Arbeitgeber sollten sich generell fragen, in welcher Höhe sie einen Zuschuss zahlen wollen. Bei einem Großteil der Gehälter – nämlich bei denen, die unterhalb der Beitragsbemessungsgrenze für die Krankenversicherung liegen – spart der Arbeitgeber im Fall einer Entgeltumwandlung Sozialversicherungsbeiträge von mehr als 19 Prozent ein. „Deshalb empfehlen wir, einen pauschalen Zuschuss von 20 Prozent an alle Arbeitneh-

mer zu zahlen. Der Arbeitgeber steigert damit die eigene Attraktivität und ebenso die Mitarbeitermotivation. Zudem erhöht er die Akzeptanz in der Belegschaft und hält gleichzeitig den Verwaltungsaufwand gering“, sagt Raube.

Was müssen Arbeitnehmer und Arbeitgeber nun tun?

Die nächste Stufe des BRSG ist für alle Arbeitgeber verpflichtend – Arbeitnehmer müssen also nicht selbst aktiv werden. Sofern sie aber noch keine Information über die neuen Regelungen von ihrem Arbeitgeber erhalten haben, sollten sie ihn bzw. die Personalabteilung auf mögliche Änderungen in ihren Bestandsverträgen ansprechen. Arbeitgeber wiederum haben nun zahlreiche Fragestellungen

zu klären, wobei tarifvertragliche Regelungen die Komplexität zusätzlich erhöhen können. Die Beschäftigung mit dem Thema sowie dessen Umsetzung erfordern Zeit und Fachwissen. Unterneh-



Quelle: © ipopba - AdobeStock.com

men sind deshalb gut beraten, sich professionelle Unterstützung zu sichern – und können so sicherstellen, dass die Lösungen rechtsicher sind und die Vorgaben des BRSG fristgemäß umgesetzt werden.

Eine wesentliche Hilfe bei der Organisation von betrieblichen Vorsorgeangeboten kann auch die Nutzung eines Online-Portals wie das tpc-portal sein. Das Portal vereinfacht auf digitalem Weg die Beratungs-, Beantragungs- und Verwaltungsprozesse für Arbeitgeber und Arbeitnehmer. Zudem bietet das Portal umfassende Informationen zu weiteren betrieblichen Vorsorgeangeboten wie Berufsunfähigkeit, Todesfall, Krankenvorsorge sowie betriebliche Wertkonten.

Autor: www.mlp.de

Benchmarkstudie zu versicherungsmathematischen Gutachten: Steigender Bedarf an individueller Beratung

Im aktuellen Gutachten Survey der Funk Vorsorgeberatung zeigen sich die Herausforderungen, die sich für Finanz- und Personalverantwortliche beim Jahresabschlussprozess mit ihrem versicherungsmathematischen Gutachter ergeben. Es wird deutlich, dass der Beratungsbedarf steigt und die Herausforderungen durch Digitalisierung, M&A-Transaktionen und globale Vernetzung deutlich zunehmen.

Die Herausforderungen für Unternehmen mit betrieblicher Altersversorgung nehmen stetig zu. Gerade für größere Unter-



Quelle: © sirichai - AdobeStock.com

nehmen wird es durch Unternehmenszukäufe und die individuelle Ausgestaltung zunehmend unübersichtlich. So geben 53 % der größeren Unternehmen (über 500 Mio. € Umsatz) an, dass sie die Komplexität ihrer Versorgung für

hoch (29%) oder sehr hoch (24%) halten. Für den Survey wurden die Antworten von 115 Unternehmen in Deutschland analysiert, bei dem u. a. die einzelnen Prozessschritte des Jahresabschlussprozesses in Bezug auf die Erstellung versicherungsmathematischer Gutachten beleuchtet wurden. Dies betrifft die Bereitstellung der Daten, die Abstimmung und Marktübersicht über die Bewertungsparameter sowie die Bereitstellung und Verarbeitung der Bewertungsergebnisse. Außerdem wurde der Mehrwert von unterjährigen strategischen

Beratungsdienstleistungen und Outsourcing von Administration abgefragt. Aufgrund des dynamischen Fragebogendesigns können dabei die absoluten Antworten je Frage variieren.

Schwierige Datenbereitstellung

Die enorme Herausforderung für die befragten Unternehmen zeigt sich offenbar oft im eigenen Haus durch mangelnde Personalressourcen. So geben 51 % der befragten Unternehmen an, dass die Kapazität von Mitarbeitenden im Unternehmen für sie die größte Herausforderung darstellt. Für jeweils 45 % stellen die engen Zeitpläne und Deadlines sowie das Einhalten von standardisierten Prozessen eine Schwierigkeit dar.

Bedeutung der Bewertungsparameter wird unterschätzt

Bei der Bewertung von Pensionen und ähnlichen Verpflichtungen kommen regelmäßig Annahmen über das Pensionsalter, Gehalts- und Rententrend oder Fluktuationswahrscheinlichkeiten zur Anwendung. Nicht einmal die Hälfte der befragten Unternehmen hat diese Parameter seit der Einführung des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes (BilMoG) im Jahre 2009 angepasst. Michael Mertke, Aktuar bei der Funk Vorsorgeberatung GmbH, sagt dazu: „In der Praxis begegnen wir oft einer

zunehmend späteren Inanspruchnahme von Versorgungsleistungen. Ein späteres Pensionsalter führt aufgrund der längeren Finanzierungszeiträume und kürzeren Leistungsphase in der Regel zu spürbaren Entlastungseffekten bei der Höhe der Pensionsrückstellungen. Vor diesem Hintergrund sind die Ergebnisse der Studie doch überraschend und zeigen den Beratungsbedarf bei Abstimmung der Bewertungsparameter auf.“

Hochrechnungen können Risiken aufzeigen

Ein großer Mehrwert wird in Hochrechnungen und langfristigen Prognoseberechnungen gesehen. 66 % sehen hier einen Mehrwert bei Hochrechnungen, über ein Drittel bewertet diesen sogar als hoch bzw. sehr hoch. Bei langfristigen Prognoseberechnungen wird von 58 % ein Mehrwert gesehen, wovon ein Fünftel diesen als hoch bzw. sehr hoch ansieht. Dem gegenüber überrascht es, dass ca. die Hälfte der befragten Unternehmen angeben, bisher über keine klare Finanzierungsstrategie für ihre Pensionsverpflichtungen zu verfügen. Christian Till, Bereichsleiter Sales bei der Funk Vorsorgeberatung GmbH dazu: „Abhängig von der Versorgungszusage und der Zusammensetzung des Personenbestandes können sich selbst bei geschlossenen Versorgungssystemen noch deutliche Zuführungsbedarfe zur Pensionsrückstellung ergeben. Hochrechnungen und langfristige Prognosen schaffen hier Klarheit über den Status quo. Dies unterstützt die Unternehmen bei der mittelfristigen Planung. Darauf aufbauend kann man Handlungsempfehlungen und gezielte Finanzierungsstrategien gemeinsam entwickeln.“

Jahresabschlussprozess gemeinsam klar definieren

Die beiden Experten sagen über den Survey: „Es lässt sich auch im Gutachtenprozess der Trend hin zu digitalen Lösungen erkennen. Die Teilnehmenden nutzen bereits zu 37 % Online-Portale und zu 24 % Cloud-Lösungen. Digitale Lösungen erfordern klar strukturierte Prozesse und Schnittstellen. Zu einem reibungslosen Ablauf im Gutachten-Prozess gehört aber auch die individuelle Beratung, denn der Bedarf der Unternehmen ist angesichts des herausfordernden Marktumfeldes enorm. Wichtig ist es, hier individuelle Lösungen zu finden, die einen effizienten Gutachtenprozess gewährleisten. On-Demand-Strategiedienstleistungen, aktuarielle Verwaltung und eine laufende strategische Beratung runden das Bild einer ganzheitlichen Betreuung ab“.

Autor: www.funk-gruppe.de



Quelle: © ipopba - AdobeStock.com

Betriebliche Krankenversicherung: Die Bandbreite der Leistungen ist sehr groß

Die betriebliche Krankenversicherung bezeichnet eine besondere Form der arbeitgeberfinanzierten Absicherung für den Krankheitsfall. Diese (überschaubare) Investition stärkt das Employer Branding. Der Verband der Privaten Krankenversicherung (PKV) meldete vergangenen Herbst ein interessantes Ergebnis. Rund 7700 Unternehmen bieten ihren Mitarbeitern eine betriebliche Krankenversicherung. Das ist eine Verdopplung in nur drei Jahren. Mehr als 750.000 Beschäftigte kommen dadurch bereits in den Genuss zusätzlicher Gesundheitsleistungen. Und immer mehr Arbeitgeber nutzen sie als erfolgreiches Instrument, um Fachkräfte zu gewinnen und sie langfristig an die Betriebe zu binden.

Der Hintergrund: "Der demografische Wandel wird für viele Unternehmen immer stärker spürbar: Ihnen fehlen gut ausgebildete, motivierte Fachkräfte – sie können oftmals nicht mehr alle offenen Stellen besetzen. Die Covid-19-Pandemie hat für keine Trendumkehr gesorgt. Weiterhin ist für viele Unternehmer und Geschäftsleiter der Fachkräftemangel das größte Geschäftsrisiko. Das wird sich in den kommenden Jahren immer weiter verschärfen, und zwar über alle Branchen hinweg", sagt Sven Cyganek. Er ist Spezialist für Gewerbeversicherung der compexx Finanz AG, einem Expertennetzwerk für Finanzdienstleistungen. Die compexx Finanz AG (www.compexx-finanz.de) verfolgt seit der

Gründung vor mehr als 15 Jahren ein Allfinanzkonzept und betreut mittlerweile mehr als 60.000 Kunden in ganz Deutschland bei allen Fragen rund um Vermögen, Versicherung und Vorsorge. Das Unternehmen gehört mehrheitlich zur Versicherungsgruppe die Bayerische.

Sven Cyganek betont daher, dass Unternehmen vor der Herausforderung stünden, sich als guter Arbeitgeber zu positionieren und das Employer Branding zu stärken. Ein Instrument dafür kann die betriebliche Krankenversicherung (bKV) sein. Die bKV bezeichnet eine besondere Form der arbeitgeberfinanzierten Absicherung für den Krankheitsfall. Bei der betrieblichen Krankenversicherung schließt der Arbeitgeber für seine gesamte Belegschaft oder einen Teil seiner Mitarbeiter bei einem privaten Krankenversicherer eine (modulare) Zusatzversicherung ab und übernimmt die Zahlung der Beiträge.

"Das stark wachsende Interesse an der betrieblichen Krankenversicherung zeigt daher, dass Unternehmen und Belegschaften in Eigeninitiative und mit Hilfe der Privaten Krankenversicherung Lösungsmöglichkeiten für eine zusätzliche Absicherung im Krankheitsfall finden können, die Vorteile für alle bieten", sagt der compexx-Experte. Während die gesetzliche Krankenversicherung immer mehr Leistungen einschränke (und die private Vollversicherung aufgrund der Zu-

gangsvoraussetzungen für viele Arbeitnehmer:innen unerreichbar bleibe), eröffne die betriebliche Krankenversicherung die Möglichkeit, für Mitarbeiter:innen Module aus der privaten Krankenversicherung zur Verfügung zu stellen – und zwar als Bonus aufs Gehalt.

Die Bandbreite der Leistungen ist sehr groß, und Unternehmen können daraus frei wählen, welche Leistungen sie den Mitarbeitern über die PKV zur Verfügung stellen wollen. Das können Zahnzusatzversicherungen sein oder zusätzliche Tarife für den stationären und ambulanten Bereich, die Erweiterung der Krankentagegeldversicherung, die Kostenübernahme für Vorsorgeuntersuchungen, Leistungen beim Heilpraktiker, Sehhilfen, Auslandsreisekrankenversicherung (inklusive Notfall-Assistance für schwerwiegende Situationen auf Reisen) oder auch die Pflegevorsorge.

Wichtig ist, dass der Markt sich ständig weiterentwickelt. Spezialisierte Gesellschaften verfügen über ein Produkt, bei dem man sich für die Belegschaft nicht auf ein einzelnes Modul festlegen muss, sondern die Rechnung für Zusatzleistungen je nach Wunsch des Arbeitnehmers bis zu einem gewissen Budget im Jahr pro Mitarbeiter einreichen kann. Das bedeutet, dass der eine Mitarbeiter über seine bKV eine Zahnarztrechnung einreichen kann, während der andere Mitarbeiter eine Rechnung für den Heilpraktiker einreicht. Diese Art der bKV rich-

tet sich nach dem individuellen Anspruch jedes Mitarbeiters.

Bei der bKV handelt es sich eine Versicherung für fremde Rechnung nach §§ 43ff. des Versicherungsvertragsgesetzes (VVG). Die Ausgaben können als Betriebsausgaben geltend gemacht werden, zudem profitieren Unternehmen in der Regel von günstigeren Gruppentarifen. Bislang jedenfalls, denn das

Finanzministerium will die Vergünstigungen streichen – entgegen mehreren Urteilen des Bundesfinanzhofs (BFH).

Für Sven Cyganek hat die betriebliche Krankenversicherung indes auch ohne steuerliche Vorteile einen großen Wert. „Neben der Positionierung als guter Arbeitgeber, der sich als wertschätzender und als am Wohlergehen der eigenen

Mitarbeiter interessiert zeigt, gewinnen Unternehmen viele Vorteile aus der betrieblichen Krankenversicherung. Unternehmen können dadurch die Krankenstände reduzieren und erfolgreicher werden. Denn nur fitte und gesunde Mitarbeiter:innen sind produktiv und motiviert. Die Praxis zeigt, dass die Angebote sehr gerne angenommen werden.“

Autor: www.compexx-finanz.de

DFSI Qualitätsrating:

Die besten Lebensversicherer 2021/2022

Wie in den Vorjahren vergibt DFSI Ratings auch 2021 Qualitätsratings an Lebensversicherer. Dafür wurden Substanzkraft, Produktqualität und Service von 34 marktrelevanten Anbietern bewertet. Bei den klassischen Service-Versicherern landete die WWK wie schon beim letztjährigen Qualitätsrating auf dem ersten Platz. Knapp dahinter Allianz und Württembergische Lebensversicherung. Bei den Direktversicherern kamen Hannoversche und Europa punktgleich auf Platz 1.

Unruhige Zeiten für die deutschen Lebensversicherer. Da ist zum einen – ganz aktuell – die Corona-Pandemie. Hier gab es Befürchtungen in der Branche, das Neukunden-Geschäft könne stark einbrechen und die Stornoquoten kräftig steigen. Doch beides ist nicht zu beobachten. Die Lebensversicherer kamen bisher relativ unbeschadet durch die Covid-Krise. Was auch der neuen Lust der Deutschen auf Aktien geschuldet ist. „Gerade das Geschäft mit Fondspolizen lief im Pandemiejahr 2020 überraschend

gut“, weiß Sebastian Ewy, Senior-Analyst des Deutschen Finanz-Service Instituts. „Der Geschäftsbereich dürfte auch weiterhin gut laufen – insbesondere im Hinblick darauf, dass Fondspolizen von der Absenkung des Garantiezinses zu Beginn des nächsten Jahres nicht betroffen sind.“

Diese Absenkung von 0,9 Prozent auf dann 0,25 Prozent resultiert aus dem seit fast einem Jahrzehnt vorherrschenden Zinstief – dem anderen „Unruhestifter“. Die Niedrigstzinsen haben letztlich auch dazu geführt, dass sich seit Herbst vergangenen Jahres viele Lebensversicherer im Neugeschäft von einer vollständigen Beitragsgarantie überall dort verabschiedet haben, wo diese nicht gesetzlich vorgeschrieben ist. Grund: Eine 100-Prozent-Garantie ist in Nullzins-Zeiten ein absoluter Renditekiller, da sie dann extrem viel Kapital bindet, das nicht mehr für renditestärkere Anlagen genutzt werden kann.

Bei dem ab 2022 geltenden Höchstrechnungszins sind voll-

ständige Garantien auf die gezahlten Beiträge praktisch unmöglich darzustellen. „Damit läutet einem in der Branche jahrzehntelang beliebtem Verkaufsargument wohl endgültig das Totenglöckchen“, sagt Ewy. Er fügt jedoch an: „Der Wegfall der 100-Prozent-Garantie ist für Neukunden eher eine psychologische als eine ökonomische Hürde. Denn selbst mit vollständiger Beitragsgarantie können bei Laufzeiten von 30 Jahren und mehr erhebliche Kaufkraftverluste entstehen.“ Das Positive für Neukunden: Bei niedrigeren Garantien sind höhere Renditen möglich.

Gerade in solch unruhigen Zeiten wollen viele Kunden wissen, ob „ihr“ Versicherer unbeschadet durch diese hindurch kommen dürfte. Der ein oder andere Versicherer könnte sogar nach Ansicht der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) in den nächsten Jahren in Schwierigkeiten geraten. Denn die Versicherer garantieren Altkunden über die gesamte Laufzeit der Polizen bis zu 4,0 Prozent Jahresrendite auf

das angelegte Kapital. Je länger die Niedrigzinsphase dauert und je höher der Bestand an hochverzinsten Altverträgen ist, desto schwieriger wird es für davon stark betroffene Unternehmen, ausreichend hohe Überschüsse zu erwirtschaften. Gelingt ihnen dies nicht mehr, müssen sie die Garantien der Vergangenheit aus der Substanz bedienen. Die Bafin überwacht daher derzeit 20 der rund 80 deutschen Lebensversicherer besonders intensiv, wie deren Exekutivdirektor Frank Grund Mitte Oktober erneut bestätigte.

Auch wenn Grund davon ausgeht, dass „alle Lebensversicherer nach jetzigem Stand ihre vertraglichen Verpflichtungen erfüllen können“, sollten Neukunden beim Abschluss ihrer Police gezielt auf Anbieter mit zukunftssicherem Geschäftsmodell zu setzen. Aber auch für alle, die bereits eine Lebensversicherungs- oder Rentenpolice haben, sollte die Zukunftsfestigkeit ihres Versicherers oberste Priorität haben. Jeder Kunde sollte sich fragen: „Wie sicher ist es, dass mein Versicherer in den kommenden Jahren und Jahrzehnten so gut wirtschaftet, dass sich meine Police auch rentiert?“

Um hier eine leicht verständliche aber dennoch differenzierende Hilfestellung zu geben, hat DFSI Ratings – eine Ausgründung des Deutschen Service-Instituts (DFSI) in Köln – auch dieses Jahr die Studie „Unternehmensqualität der Lebensversicherer“ erstellt. Für das aktuelle Rating wurden 34 marktrelevante Lebensversicherer – 31 Service-Versicherer und drei Direktversicherer – eingehend bewertet. Diese decken zusammen rund 70 Prozent des deutschen Lebensversicherungsmarktes ab.

„Mit unserem einzigartigen DFSI-Qualitätsrating können potentielle Neukunden einfach und schnell Lebensversicherer mit sehr hoher Qualität und Substanzkraft zu erkennen“, erklärt Senior-Analyst Sebastian Ewy. „Das Qualitätsrating kann aber auch Bestandskunden wertvolle Antworten auf die Frage geben, ob Verträge fortgeführt, stillgelegt oder storniert werden sollten.“

Für das DFSI-Qualitätsrating werden finanzielle Substanzkraft, Qualität der Produkte und der Service untersucht und bewertet. Substanzkraft und Produktqualität sind dabei mit je 40 Prozent gewichtet, der Service mit 20 Prozent – für die Kunden die drei wichtigsten Faktoren zur Beurteilung der Qualität „ihres“ Lebensversicherers.

Um zu ermitteln, wie es um die Substanzkraft der Versicherer bestellt ist, setzten die Experten von DFSI Ratings auf drei Kennzahlen: die Gewinndecklaration für 2021, die Nettoertragsquote und die Substanzkraftquote. Letztere wird wiederum aus drei Kennzahlen ermittelt: freier RfB- und Eigenkapital-Quote sowie Bewertungsreserven.

„Die Solvency-II-Quote, kurz SCR-Quote, berücksichtigen wir auch – jedoch nur als ‚Hygienefaktor‘“, sagt Ewy. Liege die bereinigte SCR-Quote unter 100 Prozent, werden vom ermittelten Substanzkraftergebnis 50 Punkte abgezogen. „Das halten wir für angebracht, da diese Anbieter die geforderten gesetzlichen Vorgaben derzeit nicht erfüllen“, erläutert Ewy. Dieses Vorgehen führt dazu, dass Versicherer, die bei der Substanzkraft die volle Punktzahl erreichen aber eine bereinigte SCR-Quote von weniger

als 100 Prozent ausweisen, hier nicht besser als „Befriedigend“ abschneiden können.

Zur Messung der Produktqualität greift das DFSI auf eigene oder indirekt im Auftrag von Print-Magazinen und Medien gegebene Studien zurück, mit denen während der vergangenen zwölf Monate die Qualität unterschiedlicher Lebensversicherungsprodukte getestet wurde. Die Servicequalität wiederum wird indirekt aus Kennzahlen wie den Früh- und Spät-Stornoquoten, der Beschwerdestatistik der Bafin sowie den Ergebnissen hauseigener und fremder Servicestudien ermittelt.

Wie im Vorjahr erreicht im aktuellen Qualitätsrating der Lebensversicherer von 31 untersuchten Serviceversicherern lediglich die WWK Lebensversicherung die Bestnote „Exzellent“. Die Allianz schrammt dagegen erneut mit der Note 1,1 („Sehr Gut“) ganz knapp an der Bestnote vorbei. Neben Platzhirsch Allianz schnitten weitere neun Lebensversicherer „Sehr Gut“ ab: Württembergische (1,2), Continentale (1,2), Stuttgarter (1,3), BL – die Bayerische Lebensversicherung (1,3), Ergo Vorsorge (1,4), HanseMerkur (1,4), Lebensversicherung von 1871 (1,5), Swiss Life (1,5) und Zurich Deutscher Herold (1,5). Das Gros der klassischen Versicherer – insgesamt 17 Unternehmen – erhielt die Endnote „Gut“. Drei Service-Versicherer bekamen die Note „Befriedigend“.

Bei den drei Direktversicherern schnitten Hannoversche und Europa mit Note 1,4 „Sehr Gut“ ab. Die Cosmos Lebensversicherung erhielt im DFSI-Qualitätsrating lediglich ein „Befriedigend“.

Alle Ergebnisse: <https://www.dfsi-institut.de/rating/104/unternehmensqualitaet-der-lebensversicherer-2021-22>
 Autor: www.dfsi-ratings.de

Analyse Policen Direkt:

33 Lebensversicherer können gesetzliche Reserven nicht primär bedienen

Die Garantieforderungen der 80 deutschen Lebensversicherer sind 2020 um rund 3 Prozent gestiegen. Zudem ist die relevante Finanzstärke als Quote aus den Kapitalerträgen im Verhältnis zu den Aufwendungen für den Rechnungszins im Marktschnitt mit 110,40 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (114,41%) um 3,50 % gesunken. Das geht aus der Policen-Direkt-Analyse der aktuell veröffentlichten Zahlen zur Mindestzuführungsverordnung (MindZV) hervor.

Aufgrund der gestiegenen Garantielast und der für die Verträge der Rechnungszinsgeneration 1,75 % notwendigen Zinszusatzreserve



Quelle: © Blue Planet Studio - AdobeStock.com

konnten die Erträge die Höhe aus dem Vorjahr nicht wiederholt werden. Die Gewinne aus der Verwaltung sind hingegen um fast 5 % gestiegen, können den Rückgang bei den Risikogewinnen jedoch nicht kompensieren. Auch die Zinsgewinne erreichten nicht ganz den Vorjahreswert.

„Beim Blick auf die einzelnen Unternehmen zeigt sich, dass es bei der Hälfte der Unternehmen nur darum geht, die garantierten Anforderungen zu erfüllen“, erklärt Henning

Kühl, Chefaktuar von Policen Direkt und Versicherungsmathematiker (DAV). „Insgesamt bleibt für die Branche die Situation trotz der COVID-19-Krise unverändert.“

Dauerhafte Quersubventionierung sichert Garantien

Bei 33 von 80 Lebensversicherern reichen die 2020 (2019: 24) erwirtschafteten Erträge aus der Kapitalanlage nicht aus, um die Garantieverpflichtungen zu erfüllen und die gesetzlich vorgeschriebene Reserve zu bedienen. Diese müssen dann dafür Erträge aus Risiko und Verwaltung in die Rechnung einbeziehen.

Vor diesem Hintergrund hat 2020 die Bedeutung der Gewinne aus der Verwaltung wieder zugenommen. Kostengünstige Versicherer können nicht nur im Neugeschäft attraktivere Konditionen anbieten, sondern auch ihren Verpflichtungen leichter nachkommen. Es lohnt sich hier, die einzelnen Ergebnisse näher anzuschauen.

Von den 24 Gesellschaften, die 2019 noch unter 100 % lagen, haben 15 ihre Finanzstärke 2020 erhöhen können. 6 davon haben nun einen Quotienten von über 100 %, erklärt Kühl. Insgesamt haben 34 Versicherer ihre Finanzstärke steigern können, während die Kennzahl bei 46 Unternehmen geringer geworden ist.

Bei insgesamt 44 Gesellschaften (2019: 40) liegt diese Kennzahl

bei maximal 105 Prozent. Diese Gesellschaften können die garantierten Leistungen zwar noch sicher finanzieren, mussten die Zuweisungen an die Rückstellung für Beitragsrückerstattung (RfB) jedoch senken. Das wird nicht ohne Auswirkungen auf die Überschussbeteiligungen bleiben.

„Angesichts der Corona-Pandemie ist es positiv, dass sich die Ergebnisse nur wenig zum Vorjahr verändert haben“, erklärt Kühl. „Bei den meisten Lebensversicherern reichen jedoch die Erträge gerade, um die Garantien stabil zu bedienen. Die Zukunft liegt nun dort jedoch überwiegend nicht mehr bei den Garantieprodukten.“

Die Gesamt-Ertragsstärke als eine weitere zentrale Kennzahl aus der Analyse der Pflichtveröffentlichung gemäß §15 MindZV zeigt im Vergleich mit der Finanzstärke an, in welchem Maß eine Quersubventionierung stattfindet. Garantieforderungen werden so aufgrund der niedrigen Kapitalmarkt-Zinsen durch Risikogewinne gesichert. Auch Biometrie-Versicherer erwirtschaften tendenziell ebenfalls geringere Kapitalerträge und dafür höhere Risikogewinne. Die Gesamt-Ertragsstärke berücksichtigt sämtliche Erträge in der Rechnung und liegt branchenweit bei 135,02 Prozent (2018: 140,07 %), d.h. um 3,6 % niedriger. 2020 haben es immerhin im Gegensatz zum Vorjahr alle Versicherer geschafft, mit den Verwaltungs- und Risikogewinnen die Anforderungen zu erfüllen.

Branche setzt auf chancenreiche Produkte und weitere Konsolidierung

Weitere Indizien sprechen dafür, dass stabilisierende Maßnahmen in der Branche über 2020 hinaus auf der Tagesordnung stehen werden.

Die Anzahl der Lebensversicherungsgesellschaften dürfte weiter sinken, nachdem es vor allem auf Gruppenebene zu Verschmelzungen kommt. Die angebotenen Höhen der Beitragsgarantien sinken weiter und die fondsgebundenen Policen gewinnen Marktanteile. Wenn Lebensversicherer das Risiko damit auf ihre Kunden übertragen, wirkt das positiv auf die Krisenfestigkeit der Unternehmen; angesichts dauerhaft niedriger Zinsen womöglich auch aus Kundensicht mit Blick auf eine

künftig weiter auskömmliche und finanzierbare Altersvorsorge.

Der Appell von Kühl: „Lebensversicherer müssen für neue Produkte aufgrund der Solvenzvorschriften darlegen, dass Sie langfristig in der Lage sind, die garantierten Leistungen zu erfüllen. Zeitgemäße, kapitalschonende Garantiemodelle sind gerade angesichts der niedrigen Zinsen mitunter unumgänglich, in jedem Fall aber erklärungsbedürftig. Für die Kunden bleiben sichere Werte und transparente Informationen zur Vertragsentwicklung entscheidend bei der privaten Altersvorsorge.“



Der Ertragsquellen-Check von Policen Direkt:

Policen Direkt hat die Übersichtstabellen zur Mindestbeteiligung der Versicherten an den Erträgen zusammengestellt. Sämtliche Lebensversicherer müssen seit 2015 diese Pflichtangaben nach Mindestzuführungsverordnung (MindZV §15) bis spätestens Ende September des Folgejahres veröffentlichen. Bei Policen Direkt finden Kunden und Makler die Daten der vergangenen sechs Jahre und können damit – anders als auf der Website des Versicherers – mögliche Trends im zeitlichen Verlauf erkennen. Dazu gewinnt Policen Direkt aus den Zahlen die Kennzahlen der Finanzstärke und der Gesamt-Ertragsstärke.

Autor: www.policendirekt.de

DFSI Qualitätsrating: Die besten privaten Krankenversicherer 2021/2022

DFSI Ratings hat 30 Private Krankenversicherer auf Herz und Nieren untersucht. Im Fokus des „Gesundheits-Checks“: finanzielle Substanzkraft, Produkt- und Servicequalität. Die Ergebnisse des diesjährigen DFSI-Qualitätsratings: Allianz, Barmenia und Hanse-Merkur kamen mit der Gesamtnote „Sehr Gut (1,1)“ gemeinsam auf Platz 1. Zudem erhielten neun weitere Versicherer die Gesamtnote „Sehr Gut“.

Link zum Rating: <https://www.dfsi-institut.de/rating/105/unternehmensqualitaet-der-privaten-krankenversicherer-2021-22>

Eine Branche kann aufatmen: Schon bei den ersten Sondierungen für eine Ampelkoalition haben sich SPD, Grüne und FDP festgelegt: „Die gesetzliche und private Kranken- und Pflegeversicherung bleiben erhalten.“ So steht es ohne Wenn und Aber im Ergebnispapier der Sondierungen. Damit scheint das von einigen gefürchtete „Aushungern“ der Privaten Krankenversicherer (PKV) zumindest für die nächsten vier Jahre kein Thema mehr. Das beruhigt neben den



rund 8,72 Millionen PKV-Vollversicherten, die sich für eine möglichst gute medizinische Versorgung entschieden haben, auch alle, die sich mit privaten Zusatzversicherungen zumindest in bestimmten Bereichen eine bessere medizinische Versorgung gesichert haben – etwa im Krankenhaus oder beim Zahnarzt. Sie alle haben jetzt Planungssicherheit. Ebenso alle diejenigen, die überlegen, eine private Kranken(zusatz)-Versicherung abzuschließen.

Doch mit der Ruhe an der Polit-Front sind die Probleme der Privaten Krankenversicherer noch lange nicht gelöst. Auch die immer länger währende Nullzins-Ära stellt die Branche vor große Herausforderungen. Legen die Privaten Krankenversicherer doch Kundengelder in beträchtlichem Umfang am Kapitalmarkt an – insgesamt mehr als 300 Milliarden Euro. Werfen diese Anlagen dann die prognostizierten Renditen nicht ab, müssen die Versicherer ihre PKV-Tarife neu kalkulieren, so will es der Gesetzgeber. Die Folge: Die Beiträge steigen.

Im Gesundheitsbereich gibt es zudem zwei weitere große Kostentreiber: steigende Lebenserwartung und teure medizinische Innovationen. „Das führt dazu, dass die Kosten im Medizinsektor schneller steigen als die allgemeine Inflation“, sagt Sebastian Ewy, Senior Analyst der DFSI Ratings GmbH. „Und all das muss die PKV auffangen.“ Das geht jedoch nur über die Beiträge. Denn anders als in der Gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) ist es in der PKV nicht möglich, Leistungen zu streichen. Denn die Leistungen sind in jedem Tarif dauerhaft festgelegt.

„Alle, die sich erstmals privat krankenversichern wollen oder die planen, ihren privaten Krankenversicherer zu wechseln, sollten sich daher ausführlich über die finanzielle Substanzkraft und die Qualität ihres favorisierten Krankenversicherers informieren“, rät Versicherungs-experte Ewy. „Denn die Höhe der zu zahlenden Beiträge hängt auch von der Substanzkraft des Anbieters ab.“ Diese Kennzahl gibt wichtige Hinweise darauf, wie wahrscheinlich es ist, ob ein Versicherer auch in Zukunft stabile oder moderat steigende Beitragssätze bieten kann.

Um Verbrauchern und Versicherungsvermittlern beim Abschluss Privater Krankenversicherungen oder beim Wechsel ihrer Versicherung Hilfestellung zu geben, hat die DFSI Ratings GmbH, eine Ausgründung des Deutschen Finanz-Service Instituts (DFSI) in Köln, wie schon in den Vorjahren auch 2021 Qualitätsratings zu den 30 wichtigsten in Deutschland aktiven Privaten Krankenversicherern erstellt, die rund 96 Prozent aller PKV-Vollversicherten zu ihren Kunden zählen. Für die Studie wurden die Versicherer in den drei Bereichen finanzielle Substanzkraft, Produktqualität sowie Service genauestens durchgecheckt.

„Für Versicherungsvermittler, Neukunden und wechselwillige Bestandskunden bietet unserer Qualitätsrating, das in dieser Form deutschlandweit einzigartig ist, eine einfache Möglichkeit, die Privaten Krankenversicherer zu ermitteln, bei denen Produktqualität, Service und Substanzkraft auch nach vielen Nullzins-Jahren immer noch überdurchschnittlich gut sind“, erklärt DFSI-Senior Analyst Ewy.

Dabei gab es noch vor nicht all zu langer Zeit kaum Unterschiede in der Substanzkraft. In der Niedrigzinsphase haben sich diese einst kleinen Differenzen deutlich ausgeweitet. Die Folgen für die Kunden können gravierend sein, läuft eine Krankenversicherung doch meist über Jahrzehnte. „Daher sollte bei Abschluss unbedingt überprüft werden, ob der Versicherer auch in 20, 30 oder gar 40 Jahren – also dann, wenn der gealterte Versicherte höhere Gesundheitskosten hat – die eingegangenen Verpflichtungen höchstwahrscheinlich noch erfüllen kann“, rät Ewy. „Und das, ohne den Beitrag überdurchschnittlich erhöhen zu müssen.“

Einen Hinweis darauf, ob das überhaupt möglich ist, liefert im DFSI-Qualitätsrating die Substanzkraftquote. Diese wird aus Eigenkapital, Rückstellungen für Beitragsrückerstattungen (RfB), Stillen Reserven/Lasten sowie den Alterungsrückstellungen errechnet. Zudem wird untersucht, wie rentabel die Versicherer ihre Kundengelder anlegen.

„Dafür betrachten wir die Nettoverzinsung der Kapitalanlagen“, erläutert DFSI-Experte Ewy, „da ein schlechtes Kapitalanlageergebnis schnell zu höheren Beiträgen führen kann.“ Auch das versicherungstechnische Ergebnis – vereinfacht gesagt der Saldo aus Einnahmen und Ausgaben –, der Marktanteil und sogar die Entwicklung der Versichertenanzahl werden im DFSI-Qualitätsrating berücksichtigt. Denn über die Jahre macht es einen deutlichen Unterschied, ob ein Versicherer Kunden hinzugewinnt oder verliert.

Zu guter Letzt fließt in die Bewertung der Substanzkraft auch die von Aufsichtsbehörden geforderte Solvency-II-Quote (kurz SCR-Quote) ein. Liegt die um Übergangsmaßnahmen bereinigte SCR-Quote unter 100 Prozent, werden von der ermittelten Substanzkraft 50 Punkte subtrahiert. „Wir finden, dass dies durchaus gerechtfertigt ist, da diese Anbieter die gesetzlichen Vorgaben derzeit nicht ohne Übergangsmaßnahmen erfüllen können“, erläutert Ewy. „Doch trotz des herausfordernden Zinsumfelds ist die Substanzkraft der von uns untersuchten Privaten Krankenversicherern meist solide.“

Was wiederum den Produkten zugute kommt. Denn Substanzkraft und Produktqualität bedingen sich wechselseitig. So senkt eine schlechte Produktgestaltung mittel- und langfristige die Substanzkraft des Versicherers. Anderer-

seits kann fehlende Finanzkraft zu suboptimalen Produkten führen.

Zur Ermittlung der Produktqualität greift das aktuelle Qualitätsrating auf Produkttests Privater Vollkostentarife, Privater Kranken-Zusatzpolicen sowie Privater Pflegeversicherungen zurück, die vom DFSI in den vergangenen zwölf Monaten durchgeführt worden sind. Zudem wird die Vielfalt des Produktangebots bewertet.

Der Kundenservice ist der dritte Bereich der umfassenden Qualitätsbeurteilung durch das DFSI. Denn ein guter Service – für Vermittler und für Versicherte – ist wichtig, um sich positiv von der Konkurrenz abzuheben.

Als Datenbasis nutzte die DFSI Ratings GmbH hier die Bafin-Beschwerdestatistik sowie DFSI-Tests zu Gesundheitsservices.

In die Gesamtnote der aktuellen DFSI-Studie zur Qualität Privater Krankenversicherer fließen Substanzkraft und Produktqualität mit je 40 Prozent ein; der Bereich Service mit 20 Prozent.

Die Ergebnisse: Den ersten Platz im DFSI-Qualitätsrating Privater Krankenversicherer teilen sich in diesem Jahr Vorjahres-Sieger Allianz, Barmenia und HanseMerkur. Sie erzielten jeweils die Gesamtnote „Sehr Gut (1,1)“. Weitere neun Versicherer erreichten zwar ebenfalls die Note „Sehr Gut“ – aller-

dings in den Abstufungen 1,2 bis 1,5. Zwölf PKV-Anbieter erhielten ein „Gut“ und die restlichen sechs Versicherer kamen über „Befriedigend“ nicht hinaus.

Autor: www.dfsi-ratings.de



Studie:

Berater bleiben zentraler Abschlussstreiber und Abschlussweg in der Krankenzusatz-Sparte

Krankenzusatzversicherungen spielen für die privaten Krankenversicherer eine wachsende Rolle – zumal bei rückläufigem Geschäft in der Krankenvollversicherung. Daher ist es für die Anbieter wichtig, die zentralen Stationen, Erfolgstreiber und Hürden der Customer Journey zur Krankenzusatzversicherung genau zu kennen.

Aktuell zeigt sich hier: Die Bedeutung des Internets – nicht nur als Informationsquelle, sondern auch als Abschlussweg – hat im Zuge der Corona-Pandemie spürbar zugenommen. Damit erweist

sich das Internet heute deutlich weniger als „Abschlusshemmer“ auf der Kundenreise zur Krankenzusatzversicherung als noch vor einigen Jahren. Aber auch die Berater bleiben wichtiger Abschlussstreiber. Generell fällt es vielen Bundesbürgern noch schwer, sich in der Angebotsfülle zu orientieren. Zugleich ist die Wechselquote deutlich gestiegen.

Dies zeigt die aktuelle Studie «Customer Journey zur Krankenzusatzversicherung» des Marktforschungs- und Beratungsinstituts HEUTE UND MORGEN. Ausführlich zu ihrer Kundenreise

befragt wurden 300 Bundesbürger im Alter zwischen 18 und 65 Jahren, die in den letzten 12 Monaten eine Krankenzusatzversicherung abgeschlossen haben (Neuabschluss oder Anbieterwechsel) oder sich zumindest aktiv dazu informiert haben.

Beantwortet werden in der Studie zwei zentrale Fragen: Wie verläuft die Customer Journey zur Krankenzusatzversicherung (typische Auslöser und Informations- und Abschlusswege, Erfolgstreiber, Stolpersteine etc.)? Und: Welche Veränderungen im Informations- und Abschlussverhalten der Kun-

den zeigen sich zwischen den Jahren 2014 (Erstuntersuchung) und 2021 (aktuelle Folgestudie)?

**Erster Impuls:
Konkrete Leistungsfälle und
Weiterempfehlungen schaffen
Aufmerksamkeit für
Krankenzusatzversicherungen**



Quelle: © everythingpossible - AdobeStock.com

Wichtigste Auslöser der Beschäftigung der Bundesbürger mit dem möglichen Neuabschluss einer Krankenzusatzversicherung sind eigene Leistungsfälle (31%) sowie Hinweise von Freunden, Verwandten und Bekannten (26%), darüber hinaus auch Leistungsfälle im persönlichen Umfeld. Bei den Wechselwilligen spielen hingegen finanzielle Gründe die zentrale impulsgebende Rolle (Suche nach Einsparpotenzialen), daneben Hinweise von Freunden und Bekannten sowie auch Unzufriedenheiten mit der Leistungsregulierung des bisherigen Anbieters. Berater geben in zehn Prozent der Fälle den ersten Anstoß.

**Information zu Krankenzusatzversicherungen:
Erstmal ins Internet...**

Bei der Informationssuche zu Krankenzusatzversicherungen liegt das Internet als erste Informationsquelle weiterhin deutlich an der Spitze: zwei Drittel (69%) der Abschluss- oder Wechselwilligen informieren sich aktuell zunächst im Internet (über Suchmaschinen, Homepages, Vergleichsseiten etc.). Deutlich häufiger als noch vor eini-

gen Jahren werden auch Freunde, Verwandte und Bekannte als Informationsquelle genutzt. Berater (Vermittler, Makler etc.) werden bei der Informationssuche nach Krankenzusatzversicherungen zu 23 Prozent einbezogen – auch Corona-bedingt aktuell mit fallender Tendenz.

**Entscheidungsphase:
Hier kommen Berater
als Abschlusstreiber ins Spiel**

Häufigste letzte Informationsquelle vor der Entscheidung für oder gegen den Abschluss oder Wechsel einer Krankenzusatzversicherung ist das Internet. Hier gilt es jedoch genau zu differenzieren:

In den Fällen, in denen es am Ende tatsächlich zu einem Abschluss/Wechsel kommt, ist das Internet in mehr als jedem zweiten Fall (56%) die zuletzt genutzte Informationsquelle; Berater zu 26 Prozent.

Bei denjenigen, die sich hingegen nur informieren – sich also am Ende nicht für einen Abschluss/Wechsel entscheiden – ist das Internet in zwei von drei Fällen die letzte Informationsquelle (67%), Berater zu 19 Prozent.

Das bedeutet auch: bei primär internetbasierter Customer Journey zur Krankenzusatzversicherung gehen am Ende vergleichsweise deutlich mehr Kunden verloren. Diejenigen, die keine Berater in

die Entscheidungsphase einbeziehen, schließen vergleichsweise seltener ab als solche, die sich auf ihrer Customer Journey auch persönlich beraten lassen.

„Berater bleiben zentraler Abschlusstreiber und Abschlussweg in der Krankenzusatz-Sparte“, sagt Dr. Michaela Brocke, Geschäftsführerin bei HEUTE UND MORGEN. „Im Vergleich zu 2014 gilt dies aktuell allerdings in weniger starkem Maße. Das Internet hat als Abschlusskanal deutlich aufgeholt. Zugleich wächst die Bedeutung persönlicher Weiterempfehlungen als Impulsgeber.“

**Abschluss: Meist über Berater
oder über die Homepages der
Anbieter**

Der aktuell am häufigsten gewählte Abschlussweg bei Krankenzusatzversicherungen (Neuabschluss oder Wechsel) ist – trotz Corona-Bedingungen – mit 44 Prozent weiterhin der Berater (persönlich: 40% / telefonisch: 4%; 2014: 47% / 12%). Online-Abschlüsse erfolgen mit steigender Tendenz zu 38 Prozent (2014: 30%). Dabei liegen die Anbieter-Homepages sehr deutlich vor den meist nur zur Informationssuche genutzten Vergleichsseiten (30% vs. 8%). Unter den genutzten Vergleichsportalen liegt Check24 deutlich vorn. Telefonische Anbieter-Hotlines kommen als Abschlusskanal derzeit auf 12 Prozent.



Quelle: © Gerd Altmann - Pixabay.com

Letztlich abgeschlossen wurde eine Krankenzusatzversicherung in der aktuellen Untersuchungstichprobe am häufigsten bei der

Allianz, sehr dicht gefolgt von ERGO (ohne ERGO Direkt). Beide mit deutlichen Zugewinnen im Vergleich zu 2014. Auf den weiteren Plätzen folgen – mit leichten Zugewinnen – AXA und Barmenia.



Entwicklungstrends der Customer Journey zur Krankenzusatzversicherung

Maßgeblich zur gestiegenen Bedeutung des Internets auf der Customer Journey zur Krankenzusatzversicherung dürfte die Corona-Pandemie beigetragen haben. Zugleich zeigt sich aber auch: Die Bundesbürger bewegen sich – sowohl bei ihrer diesbezüglichen Informationssuche als auch in puncto Online-Abschluss – heute souveräner im Internet als früher. Zudem haben die Anbieter Fortschritte gemacht, die Customer Journey im

Internet kundenfreundlicher und „bruchfreier“ zu gestalten. Die Conversion-Rate des Internets ist deutlich gestiegen. Dies sollte jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass persönliche Abschlusswege von den Kunden in der Krankenzusatz-Sparte nach wie vor sehr häufig gewählt werden. Und – bei den Kunden, die sich aktiv auf den Weg machen – in puncto Abschlussquoten vergleichsweise auch am erfolgreichsten sind.

„Aus vertrieblicher Perspektive sind persönliche und digitale Informations- und Abschlusswege gleichermaßen bedeutsam. Beide Kanäle sollten daher systematisch bespielt werden“, sagt Birgit Menzen, Studienleiterin bei HEUTE UND MORGEN. „Im Ganzen geht es darum, interessierte Bundesbürgern zukünftig eine noch bessere Orientierung zu geben, damit die Abschlussquoten insgesamt steigen.“

Autor: www.heuteundmorgen.de

Private Krankenvollversicherung: Wie und wo sich Neukunden und Wechsler am besten gewinnen lassen

Angesichts des rückläufigen Gesamtgeschäfts in der Krankenvollversicherung (PKV) stehen die privaten Krankenversicherer in einem scharfen Wettbewerb um Neukunden und um Bestandskunden. Klare Vorteile hat daher, wer die Customer Journey der neuabschlusswilligen und wechselbereiten Bundesbürger genau kennt und berücksichtigt. Aktuell gilt hier: zwei von drei Neuabschlüssen und Anbieterwechseln in der PKV fanden in den vergangenen 36 Monaten über Berater

statt. 2017 lag dieser Wert noch bei 94 Prozent. Deutlich aufholen konnte der Direktvertrieb – allen voran die Anbieter-Hotlines und die Anbieter-Homepages (28% der Neuabschlüsse/Wechsel; 2017: 5%). Insgesamt zugenommen hat auch die generelle Be-



deutung des Internets – sowohl als Informationsquelle als auch als Abschlusskanal in der PKV. Dennoch bleiben die Berater die führenden Abschlusstreiber.

Dies zeigt die aktuelle Ausgabe der Studie «Customer Journey zur privaten Krankenversicherung (PKV)» des Marktforschungs- und Beratungsinstituts HEUTE UND MORGEN. Repräsentativ befragt wurden 300 Bundesbürger zwischen 18 und 65 Jahren, die in den letzten 36 Monaten eine pri-

vate Krankenvollversicherung entweder neu abgeschlossen oder gewechselt haben – oder sich zumindest ausführlich dazu informiert haben. Eingehend untersucht wurden typische Stationen, Verlaufsmuster, Erfolgstreiber und Hürden der Customer Journey – vom ersten Impuls über die Informations- und Entscheidungsphase bis hin zum Neuabschluss oder Anbieterwechsel. Darüber hinaus wurden auch die Entwicklungen und Veränderungen zwischen 2017 und 2021 analysiert.

Direktvertrieb gewinnt in der PKV deutlich an Bedeutung

Der bis vor wenigen Jahren noch unbedeutende Direktvertrieb hat im PKV-Geschäft – auch Corona bedingt – deutlich aufgeholt. Insbesondere die Anbieter-Hotlines (16% aller Abschlüsse in den vergangenen 36 Monaten; Untersuchung 2017: 1%) und die Anbieter-Homepages (12%; 2017: 4%) konnten deutlich an Bedeutung gewinnen. Reduziert hat sich zugleich die bisher oft eher abschlusshemmende Wirkung des Internets (man informiert sich im Internet, „verliert“ sich dann dort aber und schließt am Ende nicht ab...).



„In diesen Entwicklungen spiegeln sich einerseits deutliche Effekte der Pandemie und des Social Distancing“, sagt Dr. Michaela Brocke, Geschäftsführerin beim Marktforschungs- und Beratungsinstitut HEUTE UND MORGEN. „Zugleich werden eine steigende Informationsautonomie und die wachsende Bereitschaft sichtbar, auch komplexere Versicherungsprodukte jenseits klassischer Be-

raterwege abzuschließen. Nicht selten besteht gar kein persönlicher Draht zu Beratern mehr, bzw. wird dieser nicht mehr gesucht und gewollt.“



Berater und eine hohe Beratungsqualität bleiben zentrale Erfolgstreiber in der PKV

Die deutlich gestiegene Bedeutung des Direktvertriebs in der PKV sollte allerdings nicht darüber hinwegtäuschen, dass – auch trotz Corona – zwei von drei Abschlüssen und Wechseln (67%) weiterhin über Vermittler, Makler und Bankberater erfolgen (persönlich und telefonisch; über zuvor bereits bekannte oder vorher unbekannte Berater). Die führende Rolle unter den Beratern spielen dabei nach wie vor die Ausschließlichkeitsvermittler.

Zugleich zeigt sich: die persönliche (inkl. telefonische) Beratung beim Versicherungsvertreter oder Makler erzielt weiterhin die mit Abstand beste Bewertung aller auf der Customer Journey genutzten Informationsquellen (Zufriedenheit: 73%). In Beratungsdetails wird diese sogar noch besser als 2017 bewertet (insbesondere in puncto faire und objektive Beratung).

Die Zufriedenheit mit anderen Informationsquellen liegt teils deutlich darunter: Foren und Blogs im Internet (59%), Internet

allgemein (53%), Vergleichsseiten (51%), Anbieter-Homepages (36%). Generell werden Internetquellen – an erster Stelle Foren und Blogs – vergleichsweise positiver bewertet und häufiger als hilfreich wahrgenommen als noch 2017. Die Anbieter-Homepages haben, trotz zwischenzeitlicher Verbesserungen, nach wie vor noch deutlich Luft nach oben.

Ablaufdetails der Customer Journey in der PKV

Betrachtet man die Customer Journey der abschluss- und der wechselbereiten Kunden im Detail, zeigen sich für Produktgeber, Vertrieb und Marketing zahlreiche weitere Ergebnisse und Differenzierungen. Beispielsweise: Auslösend für die erstmalige Beschäftigung mit einer privaten Krankenvollversicherung sind bei den Abschluss-Willigen (Erstabschluss) insbesondere Veränderungen der Lebenssituation und des persönlichen Bedarfs sowie wahrgenommene Kostenvorteile gegenüber der GKV. Eine zunehmende Rolle als Impulsgeber spielen dabei auch Empfehlungen von Freunden, Bekannten und Verwandten.

Bei den wechselwilligen Bestandskunden führen hingegen insbesondere Preiserhöhungen des bisherigen Anbieters zur erneuten Beschäftigung mit der privaten Krankenvollversicherung und einem möglichen Anbieterwechsel. Darüber hinaus auch die generelle Suche nach günstigeren bzw. in puncto Preis-Leistung optimaleren Angeboten. Auch hier nimmt die Bedeutung von Einflüssen aus dem sozialen Umfeld zu. Neben stärkerem Empfehlungsmarketing und stärkerer medialer werblicher Präsenz können die Produktgeber auch ihre Vermittler noch stärker als Impulsgeber nutzen. Besonders hellhörig sollten die Anbieter nicht zuletzt

bei Anfragen ihrer Bestandskunden zu alternativen Angeboten werden, und wirksame Bindungsmaßnahmen einleiten: Drei Viertel (72%) der PKV-Wechselwilligen holen auf der Customer Journey (auch) Angebote von ihrem bisherigen Versicherer ein (2017 waren dies erst 48%).

Die am häufigsten genutzte Informationsquelle bei der Beschäftigung mit dem Abschluss oder Wechsel einer PKV ist bei abschluss- und wechselwilligen Kunden weiterhin das Internet (77%).

An zweiter Stelle folgt die professionelle persönliche Beratung (39%; primär pandemiebedingt deutlich seltener als 2017: 53%). Auf Platz 3 folgt bereits die informelle Information über Freunde, Bekannte, Verwandte (32%). 17 Prozent geben aktuell zudem an, sich auch über Soziale Medien und Netzwerke zur PKV informiert zu haben.

In puncto Serviceleistungen der Krankenversicherer hat die ärztliche Online-Sprechstunde im Vergleich zu 2017 – wohl auch durch die Erfahrungen der Pandemie verstärkt – am deutlichsten an Attraktivität gewonnen (aktuell: 71%; 2017: 43%).

**Entscheidung und Abschluss:
Oft preisgetrieben, zugleich
meist beratungsbasiert**

Geht es auf der Customer Journey – die sich bei den aktiv abschluss-

bereiteten und wechselwilligen Kunden meist über einen Zeitraum von etwa drei Wochen erstreckt – in Richtung Entscheidung und Abschluss, dann gilt: Die finale Entscheidung für oder gegen einen Abschluss bzw. Wechsel einer PKV erfolgt häufig stark preisgetrieben (absolute Kosten und Preis-Leistungs-Verhältnis). Im Beratungsgespräch sollten daher – sofern vom potenziellen Kunden nicht selbst angesprochen – die Prämienhöhe und Preisargumente aktiv mitthematisiert und nicht „umschifft“ werden. Generelle Versicherer-Images spielen – sofern es sich um bekannte und subjektiv grundsätzlich vertrauenswürdige Versicherer handelt – hingegen eine vergleichsweise untergeordnete Rolle.

Relevanter sind die Präsenz und das Ranking auf Vergleichsportalen; allen voran bei Check24. Letztlich abgeschlossen wurde eine private Krankenvollversicherung in der Untersuchungsstichprobe am häufigsten bei Allianz, Debeka und Axa, wobei vor allem Allianz im Vergleich zur 2017er-Untersuchung zulegen konnte. Auf den weiteren Plätzen folgen Hanse-Merkur, Barmenia, HUK-Coburg, DKV und Signal Iduna.

Für die Serviceversicherer bleibt übergreifend wichtig, die Kunden so gezielt, einfach und zeitnah wie möglich zum persönlichen oder telefonischen Beratungsgespräch zu leiten. Eine hohe Beratungsqualität – im Sinne von

verständlich, umfassend, kundenindividuell bedarfsorientiert, fair und objektiv – bleibt der zentrale Abschlussstreiber und „Dealmaker“ in der PKV.

Eine ausschließlich digitale/internetbasierte Customer Journey führt am Ende deutlich seltener zum Erfolg als eine (zumindest auch) gesprächsbasierte Customer Journey. Dies gilt auch vor dem Hintergrund der aktuell steigenden Bedeutung des Direktvertriebs und des Internets, die freilich auch in der Post-Corona-Pandemie-Zeit anhalten könnte. „Auch die Möglichkeiten des Online-Abschlusses einer PKV über die Anbieter-Homepages sollten daher gezielt optimiert und ausgebaut werden“, sagt Birgit Menzen, Studienleiterin bei HEUTE UND MORGEN.

**Anbieter-Homepages insgesamt
weiter entwickeln**

Für eine gelingende Customer Journey hat sich die Rolle und die wahrgenommene Qualität der Anbieter-Homepages gegenüber 2017 insgesamt erhöht. Daher gilt es, hier am Ball zu bleiben: „In puncto wahrgenommener Unterstützungsqualität bei der Informationssuche zur PKV, bei den Möglichkeiten zum Einholen bedarfsspezifischer statt nur standardisierter Angebote und auch in puncto Einfachheit des Online-Abschlusses zeigen viele Anbieter-Homepages noch deutlich Luft nach oben“, so Birgit Menzen. Autor: www.heuteundmorgen.de



Quelle: © Syda Productions - AdobeStock.com

Grüner, modularer, individueller: Unternehmer profitieren von Trends bei Gewerbeversicherungen

Der Markt für Gewerbeversicherungen befindet sich im Aufbruch. Zu diesem Fazit kommt Finanzchef24 in seinem ersten Gewerbeversicherungsreport, den das Insurtech anlässlich der Finanz- und Versicherungsmesse DKM in Dortmund vorgestellt hat. Im Fokus der Anbieter stehen zunehmend Kleinunternehmer und der Mittelstand (SME), deren digitaler Absicherung sich Finanzchef24 verschrieben hat. Sie profitieren überwiegend – angetrieben durch die Digitalisierung – von besseren Tarifstrukturen, individuelleren Produkten, vergleichbareren Leistungen und fallenden Prämien.

Die Prämien haben im Mittel für die wichtigsten Sparten Betriebshaftpflicht, Vermögensschadenhaftpflicht und Geschäftsinhalt in der Tendenz leicht nachgegeben, beim Rechtsschutz und bei D&O-Produkten geht es indes eher nach oben. In der Betriebshaftpflicht sind nach einer Musterberechnung von Finanzchef24 die jährlichen Prämien für exemplarische Kleinst- und Kleinunternehmer von 2018 bis 2021 von etwa 300 Euro auf rund 240 Euro gesunken – was einem Minus von circa 20 Prozent entspricht. Die Prämien für Vermögensschadenhaftpflicht-Versicherungen haben sich nach einem deutlichen Preisrutsch in 2014 und 2015 zuletzt bei knapp unter 500 Euro eingependelt. Inhaltsversicherungen haben im Schnitt um etwa 5 Prozent zugelegt.

„Ob Betriebshaftpflicht-, Vermögensschadenhaftpflicht-, Inhalts-, Cyber- oder D&O-Versicherung: Viele Produktentwicklungen und die Nachfrage werden aktuell von externen Faktoren angetrieben. Die Wirtschaft befindet sich durch Disruption im massiven Wandel, die Corona-Pandemie und zunehmende Unwetterkatastrophen bringen völlig neue Risiken aufs Tapet, und die Nachhaltigkeitsdebatte ordnet Themen neu“, sagt Tobias Wenhart, Co-CEO bei Finanzchef24. Abgestimmt auf die Absicherungsbedürfnisse Deutschlands Kleinunternehmer bietet das Insurtech mit seiner Vergleichsplattform einen Überblick für mehr als 1.500 Betriebsarten, die auf Gewerbeversicherungsleistungen von über 40 Versicherungspartnern basieren.

Berufe werden vielfältiger – Bedürfnisse ebenso

Ein Trend ist laut Finanzchef24 die Hybridisierung. Das Nebeneinander von Offline und Online stellt viele Berufsgruppen vor neue Herausforderungen. „Im Maschinenbau geht es bereits heute eher um Software denn um Maschinen. Auch für den Messebau bedeutet die Messe nicht mehr nur der analoge Stand, bei dessen Design, Produktion, Transport sowie Auf- und Abbau es Probleme geben kann, die versichert werden wollen. Der Messebauer verwirklicht heute Messestände immer öfter zugleich digital. Hier reichen die Risiken von falschen

Inhalten, Softwarefehlern und fatalen Marketingentscheidungen bis hin zu Hackerangriffen“, erläutert Wenhart. Die Hybridisierung erstreckt sich jedoch nicht nur auf das Nebeneinander von Analog und Digital, sondern ebenso auf das Nebeneinander von Tätigkeiten, die vor wenigen Jahren noch explizit einer Berufsgruppe zuzuordnen waren. So gibt es heute gerade bei den Selbstständigen und Kleinstunternehmen immer öfter Handwerker, die gleichzeitig als Maurer, Fliesenleger und Elektriker arbeiten.

Diese Berufsgruppen benötigen Versicherungen, die den neuen Herausforderungen gewachsen sind. „Es lässt sich nicht mehr spontan sagen, dass im Handwerk die Betriebshaftpflicht ausreichend ist, sondern vielmehr immer öfter eine sinnvolle Ergänzung gebraucht wird. Die Produkte müssen individueller werden. Versicherern muss es gelingen, kleine Unternehmen, die viele Produkte und Dienstleistungen anbieten, gut abzubilden“, erklärt Wenhart. Die Frage lautet längst nicht mehr, welche Versicherungen Kunden verkauft werden können, sondern wie sie arbeiten und welche Gefahren abzusichern sind.

Ein weiterer Trend sei, dass Extremwetterereignisse die Nachfrage nach Elementarversicherungen antreiben. Dasselbe gilt laut Finanzchef24 für Hackerangriffe und IT-Probleme. Wenhart: „Dem



Quelle: © ipopba - AdobeStock.com

Kleinst- und Kleinunternehmer sind die Gefahren durch Phishing und Ausfälle der IT-Infrastruktur zunehmend bewusst. Cyber-Risk-Versicherungen sind jedoch vielen Gewerbetreibenden als Stand-alone-Produkte noch zu teuer.“

Im Zuge verstärkter Diskussionen um den Klimawandel rücken zudem grüne Gewerbeversicherungen ins Blickfeld von Kunden und Anbietern. „Aktuell erleben wir eine Findungsphase, bei der die Parameter definiert werden. Klimaneutralität ist nur ein Faktor“, sagt Wenhart. Die Aktivitäten der Versicherungsunternehmen reichen derzeit von der CO₂-Vermeidung bis zum Pflanzen von Bäumen. Erste Versicherer zahlen bei grünen Produkten im Schadensfall bis zu 20 Prozent Mehrleistungen, wenn im Gegenzug ökologische, nachhaltigere oder sparsamere Materialien verbaut oder nachhaltigere Firmen beauftragt werden. Andere Anbieter sichern KMUs speziell ab, die auf Photovoltaik oder Geothermie setzen und damit andere

Risiken haben. Auch die sich ändernde Mobilität fließt in grüne Produkte ein, wie Absicherungslösungen für E-Ladestation oder Wallboxen zeigen.

Corona-Pandemie befeuert Onlinenachfrage

Mit dem Thema Gewerbeversicherungen selbst rücken die Vertriebsformen in den Fokus. Unternehmer suchen laut Finanzchef24 seltener analoge Vertreter vor Ort auf, sondern das Internet. Anbieter mit digitalen und hybriden Vertriebsformen sind die Gewinner und werden es in Zukunft sein. Wenhart: „Der Onlinevertrieb wächst jedoch überproportional. Wir verzeichnen in fast allen Sparten jährliche Zuwachsraten bei der Nachfrage im zweistelligen Bereich.“

Die Corona-Pandemie hat sich wie in vielen anderen Bereichen als Katalysator erwiesen. Gewerbeversicherungskunden tun sich mit der digitalen Beratung und Suche leichter. Besonders Branchen,

die von der Krise nicht unmittelbar betroffen waren oder sogar davon profitiert haben, haben Versicherungsprodukte in den vergangenen anderthalb Jahren online deutlich stärker nachgefragt – beispielsweise Handwerker oder E-Commerce-Händler. Die Digitalisierung erlaubt es nach Einschätzung von Finanzchef24, Versicherungsprodukte individueller auf das Kundenbedürfnis zuzuschneiden. Mit seinen 45.000 Kunden hat das Insurtech einen Daten- und Erfahrungsschatz, mit dem es seine Beratung und Services perfekt auf seine Kunden ausrichten kann. Kunden erhalten immer, was sie tatsächlich benötigen. Die richtigen Fragen können online helfen, den individuellen Bedarf zu erfassen. „Es geht um Preistransparenz, Individualität und um Geschwindigkeit. Der klassische Prozess in der analogen Welt dauert bis zu zwei Wochen, online sind Abschlüsse in wenigen Minuten möglich.“

Autor: www.finanzchef24.de

Disruption und Digitalisierung: Vor diesen Herausforderungen steht die Gewerbeversicherungsbranche in 2022

Arbeitswelt im Umbruch, Gewerbeversicherungsbranche im Aufbruch:

Fast alle großen Versicherer haben das derzeit spannendste Segment kleiner und mittlerer Unternehmen auf ihrer strategischen Agenda. Sie planen eine Offensive mit einem Prämienvolumen in Milliardenhöhe. Das Münchner Insurtech Finanzchef24 wirft einen Blick auf die wichtigsten Herausforderungen, die die Zukunft für die Branche bereithält: „Die Aufgabe für die Branche wird sein, Kleinunternehmer und Mittelständler in ihrer Vielschichtigkeit abzuholen. Kunden können von individuelleren Lösungen und Prozessen profitieren, Anbieter von einem wachsenden Markt“, fasst Finanzchef24-Co-CEO Tobias Wenhart die Situation zusammen.

So vielschichtig Kleinunternehmen und Mittelstand (Small und Medium Enterprises) sind, so vielschichtig sind die Problemlagen, die sich daraus für Gewerbeversicherungen ergeben. Die Veränderung der Arbeitswelt, die bereits vor Corona in vollem Gange war, hat sich durch die Pandemie und den Digitalisierungssprung weiter verschärft. Zunehmende Hybridisierung und der Trend zum Gewerbe als digital vorangetriebenes Einzelunternehmen eröffnen für Versicherungsunternehmen neue Chancen und Risiken. Zudem erschließt sich für Versicherungsunternehmen eine Kundengruppe als Markt, der bislang zumeist lokal verortet war. Wenhart: „Der Klein- und Mittelständler wendet

sich bei Fragen zur Risikoabsicherung nicht mehr nur an sein Finanzinstitut oder den Makler vor Ort, sondern setzt auf das Internet. Die Branche der Gewerbeversicherungen ist auf die neu entstandene Zielgruppe und deren Bedürfnisse jedoch noch gar nicht ausreichend vorbereitet.“

Die Lösung für den Experten:

Smarte Daten, bessere Fragen, mehr Schnittstellen zu den Versicherern sowie eine gezieltere Kundenansprache. Nachfolgend skizziert das Unternehmen die wichtigsten Herausforderungen für das nächste Jahr.



Quelle: © Kaarsten - AdobeStock.com

Erste Herausforderung: Die richtigen Fragen stellen

Wer Antworten will, die ihn im Umgang mit dem Kunden tatsächlich weiterbringen, der muss die richtigen Fragen stellen. „Unternehmer wollen bei Versicherungsprodukten heute nicht nur den Preis vergleichen, sondern das Produkt“, weiß Wenhart. „Das ist gerade bei kleineren Firmen wichtig, die individuell zugeschnittene Versicherungen brauchen, weil sie in ihrem Gewerk verschiedene Tätigkeiten abbilden.“ Finanzchef24 selbst schlägt Versicherern daher einen Fragekatalog vor und bringt so

mittlerweile rund 80 Prozent der Kunden durch den Prozess. Das schafft mehr Einheitlichkeit und eröffnet ein überschaubares Maß an Vergleichbarkeit.

Die zweite Herausforderung: Den Kunden von Morgen finden

Auch in der Versicherungsbranche gilt:

Nicht nur der Kunde muss seinen Versicherer – etwa über Vergleichsportale – finden, sondern die Branche muss sich ebenso selbst auf die Suche nach dem Kunden von Morgen machen. Eine gezieltere Ansprache kann laut Finanzchef24 ein Schlüssel sein, der insbesondere überall dort Türen öffnet, wo sich Unternehmer und Mittelständler treffen. Sei es auf den Webseiten der Industrie- und Handelskammern, bei Zulieferern und Großhändlern oder auf Plattformen zur Vermittlung von Aufträgen. Diese Knotenpunkte, wo potenzielle Gewerbekunden anzutreffen sind, können gut mit Angeboten zu Versicherungen ergänzt werden. „Entsprechende Kooperationen lassen so aus dem Pull- ein Push-Geschäft werden, das darüber hinaus mit speziellen Produkten individuelle Zielgruppen anspricht“, sagt Wenhart.

Dritte Herausforderung: Bessere Schnittstellen

Bei Bestandsprozessen in der Versicherungsabwicklung lassen sich viel Geld und Zeit einsparen, wenn bislang händisch durchgeführte Abläufe weiter optimiert und digitalisiert werden. Ein ent-

scheidender Hebel sind funktionierende Schnittstellen zwischen Versicherern, Kunden und Maklern. Sie sorgen im Vergleichsfall dafür, dass der Kunde einen realistischen Preis angezeigt bekommt. Dabei bauen Insurtechs mit Partnern entweder eigene Schnittstellen oder orientieren sich an den BIPRO-Normen.

Vierte Herausforderung: Digitalisierung

Die Digitalisierung mag zahlreiche der Trends und Herausforderungen angeschoben haben, mit denen die Branche aktuell konfrontiert ist. Wirklich angekommen in der digitalen Welt sind die meisten Versicherer allerdings noch nicht. Sowohl im Bereich

der Wertschöpfungskette als auch in Sachen Online-Produkte oder Customer Journey tun sich die meisten Versicherer immer noch schwer, wirklich digitale Formen anzubieten. Das liegt vor allem daran, dass traditionell analoge Produkte ohne große Anpassungen digital zur Verfügung gestellt werden. Flexibilität und Schnelligkeit bleiben oft auf der Strecke.

Fünfte Herausforderung: Individuellere Beratung

Der Trend zur Hybridisierung des Arbeitsplatzes muss in Zukunft spiegelbildlich in der Beratung hybride Prozesse zur Folge haben. Denn Hand in Hand mit den Disruptionen am Arbeitsplatz



werden Kundenbedürfnisse individueller. Finanzchef24 empfiehlt, analoge und digitale Beratungsformen zu kombinieren. Die Online-Bedarfserfassung werde im Idealfall durch eine Offline-Unterstützung via Telefonat oder Videocall unterstützt. Wenhart: „Die Möglichkeit eines direkten Kontakts zu einem spezialisierten Berater zu haben, ist in vielen Betriebsarten und Berufsgruppen sehr wichtig.“

Autor: www.finanzchef24.de

Maklerportale der Versicherer: Viel Luft nach oben

Aktuelle Studie von Nordlight Research und Wert Eins untersucht Bekanntheit, Nutzung, Qualität und Weiterempfehlung von Maklerportalen und zeigt konkrete Optimierungswünsche und Zukunftserwartungen aus Vermittlersicht

Unabhängige Versicherungsvermittler nutzen die Maklerportale der großen Versicherer oft nur sporadisch – und empfehlen diese in der Regel auch nur selten weiter. Ursächlich dafür ist eine durchwachsene Beurteilung der Gesamtqualität und der Unterstützungsfunktionen im vertrieblichen Alltag. Dennoch gibt es aus Vermittlersicht auch positive Ausnahmen: allen voran die Maklerportale der Haftpflichtkasse und der VHV.

Mit Einschränkungen punkten können auch noch die Portale von ALH-Gruppe, Allianz, Axa, Canada Life, Swiss Life und Volkswohl Bund. Die meisten Maklerportale weisen in funktioneller Hinsicht und Usability aber noch sehr deutlichen Optimierungsbedarf auf. Zugleich ist die Mehrheit der Makler der Ansicht, dass die Relevanz von Maklerportalen in Zukunft steigen wird – wenn auch in geringerem Maße als die der Maklerverwaltungsprogramme (MVP).



Dies zeigt die aktuelle Studie «Erfolgsfaktoren für Maklerportale» des Marktforschungsinstituts Nordlight Research in Kooperation mit dem auf die Finanz- und Versicherungsbranche spezialisierten IT-Dienstleister Wert Eins GmbH. Rund 600 Makler (die zumindest gelegentlich Maklerportale nutzen) wurden ausführlich zur Bekanntheit, Nutzung, Qualität und Weiterempfehlungsbereitschaft (Net Promoter Score) von Maklerportalen sowie zu ihren aktuellen und zukunftsbezogenen Erwartungen und Wünschen befragt. Im Detail untersucht wurden die Maklerportale 20 großer Versicherungsgesellschaften: Allianz, ALH Gruppe, Arag, Axa, Basler, Canada Life, Continentale, DEVK, Die Bayerische, Die Haftpflicht-

kasse, Ergo, Generali, Gothaer, HDI, Signal Iduna, Swiss Life, VKB / UKV / Bayerische Beamtenkrankenkasse, VHV, Volkswohl Bund und Zurich.

Benchmarking von Maklerportalen in der Assekuranz

Im direkten Ranking-Vergleich beurteilen zwei Drittel der Vermittler die Gesamtqualität der Maklerportale der Haftpflichtkasse (67%) und der VHV (63%) mit „ausgezeichnet“ bzw. „sehr gut“. Erst mit großem Abstand folgen hier Allianz (46%), ALH-Gruppe (45%) und Canada Life (41%). Am intensivsten genutzt wird aktuell das Maklerportal der VHV. Fast jeder zweite Makler (47%) nutzt dieses mehrmals die Woche, 17 Prozent davon sogar täglich. Erst mit spürbarem Abstand folgen hier die Maklerportale von Axa, Haftpflichtkasse und Allianz, mit jeweils über einem Viertel häufiger Nutzer.

In puncto Weiterempfehlung zeigt sich bei 18 der insgesamt 20 untersuchten Maklerportale ein negativer Net Promoter Score (NPS). Die Range der negativen NPS-Werte reicht dabei von -5 bis hin zu -69. Lediglich die Haftpflichtkasse (+37) und die VHV (+17) weisen positive NPS-Werte auf – werden von den Nutzern also am ehesten an Maklerkollegen weiterempfohlen bzw. „promoted“. „Die Untersuchungsergebnisse zeigen insgesamt, dass es vielen Maklerportalen derzeit noch nicht in ausreichendem Maße gelingt, die Bedarfe und die Wünsche der unabhängigen Vermittler zu erfüllen“, sagt Dr. Torsten Melles, Geschäftsführer bei Nordlight Research. „Hier besteht für die Zukunft dringender Handlungsbedarf, um die unabhängigen Vertriebspartner auf diesem Wege noch stärker zu begeistern und zu binden.“

Zahlreiche Kritikpunkte und große Leistungsunterschiede der Maklerportale

Häufig geäußerte Kritikpunkte der Makler sind beispielsweise: die generell eingeschränkte Benutzerfreundlichkeit (Usability) der Maklerportale, die mangelnde Unterstützung im Verkaufsprozess (Ansprache, Beratung, Abschluss, Fehlerfreiheit), fehlende Anpassbarkeit an individuelle Bedürfnisse und nicht zuletzt auch die schlechte Nutzbarkeit der Maklerportale im unmittelbaren Verkaufsgespräch mit den Kunden. Nur wenig auszusetzen an den Maklerportalen haben die Vermittler hingegen in der Regel an der Einfachheit des Zugangs (gewünscht werden teils allerdings portalübergreifende Zugänge), am technisch einwandfreien Funktionieren und an der Datensicherheit der Maklerportale. Im Vergleich der einzelnen Maklerportale zeigen sich auf 10 Leistungsdimensionen und in 38 untersuchten Einzelfunktionen deutliche Profilunterschiede, und jeweils ganz spezifische Stärken und Schwächen der einzelnen Anbieter.

Zukunftserwartungen und Begeisterungsfaktoren in puncto Maklerportale

Für die Zukunft wünschen die unabhängigen Vermittler von den Maklerportalen – neben einer generell stärkeren Unterstützung im Anbahnungs- und Verkaufsprozess – auf technischer Ebene vor allem bessere Schnittstellen für die Datenübernahme mit anderen Portalen und Verwaltungsprogrammen.

Die Makler begeistern kann zudem eine stärkere Vertriebsunterstützung. Etwa durch konkrete kundenspezifische Anregungen für den Verkauf oder durch Produktvideos. Oder auch durch

„Maklerportal-to-Go“-Apps, die eine mobile Nutzung der Maklerportale im unmittelbaren Kundengespräch erleichtern. Oft vermisst werden auf Maklerportalen zudem Vergleichsmöglichkeiten mit Wettbewerbsangeboten. Andere der insgesamt 38 untersuchten einzelnen Portalfunktionen werden hingegen nur selten genutzt und gewünscht, bzw. sind aus Vermittlersicht für die Zukunft weniger relevant. Manche Funktionen der Maklerportale sind den Vermittlern bisher aber auch nur wenig bekannt und werden nur deshalb „vermisst“. Dies weist darauf hin, dass die Produktgeber den Funktionsumfang ihrer Portale insgesamt noch besser kommunizieren sollten. So lassen sich die Vermittler überzeugen und gewohnte Nutzungspfade erweitern.



Quelle: © oatawa - AdobeStock.com

Maklerportale, MVP und BiPro: Wachsende Konkurrenz?

Im Kontext der Schnittstellenkompatibilität der Makler-Portale, bzw. dem Datenaustausch zwischen verschiedenen Plattformen und Programmen, zeigt sich: Viele Vermittler können sich auch eine Schnittstellenfunktion vorstellen, die ganz ohne ein Maklerportal auskommt (direkte Übernahme der Daten vom Versicherer ins MVP). Lediglich knapp jeder zweite Vermittler hat bisher allerdings eine Vorstellung davon, was „BiPro“ genau bedeutet. Erwartet wird aber, dass dieses Schnittstellenangebot in Zukunft eine deutlich wachsende Rolle spielen könnte.

Ein Vorteil von Maklerportalen gegenüber MVP wird hingegen in der Aktualität und Verlässlichkeit

der Informationen gesehen (z.B. zu Tarifkonditionen), da hier die direkte Anbindung zum Versicherer besteht. Dies hat auch zukünftig das Potenzial, einen deutlichen Mehrwert gegenüber den MVP zu bieten. Weitere Vorteile von Maklerportalen liegen aus Vermittlersicht in der Verfügbarkeit spezifischer Inhalte (z.B. spezielle

Formulare, Rabatte, verkaufsunterstützendes Material) sowie nicht zuletzt auch die Unabhängigkeit von Drittpartnern (Datenbestände bleiben beim Versicherer und beim Makler).

„Um Maklerportale zukünftig effektiver zu positionieren, ist es wichtig, die Prozesstrecken der

Vermittler zu optimieren und den Zugang zu den wichtigen Daten und Informationen zu erleichtern“, sagt Artur Gawron, Geschäftsführer von Wert Eins. „Dies bedeutet, die relevanten Schnittstellen zu berücksichtigen und die Usability gezielt zu verbessern und zu erweitern.“
Autor: www.nordlight-research.com

Berufsunfähigkeitsversicherung: Warum wird so selten gezahlt?

„Die Berufsunfähigkeitsversicherung zahlt nicht“ – diesen Satz hören Menschen, die von der Versicherung Gebrauch machen möchten, oft. Warum ist das so? Und vor allem: Wie lässt es sich vermeiden? Wittig Ünalp, Fachkanzlei für Versicherungsrecht, klärt auf. Viele Versicherte zahlen monatlich hohe Beträge für ihre Berufsunfähigkeitsversicherung. Diese soll die finanzielle Absiche-



Quelle: © Bits and Splits - AdobeStock.com

rung für den Fall gewährleisten, dass sie ihren Job aus gesundheitlichen Gründen nicht mehr ausführen können. Doch damit das Geld ausgezahlt wird, muss die Berufsunfähigkeit im Schadensfall gutachterlich bescheinigt werden. Häufig fallen die entsprechenden

Prüfungen zugunsten der Versicherungen aus, wie die Erfahrung von Wittig Ünalp zeigt. „Das Ziel der Versicherungen ist es üblicherweise, dass sie nicht zahlen müssen. Das wissen die Gutachterinnen und Gutachter. Wenn sie also weiterhin Aufträge von der Versicherung erhalten wollen, fallen ihre Bewertungen entsprechend aus. Wer etwas anderes denkt, versteht den Markt nicht“, erklärt Maximilian Wittig, Fachanwalt für Versicherungsrecht sowie Partner der Kanzlei Wittig Ünalp. „Trotzdem sind die Versicherten verpflichtet, sich gutachterlich untersuchen zu lassen.“

Systemfehler: und jetzt?

Versicherten rät Wittig Ünalp, sich schon anwaltlich beraten zu lassen, wenn sie den Antrag auf Leistungen aus der Berufsunfähigkeitsversicherung stellen. Denn: Bereits ein Fehler beim Ausfüllen der umfangreichen Formulare kann dazu führen, dass der Antrag abgelehnt wird.

Die häufigsten Gründe für die Ablehnung sind Falschangaben oder Gutachten, die zwar die Krank-

heit, aber nicht die Berufsunfähigkeit bescheinigen. „Der Grat zwischen ‚krank‘ und ‚berufsunfähig‘ kann ziemlich schmal sein“, sagt Maximilian Wittig. „Gerade bei psychischen Erkrankungen wie Depressionen und Burnout fallen die Gutachten oft negativ für den Versicherten aus.“

Klage auf Berufsunfähigkeitsrente

Wenn es zur Auseinandersetzung mit der Versicherung kommt, hilft nur der Gang zu einer Anwaltskanzlei. Ein Gericht muss dann entscheiden, ob aufgrund der Erkrankung die Ausübung des Jobs dauerhaft zu mehr als 50 Prozent beeinträchtigt ist. Ist die erkrankte Person zu weniger als 50 Prozent berufsunfähig, zahlt die Berufsunfähigkeitsversicherung nicht. „Wir haben uns auf derartige Fälle spezialisiert.“, sagt Maximilian Wittig. „Bei uns arbeiten auch Fachanwältinnen und -anwälte für Bank- und Kapitalmarktrecht sowie für Arbeitsrecht. Diese Bereiche ergänzen das Versicherungsrecht bei Streitigkeiten über die Berufsunfähigkeitsversicherung sehr sinnvoll.“

Autor: www.versicherungsrecht-wittig.de

Makler und Mehrfachagenten verkaufen erstmals mehr Lebensversicherungen als Einfirmenvertreter

Makler und Mehrfachagenten waren 2020 erstmals der führende Vertriebskanal für das Neugeschäft mit Lebensversicherungen nach APE in Deutschland. Insgesamt betragen die Einnahmen aus neu eingelösten Versicherungsscheinen (ohne Erhöhungssummen) 6,4 Milliarden Euro in der Gesamtbetrachtung von laufenden und Einmalbeiträgen (APE). Damit verzeichneten die Lebensversicherer rund 165 Millionen Euro weniger Neugeschäft als 2019, aber immer noch rund 835 Millionen Euro mehr als im Jahr 2018. Makler und Mehrfachagenten konnten als einziger Vertriebsweg erneut mehr Neugeschäft vermitteln, während vor allem die Einfirmenvermittler hohe Rückgänge hinnehmen mussten. Das sind die Kernergebnisse der 22. Vertriebswege-Studie zur Lebensversicherung, die Willis Towers Watson für das Jahr 2020 erhoben hat.

Normalisierung der Neugeschäftszahlen nach Rekordjahr 2019

2020 wurden 481.000 weniger Policen verkauft als im Vorjahr. Das Neugeschäft der laufenden Beiträge sank um rund vier Prozent auf 3,7 Milliarden Euro und jenes der Einmalbeiträge um ein Prozent auf 27,1 Milliarden Euro. „Das eingelöste Neugeschäft ist immer noch sehr hoch, obwohl das Betriebsrentenstärkungsgesetz schon 2019 zum Rekordjahr befördert hat“, sagt Henning Maaß, Director Insurance Management Con-



Quelle: © IRStone - AdobeStock.com

sulting bei Willis Towers Watson in Deutschland. „Es liegt insgesamt ein langanhaltender Aufwärtstrend vor. Vor allem die Einmalbeiträge in der privaten Altersvorsorge waren wieder sehr hoch.“

Banken bleiben führend bei Einmalbeiträgen

Makler und Mehrfachagenten erzielten einen Neugeschäftsanteil von 31,9 Prozent, gefolgt von den Banken (30,8) und den Einfirmenvermittlern (30,0). Bei den laufenden Beiträgen für ein Jahr liegen mit 37,4 Prozent weiterhin die Einfirmenvermittler vor den Maklern und Mehrfachagenten (35,8). Beim Einmalbeitragsgeschäft haben die Banken ihren Anteil sogar auf 46,1 Prozent im Neugeschäft erhöht und bleiben damit der dominante Vertriebsweg für diese Produktkategorie. Mit weitem Abstand folgen Makler und Mehrfachagenten (26,5) sowie die Einfirmenvermittler (19,8). „Einmalbeiträge bleiben die Domäne des Vertriebs über Banken“, sagt Maaß. „Ihr guter Einblick in die Finanzsituation ihrer Kunden bleibt ihr großer Vorteil beim Verkauf von Produkten für die private Altersvorsorge. Dort konnten sie ihr Rekord-Neugeschäft aus dem Jahr 2019 im Jahr 2020 sogar

noch steigern. Man sieht es auch an den dortigen Durchschnittsbeiträgen, die in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen sind.“

Ausblick: Gelingt Einfirmenvermittlern ein Comeback?

„Wir erwarten weiterhin eine hohe Nachfrage nach betrieblicher und privater Altersvorsorge sowie nach Versicherungen zur Einkommens- und Todesfallabsicherung, trotz oder gerade wegen der Niedrig- und Strafzinsen“, so Maaß. „Die Produkte der Lebensversicherer sind und bleiben in diesem Umfeld attraktiv.“ Die Daten des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK) zu den registrierten Vermittlern zeigen jedoch, dass die Anzahl der Vertreter seit zehn Jahren kontinuierlich sinkt, jene der Makler aber leicht steigt. Daher ist derzeit fraglich, ob den Einfirmenvermittlern ein Comeback gelingt.

Bei der Marktkonzentration lassen sich kaum Änderungen zum Vorjahr feststellen: Die Top 5 der Lebensversicherer vereinen gleichbleibend einen Anteil von 51 Prozent des APE-Neugeschäfts auf sich, die Top 10 sogar 62 Prozent (Vorjahr: 63).

Autor: www.willistowerswatson.com

Mehr Durchblick bei der BU-Leistungspraxis

Die Ratingagentur Franke und Bornberg analysiert regelmäßig, wie kundenorientiert Versicherer bei der Regulierung von Berufsunfähigkeitsversicherungen handeln. Jetzt stellen sich mit Dialog und HUK Coburg zwei weitere Gesellschaften der Analyse. Die Gothaer stellt sich erstmals neben dem BU-Leistungspraxisrating auch dem Rating ihrer Leistungspraxis bei Grundfähigkeitsversicherungen.

Gut ist oft wichtiger als günstig. Wer seine Arbeitskraft absichern will, darf nicht nur den Preis im Blick haben. Entscheidender sind Leistungen, Bedingungswerk, Stabilität des Versicherers und seine Leistungspraxis. Diesen Informationsbedarf bedient die Ratingagentur Franke und Bornberg mit unabhängigen Analysen – und das seit 1994.



Quelle: © Andrey Popov - AdobeStock.com

Für das BU-Unternehmensrating von Franke und Bornberg untersuchen Analyst:innen die Professionalität von Lebensversicherern im Umgang mit dem Risiko Berufsunfähigkeit. Beim BU-Leistungspraxisrating steht Kundenorientierung im Mittelpunkt. Wie professionell geht der Versicherer mit Antrag-

stellern um? Bietet er Hilfe an, sind die Abläufe transparent und fair? Prüft er zügig und kommuniziert er seine Entscheidung angemessen?

Zuletzt stellten sich folgende Gesellschaften dem BU-Unternehmensrating bzw. dem BU-Leistungspraxisrating:

- Allianz Lebensversicherung AG
- ERGO Vorsorge Lebensversicherung AG
- Generali Deutschland Lebensversicherung AG
- Gothaer Lebensversicherung AG
- HDI Lebensversicherung AG
- Nürnberger Lebensversicherung AG
- Zurich Deutscher Herold Lebensversicherung AG
- Fortschritte beim BU-Leistungspraxisrating

Ob BU-Unternehmensrating oder BU-Leistungspraxisrating – beide Untersuchungen setzen auf Freiwilligkeit. Die teilnehmenden Gesellschaften öffnen sich für umfangreiche Untersuchungen und Stichproben vor Ort. Die Untersuchung bedeutet für sie einigen Aufwand. Mit der Dialog Lebensversicherung AG und der HUK Coburg Lebensversicherung AG stellen sich jetzt zwei weitere Unternehmen einem Erstrating. Beide Versicherer schneiden mit der Note „sehr gut“ ab. Aus Sicht von Michael Franke, geschäftsführender Gesellschafter von Franke und Bornberg, ist das Ergebnis mehr als bemerkenswert: „Die Gesellschaften erzielen auf Anhieb ein FFF („sehr gut“). Das schafft man nicht aus dem Stand. Das Ergebnis beweist: Dialog und HUK Coburg betreiben die Be-

rufsunfähigkeitsversicherung bereits über Jahre höchst professionell und kundenorientiert.“

Franke freut sich über die Neuzugänge: „Mit jedem weiteren Teilnehmer steigt die Aussagekraft unserer Untersuchung. Sich diesem Verfahren zu stellen, ist es ein klares Statement. Diese Versicherer stehen zu ihrer Geschäftspraxis und haben nichts zu verbergen – auch nicht im Leistungsfall.“ Das schaffe Vertrauen, so Franke.

Auf dem Weg zum AKS-Leistungspraxisrating

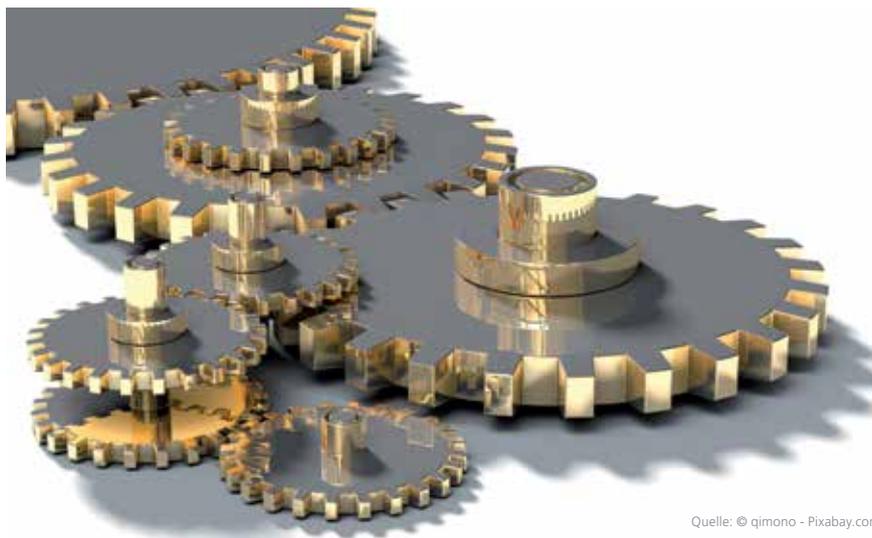
Die Grundfähigkeitsversicherung (GF) gewinnt an Bedeutung. Im Neugeschäft hat sie mittlerweile die Versicherung bei Erwerbsunfähigkeit verdrängt. Vor diesem Hintergrund analysiert Franke und Bornberg seit zwei Jahren auch die GF-Leistungspraxis. Nach der Nürnberger Lebensversicherung AG lässt jetzt auch die Gothaer Lebensversicherung AG ihre Leistungspraxis bei der Grundfähigkeitsversicherung überprüfen. Wie bei der BU erfolgt auch hier eine objektive Bewertung anhand von verifizierten Daten. Aufgrund der sich nur langsam entwickelnden Regulierungserfahrung befinden sich die Prozesse bei den Versicherern allerdings noch im Aufbau. Umso wichtiger ist daher die Prüfung, ob von Beginn an geeignete Prozesse etabliert und die Leistungsprüfer entsprechend eingearbeitet wurden.

Die Gothaer Lebensversicherung AG erreicht im Leistungspraxisrating-Grundfähigkeit die Note FF+ (gut).

Michael Franke hält den Schritt für unverzichtbar: „Für die Arbeitskraftabsicherung (AKS) gibt es bekanntlich mehrere Produktlösungen. Deshalb haben wir unser Leistungspraxisrating zu einem AKS-Leistungspraxisrating ausgebaut. Durch die Prüfung der Gothaer in Sachen GF können wir jetzt in einem weiteren Produktbereich Transparenz schaffen. Schließlich brauchen Vermittelnde ebenso wie Versicherte Klarheit in Sachen AKS-Regulierungspraxis.“

Arbeitskraftabsicherung wichtig wie nie

Angesichts steigender Erwerbstätigkeit – im September 2021 gab es rund 44,89 Millionen Erwerbstätige mit Wohnsitz in Deutschland – gewinnt die Absicherung der Arbeitskraft nochmals an Gewicht. Diese Botschaft ist bei Vermittlerinnen und Vermittlern ange-



Quelle: © qimono - Pixabay.com

kommen. Das beweist auch das Interesse am AKS-Forum 2021 der hybriden DKM 2021 – digital sowie analog in Dortmund.

Die Ratings von Franke und Bornberg liefern wichtige Fakten rund um die Arbeitskraftabsicherung. Sie reichen von der Berufsunfähigkeitsversicherung (BU) über Erwerbsunfähigkeitsstarife (EU) bis

hin zu Grundfähigkeit/MultiRisk (GF). Die Ratings zur Leistungspraxis ergänzen das Informationsangebot. Die BU-Leistungspraxisstudie von Franke und Bornberg verdichtet die Einzelergebnisse aus den BU-Leistungspraxisratings. Sie liefert wichtige Fakten zum Regulierungsverhalten von BU-Versicherern.

Autor: www.franke-bornberg.de



Quelle: © Coloures-Pic - AdobeStock.com

Favoriten der VEMA-Makler in Fotovoltaik und Elektronik

Fotovoltaikanlagen spielen bereits heute eine wichtige Rolle auf dem Weg hin zu mehr nachhaltiger Stromerzeugung. Egal ob Dachanlage auf dem Einfamilienhaus oder Solarpark – durchdachter Versicherungsschutz sichert die Investition und den kalkulierten Ertrag. Auch wichtig und aus keinem Betrieb, keiner Kanzlei oder Praxis ehr wegzudenken: Elektronik – von Computern, Handys, Tablets bis hin zu hochwertiger Medizintechnik. Egal ob im Betrieb oder unterwegs. Auch hier will gut versichert sein, was zum Herzschlag eines Unternehmens nicht unwesentlich beiträgt.

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?

In der Fotovoltaikversicherung schätzen die VEMA-Makler vor allem:

- Helvetia (25,04 % der Nennungen, VEMA-Deckungskonzept)
- Gothaer (13,12 %, VEMA-Deckungskonzept)
- VHV (5,96 %)

Bei den Elektronikversicherungen bevorzugt man:

- Alte Leipziger (18,36 %, VEMA-Deckungskonzept)
- Gothaer (12,05 %)
- Basler (8,41 %)

Die VEMA eG führt in regelmäßigen Abständen Makler-Befragungen zur Produktqualität in verschiedenen



Quelle: © Pixabay.com

Sparten durch. Im Rahmen dieser Qualitätsumfragen wurden die Partnerbetriebe der VEMA gebeten, die drei meistgenutzten Anbieter in den jeweiligen Sparten zu nennen. Mit dieser Begrenzung möchte die Genossenschaft sicherstellen, dass negative Einzelerlebnisse mit Versicherern nicht dominieren. Zu bewerten galt es die Produktqualität, die Qualität der Antragsbearbeitung sowie die Policierung. Und auch nach den Erfahrungen im Leistungsfall wurde gefragt.

Autor: www.vema-ag.de

Favoriten der VEMA-Makler im Bereich der Betriebs- bzw. Berufshaftpflichtversicherungen für Ärzte, Tierärzte und Heilnebenberufe

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 Versi-



Quelle: © Pixabay.com



Quelle: © Pixabay.com

cherung 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.

Im dritten und letzten Teil der BHV-Risiken widmete man sich: Ärzten, Tierärzten, Heilnebenberufen

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:

Ärzte:

- HDI (26,41 Prozent der abgegebenen Nennungen)
- Alte Leipziger (17,60 Prozent)
- Dialog (8,31 Prozent)

Tierärzte:

- HDI (17,60 Prozent)
- Alte Leipziger (16,80 Prozent)
- Allianz (11,20 Prozent)

Heilnebenberufe:

- Continentale (34,91 Prozent)
- die Haftpflichtkasse (14,15 Prozent)
- HDI (8,81 Prozent)

Die VEMA eG führt in regelmäßigen Abständen Makler-Befragungen zur Produktqualität in verschiedenen Sparten durch. Im Rahmen dieser Qualitätsumfragen wurden die Partnerbetriebe der VEMA gebeten, die drei meistgenutzten Anbieter in den jeweiligen Sparten zu nennen. Mit dieser Begrenzung möchte die Genossenschaft sicherstellen, dass negative Einzelerlebnisse mit Versicherern nicht dominieren.

Zu bewerten galt es die Produktqualität, die Qualität der Antragsbearbeitung sowie die Policierung. Und auch nach den Erfahrungen im Leistungsfall wurde gefragt.

Autor: www.vema-ag.de



Quelle: © Pixabay.com

Welche Versicherer im Bereich der betrieblichen Vorsorge bevorzugen VEMA-Makler?

Betriebliche Vorsorge ist keine neue Erfindung – aber doch aktuell wie nie. Sind Betriebsrente und Gruppenunfallversicherung altgediente Säulen der betrieblichen Vorsorge, gesellte sich die betriebliche Krankenversicherung erst vor einigen Jahren mit hinzu. Als Benefits haben Sie inzwischen eine nicht zu unterschätzende Rolle im „war for talents“. In ihrer jüngsten Qualitätsumfrage befragte VEMA ihre Partner und Genossen nach deren favorisierten Anbieter in den Bereichen der betrieblichen Altersvorsorge, der Gruppenunfallversicherung und auch der betrieblichen Krankenversicherung. Wo stimmen Qualität, Preis und die Leistungsbearbeitung?

Bei betrieblicher Altersvorsorge vertrauen VEMA-Makler vor allem:

- Allianz (26,73 % der Nennungen)
- Alte Leipziger (14,94 %)
- Swiss Life (7,55 %)

Die bevorzugten Anbieter der Gruppenunfallversicherung sind:

- Gothaer (16,61 %)
- Zurich (16,26 %)
- die Haftpflichtkasse (11,42 %)

Im Bereich der betrieblichen Krankenversicherung favorisiert man:

- Hallesche (29,09 %)
- Allianz (16,73 %)
- SDK (13,45 %)

Die VEMA eG führt in regelmäßigen Abständen Makler-Befragungen zur Produktqualität in verschiedenen Sparten durch. Im Rahmen dieser Qualitätsumfragen wurden die Partnerbetriebe der VEMA gebeten, die drei meistgenutzten Anbieter in den jeweiligen Sparten zu nennen. Mit dieser Begrenzung möchte die Genossenschaft sicherstellen, dass negative Einzelerlebnisse mit Versicherern nicht dominieren. Zu bewerten galt es die Produktqualität, die Qualität der Antragsbearbeitung sowie die Policierung. Und auch nach den Erfahrungen im Leistungsfall wurde gefragt.

Autor: www.vema-ag.de

Makler-
Nachfolge zum
Bestpreis mit
Garantie

Schaffen Sie den Absprung.

**Resultate Select –
Ihren Maklerbestand verkaufen mit Garantie
und zum optimalen Preis.**

- ✓ Vertragsgarantie
- ✓ sofortiger oder späterer flexibler Ruhestand
- ✓ Kaufpreis bis zu Faktor 5 –
oder sogar darüber hinaus *)
- ✓ besonders geringe fixe Gebühren –
schon ab 500€ bei Vorzugskonditionen
(zzgl. MwSt.)
- ✓ Geld zurück Garantie

Weitere Informationen auf
www.resultate-select.de

*) Der effektive Kaufpreis kann sehr stark variieren in Abhängigkeit u.a. von Bestandsstruktur, -historie und -stabilität, bediente Produktfelder, Regionalität, Rechtsform sowie Entscheidungshorizont und persönliche Präferenzen des Bestandsinhabers.

Warum Makler das Thema Hinterbliebenenschutz (für sich selbst) nicht außer Acht lassen sollten

von RA Dr. Robert Boels,
Fachanwalt für Bank- und Kapitalmarktrecht, Kanzlei Michaelis Rechtsanwälte

Wie haben Sie für Ihre Hinterbliebenen vorgesorgt?

Das könnte eine Ihrer Fragen sein, die Sie einem Ihrer Kunden im Beratungsgespräch stellen.

Wie würden Sie Ihren Maklerkollegen beraten, wenn dieser Ihre Dienste in Anspruch nimmt? Und nun stellen Sie sich einmal vor, wie Ihr Maklerkollege Sie als Kunde beraten würde! Haben Sie Familie, die finanziell auf Sie angewiesen ist oder künftig sein könnte? Bestehen eventuell laufende Verpflichtungen, die Ihre Hinterbliebenen nicht aus eigener Kraft stemmen könnten? Wenn dem so ist, sollten Sie Ihre Hinterbliebenen für den Fall Ihres Todes schnellstmöglich hinreichend absichern, wenn Sie dies nicht schon getan haben.

Keine Vererbung des Wertes eines Einzelunternehmens

Einzelmakler unterliegen oft der Fehlvorstellung, ihre Hinterbliebenen könnten das gutgehende Maklerunternehmen verkaufen und seien dadurch hinreichend versorgt. Doch was ist das Maklerunternehmen ohne den verstorbenen Einzelmakler wert? Der Wert des Unternehmens richtet sich im Wesentlichen nach dem courtagepflichtigen Vertragsbestand, den der Einzelmakler auf Grundlage seiner Maklerverträge mit dem Kunden betreut. Die Maklerverträge sind entgeltliche Geschäftsbesorgungsverträge nach § 675 BGB, auf die das Auf-

tragsrecht der §§ 663, 665 bis 670 und 672 bis 674 BGB Anwendung findet. Alle Auftragsverhältnisse und die in diesem Rahmen erteilten Vollmachten erlöschen nach § 673 Satz 1 BGB grundsätzlich mit dem Tod des Beauftragten. Deshalb hinterlässt der Einzelmakler den Hinterbliebenen zwar ein Gewerbe, aber ohne werthaltigem Kundenbestand. Hat der Einzelmakler in seinen



Quelle: © pressmaster - AdobeStock.com

Maklerverträgen eine Rechtsnachfolgeklausel aufgenommen, könnten die Vertragsbeziehungen mit (sachkundigen) Hinterbliebenen fortgesetzt werden oder bei Vereinbarung einer erweiterten Nachfolgeklausel an einen dem Kunden konkret zu benennenden Nachfolgemakler veräußert werden. Allerdings bleibt dabei rechtlich unsicher, ob die Maklerverträge auf Grundlage der vorweggenommenen Einwilligung des Kunden rechtswirksam übertragen werden können und die jeweilige Courtagevereinbarung mit dem Versicherer ebenfalls fortbesteht. Daher sollte der Einzelmakler zu Lebzeiten vorsorglich die Akzeptanz der Versi-

cherer hinsichtlich der konkreten Übertragbarkeit prüfen. Aber auch wenn eine Übertragung grundsätzlich akzeptiert würde, muten Sie Ihren Hinterbliebenen einiges zu, da die Hinterbliebenen zur Vermeidung einer unbeschränkten persönlichen Haftung nach §§ 25, 27 HGB die Veräußerung des Vertragsbestandes binnen drei Monaten ab Kenntnis des Erbschaftsanfalls organisieren müssen, um das Gewerbe anschließend einstellen. Die trauernden Hinterbliebenen haben regelmäßig anderes zu tun, als sich um die Verwertung des Bestandes zu kümmern.

III. Vererbung von GmbH- oder Kommanditanteilen

Viele Makler haben sich vorsorglich als Kapital- oder Personengesellschaft organisiert. Nach dem Tod des Maklers besteht die juristische Person, also die Gesellschaft, fort. Im Erbfall erhalten die Hinterbliebenen des Maklers dessen Gesellschafts- bzw. Kommanditanteile entsprechend ihres Erbanteils oder seiner testamentarischen Verfügung. Sie können die Gesellschaftsanteile dann verkaufen oder einen sachkundigen Fremdgeschäftsführer einstellen, der die Betreuung der Bestände fortsetzt. Idealerweise überträgt der Makler einem interessierten Nachfolgemakler schon zu Lebzeiten die Geschäftsführung, beteiligt diesen bereits im

geringen Umfang an seinem Unternehmen und berechtigt ihn für den Todesfall zur Übernahme der Gesellschaftsanteile gegen Abfindung der Hinterbliebenen. Der Makler kann die Gesellschaftsanteile jedoch auch bereits zu Lebzeiten in enger Abstimmung mit dem Steuerberater ganz oder teilweise auf die Hinterbleibenden übertragen. Der so organisierte Makler sichert die Werte des seines Unternehmens für sich und seine Familie und schafft zugleich Möglichkeiten für die Planung der Unternehmensnachfolge.

Der Einzelmakler kann sein einzelkaufmännisches Unternehmen nach §§ 152 ff., 123 Absatz 3, 124 Absatz 1 UmwG ebenfalls in eine Kapital- oder Personengesellschaft umwandeln. Eine Umwandlung ist die Veränderung der Rechtsform eines Unternehmens ohne Liquidation unter Herbeiführung einer Gesamtrechtsnachfolge. Die Gesamtrechtsnachfolge bewirkt, dass dabei alle Verträge des Einzelmaklers – insbesondere Maklerverträge, Maklervollmachten

und Courtagevereinbarungen, aber auch Mietverträge, Arbeitsverträge, Leasingverträge, etc. – bestehen bleiben. Der Einzelmakler braucht also weder seine Kunden noch die Versicherer um Zustimmung zur Umwandlung zu bitten. Mit der Umwandlung ändert sich lediglich der Name (Firmierung) des Unternehmens. Aus dem „Max Mustermakler“ wird beispielsweise die „Mustermakler Versicherungsmakler GmbH (& Co. KG)“. Nach der Eintragung der Umwandlung im Handelsregister informiert der Einzelmakler seine Vertragspartner lediglich über die geänderte Firmierung und dass er das Unternehmen nunmehr als Geschäftsführer vertritt. Verstirbt der Makler nach der Beurkundung der Umwandlung, erhalten seine Hinterbliebenen die werthaltigen Gesellschaftsanteile.

Möchte ein Einzelkaufmann diesen Weg gehen, muss er sein einzelkaufmännisches Gewerbe zunächst vom Notar gegen geringes Entgelt mit einem Dreizeiler unter elektronischer Mitteilung in das

Handelsregister eintragen lassen. Bei der anschließenden Umwandlung wird das Maklerunternehmen aus dem Vermögen des Einzelkaufmanns ausgegliedert: Entweder als Sachgründung zur Neugründung einer Kapitalgesellschaft (z.B. GmbH) oder zur Aufnahme durch eine bestehende bzw. zu diesem Zweck gegründete Kapitalgesellschaft (z.B. GmbH), Personengesellschaft (z.B. GmbH & Co. KG) oder Genossenschaft. In eine haftungsbeschränkte Unternehmungsgesellschaft (UG (haftungsbeschränkt)) kann der Einzelkaufmann sein Unternehmen nicht umwandeln.

Der Einzelmakler sollte sich bei der Umsetzung der Umwandlung von Rechtsanwälten, Steuerberatern und Notaren seines Vertrauens beraten lassen! Die Rechtsanwaltskanzlei Michaelis steht Ihnen gerne für eine Beratung zum Thema des Hinterbliebenenschutzes oder der Begleitung der Umwandlung Ihres einzelkaufmännischen Unternehmens zur Verfügung.

Autor: www.kanzlei-michaelis.de

Haftungsbegrenzung durch die bestehende Versicherungssumme des Versicherungsvertrages oder aus dem Maklervertrag?

Wenn eine Versicherungsmaklerin* (oder Versicherungsmakler, *wegen der Gesellschaftsform sprechen wir im Weiteren aber nur von der weiblichen Form) zu einer Schadenersatzzahlung von über EUR 5.000.000,00 verurteilt wird, erweckt allein schon die besondere

Schadenhöhe große Aufmerksamkeit. Geht diese Schadenhöhe über die vertraglich bestehende Versicherungssumme hinaus und wie kann das sein? Greift nicht eventuell auch eine Haftungsbegrenzungsklausel der Versicherungsmaklerin durch ihren Mak-

lervertrag? Das Besondere an der Entscheidung des Landgerichts Hamburg mit dem Aktenzeichen 413 HKO 27/20 ist aber, dass der Maklerin eine Betreuungspflichtverletzung vorgeworfen wird, für die sie nach § 63 VVG haften soll. Zuletzt war dann noch die Frage

zu klären, ob die zuvor entstandenen vergeblichen Prozesskosten auf Deckungsschutz in Höhe von immerhin € 259.449,69, die die Kundin zur Geltendmachung des Deckungsanspruches gegenüber dem Versicherer aufgewendet hatte, als Schadenersatzposition gegenüber der Versicherungsmaklerin geltend gemacht werden können?

Schauen wir uns einmal die wesentlichen Stationen des Sachverhaltes an, die ich für Sie stark verkürzt wiedergebe:

Sachverhalt

Die Versicherungsnehmerin betreibt seit 1990 ein Bewachungsgewerbe im Rahmen dessen sie unter anderem mobile Kontrolldienste durchführt und Werk- und Objektschutz übernimmt. Seit dem 01.01.2008 war die Versicherungsnehmerin im Rahmen einer allgemeinen Haftpflichtversicherung versichert. Am 16.02.2015 schloss die Versicherungsnehmerin mit der Versicherungsmaklerin einen Maklervertrag.

In dem bestehenden Versicherungsvertrag wurden Haftpflichtansprüche aus Sachschäden, welche entstehen durch [...] Überschwemmungen stehender oder fließender Gewässer [...] ausgeschlossen.

Auch die Beschädigung und Vernichtung bewachter Sachen wurde hinsichtlich der Ersatzleistung auf EUR 1.000.000,00 je Versicherungsfall, EUR 2.000.000,00 für alle Schäden eines Versicherungsjahres begrenzt, mit einer Selbstbeteiligung von 10%.

Die Versicherungsnehmerin schloss dann ab September 2016 drei „Alarmüberwachungsverträge“. In diesen Verträgen verpflichtete sich die Klägerin zum Verschluss der Flutschutztore. Jedenfalls hatte am 20.10.2016 eine Mitarbeiterin der Versiche-

rungsnehmerin die „Hochwasserverträge“ mit den neuen Kunden an die Maklerin weitergeleitet. Hier habe es seitens der Versicherungsmaklerin keine Reaktion gegeben, die „Hochwasserverträge“ mit den neuen Kunden nicht zu unterzeichnen.

Am 27. Dezember 2016 kam es dann zu erheblichen Schäden, da im Rahmen eines Hochwassers

der Objekteigentümer durch das unzureichende Verschließen der Flutschutztore.

Umfang der Betreuungspflicht

Fraglich ist also, ob die Versicherungsmaklerin eine Beratungspflicht verletzt hat und vollumfänglich für diesen Millionen-Schaden selbst entstehen muss?

Der Versicherungsmaklerin wur-



wegen mangelhaften Verschlusses der Flutschutztore Wasser in die zu schützenden Objekte eingedrungen war.

Der Versicherer versagte die Haftpflichtdeckung mit der Argumentation, dass über die Klausel § 4 Abs. 1 Nr. 5 AHB Ansprüche ausgeschlossen sind, da es sich um einen Überschwemmungsschaden handelte, der nicht ausdrücklich mitversichert war.

Zu erwähnen ist wohl auch, dass die Versicherungsmaklerin den Versicherungsvertrag zum 01.01.2017 umdecken wollte und dass das Angebot des künftigen Versicherers auch den Versicherungsschutz für den Verschluss von Flutschutztoren enthielt.

Die Versicherungsnehmerin klagte also nunmehr vor dem Landgericht Hamburg gegen die Versicherungsmaklerin auf Feststellung der Freihaltung dieser über eine Haftpflichtversicherung versicherbaren Schadenersatzansprüche

de eine unzureichende Risikoanalyse schon mit Abschluss des Maklervertrages vorgeworfen. Außerdem habe sie eine Erkundigungs- und Informationspflicht gegenüber der Versicherungsnehmerin. So habe es die Maklerin unterlassen, zu Beginn des Mandates und fortlaufend eine Analyse der aktuellen Situation mit dem Ziel der vollständigen Abdeckung der mit dem Betrieb verbundenen Risiken vorzunehmen. Es komme hinzu, dass jedenfalls die Dokumentation einer solchen Analyse fehle, was dazu führe, dass die Versicherungsmaklerin die Darlegungs- und Beweislast hinsichtlich der angeblichen Maßnahmen treffe.

Das Gericht stellte fest, dass die Versicherungsmaklerin weitgehende Pflichten habe:

Die Versicherungsmaklerin habe für den Kunden einen individuellen und an das Risiko angepassten Versicherungsschutz zu versorgen, von sich aus das

Risiko zu untersuchen und ungefragt über ihre Bemühungen zu unterrichten. Im Rahmen der laufenden Betreuung muss eine Versicherungsmaklerin das versicherte Risiko überwachen und der Versicherungsnehmerin bei Veränderungen darauf hinweisen und auf eine Anpassung hinwirken (vgl. Sachwalterentscheidung BGH, Urteil vom 22.05.1985 – IV a ZR 190/83; BGH, Urteil vom 10.03.2016 – I ZR 147/14; OLG Hamm, Hinweisbeschluss vom 19.05.2017 – 10 U 53/17; OLG Stuttgart, Urteil vom 30.03.2011 – 3 U 192/10). Diese Pflichten hat die Versicherungsmaklerin verletzt, indem sie das Risiko des „Flutschutzes“ nicht versichert hat (LG Hamburg, Urteil vom 09.09.2021 – AZ: 413 HKO 27/20).

Denn jedenfalls bei Abschluss der „Flutschutzverträge“ in 2016 hätte sie die mangelnde Deckung des Versicherungsschutzes erkennen und auf dieses hinweisen müssen. Grundsätzlich hat die Versicherungsmaklerin das versicherte Risiko selbstständig zu überwachen. Allerdings muss sie nur

hat durch die Übersendung des Vertragsentwurfes der „Flutschutzverträge“ mit der Email am 20.10.2016 stattgefunden.

Gleichwohl hat das Gericht eine Beweisaufnahme über eine strittige Aufklärungen durchgeführt, die ein Mitarbeiter der Versicherungsmaklerin geleistet haben will. Das Gericht ist nach einer Beweiswürdigung der Aussagen jedoch zu dem Ergebnis gekommen, dass die beklagte Versicherungsmaklerin nicht die verbleibenden Unklarheiten im Rahmen der persönlichen Anhörung bei Gericht aufklären konnte. Unverständlich ist aus meiner persönlichen Sicht aber, warum das Gericht davon ausgegangen ist, dass die Versicherungsmaklerin für etwaige Unklarheiten einer Beratung beweispflichtig sei. Vermutlich erwartete das Gericht eine sekundäre Darlegungslast seitens der Versicherungsmaklerin. Wer hier aber wie im Rahmen einer Beweisaufnahme darlegungs- und beweispflichtig ist, würde ich persönlich anders als das Landgericht Hamburg beurteilen.

103 VVG oder nach § 4 Abs. 2 Nr. 3 AHB) eingreifen würden und die Haftung für Sachschäden bewachter Sachen auf eine Ersatzleistung von € 1 Mio. begrenzt sei (mit 10% Selbstbeteiligung).

Das Landgericht Hamburg begründet die volle Haftungsverantwortlichkeit der Versicherungsmaklerin aber mit einer weitreichenden Quasi-Haftung. Durch die Quasi-Deckung ist die Versicherungsnehmerin so zu stellen, wie sie bei richtiger Beratung und entsprechender richtiger Versicherung gestanden hätte. Es ist also eine hypothetische Deckung anzuschlagen. Daher ist nicht die Höchsthaftungssumme aus der bestehenden Betriebshaftpflichtversicherung maßgeblich, sondern die einer hypothetisch passenden Versicherungssumme. Allerdings sagt das Gericht auch, dass es im vorliegenden Fall die Versicherungsmaklerin versäumt hätte vorzutragen, dass es auch bei einer Versicherung von Flutschäden nicht üblich sei, die Höchsthaftungssumme im Ergebnis auf mehr als € 900.000,00 (€ 1 Mio. minus 10% SB) festzusetzen.



Quelle: © pixfly - AdobeStock.com

dann tätig werden, wenn sie über Veränderungen, die aus der Sphäre der Versicherungsnehmerin herrühren, beispielsweise durch Aufnahme neuer Risiken, in Kenntnis gesetzt wird (OLG Hamburg, Urteil vom 27.09.2018 – 1 U 2/18). Ein solcher Hinweis

Begrenzung auf die versicherungsvertragliche Deckungssumme

Die Versicherungsmaklerin hatte noch weiter vorgetragen, dass kein Versicherungsschutz bestünde, weil diverse Haftungsausschlüsse (gem. § 23, 26, 81, §

Haftungsbegrenzungsklausel

Die Versicherungsmaklerin wurde auch nicht damit gehört, dass sie eine Haftungsbegrenzungsklausel im Maklervertrag vereinbart hatte. Diese lautet:

Der Makler haftet für Vermögensschäden nach den gesetzlichen Bestimmungen, die Gesamtleistung für Vermögensschäden ist begrenzt auf einen Betrag von € 2,5 Mio. Die Haftung der Maklerin auf Schadenersatz für die Verletzung von Betreuungspflichten ist auf den vertragstypischen, vorhersehbaren Schaden begrenzt. Die vorstehenden Haftungsbegrenzungen gelten nicht für die Haftung wegen vorsätzlichen Verhaltens, für garantierte Beschaffungsmerkmale, wegen Ver-

letzung des Lebens, des Körpers oder Gesundheit oder nach dem Produkthaftungsgesetz.

Diese Haftungsbeschränkungsklausel hat das Landgericht Hamburg ebenfalls für unwirksam erklärt. Die AGB sehen eine Haftungsbeschränkung der Versicherungsmaklerin auch bei grober Fahrlässigkeit vor. Eine solche Klausel verstößt gegen §§ 309 Nr. 7 lit. b), 310 BGB.

Demzufolge wurde die Versicherungsmaklerin verurteilt, der Kundin sämtliche Schäden und Kosten aus dem Schadenereignis vom 27.12.2016 zu ersetzen, insbesondere sie von der Inanspruchnahme der Geschädigten freizuhalten.



Quelle: © Sergey Nivens - AdobeStock.com

Kosten des Vorprozesses auf Deckungsklage

Die erfolglose Deckungsklage der Kundin über alle Instanzen gegenüber dem Versicherer, die Prozesskosten in Höhe von € 259.449,69 ausgelöst hatte, musste die Versicherungsmaklerin nicht noch zusätzlich übernehmen. Denn das Gericht war der Auffassung, dass diese Kosten keinen ersatzfähigen Schaden darstellen. Schäden nur unfreiwillige Einbußen am Vermögen. Freiwillige Vermögensopfer, die im Eigeninteresse des Gläubigers erfolgen, sind Aufwendungen. Der Deckungsprozess wurde im eigenen Interesse und aus freier Entscheidung geführt, so dass diese erheblichen Verfahrenskosten

nicht vom Versicherungsmakler zu befriedigen sind. (a.A. war wohl OLG Dresden Urteil vom 19.5.2020

Aktenzeichen: 4 U 2660/19)

FAZIT:

Besonders bemerkenswert ist, dass das Gericht im Wesentlichen auf eine Betreuungshaftung ab Kenntnis der Versicherungsmaklerin abstellt und diesen Anspruch mit § 63 VVG begründet. Ich persönlich meine, dass hier die Anspruchsgrundlage des § 280 BGB richtiger wäre, dies ändert aber am Ergebnis nichts. Gleichzeitig verlangt das LG Hamburg im Einklang mit der ursprünglichen Sachwalterentscheidung eine aktive Betreuungstätigkeit des Versicherungsmaklers, wenn er Kenntnis von risikorelevanten Umständen erhält.

Überlässt ein Bewachungsunternehmen zu schließende Kundenverträge, dann scheint der Versicherungsmakler verpflichtet zu sein, die Inhalte der Verträge (z. B. Flutschutz) mit den Inhalten der bestehenden Versicherungsverträge abzugleichen und auf Deckungslücken hinzuweisen. Geht also der bestehende Maklerkunde mit neuen Vertragsabschlüssen Risiken ein, die grundsätzlich versicherbar wären, aber über den bestehenden Versicherungsvertrag nicht gedeckt sind, so stellt diese fehlende Analyse und Beratung auch im Rahmen der Betreuung eine haftungsbegründende Beratungspflichtverletzung eines Versicherungsmaklers dar.

Im konkreten Fall hätte die Versicherungsmaklerin also den Hinweis mitteilen müssen, dass diese neuen „Flutschutzverträge“ so nicht von der Versicherungsnehmerin abgeschlossen werden dürfen, bis nicht der Versicherungsschutz auch auf diese einzugehenden Risiken – Flutschutz –

angepasst worden sei. Allerdings war das Gericht (nach der Beweisaufnahme) der Auffassung, dass in dem Streitgegenständlichen Telefonat der Mitarbeiter der Versicherungsmaklerin nicht darauf hingewiesen habe, dass die überlassenen „Flutschutzverträge“ wegen der Deckungslücke nicht umgesetzt werden dürfen.

Bemerkenswert ist des Weiteren, dass nach Auffassung des Landgerichts Hamburg die Quasi-Haftung nicht auf den bestehenden Versicherungsvertrag begrenzt ist, sondern auf eine hypothetisch richtige Haftpflichtversicherungssumme. Auch hierüber lässt sich möglicherweise streiten, denn die Versicherungsnehmerin hat sich ja bewusst und bestimmt nach ausreichender Aufklärung für die vertraglich vereinbarten Versicherungssummen entschieden? Aber passt nach Kenntnis dieses „Quasi-Haftung-Urteils“ auch Ihre Versicherungssumme der Berufshaftpflichtversicherung noch? Welche hypothetischen Schadenrisiken haben Sie im Bestand?

Insofern musste auch über die Wirksamkeit der Haftungsbeschränkungsklausel entschieden werden. Bitte schauen Sie auch nochmal in Ihre eigenen Maklerverträge. Eine Haftungsbeschränkung darf nicht für grobe Fahrlässigkeit vereinbart sein. Deshalb darf ein Ausschluss der Haftungsbeschränkung nicht nur den Vorsatz ausschließen, sondern muss auch für den Fall der groben Fahrlässigkeit ausgeschlossen sein. In den regelmäßig verwendeten Maklerverträgen können Sie Ihre Haftungsbeschränkung für Betreuungspflichtverletzungen nur bei leicht fahrlässigen Pflichtverletzungen vereinbaren. Eine Haftungsbeschränkung darf nicht für eine Haftung wegen grob fahrlässigen Verhaltens gelten. Folglich war die o.g. Haftungsbeschränkungsklausel unwirksam.

Autor: www.kanzlei-michaelis.de

MiFID II und FinVermV konforme Aufzeichnung von Microsoft Teams mit dem MiFID-Recorder

Aufzeichnungspflicht gilt auch bei Videoberatung

Die MiFID-Recorder GmbH bietet mit dem MiFID-Recorder eine einfache, sichere und kostengünstige Lösung für die rechtskonforme Aufzeichnung von Telefon- und Videoberatung gemäß den geltenden Vorschriften im Finanzdienstleistungsumfeld. Während man bei der Aufzeichnung von Telefonberatung bereits einen relevanten Teil des Marktes bedient, gewinnt nun auch die revisionssichere Archivierung von Videoberatung immer mehr an Bedeutung.

Gerade in der jüngeren Vergangenheit haben sich virtuelle Beratungen flächendeckend etabliert und werden künftig eine immer wichtigere Rolle bei der Abwicklung von Geschäftsprozessen bei Banken, Haftungsdächern, Maklerpools, Vermögensverwaltungen, Finanzvertrieben und Einzelvermittlern (34f/34h) spielen.

Dabei gilt für virtuelle Beratungen bei KWG Instituten und Beratern, die der FinVermV unterliegen, die strenge Aufzeichnungspflicht gleichermaßen und auch hier gilt es die vom Gesetzgeber festgeschriebenen Kriterien für die Speicherung wie Revisionssicherheit, Unveränderbarkeit, Speicherdauer oder DSGVO-Konformität strikt einzuhalten.

Microsoft Teams hat sich als eine der führenden Lösungen auch für Videotelefonie, Videoberatung und die Virtualisierung von Kommunikation, Geschäftsprozessen

und Zusammenarbeit etabliert. Auch im Finanzdienstleistungsumfeld ist die Akzeptanz der Lösung beeindruckend und virtuelle Beratungen mit Hilfe von Teams sind inzwischen ein unverzichtbarer Bestandteil im Arbeitsalltag vieler Organisationen und Einzelvermittler.

Da es mit Microsoft Teams nicht möglich ist, Beratungen gemäß den in der EU geltenden Vorschriften zu speichern, bietet die auf die rechtssichere Archivierung von Beratungsgesprächen spezialisierte MiFID-Recorder GmbH hier nun eine entsprechende Erweiterung. Mit dem MiFID-Recorder ist es möglich, sehr einfach eine Verknüpfung zwischen MS Teams und der Archivierungslösung herzustellen und Beratungsgespräche bei Bedarf MiFID II und FinVermV konform aufzuzeichnen. Die Aufzeichnungen können dann jederzeit, wie auch die aufgezeichneten Telefonberatungen, über die Admin-Oberfläche des MiFID-Recorders abgerufen werden. Hierzu steht eine Suchmaske zur Verfügung, mit der nach Gesprächstyp, Berater, Kunde, Datum und Uhrzeit oder einer Vorgangsnummer, sofern hinterlegt, gesucht werden kann. Die gesetzlich geforderte Wiederfindbarkeit von Aufzeichnungen und die unmittelbare Bereitstellung im Bedarfsfall sind damit sichergestellt.

Dabei spielt es keine Rolle, ob der Nutzer mit einer Einzel- oder einer Unternehmenslizenz arbeitet.

Wurde die Verknüpfung einmal hergestellt, so funktioniert die Archivierung künftig automatisch. Die Speicherung erfolgt auf einer dedizierten, von KPMG zertifizierten und von der MiFID-Recorder GmbH in einem hoch sicheren Rechenzentrum in Deutschland betriebenen Speicherinfrastruktur. Auf Wunsch haben Kunden die Möglichkeit, zusätzlich eine georedundante Speicherung zu beauftragen.

Als offizieller Microsoft Partner bietet die MiFID-Recorder GmbH eine akkreditierte Aufzeichnungslösung, der vom Wirtschaftsprüfer durch eine Zertifizierung gemäß IDW PS 880 für Softwareprodukte, uneingeschränkte MiFID II und FinVermV Konformität attestiert wird. Damit ist auch die Voraussetzung für eine rechtssichere Auslagerung von Aufzeichnung und Archivierung geschaffen.

Thomas Jasper, Geschäftsführer der MiFID-Recorder GmbH, sagt dazu: Um unserem Anspruch als der Standard für die MiFID II und FinVermV konforme Aufzeichnung von Telefon- und Videoberatung wahrgenommen zu werden, ist es wichtig, dass der MiFID-Recorder Anbindungen zu etablierten Drittsystemen anbietet. Die Verknüpfung mit Microsoft Teams ist hier aufgrund der Verbreitung der Lösung und weil Teams alleine die gesetzlichen Vorgaben für Finanzdienstleister nicht erfüllen kann ein Meilenstein.

Autor: www.mifid-recorder.com

FPSB:

Spuren im Netz – so lässt sich der digitale Nachlass regeln

Im Testament ist in der Regel bzw. sollte klar bestimmt sein, wer Haus und Grund, das Vermögen und wertvolle Gegenstände nach dem Tode bekommen soll. Doch was mit den persönlichen digitalen Daten nach dem Ableben passiert, ist in den seltensten Fällen geklärt. Ein Fehler, denn eine solche „digitale Erbmasse“ häufen mittlerweile nahezu alle Menschen in ihrem Leben an. „Ob Daten aus sozialen Netzwerken, E-Mails oder Benutzerkonten für Online-Banking oder andere Plattformen im Web – durch die Digitalisierung umfassen Nachlässe und Erbschaften immer häufiger auch digitale Bestandteile“, erläutert Maximilian Kleyboldt, CFP®, Vorstandsmitglied des Financial Planning Standards Board Deutschland e.V. (FPSB Deutschland).

Und das dürften inzwischen bei den meisten sehr viele Daten sein. Denn immer mehr digitale Spuren werden bewusst oder auch unbewusst hinterlassen. Diese elektronischen Daten, die nach dem Tod des Benutzers weiter existieren, werden als „digitales Erbe“ oder „digitaler Nachlass“ bezeichnet. Die Rechte gehen an die Erben über. Für den Erblasser ist es somit sehr bedeutsam, wer nach seinem Ableben welche Daten erhält, in denen eventuell wertvolle Informationen über Vermögenswerte bis hin zu privatesten Geheimnissen gespeichert sind. Wichtig ist vor allem, dass auch die Erben Zugang im Todesfall erhalten und die Kenntnis über den Zugang



Quelle: © TimeStopper - AdobeStock.com

haben. Der „Facebook-Fall“ löste einen rechtswissenschaftlichen Diskurs hinsichtlich des digitalen Nachlasses aus, nachdem Facebook den Eltern den Zugang zum Account der verstorbenen Tochter verweigert hatte.

Unwissenheit über digitale Spuren

Einer aktuellen Umfrage des Meinungsforschungsinstituts YouGov zufolge, haben sich dennoch nur acht Prozent der volljährigen Deutschen bisher intensiv mit der Regelung des digitalen Nachlasses beschäftigt. Ein Hindernisgrund ist dabei Unwissenheit: Viele Menschen wissen gar nicht, dass auch E-Mail-Accounts oder Konten in sozialen Netzwerken wie Facebook oder Instagram zum „Digitalen Erbe“ gehören.

„Der digitale Nachlass findet derzeit im Rahmen der Nachfolgeberatung wenig bis keine Berücksichtigung. Wer sein digitales Erbe schon zu Lebzeiten ordentlich

regelt, macht seinen Hinterbliebenen vieles leichter“, rät Nachfolgeplaner Kleyboldt, der neben seiner Vorstandstätigkeit auch Stellvertretender Direktor im Wealth Planning bei der Bethmann Bank AG in Frankfurt am Main, ist. Diese müssen sonst etwa Daten und bestehende Accounts löschen sowie vereinbarte Abos und Kaufverträge kündigen, schließlich enden diese Verträge nicht automatisch.

„Je sensibler und sorgfältiger bereits zu Lebzeiten mit den Spuren im Netz umgegangen wird, desto einfacher ist es für die Erben, den digitalen Nachlass zu verwalten“, sagt Maximilian Kleyboldt. Sinnvoll ist beispielsweise, zunächst eine Übersicht aller Accounts mit Benutzernamen und Kennwörtern zu erstellen. In einer Vollmacht kann der Erblasser zudem frühzeitig festlegen, was nach dem Tod mit seinen Accounts, Passwörtern und anderen digitalen Spuren, wie Daten in Cloud-Diensten, passieren soll und wer die Zugriffsrechte erhält.

Erben erhalten Daten-Zugriff

Und noch etwas sollten Erblasser beachten: Nach einem Urteil des Bundesgerichtshofs geht das digitale Erbe komplett auf die erbberechtigten Hinterbliebenen über, so dass sie auf die Daten zugreifen dürfen – selbst wenn es sich um private Chats handelt. Laut BGH steht in diesem Fall das Erbrecht über dem postmortalen Persönlichkeitsrecht, dem Fernmeldegeheimnis sowie dem Datenschutz. Wer jedoch verhindern will, dass einer der Erben auf ein Nutzerkonto zugreifen kann, sollte einen Testamentsvollstrecker einsetzen, der den Zugriff der Erben verhindert und die Datenbestände löscht beziehungsweise Nutzerkonten kündigt.

„Jeder Erblasser sollte sich frühzeitig um die Regelung des eigenen Nachlasses kümmern, egal, ob dieser aus klassischen Sachwerten wie einer Immobilie oder Aktien oder digitalen Werten besteht“, fasst FPSB-Vorstand Kleyboldt zusammen. Ohne Hinweise auf Benutzernamen, Passwörter oder PINs können im schlimmsten Fall sogar Vermögenswerte unerkannt bleiben. Das gilt insbesondere für Konten bei reinen Online-Banken, restlichem

PayPal-Guthaben oder auch Vermögenswerten in Kryptowährungen. Die Herausforderung für die Nachfolgeberatung bezüglich des digitalen Nachlasses ist das Spannungsfeld zwischen Dokumentation und Diskretion.

Welche Schritte sollte man in Bezug auf den digitalen Nachlass somit einleiten?

Die wichtigste Maßnahme:

- Kümmern Sie sich um das Thema „digitaler Nachlass“.
- Anfertigung einer dokumentierten Übersicht der Aktivitäten im Internet
- Zugangssicherung für bestimmte bzw. definierte Personen gewährleisten

Benutzerkennung und Passwort sowie entsprechende Aktualisierungen sollten der vorgesehenen Person in geeigneter Weise bekannt sein, um sie in die Lage zu versetzen, im entscheidenden Zeitpunkt auf den jeweiligen Account zugreifen zu können. Integrieren Sie Ihre Vorstellungen und Wünsche bezüglich Ihres digitalen Vermögens in Ihren Vollmachten.

Machen Sie sich auch vertraut mit den Nutzungsbedingungen der von Ihnen in Anspruch genom-

menen digitalen Dienstleistungen und den jeweiligen anbieterspezifischen Regelungen, insbesondere für die Stellvertretung und die Fälle des Versterbens.

Suchen Sie das Gespräch mit der von Ihnen ausgewählten Person und unterrichten Sie diese in geeigneter Form über Ihre Wünsche für den Fall der Fälle.

Dem Erblasser ist zu raten, bei Online-Aktivitäten und bei der Speicherung von Daten grundsätzlich zwischen geschäftlichen und privaten Daten sowie ggf. Vermögenswerten und Nicht-Vermögenswerten zu trennen.

Anlage einer digitalen Vorsorge-mappe: Verschlüsselung des Dokuments mit einem sog. Master-Passwort. Dieses braucht nicht regelmäßig geändert werden und kann den Erben bspw. im Rahmen der letztwilligen Verfügung mitgeteilt werden.

Checken Sie aktuelle Vollmachten oder das bestehende Testament in Bezug auf den digitalen Nachlass. Abschließend gilt es natürlich darauf hinzuweisen, dass dies nur einen Ausschnitt der möglichen Aktivitäten umfasst, und insbesondere die rechtlichen Fragestellungen dieser Aspekte zusätzlich mit dem persönlichen Rechtsberater erörtert werden sollten.

Autor: www.fpsb.de



Quelle: © Murrstock - AdobeStock.com

Neuer digitaler Service für Vermittler: SDK bietet Vertriebspartnern kostenlos die juristische Informationsplattform appRIORI

Die Süddeutsche Krankenversicherung a. G. (SDK) stellt unabhängigen Vermittlern einen neuen digitalen Service kostenlos zur Verfügung. Mit der Online-Plattform appRIORI erhalten Makler mehr Rechtssicherheit im beruflichen Alltag und viele weitere nützliche Informationen.

Nach einem Jahr „Pause“ aufgrund der Corona-Pandemie finden sich in diesem Jahr wieder zahlreiche Akteure der Finanz- und Versicherungsbranche auf der DKM in Dortmund ein. Die SDK präsentiert sich dabei mit ihrem umfangreichen Produktportfolio, das erst kürzlich Zuwachs durch attraktive Budgettarife im Bereich der betrieblichen Krankenversicherung (bKV) bekommen hat.

„Dieses Jahr haben wir uns ganz besonders auf die DKM gefreut“, erklärt Eric Sievert, Leiter des Maklervertriebs bei der SDK. Diese Vorfreude war nicht nur darin begründet, dass die Messe im vergangenen Jahr aufgrund der Corona-Pandemie ausgefallen war. „Wir sind sehr stolz auf unsere neuen Budgettarife, die in diesem Jahr unser Produktportfolio im Zusatzbereich ergänzt haben und die wir nun bei der DKM vorstellen werden – natürlich ebenso wie unsere weiteren im wahrsten Sinne des Wortes ausgezeichneten Tarife“, erklärt er. Die SDK hatte 2020 ihre Zusatztarife im Privat- und Firmenkundenbereich kom-

plett erneuert, viele der Tarife wurden noch vor Marktstart u.a. von Stiftung Warentest mit Bestnoten bewertet.

Neben einem attraktiven Produktportfolio stellt die SDK unabhängigen Vermittlern ein breites Spektrum an Unterstützungsleistungen zur Verfügung. Ganz neu hinzugekommen ist nun – pünktlich zur DKM – die juristische Onlineplattform appRIORI. Angeboten wird dieser Service von der Kanzlei Michaelis, mit der die SDK diesbezüglich zusammenarbeitet, um ihren Vertriebspartnern diesen Service kostenfrei zur Verfügung anzubieten.

Die Plattform appRIORI bietet zahlreiche Vorlagen und Services, die Experten auf dem jeweiligen Gebiet erarbeitet haben und die laufend geprüft werden.



Dazu gehören z.B.

- Umfassende Vertragsvorlagen – zu den Themen Maklervollmacht, Beratungsdokumentation und Datenschutz
- Aktualisierungsservice – die rechtliche Aktualität der Dokumente steht regelmäßig auf dem Prüfstand
- Makler-Protekt – kostenloser Abwehrservice von außergerichtlichen Haftungsansprüchen für die appRIORI-Nutzer durch die Kanzlei Michaelis Versicherungsberatung
- Lernvideos und Fachartikel – zur Wissenserweiterung
- Service-Hotline – zu den Funktionen der App

„Die SDK ist Gesundheitsspezialist, der seinen Kunden in allen Gesundheitsfragen verlässlich zur Seite steht. Das gleiche Selbstverständnis haben wir auch, wenn es um die Unterstützung unabhängiger Vermittler geht“, so Sievert. „Gesundheit ist ein Mega-Trend und vor diesem Hintergrund sind wir überzeugt, zukünftig im Krankenversicherungsmarkt mit unseren Vertriebspartnern noch viel erreichen zu können.“

Autor: www.sdk.de

Wie sicher ist meine Maklerrente?

von RA Dr. Robert Boels, Fachanwalt für Bank- und Kapitalmarktrecht,
Kanzlei Michaelis Rechtsanwälte

„Die Rente ist sicher“ – Der Satz des ehemaligen Bundesministers Norbert Blüm am Tag der Verabschiedung der Rentenreform am 10. Oktober 1997 ist legendär. Weniger bekannt sind die Worte des Politikers Rudolf Dreßler, der in der Debatte warnte „Wer sich auf das Wort des Bundesministers verlässt, hat auf Sand gebaut“. Der Generationenvertrag bedeutet wie wir heute wissen: Das Rentenniveau sinkt – bei steigenden Rentenbeiträgen.

Als Versicherungsmakler kümmert Sie diese Thematik nur am Rande. Schließlich sind Sie als selbständiger Unternehmer grundsätzlich von der Versicherungspflicht befreit, solange Sie Ihr Unternehmen als juristische Person betreiben oder Ihre Courtage als Einzelmakler von mehreren Versicherern gezahlt bekommen. Allerdings investieren viele Versicherungsmakler freie Mittel eher in den Aufbau ihres Bestandes – durch Zukauf von Beständen oder durch eigene Akquise. Oder haben Sie kräftig in eine private Rentenversicherung eingezahlt?

Ist nun die Zeit gekommen um in „Rente zu gehen“, soll Ihnen der in Ihrer Schaffensperiode aufgebaute Bestandswert kontinuierlich zur Auszahlung kommen. Auf dem Markt tummeln sich zahlreiche Anbieter von „Rentenmodellen“. Allerdings beinhaltet keines der Modelle eine garantierte, lebenslange Zahlung einer festen Summe, die mit einer echten „Rente“ annähernd vergleichbare wäre. Vielmehr erhalten Sie als Gegenleistung für die endgültige

Übertragung Ihres Bestandes einen Kaufpreis, der weder konkret bestimmt ist und noch angesichts des nicht vorhersehbaren Bestandsabriebs konkret berechnet werden könnte. Dies kann für Sie die unangenehme Folge haben, dass das Finanzamt den ratierlich zu zahlenden Gesamtkaufpreis großzügig schätzt und Sie diesen Betrag in voller Höhe anfänglich zu versteuern haben. Lassen Sie sich von Ihrem Steuerberater schriftlich bestätigen, dass Sie allenfalls mit einer nachgelagerten Besteuerung der eingehenden Zahlungen rechnen müssen und er eine hinreichende Haftpflichtversicherung unterhält, bevor Sie unterzeichnen und Ihre „Rente“ riskieren.

Ferner stellt sich die Frage, inwieweit Sie aufgrund einer bloßen Vereinbarung über eine Mitwirkung an der Betreuung des Ihnen dann fremden Bestandes bezüglich der erlangten Zahlungen umsatzsteuerbefreit sind, wie es die Rentenmodelle vorsehen. Auch für diesen Fall sollten Sie sich von Ihrem Steuerberater eine schriftliche Einschätzung geben lassen, bevor Sie sich auf ein solches Modell einlassen.

Wie hoch wäre Ihre Rente vor und nach dem vorbezeichneten Steuerabzug, wenn Sie sich für eines der Modelle entscheiden? Tatsächlich wird Ihnen als Gegenleistung für die Bestandsübertragung regelmäßig nur eine monatliche Zahlung versprochen, die variabel an die Entwicklung des mehr oder minder gut betreuten

Bestandes gekoppelt ist. Schnell haben Sie auf Sand gebaut, wenn Sie feststellen müssen, dass der Bestand schneller als prognostiziert abschmilzt, weil sich keiner mehr kümmert und die Verwaltungskosten einen konstanten Betrag der geringer werdenden „Rente“ auffressen.

Entscheiden Sie sich vielleicht doch dafür, Ihren Bestand zu behalten, sollten Sie Ihr Einzelunternehmen zur Aufnahme in eine GmbH (Kapitalgesellschaft) oder GmbH & Co. KG (Personengesellschaft) ausgliedern. Dann ist der Bestand zum einen für Ihre Erben gesichert. Zum anderen können Sie bereits zu Lebzeiten oder Ihre Erben nach Ihrem Tode die Gesellschaftsanteile (teilweise) auf einen sachkundigen Maklerkollegen übertragen, der Ihren Bestand dann weiterbetreut.

Eine weitere interessante Möglichkeit der Bestandsverwertung ist vielleicht auch die Bestandspacht. Verpachten Sie Ihren Bestand langfristig. Erzielen und versteuern Sie Ihre regelmäßigen Pachteinnahmen, die Ihnen in Höhe eines Anteils der aus der Pacht-sache gezogenen Erträge gezahlt werden. Dabei behalten Sie die Entwicklung des Bestandes im Auge und erweitern diesen ggf. als Tippgeber. Sie können Ihre Kontakte dadurch weiter nutzbringend einsetzen. Aufgrund Ihres nach Ablauf der Pachtzeit bestehenden Rückgewähranspruchs liegt keine Veräußerung des Bestandes vor. Deshalb besteht auch keine Veranlassung,

die regelmäßigen Pachterträge anfänglich als Gesamtbetrag wie ein Kaufpreis zu versteuern.

Wie sie sich auch entscheiden. Die Kanzlei Michaelis Rechtsanwälte berät Sie gerne bei der Entwicklung und Umsetzung Ihrer persönlichen Pläne zur wohlverdienten Altersruhezeit.

Autor: www.kanzlei-michaelis.de



Bestandsverkauf – wer denkt eigentlich an die Kunden?

Was bedeuten verschiedene Nachfolgemodelle in der Praxis für die Kunden?

In unserer täglichen Praxis bringen wir Kauf- und Verkaufsinteressenten von Versicherungsmaklern in unterschiedlichen Unternehmensformen zusammen und die Übergabe der Kundenverbindungen ist dabei ein zentraler Erfolgsfaktor. Bringen doch die dauerhaften Kundenverbindungen mit ihrem aktiven Versicherungsverträgen die erhofften Erträge durch die laufenden Courtagezahlungen. Courtagen, die das Schicksal der Prämie teilen, sprich, solange die Verträge laufen und Beiträge bezahlt werden, werden auch Courtagen ausbezahlt.

Die Bestandsfestigkeit solcher Verträge hängt unserer Erfahrung nach davon ab, ob sich die übernommenen Kunden weiterhin gut aufgehoben und gut betreut fühlen. Hierzu erwarten viele der Kunden verschiedene Kontaktpunkte und Serviceleistungen,

Beratung zu verschiedenen Versicherungsthemen, aktuelle Informationen über verschiedene Versicherungsbedarfe, Unterstützung im Schadensfall und einiges weitere mehr.

Leistungen, die übernehmende Versicherungsmakler entweder selbst oder durch Mitarbeiter im Vertrieb und im Backoffice leisten. All dies kostet natürlich Geld. Büroflächen, Manpower, IT-Ausstattung und anderes mehr. Die Courtagezahlungen helfen dabei, diesen Service zu finanzieren und zu gewährleisten.

Was passiert aber, wenn ein Versicherungsmakler seinen Bestand oder sein Unternehmen im Zuge der Ruhestandsplanung nicht an einen Nachfolger verkauft, sondern den Bestand „auslaufen“ lässt? Er bietet keinen Service mehr, ist vielleicht nur noch sel-

ten oder gar nicht mehr erreichbar und nimmt billigend in Kauf, dass sich die Kunden mangels Ansprechpartner früher oder später an einen anderen Makler wenden und sein Bestand und damit die Courtageansprüche zusammenschrumpfen. Man darf sich hier schon die Frage stellen, wie lange es noch dauert, bis die ersten Versicherer die Courtagezahlungen bei nicht angebotenen Service- und Betreuungsleistungen nicht mehr leisten wollen. Wenn man nicht nur an Makler, Nachfolger und Versicherer, sondern auch mal an den Kunden denkt, bezahlt dieser strenggenommen im SHU-Bereich in dieser Situation bis zu 25% zu viel Prämie!

Ein Alternativmodell zum „auslaufen lassen“ bieten manche Anbieter, die dem Makler bis zu 100% der laufenden Courtagen als „Rente“ bezahlen wollen. Ob

das funktionieren kann, hängt entscheidend davon ab, ob entsprechende Personalressourcen zur Verfügung stehen, die den übernommenen Kunden, den Service bieten können, den die Kunden gewohnt sind und mit welchen Deckungsbeiträgen diese Anbieter kalkulieren.

Im für den Kunden schlechtesten Fall, kassiert der Modellanbieter 100% der Courtagen, leitet sie zu 90% oder 100% an den ehemaligen Betreuer als „Rente“ weiter. Mit einem Deckungsbeitrag von 0 bzw. 10% kann der Modellanbieter den Service nicht darstellen, der Altmakler tut sowieso nichts mehr, er ist ja in Rente, und der Kunde schaut in die Röhre und hat trotz dieser „Nachfolgeregelung“ faktisch keinen Ansprechpartner mehr.

Pools, die solche Modelle anbieten, haben in der Regel gar keine Personalressourcen, um den Service für den Altmakler darzustellen, sprich

diese Marktteilnehmer haben meistens ja gerade keinen Vertrieb bzw. keine Endkundenbetreuung, um eben gerade keine Konkurrenz zum dort einreichenden Makler darzustellen. Wie das in der Praxis für die Kunden langfristig funktionieren soll, bleibt zumindest fraglich.



Bei Nachfolgern, die eine funktionierende Kundenbetreuung haben, ist hingegen eine Eingliederung der Bestände in das Serviceangebot meistens ohne große Reibungsverluste möglich. Sie können eine „Rentenzahlung“ die in der Praxis meist eher einer Zahlung des Kaufpreises auf mehrere Jahre ähnelt, darstellen und trotz-

dem für den Kunden den erwartbaren Service leisten. Sollte die Personaldecke nicht ausreichen, ist diese oft durch nur geringe zusätzliche Personalkosten ausgleichbar.

Trotz der teilweise offensiven Werbung von Rentenmodell anbietern sind diese im Einzelfall auf die vorgenannten Faktoren zu überprüfen. Ob schlussendlich das „Rentenmodell“, eine Zahlung des Kaufpreises in mehreren Jahresraten oder die Zahlung in einem Betrag am sinnvollsten ist, hängt vom Einzelfall ab und ist idealerweise mit einem externen Berater zu erörtern und dann auszuwählen.

Für Mitglieder des Makler Nachfolger Club e.V., die ihren Bestand oder ihre Firma an einen passenden Nachfolger übergeben wollen, ist die Beratungsleistung, welches Nachfolgemodell in der individuellen Situation das Beste ist, bereits im einmaligen Mitgliedsbeitrag enthalten.

Autor: www.makler-nachfolge-club.de

Verpflichtender Arbeitgeberzuschuss: Strafrechtliche und finanzielle Konsequenzen bei Pflichtverletzung

Ab dem 1. Januar 2022 besteht für Arbeitgeber mit versicherungsförmiger bAV eine Zuschusspflicht für Entgeltumwandlungen von 15 Prozent, soweit sie dadurch Sozialversicherungsbeiträge einsparen. Diese Verpflichtung gilt für alle vor 2019 eingerichteten Versorgungsanlagen. Doch welche Folgen treten auf, wenn diese Verpflichtung ignoriert wird? Was passieren kann, wenn

Arbeitgeber dieser Verpflichtung nicht nachkommen, zeigt Michael Hoppstädter, Geschäftsführer der Longial GmbH.

Hintergrund der Verpflichtung

Das Betriebsrentengesetz (§ 1a Abs. 1a BetrAVG) schreibt vor, dass Arbeitgeber Zusagen für die Entgeltumwandlung, die in den Durchführungswegen Direktver-



Quelle: © Pixabay.com

sicherung, Pensionskasse oder Pensionsfonds realisiert werden, bezuschussen müssen. „Diese Regelung gilt nach § 26a BetrAVG ab dem 1. Januar 2022 für alle

Entgeltumwandlungsvereinbarungen, soweit der Arbeitgeber dadurch Sozialversicherungsbeiträge einspart“, so Michael Hoppstädter.

Folgen bei Missachtung

Arbeitgeber, die dieser gesetzlichen Verpflichtung nicht nachkommen, müssen mit ernsthaften Folgen rechnen:

Schadenersatz: Da der Arbeitgeber bei Missachtung gegen eine gesetzliche Verpflichtung verstößt, ist er zum Schadenersatz verpflichtet. „Das heißt, er muss den Versorgungsberechtigten wirtschaftlich so stellen, dass dieser die vereinbarten Leistungen wie bei korrekter Umsetzung erhält“, erläutert der Longial Geschäftsführer.

Strafrechtlicher Tatbestand:

Betragen Entgeltumwandlung und Zuschuss zusammen mehr als vier Prozent der Beitragsbemessungsgrenze, ist der Arbeitgeberzuschuss ganz oder teilweise sozialversicherungspflichtig.

Bei Missachtung greift § 266a Abs. 1 Strafgesetzbuch:

„Vorenthalten und Veruntreuen von Arbeitsentgelt“.

Wichtig: Für diesen Tatbestand ist es nicht relevant, dass Sozialversicherungsbeiträge auf die tatsächlich gezahlten Bezüge entrichtet werden, tatsächlich richten sich die Beitragsansprüche nach dem geschuldeten Entgelt.

Auswirkungen in der Handelsbilanz

Außerdem müssen Unternehmen mit handelsbilanziellen Effekten rechnen: Fehlt dem Versorgungsträger der verpflichtende Zuschuss des Arbeitgebers für die bestehenden Entgeltumwandlungen, erhalten die Begünstigten im Versorgungsfall eine geringere Leistung und der Arbeitgeber ge-

rät für die Leistungslücke in eine Subsidiärhaftung (§ 1 Abs. 1 Satz 3 BetrAVG). Hoppstädter ergänzt: „Für diese mittelbare Verpflichtung muss das Unternehmen für Versorgungsanwärter, also insbesondere noch aktive Arbeitnehmer, die betreffende Verpflichtung mindestens im Anhang zur Handelsbilanz ausweisen.“ Für Betriebsrentner, die durch die Nichtzahlung eine zu geringe Rentenleistung beispielsweise aus der Direktversicherung ausgezahlt bekommen, stellt diese Minderleistung eine unmittelbare Verpflichtung dar und muss als Pensionsrückstellung in der Handelsbilanz ausgewiesen werden (§ 249 Handelsgesetzbuch (HGB) mit § 253 Abs. 2 HGB).



Folgekosten durch handelsbilanzielle Auswirkungen

Mit den Effekten in der Handelsbilanz sind auch zusätzliche Kosten verbunden: Betroffene

Unternehmen müsse die Höhe der Verpflichtungen für den Bilanzanhang und die Pensionsrückstellung durch ein kostenpflichtiges versicherungsmathematisches Gutachten ermitteln. Zusätzlich können für die zu bilanzierenden Verpflichtungen gegenüber den Betriebsrentnern Zahlungen an den Pensions-Sicherungs-Verein VVaG (PSVaG) anfallen.

Umgehend aktiv werden!

Den Arbeitgebern empfiehlt die Longial dringend, der gesetzlichen Verpflichtung ab dem 1. Januar 2022 nachzukommen und dafür zu sorgen, dass der verpflichtende Arbeitgeberzuschuss in die entsprechenden Verträge der Arbeitnehmer eingezahlt wird. Ist dies nicht möglich, weil die Verträge von Versicherern oder Pensionskassen zu alt sind, sollten Arbeitgeber frühzeitig Ausweidlösungen in Angriff nehmen. Entweder wird die Entgeltumwandlung der Arbeitnehmer um exakt den Zuschuss reduziert, womit die Einzahlung zum Beispiel in die Direktversicherung gleichbleibt, oder man richtet einen neuen, zusätzlichen Vertrag ein, in den nur dieser Zuschuss und gegebenenfalls zusätzliche Entgeltumwandlungsbeiträge eingezahlt werden.

Autor: www.longial.de



Für Ihre NOTIZEN





»Verifort Capital HC1«
in der Kategorie
»TOP nachhaltiges
Investmentvermögen«
ausgezeichnet.

»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



Verifort Capital