

+ Kapitalanlage + Versicherung + Investment + Finanzierung + Betrieb +

VERTRIEBSERFOLG 2024



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

FinanzBusinessMagazin.de

Für Entscheider der Finanzbranche

Ausgabe eMagazin Februar 2024

Erstklassige Fondsmanager
für die wichtigsten
Aktienmärkte der Welt



Langfristig gute Investmentfonds bieten noch immer die Lösung für die private Altersvorsorge.

Die Fondsmanager der NORAMCO Quality Funds können auf eine lange und erfolgreiche Vergangenheit zurückblicken - sowohl in renditestarken als auch in schwierigen Börsenzeiten.

Wertentwicklung auf Euro-Basis:

	YTD*	3 Jahre jährlich*	5 Jahre jährlich*	10 Jahre jährlich*	10 Jahre kumuliert*
NORAMCO Quality Funds USA	+23,4 %	+4,1 %	+11,2 %	+8,2 %	+120,5 %
NORAMCO Quality Funds Europe	+6,1 %	+5,5 %	+13,4 %	+7,8 %	+111,5 %

*Stichtag 31.12.2023

Quelle: NORAMCO Asset Management S.A.

EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser,

das neue Jahr hat mit neuen Herausforderungen und guten Chancen für BeraterInnen, VermittlerInnen und MaklerInnen begonnen. Das zeigen die Erkenntnisse der ersten Wochen mit diversen Veranstaltungen und das Fazit des Vertriebsgipfel am Tegernsee Anfang Januar. Was tut sich am Markt aktuell aus Vermittlersicht? Was sind die Trends in diesem Jahr? Welche neuen Dienstleistungen und Produkte kann der Vertrieb erwarten? Wie geht es mit dem Thema Provisionsverbot aus Brüssel weiter? Wer sind Maklers Lieblinge? Weitere Themen u.a.:

Fast drei Viertel der Versicherungsmakler sind aktuell zwischen 55 und 70 Jahre alt. Bis 2030 wird es daher einen starken Eintritt der geburtenstarken Jahrgänge in das Rentenalter geben. Dazu kommt das große Recruiting- und Imageproblem der gesamten Branche, junge Menschen für diesen Beruf zu gewinnen. Was der Branche bevorsteht, womit zu rechnen ist und wie darauf reagiert werden könnte, zeigt die neue BearingPoint-Studie "Maklermarkt 2030".

Bewertungsportale mit ihren Sternebewertungen und Kundenrezensionen spielen mittlerweile eine wichtige Rolle bei Kaufentscheidungen. „Bewertungsportale haben in der Verbraucherdemokratie enorm an Einfluss gewonnen“, sagt Axel Stempel, Geschäftsführer bei HEUTE UND MORGEN. „Für Finanzdienstleister gilt es, die Nutzung und Wirkung von Bewertungsportalen bei Finanzdienstleistungen besser zu verstehen und überzeugende Strategien im Umgang mit Kundenbewertungen zu entwickeln. Bislang herrscht hier nicht selten noch große Unsicherheit.“

Produktzentriertes Denken ist eine der Hauptursachen für fehlerhafte oder zumindest nicht optimale Finanzberatung. „Es ist deshalb an der Zeit, hier die Denkrichtung umzukehren“, sagt Horst Schneider, CEO der AIR GmbH. „Die Herausforderung besteht darin, eine Methodik in der Beratung zu schaffen, die nur auf objektiven Kriterien aufbaut und damit psychologische Barrieren überwindet – sowohl bei Kunden wie bei Beratern.“ Die Digitalisierung eröffnet hierbei neue Möglichkeiten.

Begrüßen Vermittlerinnen und Vermittler die neuen technischen Möglichkeiten oder befürchten sie eher durch die KI überflüssig zu werden? Der AfW hat hierzu ein Stimmungsbild der Branche erhoben. Das Ergebnis fällt differenziert aus. Der größte Teil der Vermittelnden hat noch keine klare Meinung, inwieweit die Künstliche Intelligenz in ihr Berufsbild eingreifen und es verändern wird.

Mehr zu diesen und weiteren spannenden Themen finden Sie in dieser Ausgabe von „Vertriebserfolg 2024“.

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

Viel Erfolg in 2024!

Ihr Team vom FinanzBusinessMagazin.de

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

INTERVIEW

- 6 Solvium Capital: Langjährig zuverlässiger Partner mit 100%-Erfüllungsquote
Interview mit **André Wreth und Jürgen Kestler**, *Geschäftsführer der Solvium Capital Vertriebs GmbH*
- 8 20 Jahre „Trüffelsuche“ in Sachen Finanzlösungen für freie Vermittler – Patriarch feiert Geburtstag
Pünktlich zum Jubiläum finden sich viele neue Ideen im Portfolio
Interview mit **Dirk Fischer**, *Geschäftsführer, Patriarch Multi-Manager GmbH*
- 12 NORAMCO: Die Fondsboutique für jeden Vertriebspartner und seine Anleger
Beitrag von **Cornelius Theiss und Edgar Bauschert**, *Managing Director NORAMCO Asset Management S.A.*
- 16 Elementum Deutschland: Erfolgsstrategien für Kunden und Vermittler
Interview mit **Mario Störig**, *Vertriebsmanager, Elementum Deutschland GmbH*
- 18 PKV: Hallesche erzielte 2023 das erfolgreichste Neugeschäft in ihrer Geschichte
Interview mit **Matthias Gaißer**, *Trainer BDVT und Key-Accountmanager der Hallesche Krankenversicherung*
- 20 Lawtech Group punktet mit hochwertigsten Dienstleistungen bei Maklern
Beitrag von **Daniel Kappes**, *CEO Lawtechgroup GmbH*
- 22 Strategien für Erfolg in der Nachfolgeplanung von Versicherungsmaklerbetrieben: Einblicke und Best Practises
Beitrag von **Andreas W. Grimm**, *Geschäftsführer, Resultate Institut für Unternehmensanalysen und Bewertungsverfahren GmbH*

VERTRIEB

- 24 Maklermarkt: Radikaler Wandel in der Versicherungswirtschaft bereits im vollen Gange
- 26 BDVM-Makler sind guten Mutes – Investitionsbedarf beim Thema Digitalisierung
- 28 Bewertungsportale: Warum auch Finanzdienstleister an Kundenbewertungen nicht vorbeikommen
- 30 Honorar- oder Provisionsberatung? Es braucht eine Alternative
- 31 So investieren die Deutschen in ihre Altersvorsorge
- 32 Digitale Beratungswege gewinnen deutlich an Akzeptanz
- 33 Generation Z finanzaffiner als Vorgängergeneration
- 35 Spannende Tage beim Vertriebsgipfel am Tegernsee!
- 36 Psychologische Barrieren in der Finanzberatung überwinden
- 37 Ganzheitliche Beratung für Frauen statt rosa Finanzen
- 38 AfW begrüßt BaFin-Kritik an EU-Taxonomie
- 39 Europäischer Versicherungsmarkt wandelt sich mit unglaublicher Geschwindigkeit
- 40 k-mi: EU-Kleinanlegerstrategie hat wenig Fans in Europa
- 41 BVK-Gutachten: Kein Provisionsverbot für Versicherungsmakler
- 42 AfW Hauptstadtgipfel der Entscheider 2023: „Wir machen ein Provisionsverbot nicht mit“
- 44 FAQ und KI-Chatbot vom AfW zur Registrierungspflicht nach dem Geldwäschegesetz
- 45 Effektive Hilfe bei der goAMLRegistrierung: Going Public! Veröffentlicht Video mit Praxistipps
- 46 Europäischer CEN-Ausschuß für Finanznormen gegründet
- 47 Analysenorm DIN 77230 künftig auch in Einzelmodulen anwendbar
- 48 Normenausschuß „Finanzen“ gegründet: „Eine große Chance für die Finanzwelt“
- 49 So stehen Berater zur Zukunft der künstlichen Intelligenz
- 50 Die Spitzenreiter im Wettbewerb um herausragenden Maklerservice

VERSICHERUNG

- 51 Trendstudie: Online-Vergleichsportale auch in der Assekuranz auf dem Vormarsch
- 53 Fast zwei Drittel der Befragten wünschen neutrale Bewertung von Versicherungsverträgen – Umsetzung in der Realität sieht anders aus
- 54 Zukunftspotenziale für die Versicherungsbranche
- 56 Neugeschäft und Vertriebswege in der Lebensversicherung 2022
- 57 Rein arbeitgeberfinanzierte bAVModelle auf dem Vormarsch
- 58 Funk bAV-Atlas zeigt auf was in der heutigen bAV Standard ist
- 59 Durchwachsene Ergebnisse: Fünfter „Fondspolice report“ zeigt die besten Fondspolice aus Investmentsicht
- 60 Das Optimum für jede Lebenszeit: Lebenslang flexibel abgesichert
- 64 Erstmals hat Metzler Ratings für deutsche Lebensversicherer ein „Rating der Ratings“ durchgeführt
- 66 Umfrage: Risiken von Vorsorgelücken und Berufsunfähigkeit werden unterschätzt
- 68 BU-Leistungspraxisstudie: So gut regulieren BU-Versicherer
- 70 Wettbewerbsvorteil: Mit der betrieblichen Krankenversicherung Mitarbeitende gewinnen und binden
- 71 Gewerbeversicherungsreport: Angst vor Inflation dominiert aber Optimismus bleibt
- 73 Maklerfavoriten in der Privaten Altersvorsorge
- 74 VEMA: Wen bevorzugen Makler in den verschiedenen Sparten?

INVESTMENT

- 76 BVI: Deutschland ist Europas größter Fondsmarkt für Privatanleger
- 77 Elite Report 2024: Vermögende vermissen zunehmend Wertschätzung von Person wie Mandat
- 78 Umfrage zu finanziellen Neujahrsvorsätzen der Deutschen: Ein Drittel möchte auch am Kapitalmarkt investieren
- 80 Unruhige Märkte: Wie Finanzplaner ihren Kunden gerade jetzt Mehrwert bieten
- 81 Finomet aus Berlin gewinnt den Cash Financial Advisors Award im Bereich Digitale Produkte
- 82 Wann und weshalb ein Depotcheck sinnvoll ist
- 84 Steuerlich geförderte Fondsanlage – Mit dem Basisrentenberater des IVFP den Vorteil berechnen
- 85 ELTIF-Gipfel 2023: Viele Informationen, gutes Networking
- 86 Einpreisung von bis zu sechs Zinssenkungen für 2024 ist übertrieben
- 88 SachwerteGipfel: Positive Impulse und echter Mehrwert für Top-Entscheider

RECHT

- 90 Falschberatung durch Versicherungsmakler
- 91 BGH-Urteil deckt auf: Nachlässige Aufklärung im Datenraum kann Berater teuer zu stehen kommen!
- 92 BGH: Unwirksamkeit einer Klausel zu Abschluss- und Vermittlungskosten in einem Riester-Altersvorsorgevertrag
- 93 Erstes Urteil zur Cyberversicherung
- 94 Vzbv verklagt Vermittler, die sich als „unabhängig“ bezeichnen

IMPRESSUM

- 34 Impressum

Solvium Capital: Langjährig zuverlässiger Partner mit 100%-Erfüllungsquote



Quelle: © Hendrik Lüders



Quelle: © Hendrik Lüders

André Wreth und Jürgen Kestler Geschäftsführer der Solvium Capital Vertriebs GmbH

FBM: Was bietet die Solvium-Gruppe Investoren?

Jürgen Kestler: Die Solvium-Gruppe ist ein international tätiger Asset-Manager für Transportlogistik und zugleich Anbieter und Manager von Investments in Logistik-equipment. Die Solvium-Gruppe investiert in ertragsstarke Ausrüstungsobjekte, darunter Standardcontainer, Wechselkoffer und Güterwagen. Diese werden weltweit im Warentransport auf Schienen, Straßen und Seewegen genutzt.

Seit ihrer Gründung im Jahr 2011 weist Solvium eine einwandfreie Leistungsbilanz auf. Mit rund 20.000 abgeschlossenen Verträgen mit Investoren und über 500 Millionen Euro investiertem Anlagekapital hat die Unternehmensgruppe stets ihre Zuverlässigkeit unter Beweis gestellt.

Die Solvium-Gruppe umfasst einige renommierte Unternehmen, darunter die Noble Container Leasing Ltd., einer der führenden Containermanager im asiatischen Markt mit Standorten in Singapur, China und Südkorea, sowie die Axis Intermodal Deutschland GmbH aus Köln, das größte Vermietunternehmen für Wechselkoffer in Europa. Zudem ist die Solvium-Gruppe seit 2023 an dem europäischen Vermietspezialisten für Güterwagen und Lokomotiven European Wagon Lease Asset GmbH & Co. KGaA aus Hamburg signifikant beteiligt.

FBM: Was erwartet Vertriebspartner und Anleger im Jahr 2024 bei Solvium?

André Wreth: Auch in diesem Jahr unterstützt Solvium als zuverlässiger Partner mit 100%-Erfüllungsquote seine Vertriebspartner mit innovativen Investmentlösungen, Transparenz und leistungsfähigem Service. Schwerpunkt wird ein neuer risikogemischter Publikums-AIF nach Artikel 8 der EU-Offenlegungsverordnung sein – also ein Fonds, der ökologische oder soziale Merkmale fördert. Anlegern wird es hierbei ermöglicht, in ein breit diversifiziertes Portfolio aus Logistik-Ausrüstungsgegenständen mit dem Fokus auf europäische Normalspur-Güterwagen zu investieren. Dieser Fonds plant voraussichtlich mit einer mittleren Laufzeit und einer Rendite von etwa 5 Prozent jährlich. Weiterhin partizipieren Anleger zu 80 Prozent an den Mehrerträgen. Je höher die Inflation, desto höher die Überertragswahrscheinlichkeit.

FBM: Mit welchen Angeboten möchte Solvium im Jahr 2024 bei institutionellen Investoren punkten?

André Wreth: Für institutionelle Investoren ist ein neuer Fonds im Mantel einer SICAV-RAIF-Lösung geplant, der nahezu vollständig in Lokomotiven und europäische Normalspur-Güterwagen investieren soll. Dieser Art.8-Fonds wird insbesondere Pensionskassen, Versicherungen und

Versorgungswerken erstmals in Europa in dieser Form Zugang in diesen Bereich der Verkehrsinfrastruktur bieten.

FBM: Steigende Zinsen, andauernde Inflation: Welche Erwartung hat Solvium für das Sachwertjahr 2024?

André Wreth: Wie bei anderen Sachwerten auch, bieten Solvium-Angebote einen bewährten Inflationsschutz, was die Vergangenheit mehrfach gezeigt hat. Für 2024 geht Solvium von leicht fallenden Zinsen aus sowie einer Inflation, die sich bei 3 Prozent einpendeln wird. Insgesamt sehen wir sehr gute Voraussetzungen und Möglichkeiten für private wie institutionelle Anleger bei den Investitionen in Kapitalanlagen von Solvium.

FBM: Wie zufrieden sind Vermittler mit Solvium als Produktpartner?

Jürgen Kestler: Wir verfügen über einen großen Vermittlerstamm, mit dem wir bereits viele Jahre zusammenarbeiten und der uns regelmäßig seine Zufriedenheit und Lob zum Ausdruck bringt. Der Solvium-Leitspruch lautet „Versprochen ist versprochen und wird nicht gebrochen“.

Seit Unternehmensgründung 2011 hat Solvium alle Zinszahlungen, Mietzahlungen und Rückzahlungen an die Anleger pünktlich und in voller Höhe geleistet. Für Geschäftspartner und Kunden steht der Name Solvium für Zuverlässigkeit, Transparenz und eine 100%-Erfüllungsquote. Auch bestätigen Vertriebspartner, dass der gebotene und gelebte Solvium-Service im Markt seinesgleichen sucht. So werden etwa Kundenanliegen oder Wünsche von Geschäftspartnern grundsätzlich innerhalb von 24 Stunden professionell beantwortet.

Mit vielen Geschäftspartnern pflegt Solvium eine partnerschaftliche Beziehung auf Augenhöhe. Wir glauben, dass das der entscheidende Punkt im Geschäftsleben ist, offen, wertschätzend und auf Augenhöhe gemeinsam zu arbeiten und gemeinsam für alle Beteiligten, ob Anleger oder Geschäftspartner, gute Geschäfte zu machen.

Die mehr als 230 Kunden- und Vermittlerbewertungen auf dem Bewertungsportal „Ausgezeichnet.org“ mit einem Score von 4,96 von 5 Sternen unterstreichen zusätzlich die Zufriedenheit unserer Anleger und Vermittler. Ebenso die annähernd hohe 5-Sterne-Bewertung bei den Google-Rezensionen über Solvium.

FBM: Wie unterstützt Solvium Vertriebspartner für mehr „Vertriebserfolg“?

Jürgen Kestler: Der Vertriebserfolg mit den angebotenen Partnern fußt zum Großteil neben der Produktqualität und Leistungsbilanz auf der verlässlichen persönlichen Betreuung durch feste Ansprechpartner. Darüber hinaus unterstützen wir Vertriebe mit hilfreichen Analysen und Ratings unabhängiger Analysehäuser sowie Presseberichten zu Märkten und Solvium. Gezielte Marketingaktionen für und mit Vertriebspartnern, wie z.B. Kundenveranstaltungen vor Ort, Webinare, Mailingaktionen oder Werbeflyer sind ebenso effektive Methoden zur Kundenansprache und -bindung für unsere Makler. Für häufig wiederkehrende Fragen zu Solvium und unserem Risikomanagement bietet unser FAQ-Bereich auf der Solvium-Homepage einen zentralen Anlaufpunkt, um Antworten in Videoform auf häufig gestellte Fragen gebündelt zu erhalten. Online-affinen Vermittlern ermöglichen wir, sich an die digitale Abwicklungsplattform Portagon oder Walnut anzubinden, um den bequemen und rechtssicheren Weg der digitalen Zeichnung von Solvium-Produkten zu ermöglichen.

FBM: Wie wichtig ist ein positiver Track-Record für Sachwertanlagen?

André Wreth: Vertrauen ist die stärkste Währung in einer Kundenbeziehung – dafür ist eine hervorragende Reputation entscheidend. Diese fußt wiederum bei Solvium zu einem Großteil auf dem makellosen Track-Record und der 100%-Erfüllungsquote, die 2024 bereits zum 10. Mal in Folge von einem namhaften Wirtschaftsprüfungsunternehmen geprüft und bescheinigt werden wird. ■



20 Jahre „Trüffelsuche“

in Sachen Finanzlösungen für freie Vermittler – Patriarch feiert Geburtstag
Pünktlich zum Jubiläum finden sich viele neue Ideen im Portfolio



Dirk Fischer
Geschäftsführer,
Patriarch Multi-Manager GmbH

FBM: Herr Fischer, die Firma Patriarch feiert gerade Ihr 20jähriges Bestehen. Glückwunsch zu dieser Leistung. Sie und Ihr Team standen immer auf der Seite der Produktkreation und des B2B-Vertriebes. Wie ist Ihre Wahrnehmung zu den Veränderungen der Fondsbranche in den letzten zwei Jahrzehnten?

Dirk Fischer: Der Retailvertrieb hat über diese zwei Jahrzehnte eine Metamorphose vom reinen Produktverkauf und Storytelling hin zu einem viel strategischeren und analytischen Ansatz vollzogen. Nicht ein Einzelproduktmehrwert, sondern eine robuste Asset Allocation steht heute im Vordergrund. Auch wenn diese Entwicklung die Branche stark professionalisiert hat, hat der Vertrieb darüber ein wenig an Emotion und Kreativität verloren. Auch die Schwerpunkte haben sich verschoben. Themen, wie Kostensensitivität, Transparenz oder Nachhaltigkeit eines Produktes waren lange Zeit keine Prioritäten. Heute sind das, neben der Performanceerwartung und Risikoneigung einer Finanzlösung die wichtigsten Eigenschaften überhaupt geworden. Über die Regulatorik, sowie Dokumentations- und Haftungsanforderungen, wurde aus einem relativen „Wild-West-Markt“ ohne hohe Ausbildungsanforderungen damals, heute ein absolutes Spezialistensegment. Und abschließend sollte man unbedingt noch ergänzen, dass sich mit dem Selbstentscheiderkunden (execution-only-Investor) ein völlig neuer, stark digitaler, Vertriebsweg etabliert hat, den man als Vertriebsgesellschaft als neuen Absatzkanal natürlich ebenso im Blick behalten muss.

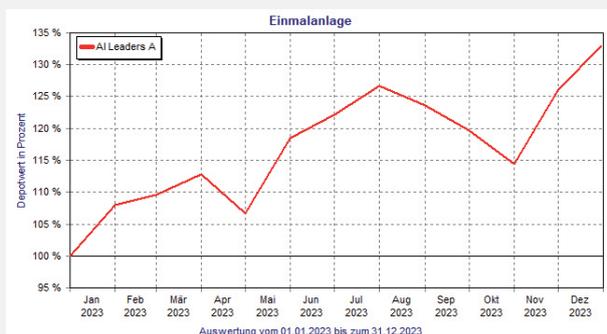
FBM: Das letzte große Thema am Markt war wohl das Thema ESG bzw. Nachhaltigkeit. Gefühlt sind wir hier von völliger Euphorie nun bei ziemlichem Desinteresse gelandet. Täuscht dieser Eindruck? Oder wie schätzen Sie die Situation ein, Herr Fischer?

Dirk Fischer: Ich denke man muss hier unterscheiden. Die Notwendigkeit des Themas steht ja außer Frage. Und, dass auch wir von Seiten der Finanzbranche hier unseren Beitrag leisten wollen, ist ebenfalls sehr lobenswert. Die Umsetzung auf der EU-Ebene an sich, mit zwei regulativen Anforderungen (Taxonomie und Transparenzverordnung), die absolut nicht miteinander harmonieren, ist aber leider ein absoluter „Spaß-Killer“ und ein wahres Bürokratiemonster. Das hat vielen Marktteilnehmern leider komplett die Freude am Thema genommen. Wir Fondsgesellschaften müssen uns aber selbstkritisch auch an die eigene Nase fassen und haben das Thema marketingtechnisch auch einfach überreizt, sodass es irgendwann keiner mehr hören konnte. Und last but not least ist auf der Anlegerseite auch noch viel Aufklärungsarbeit zu leisten. Während das Thema Nachhaltigkeit einigen Investoren elementar wichtig ist, wusste der Großteil der privaten Kapitalanleger bisher gar nicht, dass es den Einsatz des eigenen Kapitals in eine solche Richtung aktiv steuern kann. Das ist seit der vorgeschriebenen Nachhaltigkeitsabfrage nun aber vorbei. Also keine Sorge – der gesetzliche Druck auf dem Sachverhalt ist aus bekannten Gründen so enorm,

das Thema ESG-Investment geht nicht mehr weg. Sondern erlebt aktuell lediglich eine kurze Atempause.

FBM: Ein weiteres Thema, welches zuletzt die Märkte beschäftigt hat, ist eindeutig der Sachbereich der „Künstlichen Intelligenz“. Sie sind hier sogar mit einem Fondsmandat vertreten, Herr Fischer. Ist das viel Rauch um Nichts, oder gibt es tatsächlich kein Entkommen für uns alle zu dieser Materie?

Dirk Fischer: Um in ihrem Wortlaut zu bleiben – wir sind ja bereits vereinnahmt. Denn in so vielen Bereichen, wo es um Mustererkennung geht, nutzen wir alle ja KI bereits täglich. Sei es Spracherkennung, Gesichtserkennung, Übersetzungsprogramme, Verkehrszeichenerkennung beim autonomen Fahren, Tumorerkennung in der Medizin und vieles mehr. Daher wundert mich der aktuelle Hype um das Thema offen gesagt ein wenig, denn dafür brauchte es nicht erst Chat GPT. Die ständige Weiterentwicklung und die daraus entstehenden Zukunftsinnovationen, ist ja auch lediglich noch eine Frage von höheren Speicherkapazitäten. Aufgrund seiner breiten Streuung an Ideen ist der von Ihnen angesprochene **AI Leaders Fund (WKN: A2P37J)** sicherlich eine gute Investitionsidee. Denn es geht längst nicht mehr um die Frage, OB man in KI investiert, sondern lediglich noch darum WIE man in KI investiert. Und über 30% Performance alleine nur im letzten Jahr sprechen auch eine klare Sprache.



FBM: Als „Finanzproduktkreator“ erstellen Sie mit Patriarch schon seit 20 Jahren Finanzprodukte für den B2B-Markt, überwiegend im Retail-Segment, Herr Fischer. Wie haben sich die Herausforderungen an die Produktkriterien dabei verändert?

Dirk Fischer: Wie zu Beginn des Interviews bereits erwähnt haben sich die Anforderungs-

kriterien an Finanzkonzepte verschoben. Über den großen Siegeszug der ETFs hat das Thema Kosten weiter absolute Priorität. Ob sinnvoll oder nicht, mal dahingestellt. Ein Fonds ohne institutionelle Shareclass oder Clean Share Class wird Probleme kriegen. Auch ein Konzept ohne Nachhaltigkeitskriterien (Artikel 6 TVO) wird es zukünftig schwer haben, da der Standard höher liegen wird. Für einen Produktbauer, wie uns, bedeutet das deutlich höhere Produkthanforderungen bei sinkenden Margen in einem Verdrängungswettbewerb. Wer hier als Anbieter nicht kreativ, flexibel und innovativ aufgestellt ist und schnell auf Veränderungen reagieren kann, wird am Ende nicht zu den Gewinnern gehören. Die Patriarch gleicht von ihrer Aufstellung her ja eher einem kleinen Schnellboot, sodass wir uns gut gerüstet fühlen.

FBM: Zwanzig Jahre sind eine lange Zeit, Herr Fischer. Was waren die größten Meilensteine bzw. Produktinnovationen ihres Hauses auf diesem Weg, an die Sie sich erinnern?

Dirk Fischer: Da muss man sicher einige Punkte herauspicken. Chronologisch begonnen 2010 mit der Auflage unserer eigenen Labelpolice, der **A&A Superfonds-Police**. Bis heute das erfolgreichste Drittpoliceprodukt im Hause AXA. So z.B. auch die Einführung unserer innovativen **Trend 200-Produktfamilie** Mitte 2011 mit ihrem einzigartigen Absicherungskonzept. Damals zunächst einmal eine neue Idee, heute vermutlich unser Markenzeichen mit einem Löwenanteil der aktuell verwalteten Assets. Oder 2014 die Auflage des **Patriarch Classic TSI Fonds (WKN: HAFX6Q)**. Nach heute 10 Jahren wohl der beliebteste Aktienfonds aus dem Hause Patriarch. Oder 2015 die Strategieanpassung zur zukünftigen Vermarktung ausgewählter Drittkonzepte. Begonnen mit lediglich zwei einzelnen Fonds aus dem Hause **Mediolanum**, heute nach 9 Jahren das größte Firmensegment der Patriarch. Und last but not least vielleicht 2017 die Markteinführung von „**truevest**“, einem der ersten Robo-Advisor in Deutschland, um nur einige markante Themen von vielen zu nennen.

FBM: Genug nun von der Vergangenheit, Herr Fischer. Wie sieht die Gegenwart aus? Was sind aktuell die favorisierten Themen für ihre Partner?

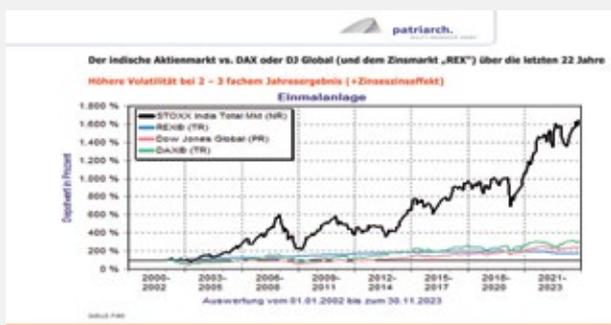
Dirk Fischer: Auch hier setzen wir nicht nur auf eine Lösung, sondern haben für jedes Geschäftsmodell attraktive Themen im Köcher. So freuen

sich unsere versicherungslastigen Kunden über unser neues exklusives Policenangebot, den **Mediolanum Life Plan**, mit seinem konkurrenzlosen integrierten Cost-Average-Optimierungsansatz für Einmalbeitragspolizen (Intelligent Investment Strategy, kurz IIS). Im Fondsbereich verfügen wir laut Cash Financial Advisor Award 2023 mit dem **Mediolanum Best Brands Circular Economy Funds (WKN: A3C9ZT)** über den „Investmentfonds des Jahres“. Diese ganz besondere Artikel 9 Nachhaltigkeitsstrategie, die auf den Ansatz der Kreislaufwirtschaft setzt, brachte in 2023 für ESG-afine Kunden knapp 10% Performance ins Ziel. Profit und gutes Gewissen lassen sich also für den Kapitalanleger endlich vereinbaren.



Auch Platz 2 in dieser Kategorie beim Cash Award ging an ein Mandat unseres Hauses. Der offensive Mischfonds **RLC Global Dynamic B (WKN: A1XBKZ)** konnte die Anleger und Vermittler sogar mit 17% Plus in 2023 erfreuen.

Und wem das noch nicht reicht, der sollte sich unbedingt unseren neuen Indien-Fonds ansehen. Der **Mediolanum BB India Opportunities (WKN: A3D8BC)** schloss die ersten 7 Monate nach Auflage mit +19% ab und sammelte knapp 150 Millionen Assets ein! Keine Überraschung, denn was nur die wenigsten wissen, der indische Aktienmarkt hat in den letzten 20 Jahren alle anderen Aktienmärkte outperformed. Eine Entwicklung, die lange noch nicht vorbei sein dürfte. Also einmal mehr reichlich frische Ideen für den Vertrieb, von denen ich hier nur einige wenige genannte habe.



FBM: Abschließend, nach Vergangenheit und Gegenwart, nun ein provokativer Blick 10 Jahre nach vorne in die Zukunft. Einmal gute Gesundheit unterstellt, würde es Sie und Ihr Haus dann noch geben? Und wenn ja, in welcher Funktion würden Sie dies erwarten?

Dirk Fischer: Zehn Jahre sind für eine mittelständische Fondsboutique zunächst mal ein weiter Weg. Die Patriarch als Unternehmen wird sich bis dahin, wie in der Vergangenheit auch, mindestens ein- bis zweimal neu an den kommenden Rahmenbedingungen ausgerichtet haben und weiterhin jederzeit gut aufgestellt sein. Das war immer unsere Stärke und da bin ich mir ganz sicher. Vermutlich viel digitaler, größer und mit dann stärkerer Einbindung des Selbstentscheiderklientenkanals. Persönlich hoffe ich doch sehr, dass in diesen 10 Jahren viele jüngere und kompetente Marketplayer in die Bresche gesprungen sind, die neue Konzepte und ein höheres Verständnis für eine dann noch modernere Welt mitbringen, sodass die Branche nicht mehr auf die Weisheiten eines dann 65jährigen angewiesen ist. Offen gesagt, wäre es ja eine wahre Horrorvorstellung und ein Armutszeugnis für den Finanzsektor, wenn es anders kommen würde. Daher erwarte ich mich persönlich in 10 Jahren nicht mehr im vordersten Driverseat bei der Patriarch, sondern eher in beratender Funktion.

FBM: Das war sehr informativ und unterhaltsam. Vielen Dank für dieses tolle Gespräch. Ich wünsche ihnen persönlich und natürlich für ihre Firma viel Erfolg in der Zukunft! ■



PKV-SCHUTZ NK.SELECT

Der legendäre NK – jetzt als komplette Tariffamilie mit der Wechseloption NK.select FLEX.

Profitieren Sie jetzt von der neuen NK.select-Familie mit Tarifen für unterschiedliche Bedürfnisse und einer neuen Flexibilität: Dank dem Optionsbaustein NK.select FLEX können Ihre Kunden zwischen den Tarifen wechseln.

www.vermittlerportal.de/NKselect

NORAMCO: Die Fondsboutique für jeden Vertriebspartner und seine Anleger



Cornelius Theiss und Edgar Bauschert Managing Director NORAMCO Asset Management S.A.

Seit über 40 Jahren bietet die NORAMCO Aktienfonds an. Dafür wurden stets unabhängige Fondsmanager ausgewählt, die mit bewährten Strategien ihre Leistungsfähigkeit unter Beweis gestellt haben.

Seit einiger Zeit liegt der **Focus des Unternehmens** im Vertrieb der **NORAMCO Quality Funds**, die **bereits seit 20 Jahren im Markt** etabliert sind und hervorragende Ergebnisse für die Vertriebspartner und deren Kunden erzielt haben. Nach Meinung der NORAMCO Geschäftsleitung sollen diese Ergebnisse künftig verstärkt herausgestellt und **Inhalt einer längerfristigen Marketingkampagne** werden, die im Jahr 2023 begonnen wurde und bereits **jetzt mit der Verdopplung des Fondsvolumens erfolgreich** läuft.

Eine Aufteilung von **50/50 der Anlagesumme** oder des Depots auf die beiden Fonds: **NORAMCO Quality Funds USA** und **NORAMCO Quality Funds EUROPE** hat nicht nur erstklassige Ergebnisse gebracht, sondern auch eine entsprechende Risikostreuung erzielt und damit zur Sicherheit der Anlagen für jeden Kunden beigetragen.

Die NORAMCO Fonds im Überblick

NORAMCO Quality Funds USA

Der **NORAMCO Quality Funds USA** bietet eine Mischung US-amerikanischer Aktien. Er investiert sowohl in **Growth-** als auch in **Value-Aktien**. Als **Multi-Manager-Fonds** kommt ihm das Know-how der beiden erfahrenen **Fondsmanager Alger und Davis** zugute. Die Fondsmanager von **Alger** wenden bei diesem Teilfonds ihre bewährte Strategie auf der Suche nach vielversprechenden Wachstumsaktien an, beschränken sich jedoch auf jene 35 Unternehmen mit den besten Aussichten.

Der Teil des Portfolios, welcher sich in den Händen von **Davis** befindet, wird nach dem Vorbild des Davis Value Fund gemanagt. Beide Fondsmanager arbeiten von New York City aus.

Das Portfolio bietet eine optimale Mischung, denn durch die Investition sowohl in Growth- als auch in Value-orientierte Aktien verfolgt es eine Anlagestrategie, die die unterschiedlichen Börsenzyklen vorteilhaft nutzen kann. **Durch ein Investment in den NORAMCO Quality Funds USA**



können Anleger ihr Risiko gegenüber einer Anlage in einen Fonds mit nur einem Fondsmanager und/oder einem Anlagestil minimieren.

NORAMCO Quality Funds EUROPE

Der **NORAMCO Quality Funds EUROPE** ist ein **konzentriertes All-Cap-Portfolio aus sorgfältig recherchierten europäischen Aktien**. Das Portfoliomanagement obliegt dem Europa-Spezialisten SVM Asset Management mit Sitz in Edinburgh. Die Kernkompetenz von SVM liegt auf der Aktienseite. Die Fondsmanager verfolgen bei der Aktienauswahl ihre eigene Strategie und ihren eigenen Analyseansatz und sind stets frei von Benchmarkvorgaben. Das Portfolio ist fokussiert, flexibel und anpassungsfähig. Für alle Beteiligungen werden Kursziele festgelegt, die sicherstellen, dass verkauft wird, wenn der optimale Wert erreicht ist. **Ziel ist es, mittel- bis langfristig eine sehr gute Performance zu erwirtschaften.**

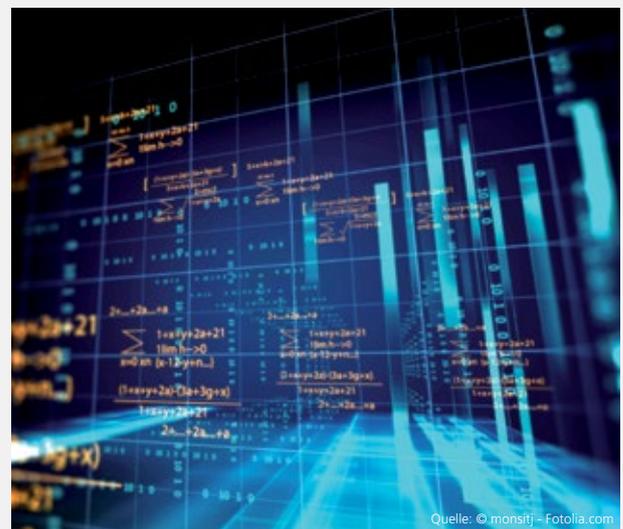
Dabei ist das **Risikomanagement für SVM von höchster Bedeutung**. Die Gesellschaft betreibt verantwortungsvolles Investieren im Hinblick auf Unternehmensführung, Umwelt und soziale Aspekte. Bereits im Jahr 2006 begann SVM mit sozial verantwortungsvollen Produkten (SRI). Seitdem haben sich die Prinzipien der Gesellschaft im Engagement weiterentwickelt, sodass ESG-Aspekte in der gesamten Bandbreite berücksichtigt werden. **Die Umsetzung der Klassifizierung nach Artikel 8 ist für das Jahr 2024 angestrebt.**

Für seine hervorragende Leistung wurde der **NORAMCO Quality Funds EUROPE** bereits mehrfach ausgezeichnet. Im vergangenen Jahr war er beispielsweise der Gewinner der **Refinitiv Lipper Fund Awards Germany 2023 im Bereich Best Equity Europe Fund über 3 und 5 Jahre** und erhielt außerdem aus einer Studie des **Fachmagazins Capital die Auszeichnung als ‚Bestes aktives Fondsmanagement‘** in der Kategorie Aktien Europa.

Die NORAMCO Quality Funds und ihre Ergebnisse

Die in der Vergangenheit erzielten Ergebnisse sind selbstverständlich keine Gewähr für künftige Wertentwicklungen und man sollte die Risikohinweise sorgfältig lesen und berücksichtigen, dass diese Anlage Schwankungen unterliegt. Bei Rückgabe kann der Wert für die Investmentanteile unter dem Wert der ursprünglichen Anlage liegen. **Weitere Risikohinweise findet man auf der Homepage der NORAMCO und in den Fondsprospekten.**

Die in der Vergangenheit erzielten Ergebnisse sind dennoch von großer Bedeutung und versuchen eine Vergleichbarkeit mit den entsprechenden Indizes und den alternativen Investmentfonds und deren Fondsmanagements herzustellen. **Die Auszeichnung eines unabhängigen Analysehauses als Gewinner über unterschiedliche Zeiträume ist natürlich das NON PLUS ULTRA und stellt die kontinuierliche Qualität des Fondsmanagements unter Beweis.**



Wertentwicklung zum 31. Dezember 2023 auf Euro-Basis:

	1 Jahr	5 Jahre jährlich	5 Jahre kumulativ	10 Jahre jährlich	10 Jahre kumulativ	15 Jahre jährlich	15 Jahre kumulativ
NORAMCO Quality Funds USA	+ 23,4 %	+ 11,2 %	+ 70,0 %	+ 8,2%	+ 120,5 %	+ 9,7 %	+ 301,5 %
NORAMCO Quality Funds EUROPE	+ 6,1 %	+ 13,4 %	+ 87,6 %	+ 7,8 %	+ 111,5 %	+ 9,5 %	+ 288,1 %

Anhand der längerfristigen Ergebnisse lässt sich auch erkennen, dass beide Fonds im Durchschnitt nahe beieinander liegen, obwohl sie in unterschiedlichen Märkten oder Regionen investieren. Kurzfristig können die Unterschiede in der Wertentwicklung durchaus größer sein und eignen sich auch dadurch zur Risikostreuung.

Die jährliche Wertentwicklung beider Fonds lag in den letzten 5 Jahren bei über + 11 % jährlich.

Die NORAMCO Quality Funds und der Vertrieb 2024

Vereinbarungen mit Depotbanken

Neben den erstklassigen Fonds und einer bereits Ende 2023 begonnenen Marketingkampagne steht das Serviceangebot für die **Vertriebspartner der NORAMCO im Mittelpunkt der Vertriebsaktivitäten 2024.**

Dabei setzt die **NORAMCO** auf den erfolgreichen Fondsvertrieb über Depotbanken. Hierfür wurden bereits Kooperationsverträge mit der

FIL Fondsbank und der FNZ Bank (früher: AAB, ebase und Fondsdepotbank) vereinbart, die wir unseren Vertriebspartnern ab sofort zur Verfügung stellen können.

Digitalisierung im Fondsvertrieb

Die **NORAMCO** bietet ihren Vertriebspartnern ab sofort auch ein **hochprofessionelles Beratungstool für die Finanzanlageberatung und den Fondsvertrieb.** Über dieses Beratungstool haben die Vermittler dann die Möglichkeit sämtliche Daten und Berichte auf die entsprechenden Depotbanken zu übertragen und zu hinterlegen. **Damit begleitet die NORAMCO ihre Vertriebspartner im Rahmen der Digitalisierung bei allen rechtlichen und regulatorischen Anforderungen.**

„Wir sind überzeugt von der Qualität unserer Produkte und legen besonderen Wert auf einen exzellenten Service für unsere Vertriebspartner. Wir sind bestrebt unseren Service stets zu verbessern und kontinuierlich auszubauen.“
(Edgar Bauschert, NORAMCO) ■



Quelle: © kasto - Fotolia.com

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 149€ 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.

Elementum Deutschland: Erfolgsstrategien für Kunden und Vermittler



Mario Störig

Vertriebsmanager, Elementum Deutschland GmbH

FBM: Der Goldpreis ist aktuell am Höhepunkt. Ist jetzt die richtige Zeit Silber zu kaufen?

Mario Störig: Ja, auf alle Fälle. Erlauben Sie mir zunächst einmal einen kurzen Einwurf bezüglich dem Höhepunkt: Sie haben komplett recht, wenn Sie sagen, dass sich Gold nahe des nominalen Hochpunkts bewegt. Allerdings müssen wir die Inflation beachten, die sich natürlich nicht nur auf Lebensmittel und andere Dinge des täglichen Bedarfs auswirkt, sondern eben auch auf Edelmetalle. Nehmen wir an, dass die Inflation in den letzten 3 Jahren 10 % pro Jahr betrug und rechnen das auf den Höchststand von 2020 drauf, so kommen wir auf einen realen Wert von 2.750 US-Dollar je Feinunze Gold. Sie sehen also, wir sind noch einiges vom damaligen Peak entfernt.

Silber ist sowohl aus fundamentaler als auch relativer Sicht massiv unterbewertet. Was meine ich damit? Der Preis bei Edelmetallen richtet sich nach Angebot und Nachfrage. Übersteigt die Nachfrage das Angebot, müssen die Preise steigen,

damit es für die Produzenten Anreize gibt, mehr zu investieren und somit die Produktion auszuweiten. Das Primärdefizit im Silberbereich liegt bei etwas über 20 % der Gesamtproduktion. Die Lagerbestände an Silber nehmen immer weiter ab, an den größten Börsen der Welt um fast 25 % im Jahresvergleich. Auch wenn wir die relative Bewertung von Gold zu Silber heranziehen: wir bewegen uns derzeit bei einer Gold-Silber Ratio von über 80, was historisch betrachtet eindeutig auf die massive Unterbewertung von Silber hinweist. In Anbetracht dessen, wird klar, was Silber derzeit für einen fantastischen Investment Case darstellt.

FBM: Was hat es mit der 7-Sterne-Strategie von Elementum auf sich?

Mario Störig: Wir als Elementum möchten für unsere Kunden mehr sein als ein Edelmetallhändler. Strategie ist ein wichtiger Baustein, egal ob wir von Sport, Politik oder Wirtschaft sprechen. Wir möchten die Leute unterstützen bei einer si-

chere und strategische Art der Geldanlage. Mithilfe unserer 7-Sterne-Strategie ist es möglich die Rendite bei Gold- und Silberinvestition drastisch zu erhöhen, ohne zusätzliche Kosten für den Kunden.

FBM: Elementum bietet einen neuen Strategierechner auf Ihrer Internetseite an. Welche Vorteile haben hier Kunden und Vermittler?

Mario Störig: Unser einmaliger Strategierechner ermöglicht es unseren geschulten Vermittlern am konkreten Beispiel der Kundenbedürfnisse die optimale Invest-Strategie zu finden.

FBM: Wie ist Elementum derzeit am Markt positioniert und was sind für ihr Unternehmen die wichtigsten Themen für 2024?

Mario Störig: Die Elementum Gruppe ist einer der größten Edelmetallhändler Europas und gerade in der DACH-Region haben wir eine sehr starke Marktposition. Dies liegt einerseits an unserem Fokus auf den Kunden und andererseits an der Integrität unserer Gründerfamilie und Mitarbeiter. Langfristige Geschäftsbeziehungen und damit einhergehend wirtschaftlicher Erfolg, kann nur entstehen, wenn Sie allen Stakeholdern mit Respekt, Fairness und Verbindlichkeit gegenüber treten. Das versuchen wir jeden Tag und der Erfolg gibt uns recht. Nicht umsonst arbeiten viele Finanz-Vertriebe mit unserem Unternehmen erfolgreich zusammen.



Quelle: © xy - Fotolia.com



Quelle: © Maksym Yemelyanov - AdobeStock.com

FBM: Was schätzen AnlegerInnen bei Elementum besonders?

Mario Störig: Bei uns ist es das Gesamtpaket, was wir unseren Kunden offerieren. Das beginnt beim Einkauf, wo unsere Kunden durch die Abwicklung über das Zollfreilager massive Preisvorteile beim Ankauf genießen, geht über den Kundenservice, wo wir bewusst den menschlichen Kontakt hoch hängen, damit Kunden eben nicht in einer Endlosschleife festhängen oder an maschinellen Anrufbeantwortern verzweifeln und endet beim Punkt Sicherheit, denn bei uns sind die Menschen Inhaber von physischen Edelmetallen und nicht von börsengehandelten Kontrakten, die in letzter Instanz nur ein Versprechen darstellen und die Ware gehört wirklich den Kunden, ohne wenn und aber!

FBM: Was sind die besten Vertriebsargumente für ihre VermittlerInnen? + Was sind die wichtigsten Argumente für eine Zusammenarbeit mit Elementum?

Mario Störig: Gute Kundenbetreuung verlangt Menschen dahinter, die sich durch Zuverlässigkeit und Kompetenz auszeichnen. Wir sind stets auf der Suche nach Vermittlern, die unsere Message in die Welt tragen und dafür sorgen, dass sich Menschen mit den gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen auseinandersetzen und entsprechend Vorsorge für Ihr Vermögenssituation treffen. Des Weiteren bieten wir unseren Vermittlern viele Vorteile. Sie haben deutlich weniger bürokratischen Aufwand, unterliegen keiner Stornohaftung, das Geschäft läuft auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten gut und stellt so ein Gegengewicht zu anderen Wirtschaftsbereichen dar. Ihre Kunden werden es Ihnen danken! ■

PKV: Hallesche erzielte 2023 das erfolgreichste Neugeschäft in ihrer Geschichte



Mattias Gaißer

Trainer BDVT und Key-Accountmanager der Hallesche Krankenversicherung

FBM: Was sind die wichtigsten vertrieblichen Themen für die Hallesche im Jahr 2024?

Matthias Gaißer: Die Hallesche darf 2023 auf das erfolgreichste Neugeschäft in ihrer Geschichte blicken. Speziell in der Vollversicherung und einmal mehr in der betrieblichen Krankenversicherung profitieren wir im Maklermarkt von einem starken Wachstum. Diese jüngsten Erfolge sind Ansporn und Herausforderung zugleich und an sie möchten wir 2024 natürlich gemeinsam mit unseren Vertriebspartnern anknüpfen. Nichtsdestotrotz wollen wir andere wichtige Handlungsfelder nicht aus den Augen verlieren, z. B. die Pflegeabsicherung. Auch wenn dieses Thema von den Kunden oft ein wenig zur Seite geschoben wird – es besitzt eine enorme gesellschaftliche Relevanz und Brisanz. Hier appelliere ich gerne an unseren „Beratungsauftrag“.

FBM: Mit welchen neuen Produktangeboten will die Hallesche in 2024 punkten?

In der Vollversicherung ist durch die mehrstufige Weiterentwicklung unseres beliebten NK-Tarifs

mit NK.select ein modernes, hochattraktives Tarifkonzept entstanden. Zunächst mit dem Hochleistungstarif NK.select XL und seit 2023 mit zwei weiteren Tarifstufen und einer flexiblen Wechseloption. Ich denke, damit können wir 2024 noch eine ganze Reihe weiterer Vertriebspartner begeistern. In diesem Kontext wollen wir uns auch verstärkt der Zielgruppe Mediziner widmen. Neuerungen gibt es ebenfalls in der bKV: Seit Januar verfügt unser bKV-Konzept FEELfree, bestehend aus den beiden Budgettarifen FEELfree und FEELfree:up, nun über weitere Tarifstufen, die zusätzlich umfangreiche Vorsorge-Leistungen beinhalten.

FBM: Stichwort „Private Krankenversicherung“: Welche Vorteile für Versicherte bietet Ihr neues Tarifkonzept NK.select?

Matthias Gaißer: Die neue NK.select-Familie bietet für jede Zielgruppe den passenden Tarif bei maximaler Flexibilität. Unser Optionsbaustein NK.select FLEX garantiert dabei ein unkompliziertes Wechseln innerhalb der drei NK.select-Tarife S, L und XL und stellt in dieser flexiblen Ausgestaltung ein echtes Alleinstellungsmerkmal

dar. So lässt sich zu verschiedensten Zeitpunkten und Ereignissen das Absicherungsniveau verändern bzw. ohne erneute Gesundheitsprüfung erhöhen. Zudem zeichnen sich die Tarife durch die gezielte Förderung des Vorsorgegedankens aus. Hervorzuheben ist auch die Familienfreundlichkeit des neuen Tarifwerks: Mit Leistungen, die bisher noch nicht oder nur vereinzelt am Markt angeboten werden, wie die beitragsfreie Mitversicherung eines Kindes im 1. Lebensjahr oder je nach Tarif die Unterstützung durch eine Familien- und Haushaltshilfe sowie die Kinderbetreuungspauschale. Kurzum: NK.select steht für ein ganzheitliches Tarifkonzept der neuesten Generation, das auf der bewährten PKV-Kompetenz der Hallesche und ihrer auf Langfristigkeit ausgerichteten Geschäftspolitik basiert.

FBM: Mitarbeitergesundheit wird immer wichtiger für Arbeitgeber. Wie ist die Hallesche in der bKV aufgestellt? Welchen Stellenwert hat die bKV im Produktangebot der Hallesche?

Matthias Gaißer: Bekanntlich einen sehr hohen. Produktseitig gelten wir als Innovationsführer im bKV-Markt. Nicht zuletzt, weil unser Konzept des Budgettarifs die bKV revolutioniert, die Beratung deutlich vereinfacht und die Attraktivität für Arbeitgeber und Mitarbeiter signifikant erhöht hat. Doch Ideen lassen sich kopieren und inzwischen werden Budgettarife, die heute den Großteil des vermittelten bKV-Geschäfts ausmachen, von fast allen angeboten. Sie unterscheiden sich oft nur in Nuancen und liegen preislich eng beieinander. Wir nutzen daher unseren Erfahrungsvorsprung und investieren zudem stark in Prozesse. Die bKV war eine Zeit lang vor allem ein Thema für kleinere Betriebe, doch das hat sich ein Stück weit verändert. Sie müssen heute als Anbieter in der Lage sein, reibungslos bei einem Großkonzern eine bKV zu implementieren. Wenn sich zum nächsten Monatsersten auf einen Schlag tausende Mitarbeiter für die App registrieren, authentifizieren und beginnen ihre Belege einzureichen, dann muss alles hochautomatisiert ablaufen, ohne dass die Bestandskunden oder andere Neukunden davon in irgendeiner Weise beeinträchtigt werden.

Ebenfalls für Firmenkunden haben wir unser Konzept der Auslandsranken-Gruppenversicherung modernisiert. Die Hallesche verfügt in diesem Bereich über jahrzehntelange Erfahrung und hat vom Mittelstand bis hin zu Dax-Unternehmen einen namhaften Kundenkreis. Neben der Absicherung von Expats und Inpats bieten unsere

Hi.World-Tarife auch eine Antwort auf das Thema „Workation“. Sprich: Immer öfter ermöglichen Arbeitgeber ihren Mitarbeitern, neben dem klassischen Homeoffice ebenfalls aus dem Ausland zu arbeiten. Auch hier greift eine gesetzliche Fürsorgepflicht, die leicht und günstig in einer Kollektivlösung abgesichert werden kann.



FBM: Welche Alleinstellungsmerkmale bietet die Hallesche ihren VertriebspartnerInnen?

Matthias Gaißer: Als ein konsequent auf den Maklermarkt ausgerichteter Versicherer müssen wir seit jeher im Wettbewerb überzeugen. Seien es qualitativ hochwertige oder innovative Produktlösungen, die Beitragsstabilität, ein hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis, ein breites Spektrum an Gesundheitsservices für die Kunden oder eine hohe Service- und Prozessqualität in der Zusammenarbeit mit unseren Vertriebspartnern. Der gemeinsame Erfolg, den ich eingangs bereits beschreiben durfte, ist ein schöner Indikator dafür, dass Vermittler bei der Hallesche ein attraktives Gesamtpaket vorfinden können.

FBM: Wie unterstützt die Hallesche ihre VertriebspartnerInnen in der Beratung?

Matthias Gaißer: Auch hier ist die Bandbreite groß. Digitale Tools, wie Apps, Rechner, Online-Abschlüsse oder digitale Abschlusstrecken gehören genauso dazu wie vielfältige Schulungsformate, entweder online über unseren ALH Campus oder auch in Präsenz in den Regionen. Bei alledem stehen bei der Hallesche nach wie vor die Menschen im Mittelpunkt. Nicht umsonst sind wir bekannt für kompetente Ansprechpartner und unseren umfassenden Support durch die Kolleginnen und Kollegen in unseren Vertriebs- und Serviceeinheiten. Ganz gleich ob es um etablierte Themengebiete oder um neue Geschäftsfelder wie etwa die bKV geht: Das partnerschaftliche Miteinander mit Vermittlern und Kunden genießt bei uns einen hohen Stellenwert. ■

Lawtech Group punktet mit hochwertigsten Dienstleistungen bei Maklern



Daniel Kappes

Geschäftsführer, CEO Lawtechgroup GmbH

FBM: Was kann man 2024 von der Lawtech Group erwarten?

Daniel Kappes: Wir haben außerhalb der klassischen Prozessfinanzierung unser Geschäftsfeld erweitert mit Spezial-Versicherungspolicen, hauptsächlich in der Managerhaftung oder rechtlichen Risiken.

FBM: Mit welchen Dienstleistungen und Produkten punktet die Lawtech Group bei freien Vermittlern?

Daniel Kappes: Wir haben in etwa 340 Vertriebspartner. Das sind Finanzdienstleister, Vermögensverwalter und auch 32 KWG, also Bankinstitute. Mit unseren neuen Spezial-Versicherungsprodukten, Patent-Liquidation-Insurance, ATE After the Event Insurance und anderen SpecialRisk- Produkten, hauptsächlich im Spezial-Rechtsbereich, haben wir ein B-B-B-Geschäftsmodell aufgebaut. Der Makler kann ähnlich einem Tippgeber, uns seine Kunden und deren Risiken einreichen. Wir strukturieren die

Police für ihn und übernehmen die komplette Haftung. Deshalb kann auch der Makler, der nicht auf diese Spezialrisiken sensibilisiert ist, tatsächlich hochwertigste Dienstleistungen seinen Kunden anbieten und existenzielle Risiken absichern.

FBM: Um welche Policen handelt es sich hier? Auf was sollte der Makler besonders achten?

Daniel Kappes: Aktuell gibt es eine Menge Verordnungen, ein Beispiel: Unternehmen müssen ein Risiko-Früherkennungs-Warnsystem implementieren. Da gab es einen Fall vor dem LG Dortmund, dort hat ein Unternehmen später Insolvenz angemeldet ohne Risiko-Früherkennungs-Warnsystem. Dann ist eines passiert, die Haftung des Geschäftsführers ist in das Privatvermögen durchgeschlagen und genau diese Thematiken mit allen neuen Regulatoriken, Lieferketten-Sorgfaltspflichtengesetz beispielsweise, führen oftmals zu einer Privathaftung wenn es zum Insolvenzfall kommt. Das ist existenziell für die

Geschäftsführer und genau dieses Gap muss der Makler abbilden, damit er sich selbst auch nicht haftbar macht, da es tatsächlich um existenzielle Risiken seiner Kunden geht.

FBM: Wie können Vertriebspartner ihre Kunden auf diese Thematik am besten ansprechen?

Daniel Kappes: Man sollte zuerst seine Gewerbekunden aussuchen, direkte Ansprechpartner sind ja meistens die Geschäftsführer. Wir haben spezialisierte Anwälte und ein KI-Tool gebaut, also ein D&O Large-Language-Model, wo wir in relativ kurzer Zeit tatsächlich Risikoanalysen im Unternehmen machen können. Compliance-Risk-Analyses, Compliance-Gap-Analyses, ESG-Risiken und das sollte der Makler einfach dem Kunden transportieren, dass er nur hochwertigste Dienstleistungen, die normalerweise fünfstellige Beträge kostet, kostenlos bekommt.

FBM: Wie stellen sich die Verdienstmöglichkeiten für Vertriebspartner dar?

Daniel Kappes: Die sind sehr speziell. Die Makler waren sehr verwundert bei unserer Testbefragung, die meisten haben ja größere Lebensversicherungsbestände. Um die Provisionen zu erreichen, die wir mit Spezialpolicen und hohen Einmalprämien für die Gewerbekunden generieren, müsste man schon relativ viele Lebensversicherungspolicen a) verkaufen und auch b) im Bestand haben.



Quelle: © Microgen - Fotolia.com



Quelle: © Sergey Nivens - Fotolia.com

Ein Beispiel: Wenn wir eine kleinere Bank oder einen Mittelständler nehmen und die Prämie bei 30.000 - 40.000 Euro ist, dann bekommt der Makler ungefähr 10 Prozent. Also zwischen 10 und 20 Prozent, je nach Aufwand für uns.

FBM: Wie lange dauert es bis zur Provisionsauszahlung?

Daniel Kappes: Wenn es nicht so komplexe Risiken sind, sagen wir beispielsweise eine e-Commerce Company die Backerbsen über eBay verkauft, dann ein bis zwei Tage, wenn wir z.B. eine geschlossene Investment-Fondsgesellschaft mit tatsächlichen Risiken für die Anleger haben, dann brauchen wir schon rund zwei Wochen.

FBM: Wie groß ist die Lawtech Group derzeit?

Daniel Kappes: Wir haben das klassische Prozesskostenfinanzierungs-Geschäft. Im Einmalanlagen und Lebensversicherungsgeschäft betreuen wir aktiv gerade 4.000 Mandate. Also 4.000 Kunden, hauptsächlich CMI und noch zwei, drei andere Versicherer, im Spezialpolicen-Geschäft haben wir aktuell vier, fünf sehr hochvolumige Fälle von Unternehmen, die man auch aus Deutschland kennt.

FBM: Wo steht die Lawtech Group Ende 2024?

Daniel Kappes: Wir möchten der größte Spezialbroker in Deutschland werden. Ob wir das 2024 schaffen? Ich hoffe es, mein Team war da noch nicht ganz so überzeugt, aber wir arbeiten daran.

Strategien für Erfolg in der Nachfolgeplanung von Versicherungsmaklerbetrieben: Einblicke und Best Practises



Andreas W. Grimm
Geschäftsführer,
Resultate Institut für Unternehmensanalysen
und Bewertungsverfahren GmbH

Für Versicherungsmakler ist die Nachfolgeplanung mehr als nur eine administrative Notwendigkeit; sie ist ein entscheidender Faktor dafür, ob ein Makler am Ende seines Berufslebens eine angemessene Entlohnung für sein Lebenswerk erhält. Viel zu viele Beispiele gibt es, bei denen Makler ihr Unternehmen unter Inkaufnahme von erheblichen Risiken und für einen viel zu geringen Kaufpreis an Nachfolger, Kollegen oder Investoren abgegeben haben – oft, ohne es nachträglich zu bemerken.

Dabei befindet sich der Versicherungsmarkt im ständigen Wandel, getrieben von der Baby-Boomer-Generation, dem Gesetzgeber, Innovationen wie künstliche Intelligenz, Produktgebern und gesellschaftlichen Veränderungen auf Kunden-seite. Die Nachfolgeplanung in Versicherungsmaklerbetrieben geht deshalb weit über die bloße Auswahl eines Nachfolgers hinaus. Eine effektive Nachfolgeplanung beginnt nicht erst, wenn sich der Ruhestand des Inhabers nähert, sondern sollte als fortlaufender Prozess betrieben werden, der genügend Zeit für eine sorgfältige

Optimierung des Unternehmens und eine spätere Auswahl und möglicherweise auch die Ausbildung potenzieller Nachfolger lässt. Gerade der dafür erforderliche Zeitaufwand und die Bedeutung der Ausbildung und Einarbeitung des Nachfolgers werden oft unterschätzt – und das Risiko, dass ein Kandidat sich doch gegen das Unternehmertum entscheidet.

Die Festlegung klarer Ziele ist bei diesen Überlegungen entscheidend. Während bei der Nachfolgerauswahl meist auch die Möglichkeit besteht, die zukünftige Ausrichtung des Unternehmens mitzugestalten, ist ein solches Ziel bei größeren Käufern oder Investoren nur in Ausnahmefällen umsetzbar. Dagegen besteht bei eigenen Kandidaten aus der Familie oder der Belegschaft die Gefahr, dass sie sich am Ende doch anders entscheiden oder deutlich weniger bezahlen können. Externe Lösungen wie Maklerkollegen aus der Region oder überregionale Großmakler oder gar Investoren brauchen weniger Zeit. Es besteht allerdings die Gefahr, dass sie den Verkäufer schlichtweg übervorteilen, weil der sich

der Tragweite möglicher Regelungen oder des tatsächlichen Marktwerts seines Unternehmens nicht bewusst ist. Auch ist der Wille zu einer harmonischen Verhandlungsführung oder sein Unternehmen unbedingt in eine „heile große Unternehmensfamilie“ einzubringen ein sehr kostspieliger, verzichtet ein Verkäufer dadurch oft auf leichte Verhandlungserfolge – und sehr viel Geld.

Neben den wirtschaftlichen Aspekten der Nachfolgeplanung spielen auch rechtliche und steuerliche Erwägungen eine Rolle. So sollte die Frage nach der besten Rechtsform mindestens 10 Jahre vor der geplanten Übergabe gestellt werden, um steuerliche und rechtliche Fristen einhalten zu können. Jede Rechtsform hat dabei ihre Vor- und Nachteile, die abgewogen werden sollten. Während beispielsweise eine GmbH zwar einfacher übergeben werden kann, bietet sie oftmals steuerliche Nachteile und mancher GmbH-Kaufvertrag birgt für die Verkäufer im Nachhinein böse Überraschungen, wenn durch den Käufer möglicherweise gesetzlich zulässige Bilanzierungspraktiken geändert werden, die dann direkt den Kaufpreis reduzieren. Darüber hinaus sind steuerliche Überlegungen von großer Bedeutung. Die steuerlichen Konsequenzen sowohl für den abgebenden als auch für den übernehmenden Teil können erheblich sein. Sie schaffen allerdings auch zusätzlichen Spielraum für eine Einigung zwischen Käufer und Verkäufer.

Die Bemessung des Kaufpreises anhand des Unternehmenswerts ist ein weiteres kritisches Thema. Laien bewerten oft nur den Wert des Bestands und vergessen, dass auch das Unternehmen als Ganzes mit seinem Geschäftsmodell einen Wert darstellen. Die Finanzierung des Kaufpreises sollte dabei nicht nur als Aufgabe des Käufers gesehen werden: Nicht selten kann die Mitwirkung der Käuferseite an der Finanzierung einen bevorzugten Kandidaten in die Lage zu versetzen, sich eine Transaktion überhaupt leisten zu können. Die Kombination verschiedener Finanzierungselemente schafft den erforderlichen Spielraum: Eigenkapital, Fremdfinanzierung, Earn-out-Modelle, Verkäuferfinanzierung oder Eigenkapital Dritter, die temporär oder dauerhaft als Mitinvestoren einsteigen.

Die Übergabe eines Unternehmens ist nicht nur ein kaufmännischer, sondern auch ein sehr emotionaler Prozess. Die Bedürfnisse und Erwartungen aller Beteiligten, einschließlich

der Familie, der Mitarbeiter und der Kunden, müssen berücksichtigt und dürfen keinesfalls unterschätzt werden. Das Einbeziehen eines erfahrenen Beraters, mit dem sowohl die Nachfolgestrategie an sich als auch die begleitende Kommunikationsstrategie erörtert und festgelegt wird, kann helfen, emotionale Spannungen und Ängste zu minimieren.

Die Themen Ängste und Scheitern werden selten öffentlich diskutiert. Aus Angst zu scheitern oder sich öffentlichem Spott auszusetzen sehen sich viele Senormakler gezwungen, schmerzhaft Kompromisse oder Einbußen hinzunehmen, wenn sie kurz vor Vertragsabschluss mit „Änderungswünschen“ der Käuferseite konfrontiert werden – eine besonders bei professionellen Unternehmenskäufern beliebte und nicht selten erfolgreiche Verhandlungsstrategie, treffen sie Verkäufer in einer psychologisch schwierigen Situation.

Die erfolgreiche Nachfolgeplanung in Versicherungsmaklerbetrieben ist ein komplexer Prozess, der sowohl Weitsicht als auch sorgfältige Planung erfordert. Ein wesentlicher Faktor für den Erfolg ist die rechtzeitige Einbeziehung eines erfahrenen M&A-Beraters oder Unternehmensberaters, wie das Resultate Institut in München. Solche Experten bringen nicht nur tiefgreifendes Fachwissen in die Planung ein, sondern auch eine objektive Perspektive, die oft entscheidend ist, um Ängste zu nehmen, potenzielle Fallstricke und Risiken zu vermeiden, sich auf die wirklich passenden Kandidaten zu konzentrieren, gegenüber diesen die richtige Verhandlungsstrategie anzuwenden und am Ende die besten Ergebnisse zu erzielen.

Zum Autor:

Andreas Grimm ist neben Thomas Öchsner Mitgründer des Resultate Instituts in München und Sachverständiger für die Bewertung von Maklerunternehmen und Maklerbeständen.

Das Resultate Institut begleitet bundesweit Makler und Vertriebe in der Finanz- und Versicherungswirtschaft in allen Fragen der Nachfolgeplanung und Unternehmensbewertung. Zu seinen Kunden zählen Versicherungsmakler, Finanzmakler, Baufinanzierungsmakler, Maklerpools und Konzeptmakler aber auch Gerichte, Rechtsanwälte und Steuerberater. ■

Maklermarkt: Radikaler Wandel in der Versicherungswirtschaft bereits im vollen Gange

Der Makler- und Versicherungsbranche stehen massive Umbrüche bevor. Insbesondere die Themen demografische Entwicklung und Recruiting, Marktkonsolidierung sowie digitale Infrastruktur bereiten den Beteiligten Kopfzerbrechen. Das zeigt die neue Studie "Maklermarkt 2030" der Management- und Technologieberatung BearingPoint. "Die Zeitenwende im Maklermarkt ist bereits in vollem Gange", sagt Sven Gerhardus Partner, Vertrieb und Marketing im Versicherungsbereich bei BearingPoint.

Fast drei Viertel der Versicherungsmakler sind aktuell zwischen 55 und 70 Jahre alt. Bis 2030 wird es daher einen starken Eintritt der geburtenstarken Jahrgänge in das Rentenalter geben. Dazu kommt das große Recruiting- und Imageproblem der gesamten Branche, junge Menschen für diesen Beruf zu gewinnen. Was der Branche bevorsteht, womit zu rechnen ist und wie darauf reagiert werden könnte, zeigt die neue BearingPoint-Studie "Maklermarkt 2030".

Maklermarkt im Umbruch: Hat der "Wald- und Wiesen-Makler" noch eine Zukunft?

Das Verhältnis in der Anzahl der Vermittlerinnen und Vermittler von Einfirmenvertretern zu Maklerinnen und Maklern lag 2013 noch bei knapp 4:1. Im Jahr 2023 ist es nur noch etwas mehr als 2:1. Diese Entwicklung zeigt eine deutliche Konzentration auf den Vertriebsweg Makler. Darüber hinaus erweitern viele Makler:innen ihre

eigene Wertschöpfungskette in Richtung der Versicherer, so die Studie.

Sven Gerhardus, Partner Vertrieb und Marketing im Versicherungsbereich bei BearingPoint: "Die Zeitenwende im Maklermarkt ist bereits in vollem Gange. Themen wie Internationalisierung, demografischer Wandel, Klimawandel, Regulatorik, technischer Fortschritt (KI) und vor allem der Einstieg ausländischer Private Equity-Investoren verändern nachhaltig den Markt. Viele Maklerinnen und Makler stehen vor einschneidenden Entscheidungen und wir rechnen mit einer Zahl an Übernahmen, wie es sie bisher nicht gegeben hat. Die Konsolidierung im Maklermarkt kochte schon lange auf kleiner Flamme, doch seit 2021 wurde der Herd aufgedreht und die Hitze nimmt weiter zu. Aktuell beschäftigen sich 75 Prozent der Maklerinnen und Makler mit ihrer Nachfolge und viele fragen sich, wie sie das eigene Geschäft im hart umkämpften Markt so umstellen können, dass sie auch 2030 noch wettbewerbsfähig sind – nicht zuletzt die kleinen Makler. Denn was im Lebensmittelhandel damals das Aus der Tante-Emma-Läden besiegelte, kann in der Maklerbranche auch das Aus der liebevoll genannten Einhandsegler sein. Entscheidend sind der Veränderungswille und die richtige Weichenstellung. Und man muss natürlich wissen, wohin die Reise 2030 geht, und da gibt unsere Studie viele wertvolle Erkenntnisse."

Demographie, Marktbedingungen und Digitalisierung – Kundenzahl pro Makler:in wird stark zunehmen

Insgesamt ist laut der Studie ein Trend zur Erhöhung des Betreuungsschlüssels in der Versicherungswirtschaft bereits heute zu beobachten. Das im Jahr 2030 Makler:innen pro Kopf deutlich mehr Kund:innen bedienen werden als heute, ist unter Branchenexpert:innen keine wirkliche Frage mehr. Gründe hierfür werden vor allem in der Demographie, aber auch in der fortschreitenden Digitalisierung gesehen. Doch auch Branchenkonsolidierungen und Fusionen von Versicherungsunternehmen können hier eine Rolle spielen. Beispielsweise könnten größere, integrierte Unternehmen effizientere Betreuungsmodelle einführen, die auf eine größere Anzahl von Kunden abzielen. Aber: Makler:innen müssen Lösungen finden, wie sie trotz erhöhtem Betreuungsschlüssel ihre Servicequalität aufrecht erhalten können.

Digitale Makler weiter auf dem Vormarsch – Kund:innen schätzen bequemen und einfachen Zugang

Aufgrund des sich verändernden Kundenverhaltens, des Eintretens jüngerer Generationen in den Markt und der neuen Technologien wird die Branche immer digitaler und das ist seit vielen Jahren ein stetiger Treiber für Veränderung. Immer mehr rein digitale Makler strömen auf den Markt. Bis 2030 rechnen fast 80

Prozent der Befragten damit, dass sich die Zahl rein digitaler Makler – die gänzlich ohne stationären Vertrieb auskommen – zu heute noch einmal verdoppeln wird. Ein Grund: Kund:innen schätzen die Bequemlichkeit und den einfachen Zugang zu Versicherungsprodukten, heißt es in der Studie.

Sven Gerhardus: “Künstliche Intelligenz, Chatbots und der Einsatz von Avataren wird weltweit die Maklerbranche aufmischen. Auch wenn natürlich der direkte, persönliche Kundenkontakt weiterhin wichtig bleiben wird, eröffnen sich mit KI-Anwendungen wie ChatGPT ganz neue Möglichkeiten, vor allem beim Vertrieb. Doch noch scheint diese Entwicklung bei vielen Marktteilnehmern so noch nicht angekommen zu sein. Die Branche unterliegt hier vielleicht einer Komplexitätsillusion. Wie heißt es doch so schön? Alle sagten: Das geht nicht. Dann kam einer, der wusste das nicht und hat’s gemacht.”

Massiver Anstieg an Private-Equity-Investoren bis 2030 möglich – Ein Markt, zwei Kulturwelten?

Wie stark internationale Private-Equity-Investoren in den deut-

schen Maklermarkt drängen, ist unter den befragten Branchen-Expert:innen noch umstritten. Viele erkennen die Legitimität und Notwendigkeit dieser Investoren, um Wachstum und Innovation voranzutreiben, glauben jedoch nicht zwangsläufig daran, dass diese Investoren automatisch Kulturgräben in den Unternehmen schaffen.

Sven Gerhardus: “Der Markt ist aktuell immer noch stark fragmentiert. Bei rund 46.000 registrierten Versicherungsmaklern gibt es rund 500 mittlere und große Maklerunternehmen mit mehr als fünf Mitarbeitern. Die Anzahl der Transaktionen auf dem Maklermarkt hat in den vergangenen Jahren immer weiter zugenommen. Hatten wir 2018 noch weniger als 10 Transaktionen im Jahr und 2020 immerhin noch weniger als 20 Transaktionen, so waren es im Jahr 2021 rund 40 und 2022 schon mehr als 50 Transaktionen im Markt pro Jahr. Die Marktmacht der Konsolidierer nimmt immer schneller und immer stärker zu und damit auch der Druck auf die Versicherer, die jetzt schon unter höheren Schadenquoten aufgrund von Inflation (Krieg in der Ukraine) und Großschadenereignissen (Klima-

wandel) leiden. Doch wer zahlt am Ende die Zeche? Viele Expertinnen und Experten schauen hier in Richtung der Versicherer statt der Kunden.”

Über die Studie

BearingPoint hat im Rahmen seiner Studie Interviews mit Versicherungen, die aktiv im Maklermarkt sind, mit Maklern selbst und mit Private-Equity-Unternehmen geführt. Das Ziel der Interviews war es, einen Blick auf den Maklermarkt im Jahr 2030 zu werfen. Insgesamt wurden 40 Interviews mit Vertriebsvorständen und Leitern des Maklervertriebs von Versicherungen, Geschäftsführern von Maklerhäusern und großen Maklerpools und anderen Entscheidungsträgern durchgeführt. Die Studie wurde im April 2023 gestartet, die Interviews wurden im August abgeschlossen. Die Interviews fanden sowohl remote als auch vor Ort statt und hatten eine Dauer von 45 Minuten bis zu zwei Stunden. Die vollständige Studie steht hier zum Download zur Verfügung: <https://www.bearingpoint.com/de-de/insights-events/insights/studie-maklermarkt-2030/>

Autor: www.bearingpoint.com



BDVM-Makler sind guten Mutes – Investitionsbedarf beim Thema Digitalisierung

Das inflationsgetriebene Wirtschaftsumfeld, der ausgeprägte Fachkräftemangel und Innovationen in der Digitalisierung und KI prägen das Marktumfeld und stellen auch BDVM-Makler vor Herausforderungen. Trotzdem: BDVM-Makler kommen bisher insgesamt gut durch das schwierige Marktumfeld und blicken unverändert optimistisch in die Zukunft.

An der diesjährigen Umfrage haben 168 Teilnehmer (Vorjahr 131; Vorjahresergebnisse nachfolgend in der Klammer mit VJ gekennzeichnet) teilgenommen. Dies ist eine deutliche höhere Teilnehmeranzahl als im Vorjahr. Wie bereits im Vorjahr beurteilen die teilnehmenden BDVM Mitgliedsunternehmen ihre Lage trotz des schwierigen wirtschaftlichen Umfelds mit hoher Inflation weiterhin überwiegend positiv: 96,4% (VJ: 98%) bewerten ihre Geschäftslage/Gewinnsituation in den ersten acht Monaten 2023 als gut 62,5% (VJ 67,9%) oder befriedigend 33,9% (VJ 29,8 %).

Grund dafür sind unter anderem steigende Courtage-Einnahmen bei 83,2 % (VJ 75,4 %) der teilnehmenden Unternehmen. Allerdings fallen die gesteigerten Courtage-Einnahmen moderat aus: 44,3% der Mitgliedsunternehmen geben an, die Steigerung sei unter 10%. Wesentlicher Treiber dieser Entwicklung war der Anstieg bei den Sach-Courtage-Einnahmen. Insgesamt konnten 70,83 % der Mitglieder gestiegene Courtage-Einnahmen melden. 22,2 % der



Quelle: © SFIO CRACHO - Fotolia.com

Makler konnten ihre Einnahmen insgesamt konstant halten. Damit sind bei ca. 93 % der Makler die Courtage-Einnahmen gleichgeblieben bzw. gestiegen und nur bei wenigen Maklern gesunken. Deutlich ausgeprägter waren die sinkenden Einnahmen hingegen im Segment Leben und Kranken, wie die untere Grafik verdeutlicht. Diese Bereiche mit einer überwiegenden Abschlusscourtage spiegeln auch das aktuelle durch Inflation geprägte Wirtschaftsum-

feld wider. Dies dürfte zur nachlassenden Fähigkeit und Bereitschaft zur zusätzlichen Altersvorsorge geführt haben.

Entwicklung Courtage-Einnahmen in den Bereichen Sach, Leben und Kranken in den ersten acht Monaten 2023

Insoweit lohnt im Vergleich ein kleiner Blick auf die Lebensversicherung: Dort haben 30,95 %

(VJ 24 %) der Makler gesunkene Courtage-Einnahmen in den ersten 8 Monaten gemeldet. Bei 41 % (VJ 24 %) sind die Courtage-Einnahmen bei Leben konstant geblieben und nur bei 13,69 % (VJ 9 %) der Makler gestiegen.

Personal

Erfreulich ist, dass bei knapp über 59,52 % (66 % VJ) der Mitgliedsunternehmen die Mitarbeiteranzahl konstant geblieben ist und sogar bei 29,76 % (20 % VJ) sich die Anzahl der Mitarbeiter erhöht hat. Dies hat seinen Preis. Bei nur ca. 22,62 % (23 % VJ) der Mitglieder sind die Personalkosten im Vergleich zum Vorjahr gleichgeblieben, bei ca. 76,79 % (77 % VJ) sind hingegen höhere Personalkosten entstanden. Personalgewinnung ist zudem für 54,76% der Makler sehr wichtig und für weitere 27,98% wichtig. Auch die Personalbindung ist für 65,48 % sehr wichtig und für weitere 26,79% wichtig.

Digitalisierung bewegt die Unternehmen unverändert

In der diesjährigen Mitgliederumfrage haben wir einen Schwerpunkt auf das Thema Digitalisierung/Künstliche Intelligenz gesetzt. Wir wollten wissen, ob unsere Mitgliedsunternehmen bereits künstliche Intelligenz einsetzen und wenn ja, in welchen Bereichen und wie. 33% der teilnehmenden Mitgliedsunternehmen geben an, künstliche Intelligenz bei der Auslesung von Dokumenten einzusetzen. 28% setzen ChatGPT im Maklerunternehmen ein. Jeweils 22% setzen künstliche Intelligenz in den Bereichen Marketing und der Recherche ein.

Zudem wollten wir wissen, ob die Kunden der Maklerunternehmen verstärkt digitale Serviceangebote nachfragen. 70,2% der teil-



Quelle: © BillionPhotos - Fotolia.com

nehmenden Verbandsmitglieder geben an, dass die Kunden verstärkt digitale Serviceangebote nachfragen, lediglich 29,8% verneinen dies.

Außerdem haben wir gefragt, wie die Verbandsmitglieder den Stand ihrer Digitalisierung im eigenen Unternehmen bewerten. Zwar bewerten 4,8% den Stand der eigenen Digitalisierung als sehr gut und immerhin noch 33,9% als gut. Gleichwohl bewerten ganze 44,6% den Stand der eigenen Digitalisierung lediglich als befriedigend und 13,7% als nur ausreichend. Der Investitionsbedarf beim Thema Digitalisierung dürfte also hoch sein.

Dazu passt, dass 84,5% der teilnehmenden Versicherungsmakler keine Versicherungsgeschäfte rein über das Internet abwickeln. Eine Mehrheit von 59,5% (50,4 VJ) der Teilnehmer nutzt hingegen Cloud Dienste.

Insgesamt zeigt sich, dass unsere Mitglieder wirtschaftlich gut durch das Inflationsumfeld kommen. Allerdings nehmen die Courtage-Einnahmen im Lebensbereich kontinuierlich ab und obwohl 38,7% der Mitglieder den Stand der eigenen Digitalisierung als gut oder sogar sehr gut bewerten, geben 44,6% der teilnehmenden Mitgliedsunternehmen an, der Stand der eigenen Digitalisierung sei lediglich als befriedigend zu bewerten. Weitere 16,7% bezeichnen den Stand ihrer Digitalisierung lediglich als ausreichend oder schlechter. Trotz der insgesamt positiven wirtschaftlichen Entwicklung stehen bei vielen Mitgliedern daher noch größere Adaptationen an die fortschreitende Digitalisierung und KI an. Aufgrund der Personalknappheit werden die Themen Personalgewinnung und Mitarbeiterbindung zudem immer wichtiger.

Autor: www.bdvm.de

Bewertungsportale:

Warum auch Finanzdienstleister an Kundenbewertungen nicht vorbeikommen

Aktuelle Grundlagenstudie «Nutzung und Wirkung von Bewertungsportalen bei Finanzdienstleistungen» von HEUTE UND MORGEN untersucht Stellenwert und Einfluss von Bewertungsportalen auf der Customer Journey zu Finanzdienstleistungsprodukten. Für jeden zweiten Kunden spielen Kundenbewertungen bei Finanzdienstleistungen zumindest als Informationsquelle eine Rolle, für jeden Fünften können diese auch kaufentscheidend sein

- Bundesbürger zeigen Vorsicht gegenüber Bewertungsportalen – schätzen aber deren Vorteile und misstrauen diesen nicht generell

Finanzdienstleister reagieren auf Kundenbewertungen bisher oft nicht

Bewertungsportale mit ihren Sternebewertungen und Kundenrezensionen spielen mittlerweile eine wichtige Rolle bei Kaufentscheidungen. Dies gilt auch für den Neuabschluss oder Wechsel von Finanzdienstleistungsprodukten; wenn auch nicht in gleich starkem Maße wie beispielsweise im Consumer-Electronics-Markt. Aktuell haben Kundenbewertungen auf der Customer Journey zu Versicherungen, Bankprodukten oder gesetzlichen Krankenversicherungen für rund jeden zweiten Bundesbürger zumindest eine „mittlere Relevanz“. Für jeden fünften Kunden haben diese je nach Produktart sogar „hohe Relevanz“ und können unmittelbar kaufentscheidend sein.

Finanzdienstleister sind daher gut beraten, sich ausführlich mit dem Nutzungsverhalten und den Wirkmechanismen von Bewertungsportalen zu beschäftigen – und dabei auch ihre eigenen Kommunikationsstrategien im Umgang mit Kundenbewertungen zu überprüfen.

Dies zeigt die aktuelle Grundlagenstudie «Nutzung und Wirkung von Bewertungsportalen bei Finanzdienstleistungen» des Marktforschungs- und Beratungsinstituts HEUTE UND MORGEN aus Köln.

2.000 Bundesbürger ab 18 Jahren wurden bevölkerungsrepräsentativ zur Nutzung und persönlichen Relevanz von Sternebewertungen und Kundenrezensionen im Finanzdienstleistungsbereich und in weiteren Branchen befragt. Darüber hinaus wurden umfangreiche experimentelle Wirkungstests mit insgesamt über 4.000 Teilnehmern durchgeführt, um die Effekte und Wirkmechanismen von Kundenbewertungen auf die Kaufentscheidungen der Verbraucher zu analysieren. Ergänzend erfolgten mit ausgewählten Portalnutzern psychologische Tiefeninterviews zum tieferen Verständnis des Umgangs mit Kundenbewertungen und zu den Nutzungsmotiven. Differenziert wird nach unterschiedlichen Bewertungsportalen, Produktsegmenten, Nutzergruppen und nach der Markenbekanntheit der bewerteten Anbieter. „Bewertungsportale haben in

der Verbraucherdemokratie enorm an Einfluss gewonnen“, sagt Axel Stempel, Geschäftsführer bei HEUTE UND MORGEN. „Für Finanzdienstleister gilt es, die Nutzung und Wirkung von Bewertungsportalen bei Finanzdienstleistungen besser zu verstehen und überzeugende Strategien im Umgang mit Kundenbewertungen zu entwickeln. Bislang herrscht hier nicht selten noch große Unsicherheit.“

Finanzdienstleistungskunden suchen aktiv nach Bewertungen und Meinungen anderer Kunden

Die Kunden von Banken, Krankenkassen und Versicherern suchen auf Bewertungsportalen überwiegend aktiv und gezielt nach Kundenbewertungen zu bestimmten Produkten oder Produktgebern (32%); teils stößt man bei der Suche im Internet auch eher nur zufällig darauf (24%). Generell führt der häufigste Weg zu Kundenbewertungen über die Google-Suche nach relevanten Kundenerfahrungen. Von hier aus gelangt man dann auf andere Portale oder trifft direkt in der Google-Suche auf entsprechende Kundenbewertungen.

Vertrauen in Kundenbewertungen und in verschiedene Bewertungsportale

Jeder zweite befragte Bundesbürger (51%) zeigt sich durchaus skeptisch, ob es sich bei den

Bewertungen auf den Portalen wirklich um echte und vertrauenswürdige Kundenbewertungen handelt. Man fragt sich, ob diese (nicht auch) gefälscht oder gekauft sein können. Aus der spürbaren Sorge vor manipulierten Bewertungen resultiert in der Regel eine Vorsichtshaltung, aber kein generelles Misstrauen gegenüber den Bewertungsportalen. Insgesamt überwiegen aus Kundensicht deutlich die wahrgenommenen Vorteile und man versucht, „falsche“ Bewertungen auf verschiedenen Wegen gezielt auszuschließen bzw. zu ignorieren.

Die höchsten Vertrauenswerte unter den zahlreichen untersuchten Bewertungsportalen genießen mit Blick auf Finanzdienstleistungen aktuell Trusted Shops, Finanzfluss, Trustpilot und Finanztip.

Relevanz von Kundenbewertungen und Kundenrezensionen im Branchenvergleich

Eine besonders hohe und kaufentscheidende Relevanz haben Kundenbewertungen im Bereich hochwertiger Elektronikprodukte (hohe Kaufrelevanz: 53%; mittlere Relevanz: 31%). Es folgen Energiedienstleistungen, Telekommunikationsdienstleistungen und Finanzdienstleistungen (FDL je nach Produktart: hohe Abschlussrelevanz: bis zu 21%; mittlere Relevanz: 33%). Für rund jeden zweiten FDL-Kunden spielen Bewertungsportale auf ihrer Customer Journey also zumindest eine mitbeeinflussende Rolle.

Je nach Einzelbranche und verschiedenen Produktsegmenten zeigen sich hier weitere Differenzierungen.

Branchenübergreifend orientiert man sich bei seinen Entscheidungen (Kauf, Abschluss,

Kontaktaufnahme mit Anbietern) besonders stark an Kundenbewertungen auf Amazon. Es folgen Google (mit eigenen Bewertungen sowie verlinkten Bewertungen auf anderen Plattformen), Trusted Shops / eTrusted, Trustpilot und Check24 (hier mit Fokus auf Kundenbewertungen, nicht Preisvergleiche).

Wirkung von Bewertungsportalen bei Finanzdienstleistungen

Im Rahmen der umfangreichen experimentellen Wirkungstests (mit Experimental- und Kontrollgruppe) zu Bewertungsportalen zeigt sich unter anderem: Der Effekt positiver Kundenbewertungen auf (FDL-relevanten) Bewertungsportalen ist verglichen mit negativen Bewertungen vergleichsweise geringer. Negative Kundenbewertungen entwickeln in der Regel deutlich stärkeren Einfluss und größere „Wucht“. Von positiven Urteilen können den Nutzern bekannte Finanzdienstleister-Marken überdurchschnittlich stark profitieren.

Sie leiden umgekehrt auch etwas weniger unter negativen Bewertungen als unbekanntere Marken (aber ebenfalls in signifikanter Weise!).

Finanzdienstleister antworten mehrheitlich nicht auf Kundenbewertungen

Umso wichtiger ist die Frage, wie Unternehmen und speziell Finanzdienstleister mit Kundenbewertungen (und hier insbesondere den negativen) auf den für sie wichtigsten Bewertungsportalen umgehen. Hier zeigt sich: In den Fällen, in denen die befragten Bundesbürger eigene Bewertungen zu verschiedenen Finanzdienstleistern bzw. deren Produkten abgegeben hatten, wurde die Kundenbewertung nur in höchstens jedem vierten Fall von den

Unternehmen auch beantwortet. „Beim aktiven Management von Kundenbewertungen haben viele Finanzdienstleister noch deutlichen Nachholbedarf“, sagt Axel Stempel. „Weder das Ignorieren noch das undifferenziert-pauschale Beantworten sind hier adäquat und zielführend“.



Auch Versicherungsmakler orientieren sich an Kundenbewertungen

In einem speziell für Versicherungsunternehmen durchgeführten Befragungsbaustein wurde in der Grundlagenstudie auch der Umgang von Versicherungsmaklern mit den Kundenbewertungen auf Bewertungsportalen untersucht. Hier offenbart sich insgesamt eine ambivalente Haltung: Einerseits vertrauen die Versicherungsmakler den Bewertungsportalen im Vergleich zu den Endkunden deutlich weniger, andererseits orientieren sie sich bei ihren Empfehlungen oder Nicht-Empfehlungen aber dennoch mit daran. Dies gilt insbesondere für jüngere Makler, die sich von Kundenbewertungen insgesamt stärker beeinflussen lassen als Ältere. „Auch im Vertriebsweg Makler wird das differenzierte Management von Kundenbewertungen durch die Versicherungsgesellschaften zunehmend zum wichtigen Erfolgsfaktor“, sagt Jana Grüger, Studienleiterin bei HEUTE UND MORGEN.

Autor: www.heuteundmorgen.de

Honorar- oder Provisionsberatung? Es braucht eine Alternative

Auf der Suche nach finanzieller Optimierung stoßen viele an die Grenzen herkömmlicher Finanzberatungsmodelle: Bei der Provisionsberatung bestehen Interessenkonflikte, bei der Honorarberatung oft nur begrenzte Kontrollmöglichkeiten. Horst Schneider, CEO der AIR GmbH, unterstreicht die Relevanz eines verlässlichen Orientierungsrahmens: „Es braucht einen Ansatz, der die Auswirkungen einer Finanzstrategie verdeutlicht, noch bevor konkrete Entscheidungen über Produkte, Investments oder Sparmaßnahmen getroffen werden.“

Digitale Prozesse in der Finanzberatung sind nachhaltig erfolgreich, wenn sie komplexe Fragestellungen umfassend, unabhängig und bedarfsgerecht beantworten. Die bestehende Verengung der Fragestellung auf die Form der Entlohnung der Berater tritt damit ganz in den Hintergrund. „Das Beratungsmodell

der Zukunft sind präzise beschriebene Ergebnisse mit Passgenauigkeitsgarantie zu einem festgelegten Preis“, so Schneider. „Eine Finanzstrategie sollte genau zur individuellen Lebenssituation passen, was nicht einfach zu erreichen ist.“

„Die Interessen der Verbraucher und der Finanzdienstleister sind nicht wirklich gleich gerichtet“, sagt Schneider. „Es besteht eine reale Gefahr, dass provisionsstarke Sparten überproportional gewichtet werden.“ Außerdem haben Verbraucher in der Regel begrenzte Möglichkeiten, die Qualität einer Beratung zu beurteilen. Häufig wird die Beziehung zum Berater beurteilt und nicht die fachliche Expertise des entstandenen Konzepts.

Und so krankt Finanzberatung daran, dass die Vorteilhaftigkeit einer angebotenen Lösung immer erst im Nachhinein bewertet werden kann. „Ob ein Produkt

wirklich die Ziele erreicht, wird oft erst nach Jahrzehnten klar.“ Mit dieser Zeitverzögerung müssen alle Menschen leben. „Entscheidend ist, ob zum Zeitpunkt der Beratung die gefundene Lösung gepasst hat – und ob sie im Verlauf der Zeit an veränderte Gegebenheiten angepasst wurde“, sagt Schneider.

Dies bedeutet aber auch, Finanzberatung neu zu denken. „Es bedarf einer grundlegenden Systeminnovation: „Wenn digital eine Persönlichkeitsbenchmark generiert wird, kann das eine Revolution in der Finanzberatung einläuten“, so Schneider. Dann erfolgt die Beratung unabhängig von Produkten, von Sparten, von Provision oder Honoraren. „Dies bedeutet eine Umverteilung der Machtverhältnisse von Dienstleister zu Verbraucher, ohne dabei die Profitabilität und Nachhaltigkeit für beide Parteien zu vernachlässigen“, sagt Schneider.

Autor: www.air-gmbh.com



Quelle: © stockpics - Fotolia.com

So investieren die Deutschen in ihre Altersvorsorge

Das aktuelle Trendbarometer der JDC Group-Tochter Jung, DMS & Cie. hat analysiert, wie sich die Altersvorsorgeplanung der Deutschen – über alle drei Schichten hinweg – in den vergangenen knapp sechs Jahren verändert hat. Als Alternative zur klassischen Lebensversicherung mit ihrer rekordtiefen Garantieverzinsung werden fondsgebundene Lebensversicherungsprodukte immer stärker nachgefragt. Während die private Vorsorge in Schicht 3 um fast 23 Prozent zulegen konnte, gehört in Schicht 2 die Riester-Rente zu den klaren Verlierern, die betriebliche Altersvorsorge wird dagegen immer beliebter.

Nach wie vor ist das Rentenniveau erschreckend niedrig und an der privaten Altersvorsorge führt schon lange kein Weg mehr vorbei, um eine drohende Rentenlücke zu schließen. Für das aktuelle Trendbarometer hat Jung, DMS & Cie. mit seiner Schwestergesellschaft MORGEN & MORGEN daher analysiert, wie sich die Deutschen für den Ruhestand finanziell aufstellen.

Fondsgebundene Altersvorsorge auf dem Vormarsch

Angesichts der gesunkenen Garantieverzinsung hat die Altersvorsorge mit klassischen Lebensversicherungen rapide abgenommen. Entfielen 2018 noch rund ein Drittel der Tarfberechnungen auf diese Anlageform, sind es aktuell nur noch gut 22 Prozent.



Spiegelbildlich ist der Anteil der Tarfberechnungen von fondsgebundenen Lebensversicherungen mit Kapitalmarktorientierung von rund 67 Prozent 2018 auf aktuell gut 78 Prozent gestiegen.

Gewinner und Verlierer der Vorsorgeformen

Die anhaltende Kritik an der Riester-Rente ist an den Verbrauchern nicht vorübergegangen. In den vergangenen knapp sechs Jahren ist der Anteil der bei MORGEN & MORGEN berechneten Riester-Verträge um fast zwei Drittel (63,2 Prozent) gesunken. Gewinner in Schicht 2 ist dagegen die betriebliche Altersvorsorge. Ihr Anteil an den Tarfberechnungen erhöhte sich seit 2018 um fast acht Prozent.

Deutsche verzichten vermehrt auf Garantien

Die Deutschen lieben Sicherheit – auch bei der Altersvorsorge. Doch Garantien gehen in der Regel zu Lasten der Rendite. Diese Erkenntnis hat sich auch bei den Verbrauchern herumgesprochen. Innerhalb der vergangenen knapp sechs Jahre hat sich der Anteil der berechneten Vorsorgetarife mit

höchstmöglicher Garantie über alle drei Schichten hinweg merklich verringert. Am deutlichsten wird der Verzicht auf Garantiezusagen bei der Altersvorsorge in Schicht 3 – also beim privaten Vorsorgesparen. Hier kletterte der Anteil der Tarfberechnungen ohne Garantieniveau von rund 34 Prozent 2018 auf aktuell fast 60 Prozent.

In die Altersvorsorge wird mehr investiert

Obwohl das Leben immer teurer wird, nehmen die Deutschen für die Altersvorsorge mehr Geld in die Hand. Zwar stiegen bei den berechneten Tarifen über alle Schichten hinweg die durchschnittlichen monatlichen Prämien seit 2018 von 222 Euro nur leicht auf aktuell 234 Euro. Allerdings gibt es innerhalb der einzelnen Schichten bemerkenswerte Unterschiede. Den größten Anstieg bei den monatlichen Prämienzahlungen verzeichnete die Schicht 2 von 139 Euro in 2018 auf aktuell 173 Euro – ein Plus von fast 25 Prozent – wobei hier der größte Teil auf die immer beliebter werdende betriebliche Altersvorsorge entfallen dürfte. Autor: www.jungdms.de

Digitale Beratungswege gewinnen deutlich an Akzeptanz

Untersuchung zur Digitalisierung in Agenturen und im Versicherungsmarkt insgesamt. Die Agentur des Vermittlers ist nach wie vor der beliebteste Beratungsort der Versicherungskunden in Deutschland. Doch die Akzeptanz schwindet (-4 Prozentpunkte seit 2017) und digitale Beratungswege (E-Mail, Kundenportal, Chat, Video-Call) werden immer mehr akzeptiert. So ist die Akzeptanz von Online-Beratung über ein Videotelefonat im Vergleich zu 2017 um 17 Prozentpunkte gestiegen, zugleich stiegen E-Mail und Kundenportal um jeweils 13 Prozentpunkte, Beratung über Chat immerhin um 11 Prozentpunkte. Auch telefonische Beratung über das Mobiltelefon gehört mit +19 Prozentpunkten klar zu den Gewinnern der Entwicklung. Weiterhin bedeutungslos bleibt die Beratung über soziale Netzwerke, die mit insgesamt 14 Prozent Akzeptanz (+2 Prozentpunkte seit 2017) mit großem Abstand am Ende des Feldes liegt. Dabei sind es vor allem die jüngeren Kunden, aber auch eher Männer, für die digitale Beratungsoptionen deutlich selbstverständlicher sind als für Ältere und Frauen: Die digitalen Beratungswege E-Mail, Kundenportal, Chat erreichen in der jungen Zielgruppe (bis 30 Jahre) Akzeptanzwerte von teilweise deutlich über 50 Prozent.

Dies sind die Ergebnisse der Sirius Campus Marktuntersuchung „Digitalisierung in der Agentur“ als Schwerpunktthema im Kundenmonitor Assekuranz mit 2.000 repräsentativen Online-Interviews

unter 18- bis 69-Jährigen im Zeitraum August bis September 2023.

Präferenz für Papierunterlagen fällt im Schnitt um 14 Prozentpunkte seit 2017

Parallel wird Papier für Versicherungskunden immer unwichtiger. Zwar gibt es noch immer rund zwei Drittel, die einen Versicherungsschein oder eine Kündigungsbestätigung am liebsten in Papierform besitzen möchten, doch Beitragsrechnungen, Informationen über den Stand einer Lebens-/Rentenversicherung und Vertragsbedingungen wünscht mittlerweile nur noch rund die Hälfte der Kunden in Papierform. Die Entwicklung lässt sich für Assekuranz-Verhältnisse durchaus als „rasant“ bezeichnen: Seit 2017 ist der Wunsch nach Papierunterlagen im Schnitt um 14 Prozentpunkte zurückgegangen, bei Beitragsrechnungen um 16 Prozentpunkte, bei Beratungsunterlagen sogar um 18 Prozentpunkte. Anstelle von Briefpost wünschen sich die meisten Kunden eine E-Mail mit angehängter pdf-Datei, an zweiter Stelle folgt die Downloadmöglichkeit im Internet. Auch hier zeigen sich strukturelle Unterschiede nach Alter und Geschlecht der Kunden: Ältere und Frauen haben eine deutlich höhere Präferenz für Papierunterlagen. Für Jüngere gibt es nur noch ein einziges Dokument, das die Mehrheit (51%) am liebsten in Papierform hätte: die Mahnung.

Gute E-Mail-Erreichbarkeit und umfassende Informiertheit über

die Vertragssituation sind die wichtigsten Anforderungen an die Digitalisierung von Agenturen

Darüber hinaus haben die Kunden verschiedene Anforderungen an die digitale Kompetenz einer Agentur. Mit deutlichem Abstand werden zwei Forderungen vor allen anderen genannt: An erster Stelle steht gute Erreichbarkeit per E-Mail (72 Prozent zählen dies zu den 3 wichtigsten digitalen Kompetenzen – für jeden Dritten ist es sogar die wichtigste Kompetenz). Etwas dahinter folgt an zweiter Stelle die Forderung, dass der Vermittler zu jederzeit und an jedem Ort über den aktuellen Vertragsstand informiert sein sollte. Immerhin jeder Fünfte (19%) zählt das Angebot einer Online-Terminvergabe zu den drei wichtigsten digitalen Kompetenzen einer Agentur. Interessanterweise werden alle drei Forderungen vorwiegend von der älteren Kundschaft vertreten – Jüngere sehen hingegen eher das Angebot von Chat-Beratung, Videoberatung/Co-Browsing sowie Social-Media-Auftritte als Ausdruck digitaler Agenturkompetenzen.

Verschiedene Kontaktmöglichkeiten führen zu höherer Zufriedenheit mit der Agentur

Darüber hinaus werden in der vorliegenden Untersuchung auch die konkreten Erfahrungen mit der Agentur analysiert – unterschieden nach Vertreteragenturen, Makleragenturen, Bank- und Sparkassenagenturen sowie Ge-

schäftsstellen von Versicherern. Es zeigt sich, dass Agenturen besser beurteilt werden, wenn sie verschiedene Kontaktmöglichkeiten anbieten. Insbesondere führt die grundsätzliche Erreichbarkeit per Kurznachricht sowie per Videotelefonat zu überdurchschnittlichen Bewertungen. Geht es um konkrete Anliegen des Kunden, führt der persönliche Besuch in der Agentur jedoch aktuell noch zu besseren Ergebnissen. 75 Prozent der Kunden, die zuletzt persön-

lich in der Agentur waren, sind mit dem Ergebnis sehr zufrieden. Wird das Anliegen auf sonstigem Weg geklärt, sind weniger als zwei Drittel (63%) sehr zufrieden. Jeder zehnte bereut im Nachhinein sogar den unpersönlichen Kontakt mit der Agentur und gibt an: „Es hätte sicher bessere Wege gegeben.“

„Der persönliche Kontakt – vor allem mit dem Vertreter, aber auch mit Makler, Bankberater und

Geschäftsstelle, führt nachgewiesenermaßen zu besseren Ergebnissen aus Kundensicht.“ Fasst Christoph Müller, Geschäftsführer und Gründer der Sirius Campus GmbH, zusammen. „Dennoch sollten Versicherungsvermittler sich zügig auf die nachwachsende Kundschaft einstellen, die mit Social Media, Online-Chats und Video-Calls aufgewachsen ist – und die deren Fehlen ausdrücklich als Nachteil empfinden.“

Autor: www.siriuscampus.de

Generation Z finanzaffiner als Vorgängergeneration

Von wegen nicht an morgen denkend: Die Jugend ist aufgeschlossen für Finanzthemen und ihrer Eigenverantwortung durchaus bewusst, zeigt eine Studie im Auftrag des GDV. Wissenslücken aber bestehen. Die geht der GDV mit einer neuen Initiative an.

Die Generation Z ist finanzaffiner und nimmt ihre Altersvorsorge in Teilen ernster als Ältere. Aber auch unter den 20- bis 29-Jährigen ist die Sorge weit verbreitet, im Alter finanziell nicht ausreichend abgesichert zu sein. Das sind zentrale Ergebnisse einer Studie des Meinungsforschungsinstituts Sinus, die sich mit den Einstellungen zur Altersvorsorge der Generation Z sowie der höheren Altersgruppen bis 45 Jahre befasst – entstanden im Auftrag des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV).

Die Studien-Ergebnisse widerlegen das Klischee von hedonistischen und in finanziellen

Dingen unbedarften jungen Menschen. So beschäftigt sich die Hälfte der berufstätigen 20- bis 29-Jährigen regelmäßig mit ihrer Altersvorsorge – unter den 40- bis 45-Jährigen sind es fünf Prozentpunkte weniger. Ebenso



Quelle: © vchalup - Fotolia.com

überprüft die Hälfte der Generation Z regelmäßig, wie sie ihr Geld am besten anlegen kann. In der Altersgruppe der 40- bis 45-Jährigen sind es nur 38 Prozent. „Die Generation Z scheint smart und hat weniger Berührungängste beim Thema Finanzen. Das ist eine gute Nachricht“,

sagt GDV-Hauptgeschäftsführer Jörg Asmussen.

Jüngere eher zu Verzicht bereit als Ältere

Um ihre Sparziele zu erreichen, ist auch ein größerer Teil der Generation Z eher bereit zu Einschränkungen als höhere Altersgruppen. In der Studie gaben 39 Prozent der jungen Berufstätigen an, zugunsten ihrer Altersabsicherung auf übermäßigen Konsum zu verzichten. Im Durchschnitt aller Befragten liegt der Wert bei 34 Prozent, unter den 40- bis 45-Jährigen sind es gar nur 32 Prozent.

Paradox: Obgleich die Mehrheit der Gen Z weiß, dass die gesetzliche Rente immer stärker unter Druck gerät, ist diese Altersgruppe dennoch zuversichtlicher, im Alter finanziell gut dazustehen: Vier von zehn Befragten sagen, ihre gesetzliche Rente werde nicht ausreichen – unter den 30- bis 39-Jährigen sind hinge-

gen 46 Prozent dieser Ansicht, bei den 40- bis 45-Jährigen sogar 49 Prozent. Sinus-Studienleiterin Dr. Rusanna Gaber wertet dies als Beleg für die alterstypische Zuversicht: „Die heute 20-29-Jährigen zeigen sich im Hinblick auf die eigene Altersvorsorge durchaus realistisch. Jedoch ist bei jüngeren Menschen der Zukunftsoptimismus generell stärker ausgeprägt.“

Neue GDV-Initiative „Lebenslang gut leben“

Gleichzeitig zeigt die Studie aber auch, dass die Unwissenheit in Finanzfragen insgesamt immer noch groß ist: Rund die Hälfte (48 Prozent) der Generation Z sagt von sich, wenig über das Thema

Altersvorsorge zu wissen – ein Wert, der in den übrigen untersuchten Altersgruppen ähnlich hoch ist. „Die Finanzbildung ist essenziell bei der Aufklärung zur Altersvorsorge. Junge Menschen sollten gut informiert eigene Entscheidungen für ihre Zukunft treffen können“, sagt Asmussen.

Um insbesondere die Jüngeren für die Bedeutung und Möglichkeiten der ergänzenden Vorsorge zu sensibilisieren, hat der GDV ein Informationsangebot aus eigenständiger Website und Kampagnen-Elementen bereitgestellt. „Eine lebenslange Altersabsicherung beinhaltet auch die private und betriebliche Altersvorsorge. Das wollen wir mit der Initiative vermitteln“, betont GDV-Haupt-

geschäftsführer Asmussen. Gerade Jüngere kämen nicht um eine ergänzende Vorsorge herum. „Ein früher Start macht die Absicherung viel leichter“, so Asmussen.

Größere Unterschiede zwischen den Generationen deckt die Sinus-Studie auch in Bezug auf die bevorzugten Vertriebs- und Kommunikationswege auf: Von den 20- bis 29-Jährigen nutzen 28 Prozent Vergleichsportale für die Informationsbeschaffung zur Altersvorsorge (Durchschnitt: 24 Prozent). Gleichzeitig verwendet ein Fünftel (21 Prozent) auch soziale Kanäle wie TikTok, Instagram oder YouTube, bei den 40- bis 45-Jährigen sind es nur sieben Prozent.

Autor: www.gdv.de



Quelle: © rctostock - Fotolia.com

Impressum

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

Tel: +49 (0)8022 50 70 436

kle@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

kle@redaktionmedien-verlag.de
www.redaktionmedien-verlag.de

Titelmotiv: © Muhammad Shoab - AdobeStock.com

S.89 © ipopba-AdobeStock.com
© tawatchai1990-AdobeStock.com
© buchachon-Fotolia.com
© Pixabay.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.

Spannende Tage beim Vertriebsgipfel am Tegernsee!

Rasante KI-Umsetzungen im Produkt- und Vertriebsbereich.

Vertriebsmanager, Vorstände, Geschäftsführer, Juristen und Medien-Geschäftsleitungen trafen sich seit Mittwoch den 10. Januar 2024 im winterlich, kalten aber sonnigen Rottach-Egern zur Jahresauftaktveranstaltung der Finanzbranche. Trotz erheblicher Beeinträchtigung in der Anreise durch Bauernproteste und Bahnstreiks, gelang es vielen Teilnehmern rechtzeitig zum Auftakt einzutreffen. Der mittlerweile 17. Vertriebsgipfel Tegernsee behandelte über zwei Tage die wichtigsten Vertriebsfragen als Branchen-Ausblick für 2024:

- **Was werden die Megathemen des Jahres im Vermittlermarkt, bei Versicherungen, Investment-Produkten, Sachwerte und Immobilien?**
- **Wie verändert KI, ChatGPT und Co. aktuell den Vertrieb und die Produktgestaltung?**
- **Vertrieb mit Zukunft: Über Vermittler oder stärker direkt?**
- **Greenwashing: Vermittler zwischen den Stühlen?**
- **Regulierung und Provisionen: Was kommt in diesem Jahr auf die Branche zu?**

Interessante Vorträge und spannende Diskussionen waren die Vorlage für intensive Gespräche der Teilnehmer in den Pausen und beim traditionellen, gemeinsamen Network-Abend im Bräustüberl Tegernsee und später noch an der Bar. Es war Astrid Klee als Organisatorin und mir als Moderator wieder eine große Freude mit allen die dabei waren! Ganz herzlichen Dank dafür, dass viele den Vertriebsgipfel schon zu einem „jährlich wiederkehrenden, fast familiären Klassentreffen“ etablieren.

So kann man noch viel besser miteinander, auch über den jeweiligen Tellerrand hinausschauend, diskutieren und sehr wertvolle Informationen und Erkenntnisse gewinnen. Letztendlich auch Kooperationen und neue Geschäftskontakte schließen. Das bestätigte ja auch das Teilnehmer-Feedback nach der Veranstaltung.

Vielen Dank dafür! Wir wünschen allen ein sehr erfolgreiches 2024 und freuen uns bereits auf 2025. Da wird der Vertriebsgipfel volljährig. Genau am **8. und 9. Januar 2025!**

Mehr unter www.Vertriebsgipfel-Tegernsee.de

Autor: www.FinanzBusinessMagazin.de



Psychologische Barrieren in der Finanzberatung überwinden

DProduktzentriertes Denken ist eine der Hauptursachen für fehlerhafte oder zumindest nicht optimale Finanzberatung. „Es ist deshalb an der Zeit, hier die Denkrichtung umzukehren“, sagt Horst Schneider, CEO der AIR GmbH. „Die Herausforderung besteht darin, eine Methodik in der Beratung zu schaffen, die nur auf objektiven Kriterien aufbaut und damit psychologische Barrieren überwindet – sowohl bei Kunden wie bei Beratern.“ Die Digitalisierung eröffnet hierbei neue Möglichkeiten.

Finanzberater sind oft von unbewussten Denkmustern beeinflusst und überschätzen dadurch ihre Fähigkeiten. Kunden hingegen entscheiden gerade bei Investments gern eher spontan und nicht strategisch. Studien zeigen, dass verhaltensökonomische Verzerrungen wie Bestätigungsfehler, Verlustaversion, Ankerheuristik und der „Overconfidence Bias“ insbesondere im Investment-Management zu ungenauen Vorhersagen und Empfehlungen führen können.

Bei der Beratung spielt zusätzlich der „Conflict of Interest“ eine Rolle. Dadurch können für Finanzdienstleister unterschiedliche wirtschaftliche Ergebnisse entstehen je nach Gewichtung einzelner Geldanlage- und Versicherungssparten. Auch hier spielen die genannten Phänomene begleitet von unbewusster Selbsttäuschung eine Rolle, um ein pro-

visionsreiches Geschäft zu rechtfertigen, selbst wenn es nicht dem optimalen Kundenportfolio entspricht. „Das betrifft sogar Finanzdienstleister, die bestmöglich beraten wollen. Da nehme ich mich selbst nicht aus“, so Schneider. „Auch wenn man diese psychologischen Aspekte bewusst berücksichtigt, kann man sie nicht vollständig vermeiden. Die menschliche Komponente bleibt bestehen.“

Und das auch auf Kundenseite, wie die Forschungen zum Behavioral Finance zeigen. „Menschen nehmen besonders stark wahr, was sich schnell bewegt und ihnen entweder Euphorie vermittelt oder Angst macht“, sagt Schneider. „Deshalb werden oft Trendthemen bei Fonds oder auch bei Versicherungen gekauft, obwohl andere Vorgehensweisen wesentlich besser wären.“ Eine Lösung liegt in einem methodischen Ansatz, der auf beiden Seiten die psychologischen Barrieren abräumt.

Dazu müssen Berater wie Kunden Abstand nehmen von Produkten. Optimal ist es, wenn ein unbestechlicher Algorithmus in einem Kundendialog ein individuelles, optimales Cashflow-Profil erstellt. „Entscheidend ist, dass sich der Kunde über sein Leben Gedanken macht und dabei mit dem Berater herausarbeitet, was ihm wirklich wichtig ist“, sagt Schneider. Lebensstil, Sicherheitsempfinden und finanzielle Vorhaben des

Kunden werden dann in konkrete Nettozahlen umgewandelt. Der daraus resultierende Cashflow-Bedarf wird abstrakt mit einem passenden, spartenübergreifenden Produktportfolio abgedeckt. Das Portfolio erzeugt exakt die gewünschten finanziellen Ergebnisse.



Quelle: © Microgen - Fotolia.com

„Dies ist der auch von uns angestrebte Optimalzustand“, so Schneider. „Denn das ist ein zentraler Unterschied zur klassischen Finanzplanung, da die konkret bestehenden Produkte der Kunden zunächst keine Rolle spielen.“ Auf diese Weise ermöglicht dieser Ansatz eine transparente, objektive und individuell optimierte Finanzberatung ohne die Gefahr, dass einseitige Interessen oder andere psychologische Faktoren das Konzept konterkarieren. „Die Wirkungen der Finanzstrategie werden sichtbar, bevor Entscheidungen über Produkte, Investments oder Versicherungen getroffen werden – dadurch entsteht automatisch Selbstreflexion“, so Schneider.

Autor: www.air-gmbh.de

Ganzheitliche Beratung für Frauen statt rosa Finanzen

Große Resonanz auf den digitalen Presse-Workshop der FPSB-Deutschland-Initiative Frauen*Finanzplanung – Expertinnen räumen mit Vorurteilen und gängigen Narrativen auf und betonen herausragende Bedeutung von Finanzplanung für Frauen. Es gibt den Gender Pay Gap, den Gender Pension Gap und den Gender Wealth Gap. Sie beschreiben die geschlechtsspezifischen Nachteile der Frauen bei Gehalt, Rente und Vermögen. Weniger bekannt, aber nicht minder wichtig ist nach Ansicht von Lisa Hassenzahl, CFP®, und Geschäftsführerin von Her Family Office aus Darmstadt, das Phänomen des Gender Action Gap. „Frauen kommen beim Thema Finanzen deutlich langsamer ins Handeln als Männer, vor allem, weil sie sich nicht trauen und insgesamt über weniger Selbstvertrauen verfügen“, sagt Hassenzahl, die auch Mitglied im Vorstand des Financial Planning Standards Board Deutschland e.V. (FPSB Deutschland) ist.

Dabei ist gerade für Frauen die Notwendigkeit, sich mit den Themen Absicherung, Altersvorsorge und Vermögensaufbau zu beschäftigen, riesengroß. Hassenzahl präsentierte entsprechende Zahlen:

So beträgt der Gender Pay Gap, also der Einkommensunterschied zwischen Männern und Frauen knapp 20 Prozent. Zudem erhalten Frauen in Deutschland im Durchschnitt 42 Prozent weniger

Rente als Männer (Gender Pension Gap), und das von Frauen aufgebaute Vermögen muss aufgrund der längeren Lebenserwartung auf fünf Jahre mehr verteilt werden als bei Männern, die im Durchschnitt kürzer leben.

Frauen können Finanzen

Doch die gute Nachricht lautet: Das oft gehörte Vorurteil, dass Frauen sich nicht für Finanzen interessieren, ist falsch. Das wurde im Rahmen einer digital durchgeführten Podiumsdiskussion deutlich, zu der die Initiative Frauen*Finanzplanung des FPSB Deutschland eingeladen hat und die unter dem Motto „Frauen und das liebe Geld – Wie Frauen die finanzielle Selbstbestimmung gelingt“, stand.

Deutlich wurde in der von Anne Connelly, Gründerin des Karrierenetzwerkes „Fondsfrauen“ sowie dem Finanzportal „herMoney“, souverän moderierten Runde, dass die Nachfrage nach qualifizierter Finanzberatung für Frauen zunimmt. Immer mehr Frauen wollen sich aktiv mit den eigenen Finanzen beschäftigen. Aus verschiedenen Gründen. So sind die Lebensläufe von Frauen oft durch Brüche und Wendepunkte gekennzeichnet, wie Babypausen, Pflege von Angehörigen oder vorübergehende Teilzeittätigkeit. Außerdem fehlt Frauen häufig eine vernünftige Absicherung.

Das Dilemma dabei: „Die Nach-

frage nach Informationen und Beratung steigt spürbar, doch es gibt leider immer noch zu wenig qualifizierte Angebote für Frauen“, berichtete Annika Peters, CFP®, Vorstand bei der FrauenFinanzBeratung Barbara Rojahn & Kolleginnen aus Stuttgart.

Etwas uneins war sich die Runde, ob es dabei einer speziellen Ansprache für Frauen bedarf. So warnte Marcel Reyers, CFP®, und geschäftsführender Gesellschafter der Finanz Konsilium GmbH aus Limburg an der Lahn, vor Stereotypen. „Entscheidend ist aus meiner Sicht die Fähigkeit zur Empathie und die ist nicht geschlechterspezifisch“, sagte FPSB-Vorstand Reyers. Nur wenn sich der Berater oder die Beraterin wirklich in die Bedürfnisse der Kundin hineinversetzt, sich entsprechend Zeit nimmt und Vertrauen aufbaut, sei die Beratung gewinnbringend.

Kompetenz und Einfühlungsvermögen gefragt

„Es geht natürlich in erster Linie um Kompetenz“, bestätigte auch Alexandra Huhle, CFP®, Geschäftsführerin der Müller & Veith Investment GmbH aus Wiehl. Aus ihrer Beratungspraxis könne sie aber berichten, dass Frauen häufig zunächst Einfühlungsvermögen bei der Beratung einfordern. „Frauen nähern sich dem Thema Finanzen anders als Männer“, so die Expertin. „Es reicht nicht aus, eine Frau zu sein, um eine Frau gut zu bera-

ten“, pflichtete Annika Peters bei, gab aber zu bedenken, dass Beraterinnen, die ähnliche Lebenssituationen wie ihre Kundinnen durchlaufen, sich leichter in die Bedürfnisse und Ziele hineinversetzen und persönliche Erfahrungswerte einbringen könnten. Auch nach Ansicht von Constanze Hintze, CFP®, Geschäftsführerin von Svea Kuschel + Kolleginnen aus München, gelingt es Beraterinnen in einer immer noch männlich geprägten Finanzwelt in der Regel besser, Vertrauen aufzubauen. „Es geht um den weiblichen Blick.“ Ähnliche Lebenserfahrungen und einhergehendes Verständnis für die relevanten Themen schaffen erfahrungsgemäß die besten Verbindungen.

Die Expertinnen berichteten zudem aus ihrem Beratungsalltag. Demnach möchten Frauen häufig

zunächst das große Ganze verstehen und Anlageentscheidungen lieber auf einer vollständigen und nachvollziehbaren Basis treffen. Auch aus diesem Grund seien sie, wie Studien belegen, langfristig die erfolgreicherer Anlegerinnen.

Finanzberatung für Frauen ist definitiv kein Luxus, sondern



Quelle: © Chaiyawat - Fotolia.com

eine Notwendigkeit, lautete am Ende die wichtige Erkenntnis des Round-Table, für den sich mehr als 30 Journalistinnen und Journalisten aus ganz Deutschland registriert haben. Dabei seien jedoch die Beratungsqualität und der Beratungsansatz entscheidend. „Es

braucht eine Finanzplanung, nicht nur eine Finanzberatung“, fasste Moderatorin Connelly zusammen. Aspekte wie Vermögensaufbau, Absicherung, Ruhestandsplanung oder Vermögensübertragung sollten nie isoliert betrachtet werden, sondern immer individuell und vor allem ganzheitlich. „Angebote unter dem rosa Deckmantel der Finanzberatung helfen dabei nicht weiter“, kommentierte Lisa Hassenzahl.

Glücklicherweise würden immer mehr Frauen erkennen, dass Finanzplanung, die sich an den Lebenswirklichkeiten und -phasen der Frauen orientiert, der Schlüssel zum Erfolg beziehungsweise der finanziellen Unabhängigkeit ist. Denn Finanzplanung macht die eigene finanzielle Situation erlebbar, verhilft Frauen zu finanzieller Stärke und Unabhängigkeit und schafft so Selbstvertrauen in die eigenen Entscheidungen. Damit der Gender Action Gap künftig ein wenig kleiner wird.

Autor: www.fpsb.de

AfW begrüßt BaFin-Kritik an EU-Taxonomie

Der AfW begrüßt die sehr klaren Worte des BaFin-Chefs Mark Branson zur verfehlten EU-Nachhaltigkeitsregulierung im Finanzsektor, auf der Euro Finance Week. „Es gibt viel gut gemeinte Regulierung, die das Ziel verfehlt hat und uns teilweise in eine Sackgasse gebracht hat. Da müssen wir wieder raus.“ Und „Ich denke, die Taxonomie war gut gemeint, aber sie ist nicht der Weg zum Ziel“. Sie „kriecht vielmehr Geld für Beratungsun-

ternehmen in diesem Bereich.“.

Diese Deutlichkeit bemerkenswert und auch der AfW hat dies in seiner sehr kritischen Stellungnahme an die European Securities and Markets Authority (ESMA) zur praktischen Anwendung und Umsetzung der Nachhaltigkeitspräferenzabfrage von Kunden im Beratungsgespräch zu Finanzanlagen nach MiFID 2 betont. <https://www.bundesverband-finanzdienstleistung.de/>

presse/vorgaben-zur-nachhaltigkeitsabfrage-nach-mifid-weltfremd-und-nicht-umsetzbar/

Norman Wirth, Geschäftsführender Vorstand des AfW dazu: „Das wir hier – leider! – klar ein Scheitern der regulatorischen Intention erleben, dürfte unstrittig sein. Es ist ein wichtiger Schritt, dass sich nun auch die BaFin deutlich für neues Denken und besseren Lösungen einsetzt.“

Autor: www.bundesverband-finanzdienstleistung.de



Europäischer Versicherungsmarkt wandelt sich mit unglaublicher Geschwindigkeit

MarshBerry, ein globales M&A-Beratungsunternehmen für Versicherungsmakler und Vermögensverwaltungsfirmen, hat seinen ersten Versicherungsvertriebsmarktbericht für Europa veröffentlicht. <https://www.marshberry.com/eu/download-the-insurance-distribution-market-report-europe/>

Der europäische Versicherungsmaklermarkt wandelt sich mit unglaublicher Geschwindigkeit von fragmentiert zu konsolidiert und von regional/national zu international. Während die Versicherungsmaklerfirmen in den USA in den letzten Jahren viel stärker konsolidiert wurden, ist ein Großteil Europas immer noch stark fragmentiert. Die Konsolidierungs-

welle breitet sich jedoch über den Atlantischen Ozean aus.

In diesem sich entwickelnden Markt sind Qualität und Wachstum die wichtigsten Unterscheidungsmerkmale. Die Frage, die man sich stellen muss, lautet: Wie können Unternehmen das leistungsstärkere Wachstumsunternehmen werden, das heller als die Konkurrenz leuchtet?

Der Versicherungsvertriebsmarktbericht für Europa zeigt auf:

- Panorama des europäischen Versicherungsvertriebs
- Die Zusammensetzung einer stark fragmentierten Branche

- Trends, die den Maklermarkt umgestalten
- Die aufstrebende Klasse der europäischen Makler
- Ausblick 2024 und darüber hinaus

„Als eines der führenden Beratungs- und Consultingunternehmen der Branche kennt MarshBerry den Wert von Schlüsseldaten und Erkenntnissen, die Makler in ganz Europa dabei unterstützen, in den Bereichen, die ihr Geschäft betreffen, auf dem Laufenden zu bleiben“, so John Wepler, Vorstandsvorsitzender und Geschäftsführer von MarshBerry. Autor: www.MarshBerry.com

k-mi: EU-Kleinanlegerstrategie hat wenig Fans in Europa

Bei der EU-Kleinanlegerstrategie (Retail Investment Strategy) geht es um das nächste Mammut-Projekt der EU-Kommission, das Ihre Tätigkeit als Finanzdienstleister in den nächsten Jahren wohl oder übel bestimmen wird. Wie ist dort also der Stand? Am 24.05.2023 hatte die Kommission ihren Entwurf präsentiert (vgl. 'k-mi' 21/23). Bis Ende August konnten Marktteilnehmer nun ihre Stellungnahmen bei der Kommission zum Entwurf der Kleinanlegerstrategie vom 24.05.2023 einreichen. Eingingen sind 115 Stellungnahmen aus ganz Europa. 'k-mi' hat eine erste Sichtung des Feedbacks unternommen und insbesondere ein Augenmerk auf den gesamteuropäischen Input gelegt, z. B. auch aus Großbritannien und Holland, wo es schon Erfahrungen mit Provisionsverboten gibt. Um es vorwegzunehmen: Die Maßnahmen der Kommission werden durchaus sehr kritisch gesehen.

In dieser Woche beginnen wir, Ihnen in der 'special'-Beilage die relevantesten Stellungnahmen u. a. aus Frankreich und

den Niederlanden vorzustellen. Ausführlich gehen wir in einer der Folgeweichen auch noch auf die Stellungnahme des bedeutenden britischen Fondsverbands The Investment Association/TIA ein. Hier nur schon mal ein kleiner Vorab-Auszug daraus, in der dieser große Player der EU-Kommission und notorischen Provisionsverbots-Befürwortern einiges in Stammbuch geschrieben hat: Die TIA rät der EU-Kommission zur "Vorsicht bei der Extrapolation" der britischen Erfahrungen auf andere Länder und Regionen: "Das britische Vertriebsmodell unterscheidet sich in vielerlei Hinsicht von denen auf dem Kontinent." Auch die Triebkräfte der sog. Retail Distribution Review (RDR) in Großbritannien seien recht spezifisch und unterschieden sich von den Zielen der EU-Kleinanlegerstrategie: "Die Komplexität der Marktstrukturen und -dynamik in den verschiedenen Ländern sollte bei der Umsetzung der vorgeschlagenen Änderungen berücksichtigt werden", warnt die TIA. Die RDR habe zwar einige Ziele erreicht, "allerdings auf Kosten der Verfügbarkeit von Beratung und

damit der Gesamtbeteiligung am Privatkundenmarkt, insbesondere bei denjenigen, die weniger Geld anlegen wollen", so der Verband weiter. Annahmen über einen Rückgang der Gesamtkosten (d. h. der Vertriebs- und Fondskosten) aufgrund politischer Maßnahmen zur Senkung von Fondskosten wären ebenfalls falsch.

'k-mi'-Fazit: Auch der britische Fondsverband bestätigt, dass das Provisionsverbot zu Nachteilen bzw. weniger Beratungsangeboten für Kleinanleger führte. Nun soll aber ausgerechnet dieses Modell der Topf sein, mit dem jedes EU-Land seinen Haarschnitt bekommt, ohne Rücksicht auf die jeweiligen nationalen Gegebenheiten. Auch wenn die EU-Kommission zunächst auf ein generelles Provisionsverbot verzichtet hat, liegt dies aber immer noch als mittelfristige Option auf dem Tisch. Lesen Sie in der heutigen Beilage, warum die Pläne der EU aber schon jetzt hochproblematisch sind und bei der aktuellen, EU-weiten Konsultation viel Kritik hervorgerufen haben. Autor: www.kapital-markt-intern.de



Quelle: © ipopba - Fotolia.com

BVK-Gutachten: Kein Provisionsverbot für Versicherungsmakler

Nach der Veröffentlichung der EU-Kleinanlegerstrategie (Retail Investment Strategy – RIS) Ende Mai wird in der Vermittlerbranche die Frage kontrovers diskutiert, ob die RIS beim Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten ein Provisionsverbot für Versicherungsmakler beinhaltet. Um hier zu einer Klärung im Sinne der Makler beizutragen, veröffentlicht der Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BVK) jetzt das Gutachten, das er bei Professor Dr. Christoph Brömmelmeyer von der Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder) in Auftrag gegeben hat.

Der auf Bürgerliches Recht, Versicherungsrecht und Europäisches Wirtschaftsrecht spezialisierte Wissenschaftler konstatiert, dass die RIS kein Provisionsverbot beinhaltet: „Dem Versicherungsmakler steht es nach wie vor frei, provisionsbasiert zu beraten. Das gesetzliche Berufsbild des Versicherungsmaklers hindert ihn nicht daran. Die RIS geht zwar davon aus, dass der Versicherungsmakler die Beratung im provisionsbasierten Vertrieb von Versicherungsanlageprodukten als „nicht unabhängig“ bezeichnen muss. Das kann er aber auch tun. Der Versicherungsmakler braucht weder zu behaupten, dass er wie ein Arbeitnehmer persönlich abhängig sei, noch, dass er vertraglich bzw. wirtschaftlich von einem bestimmten Versicherer abhängt“, klärt Prof. Dr. Brömmelmeyer auf. „Er muss lediglich angeben, dass die von ihm angebotene Beratung auf Provisionsbasis und deswegen „nicht unabhängig“ erfolgt.“

Die Frage der Unabhängigkeit bezieht sich also nicht auf den Status des Maklers im Sinne des Berufsbildes, sondern auf seine Dienstleistung, die über Courtage oder Honorar bezahlt wird. Die Regelung soll letztlich der Transparenz dienen und wird im Grunde genommen Teil der ohnehin bestehenden Erstinformation sein.



Prof. Dr. Brömmelmeyer: „Der Versicherungsmakler gibt an, dass er selbstständig und „ungebunden“ ist, so dass er auf der Basis eines repräsentativen Marktüberblicks im bestmöglichen Interesse des Kunden Versicherungsanlageprodukte auswählen und empfehlen kann. Er gibt gleichzeitig an, ob die von ihm angebotene Beratung „unabhängig“ oder „nicht unabhängig“ erfolgt, je nachdem, ob es sich im konkreten Einzelfall um eine Honorarberatung handelt (unabhängig) oder um eine Beratung auf Provisionsbasis (nicht unabhängig).“

Zukünftig verlangt die RIS also nach aktuellem Stand von allen Branchenbeteiligten ein gewisses Maß an Differenzierungsvermögen.

„Der EU-Vorschlag besagt keineswegs, dass der Versicherungsmakler eine unabhängige Beratung an-

bieten muss und deswegen keine Provision verlangen kann“, stellt auch BVK-Präsident Michael H. Heinz fest. „Er hat vielmehr die Wahl gegenüber den Kunden anzugeben, dass er auf Provisionsbasis arbeitet und deshalb „nicht unabhängig“ ist oder er kann auf Honorarbasis beraten, das heißt Versicherungsanlageprodukte empfehlen, ohne dafür eine Provision von einem Versicherer zu erhalten. Dann kann er dies als „unabhängig“ bezeichnen. Man kann also mitnichten von einem Provisionsverbot für Makler sprechen, wie das einige Verbände tun. Vielmehr erweitert sich das Angebot aufgrund der Wahlmöglichkeit für den Kunden.“

Nach Ansicht des BVK entspricht diese Lesart der RIS auch dem EU-Ansatz eines abgestuften bzw. partiellen Provisionsverbotes. Denn die EU-Kommission konzidierte in der Begründung ihres Richtlinienvorschlages, dass „ein sofortiges und vollständiges Verbot von Anreizen erhebliche, plötzlich eintretende Auswirkungen auf bestehende Vertriebssysteme mit schwer vorhersehbaren Folgen nach sich ziehen würde. Ein teilweises Verbot würde hingegen bestehende Vertriebssysteme weniger stark beeinträchtigen und gleichzeitig Vorteile für die Kleinanleger bringen.“

„Nichtsdestotrotz werden wir vom BVK auf Klarstellungen in den Begründungen und bei Übersetzungen in der RIS pochen, um unterschiedliche Rechtsauslegungen zu verhindern“, sagt BVK-Präsident Heinz.

Autor: www.bvk.de

AfW Hauptstadtgipfel der Entscheider 2023: „Wir machen ein Provisionsverbot nicht mit“

Jubiläum in Berlin: Bereits zum 20. Mal brachte der Bundesverband Finanzdienstleistungen AfW Entscheider aus der Politik mit Entscheidern aus der Finanzdienstleistungsbranche zusammen. Auf der Agenda standen aktuelle und umstrittene Regulierungsvorhaben. Rund 70 Fördermitglieder und Kooperationspartner des AfW Bundesverband Finanzdienstleistung waren der Einladung nach Berlin gefolgt. Sie alle sind von den Regulierungsvorhaben aus Brüssel und Berlin betroffen. Die Branche beschäftigt sich aktuell vor allem wegen der EU-Kleinanlegerstrategie mit einem drohenden Provisionsverbot für Makler, mit den Vorschlägen der Fokusgruppe private Altersvorsorge für eine Reform der Riester-Rente und mit einer wichtigen Nachjustierung bei der betrieblichen Altersvorsorge.



„Unsere Fördermitglieder nutzen den Hauptstadtgipfel, um die Finanzexperten aus Regierung und Opposition mit der Realität aus ihrer Berufspraxis vertraut zu machen und mit konstruktiven Nachfragen für ihre Belange zu sensibilisieren“, sagt Frank Rottenbacher, AfW-Vorstand zum Konzept. In diesem Jahr stellten sich Mitglieder des

Bundesfinanzausschuss von CDU und Bündnis 90/Die Grünen den Fragen der Branche – die stellvertretende finanzpolitische Sprecherin der SPD musste leider aufgrund einer kurzfristig angesetzten Sondersitzung des Finanzausschusses passen.

Neue Stellschrauben für die Private Altersvorsorge

Dr. Carsten Brodesser, CDU-Mitglied im Finanzausschuss des Deutschen Bundestages, ordnete die konkreten Reform-Vorschläge der von der Bundesregierung eingesetzten Fokusgruppe private Altersvorsorge ein. „Die Reduzierung der Beitragsgarantie ist der Dreh- und Angelpunkt, ich habe große Hoffnung, dass das auch im Gesetz umgesetzt wird“, erklärte Brodesser. Ebenfalls für ziemlich gesichert hält er die vereinheitlichte Kinderzulage, eine vereinfachte technische Abwicklung der Zulagenbeantragung und den Verzicht auf einen staatlich kontrollierten Fonds für die Altersvorsorge.

Der CDU-Finanzpolitiker begrüßte, dass die Förderhöchstgrenzen von derzeit 2.100 Euro künftig an 4 Prozent der Beitragsbemessungsgrenze ausgerichtet werden sollen und damit automatisch mitwachsen würden. Die Union möchte darüber hinaus noch mehr: „Wir treten für eine lineare Förderung ein. Also für jeden Euro 50 Cent Zulage. Damit fände auch keine Fehlallokation im Altersvorsorgevermögen mehr statt“, erläuterte

Brodesser. Denn Riester-Sparer, die sich einen Großteil der Förderung über die Steuergutschrift erstatten lassen, erhalten ihren Sonderausgabenabzug „gedankenfremd“ aufs Konto überwiesen und nicht in ihr Sparprodukt.

Die von den Ampelparteien kolportierte Aussage, der zugehörige Referentenentwurf werde Anfang 2024 erstellt, datierte Brodesser auf das erste Halbjahr nächsten Jahres. „Das kann nach Aussage von Staatssekretär Toncar aber auch erst der 30. Juni sein. Das Gesetz muss bis Ende 2024 verabschiedet sein, denn es soll ab 1. Januar 2025 gelten“, so der Finanzexperte. Und Produktgeber und Vermittler bräuchten schließlich auch noch eine gewisse Zeit, um sich darauf vorzubereiten.

CDU-Kritik am Projekt Generationenkapital und der EU-Kleinanlegerstrategie

Im Bereich der betrieblichen Altersvorsorge (bAV) kritisierte Brodesser unter anderem das von der FDP angeregte Projekt Generationenkapital, das als dauerhafter Fonds von einer unabhängigen, öffentlich-rechtlichen Stiftung professionell verwaltet werden soll. „Über zehn Jahre werden so voraussichtlich 3 Milliarden Euro angespart. Angesichts von 360 Milliarden Euro Gesamtausgaben der Deutschen Rentenversicherung ist das nur ein Tröpfchen auf einen riesigen heißen Stein“, so Brodesser. Das Generationenkapital werde die Rente ab 2035 weder retten, noch wesentlich

stabilisieren. Als weitere zu lösende Probleme nannte er das in der Praxis kaum genutzte Sozialpartnermodell und die Frage der Sozial- und Rentenversicherungspflicht für Selbstständige. Die CDU/CSU tritt zudem für ein Obligatorium in der bAV für Geringverdiener ein, der Beitrag soll dabei komplett vom Arbeitgeber übernommen werden.

Zur EU-Kleinanlegerstrategie vertrat Brodesser eine klare Position, die voll und ganz auf Linie des AfW liegt: „Ein Provisionsverbot für Makler machen wir nicht mit“. Die Kritik nach Vorstellung des Entwurfs im Mai sei so laut gewesen, dass die zuständige Kommissarin Mairead McGuinness ihre Vorschläge abgemildert habe. „Das nun vorgesehene Provisionsverbot für Execution-Only sehen wir aber auch kritisch“, betonte Brodesser, denn beratungsfreie Plattformen werden in diesem Fall dann künftig nicht mehr existieren. Grüne: Staatsfonds wäre die bessere Lösung

Grüne: Staatsfonds wäre die bessere Lösung

Sascha Müller (Bündnis 90/Grüne) ebenfalls Mitglied im Finanzausschuss, unterstrich, dass die Grünen nach wie vor für die Stärkung der Honorarberatung eintreten und einen öffentlich verwalteten Staatsfonds mit Opt-Out-Möglichkeit für die private Altersvorsorge befürworten. Letzterer hatte indes bei den Experten der Fokusgruppe keine Mehrheit gefunden – zum Bedauern der grünen Partei. „Wir brauchen eine einfache, staatlich geförderte Vorsorge“, sagte Müller und plädierte dafür die Bürokratie der Regelungen abzubauen und die Altersvorsorge grundlegend neu aufzustellen.

Der grüne Finanzexperte befürwortete die Vorschläge für mehr

Flexibilität in der Auszahlphase und eine Abkehr von der Pflicht zur Verrentung in bestimmten Fällen. Etwa, wenn ein Verbraucher das angesparte Kapital zur Tilgung eines Immobiliendarlehens oder für den altersgerechten Umbau seiner Immobilie nutzen möchte.

Mangelnde finanzielle Bildung sei ein wesentlicher Grund, warum nur 18 Prozent der deutsche Verbraucher am Kapitalmarkt investiert sind – im EU-Durchschnitt sind es immerhin 30 Prozent. „Finanzielle Verbraucherbildung sollte in allen Bundesländern, in allen Lehrplänen verankert werden. Ich bin hoffnungsvoll, dass wir das mit der nationalen Finanzbildungsstrategie der Ampel ändern können“, so Müller.

Kleinanlegerstrategie noch in dieser Legislatur?

Zu den in der Branche umstrittenen Punkten aus der EU-Kleinanleger-Verordnung nahm der grüne Finanzexperte ebenfalls Stellung. Er begrüßte sowohl das Provisionsverbot für Execution-only-Abwicklungen als auch die höhere Transparenz für Versicherungsanlageprodukte. Allerdings sehe er auch die Notwendigkeit einer Nachschärfung bei der Regulierung von Social Media. „In einer Welt von Finfluencern muss klar erkennbar sein, welcher Anbieter für die inhaltliche Qualität verantwortlich ist“, so Müller.

Insgesamt gebe es derzeit auf EU-Ebene noch Widerstände, erläuterte Müller. So sei noch nicht klar, welche Mehrheiten sich im Parlament fänden und wie sich der Ministerrat positionieren werde. „Ich würde mir sehr wünschen, wenn wir es schaffen, das Kleinanlegerpaket im Rahmen dieser EU-Legislatur abzuschließen. Voraussetzung ist, dass wir Transparenz herstellen, qualitativ

hochwertige Produkte anbieten und die finanzielle Bildung stärken. Nur so können wir das Vertrauen der Bürgerinnen und Bürger in den Kapitalmarkt gewinnen“, lautete sein Statement.



AfW sieht Handlungsbedarf in Brüssel

Beim Zeitplan ist der AfW anderer Meinung: „Angesichts der vielen berechtigten Einsprüche, nicht nur aus dem deutschen Markt, glauben wir nicht an eine Umsetzung der Kleinanlegerverordnung noch vor der Europawahl im Juni 2024“, betonte AfW-Vorstand Frank Rottenbacher. Da es aber anders als in der deutschen Politik auf EU-Ebene keine Diskontinuität gibt, wird das Vorhaben in jedem Fall auf dem Tisch bleiben und wird notfalls nach der Wahl mit neuer EU-Kommission weiterverfolgt werden.

Wichtigster Einwand aus Sicht der deutschen Vermittelnden: „Wir befürchten aufgrund einer schwammigen Formulierung im Entwurf zur Unabhängigkeit ein faktisches Provisionsverbot für Makler, die Versicherungsanlageprodukte vermitteln. Wir setzen uns dafür ein, dass dieser Passus gestrichen oder klarer gefasst wird“, präzisierte Rottenbacher. Ansonsten drohe eine jahrelange unklare Rechtslage, die erst im Nachgang durch Gerichtsurteile geklärt werden kann. Kein Zustand für eine Branche, die auf Transparenz und Vertrauen setzt.

Autor: www.bundesverband-finanzdienstleistung.de

FAQ und KI-Chatbot vom AfW zur Registrierungspflicht nach dem Geldwäschegesetz

Alle nach dem Geldwäschegesetz (GWG) Verpflichteten müssen spätestens ab 01.01.2024 in dem Online-Meldeportal „goAML“ registriert sein. Meldepflichtige sind u.a. Immobilienmakler, Versicherungsvermittler (wenn sie Versicherungsanlageprodukte vermitteln) und Finanzunternehmen (also auch regelmäßig Finanzanlagenvermittler und Honorar-Finanzanlagenberater mit einer Erlaubnis gem. § 34f bzw. § 34h GewO).

Mit Ablauf der bisher noch bestehenden Übergangsfrist am 31.12.2023 verstoßen alle Verpflichteten, die keine goAML-Registrierung vorweisen können, gegen das Geldwäschegesetz. Die Registrierungspflicht gilt unabhängig davon, ob Geld-

wäsche-Verdachtsmeldung abgegeben werden. Hier geht es zur Registrierung: <https://goaml.fiu.bund.de/WebRegistration/NewEntityCR>

„Den AfW erreichten in den letzten Monaten zahlreiche Anfragen von Vermittlerinnen und Vermittlern dazu. Dies hat uns bewogen, die wichtigsten Fragen in einem Fragen-Antwort-Katalog aufzugreifen und für die Betroffenen somit eine erste Handreichung für die Erfüllung ihrer Registrierungspflicht zu geben.“, erläutert Rechtsanwalt und Geschäftsführender Vorstand des AfW, Norman Wirth, das neue Serviceangebot des Verbandes, welches hier zu finden ist: [\[trierungspflicht-nach-dem-geld-waeschegesetz-gwg-ueber-das-webportal-goaml/\]\(https://www.bundesverband-finanzdienstleistung.de/trierungspflicht-nach-dem-geld-waeschegesetz-gwg-ueber-das-webportal-goaml/\)](https://www.bundesverband-finanzdienstleistung.de/infofaq-fuer-vermittler-zur-regis-</p>
</div>
<div data-bbox=)

Erstmals bietet der AfW Vermittlerinnen und Vermittlern auch Unterstützung durch einen KI-Chatbot. „Wir haben diesen Bot speziell auf die wichtigsten Fragen rund um die goAML-Registrierung trainiert. In das Training sind auch die vielen bereits an den AfW herangetragenen Fragen und Probleme eingeflossen. Vermittlerinnen und Vermittler können somit schnell Antworten auf ihre Fragen rund um die goAML-Registrierung erhalten“, so AfW-Vorstand Frank Rottenbacher. Der KI-Chatbot ist ebenfalls auf der Services-Webseite des AfW erreichbar.

Autor: www.bundesverband-finanzdienstleistung.de



Quelle: © toppatt - AdobeStock.com



Effektive Hilfe bei der goAML-Registrierung:

Going Public! Veröffentlicht Video mit Praxistipps

Die GOING PUBLIC! Akademie für Finanzberatung AG veröffentlicht ein Video mit konkreten Tipps und Hinweisen für Finanzdienstleister, die sich auf dem Online-Portal goAML für die Geldwäscheprävention registrieren müssen. Ronald Perschke, Vorstand von GOING PUBLIC!, und Rechtsanwalt Oliver Korn von der Kanzlei GPC Law beantworten darin die häufigsten Fragen zur Registrierung und geben praxisnahe Hilfestellungen. Damit unterstützt der renommierte Weiterbildungsanbieter Finanzvermittler gezielt bei dieser wichtigen regulatorischen Pflicht.

“Viele Vermittlerinnen und Vermittler berichteten uns von Schwierigkeiten bei der Registrierung auf goAML. Daher haben wir dieses Video erstellt, das dabei helfen soll, typische Fallstricke zu vermeiden“, erklärt Ronald Perschke. “Wir hoffen, mit den Tipps zur effektiven Vorbereitung beitragen zu können, damit die Registrierung reibungslos funktioniert.”

Rechtsanwalt Oliver Korn ergänzt: “Indem wir die häufigsten Fragen direkt beantworten und mit Screenshots der Plattform eine konkrete Anleitung zur Ein-

tragung geben, wollen wir Vermittlern Sicherheit geben und helfen Zeit zu sparen. Denn eine erfolgreiche Registrierung ist unverzichtbar, um regulatorische Anforderungen zu erfüllen.”

Wer sich registrieren muss, sollte das Video unbedingt vorab ansehen, um typische Fehler bei der Online-Registrierung auf goAML zu vermeiden und sich optimal auf diesen Schritt vorzubereiten:

<https://gp-akademie.info/goAML>

Autor: www.akademie-fuer-finanzberatung.de

Europäischer CEN-Ausschuß für Finanznormen gegründet

Breite Unterstützung auch aus anderen Ländern Europas – Praxisnahe Finanznormen helfen der Finanzbranche und dem Verbraucherschutz besser als Gesetze. Unter maßgeblicher Beteiligung der im DIN-Normenausschuss Finanzen (NAFin) engagierten Vertreter der Finanzdienstleistungsbranche hat das Deutsche Institut für Normung (DIN) bei der europäischen Normungsorganisation CEN die Gründung des „Technical Committee Finance“ erreicht. Das neue Gremium CEN/TC 475 soll als europäisches Pendant zum im vergangenen Oktober gegründeten NAFin wirken. Dr. Klaus Möller, Vorsitzender des NAFin-Beirates und Vorstand der Defino Institut für Finanznorm AG, sagt: „Angesichts zunehmender EU-Regulierungen ist es geboten, uns schnell mit unseren Vorstellungen von wirksamem Verbraucherschutz auch in Brüssel zu formieren.“ Neben Deutschland (DIN) als Initiator haben sich auch Bulgarien, Finnland, Italien, Schweiz, Spanien und das Vereinigte Königreich mit ihren jeweiligen Normungseinrichtungen zur aktiven Mitwirkung an der Erarbeitung von europäischen Finanznormen bereit erklärt. Insgesamt hat die Initiative von DIN zur Gründung des neuen CEN/TC aus der Mehrheit der 34 in CEN engagierten europäischen Ländern eine starke Unterstützung erfahren.

Der NAFin wird den neuen Ausschuss durch die Entsendung deutscher Fachleute als Spiegelgremium begleiten, die nationale



Quelle: © FotolEdhar - Fotolia.com

Meinungsfindung koordinieren und das Sekretariat des europäischen Gremiums führen. Dabei werden ganz wesentlich auch die bestehenden europäischen Netzwerke der deutschen Vermittlerverbände helfen. Martin Klein vom Votum-Verband: „Um den praxisfernen und auch für den Verbraucherschutz häufig wirkungslosen Regulierungsansätzen der EU-Gesetzgeber etwas entgegenzusetzen, müssen wir als Finanzbranche mit eigenen europäischen Normen aktiv werden und es besser machen.“ Die Unterstützung von Verbraucherschützern, Wissenschaftlern, Politikern, Verbänden und namhaften Finanzdienstleistern bestätigt das NAFin-Bestreben nach einer echten Qualitätsverbesserung der Finanzberatung.

Gesetze mit selbstverpflichtenden Normen überflüssig machen

Eine Voraussetzung dafür ist aber, dass sich die Anwendung der bestehenden Normen zunächst un-

ter den deutschen Finanzdienstleistern und später auch in den anderen europäischen Ländern weiter verbreitet. „Nur so, also mit breiter aktiver Selbstverpflichtung, können wir kraftvoll gegenüber dem Gesetzgeber, aber auch vor Aufsichtsbehörden und Kontrollinstanzen auftreten und Gesetze überflüssig machen. Und wir sehen bereits: Der Zuspruch auf politischer Ebene wächst“, so Möller, und weiter: „Selbstbestimmte Normung statt fremdbestimmte Regulierung ist unser Ziel für 2024.“

Das CEN/TC 475 „Finance“ wird sich zunächst mit Normungsarbeiten in den Bereichen der Finanzanalyse, der Risikoanalyse sowie der Nachhaltigkeitsdeklaration von Finanzprodukten befassen. DIN und die NAFin-Mitglieder gehen davon aus, dass sich mit dem Beginn der inhaltlichen Arbeiten weitere Länder aktiv an der Normung im Bereich der Finanzen einbringen werden.

Autor: www.defino.de

Analysenorm DIN 77230 künftig auch in Einzelmodulen anwendbar

Unterteilung der bestehenden 42 Themenfelder in neun Bedarfsfelder – Ganzheitliche Finanzanalyse bleibt als Königsdisziplin bestehen. Der DIN-Arbeitsausschuss „Finanzdienstleistungen für den Privathaushalt“, der von Ende 2014 bis Ende 2018 die Finanzanalyse-Norm DIN 77230 erarbeitete, hat die Norm nun einer auf den ersten Blick einfachen, aber in ihren Auswirkungen doch wesentlichen Überarbeitung unterzogen. Diese wird nach Überzeugung der Ausschussmitglieder die Finanzanalyse nach Norm neuen Zielgruppen zugänglich machen und einen flächendeckenden Einsatz der DIN 77230 ermöglichen. Der Änderungsentwurf ist beim Deutschen Institut für Normung DIN unter <https://www.din.de/de/mitwirken/normenausschuesse/nadl/entwurfe/wdc-beuth:din21:367123929> einsehbar.

Die zentrale Veränderung ist die Gruppierung der 42 in der Norm genannten Finanzthemen in neun Module oder Bedarfsfelder. Durch diese Gruppierung wird es zukünftig möglich sein, neben ganzheitlichen Analysen auch Teilanalysen unter Berufung auf die Norm zu erstellen.

Auch bei Anwendung nur einer Teilanalyse erfahren Kunden am Ende, wo die im jeweiligen Bedarfsfeld auf Relevanz geprüften Finanzthemen im Gesamtranking der 42 Themen positioniert sind. Dadurch bleibt der ganzheitliche Grundansatz der Norm als Königsdisziplin gewahrt.



Quelle: © Elnur - Fotolia.com

Die einzelnen Finanzthemen sind unter den Bedarfsfeldern Krankheit und Pflege (KP), Haftung und Rechtsschutz (HR), Arbeitskraftverlust (AV), Partner:in und Kinder (PK), Liquidität und Vermögensbilanz (LV), Vorsorge für das Alter (VA), Haus und Wohnung (HW), Mobilität und Reisen (MR), Sparen und Vermögensbildung (SV) fest gruppiert.

Dabei sind die einzelnen Bedarfsfelder in ihrer Wichtigkeit durchaus vergleichbar, aber bezüglich der Zahl der zugehörigen Finanzthemen sehr unterschiedlich: Während das Modul „Vorsorge für das Alter“ zwei Finanzthemen, nämlich „Grundschutz Altersvorsorge“ in der Bedarfsstufe 1 und „Altersvorsorge zum Erhalt des Lebensstandards“ in der Bedarfsstufe 2 enthält, befinden sich in den Bedarfsfeldern „Haftung und Rechtsschutz“ sowie „Haus und Wohnung“ je zwölf einzelne Finanzthemen.

Modularform spart Beratern und Kunden Zeit

Für die Feststellung des Sollstatus in der Altersvorsorge müssen in der Teilanalyse lediglich fünf Fragen beantwortet werden. Für die Feststellung des ganzheitlichen Solls, also des Absicherungs-, Vorsorge- und Vermögensbildungsbedarfs ohne Berücksich-

tigung schon vorhandener Lösungen über alle Finanzthemen, sind Antworten auf 49 Fragen notwendig.

Manche Kunden können dafür nicht die notwendige Zeit aufbringen oder sie beschäftigt aktuell nur ein konkretes Bedarfsfeld. Und bisweilen erlauben es auch die Rahmenbedingungen nicht, alle Finanzthemen ganzheitlich und auf einmal in den Blick zu nehmen: Kaum ein Arbeitgeber mag seine Arbeitnehmer im Rahmen seines Angebotes zur betrieblichen Altersvorsorge zu lange vom Arbeitsplatz abziehen, um ihnen eine ganzheitliche Finanzanalyse mit den drei Buchstaben DIN angedeihen zu lassen. Obwohl gerade Arbeitgeber und Arbeitnehmer aus ihrer Erfahrung heraus Normen als besonders Vertrauen stiftend schätzen.

In den genannten Situationen helfen jetzt Teilanalysen nach Norm. Die einzige, aber wesentliche Bedingung für die Berufung der Berater auf die Norm ist die Einordnung der Teilanalyse-Themen in die gesamte Liste an Finanzthemen der DIN 77230. „Durch diese Darstellung des Analyse-Ergebnisses sehen Verbraucher, dass sie möglicherweise noch wichtigere Themen zu betrachten haben als die aus der Teilanalyse“, betont Klaus Möller, Vorstand der Defino Institut für Finanznorm AG und Obmann des DIN-Arbeitsausschusses „Finanzdienstleistungen für den Privathaushalt“. Autor: www.defino.de

Normenausschuß „Finanzen“ gegründet:

„Eine große Chance für die Finanzwelt“

DIN hat den neuen Normenausschuß „Finanzen“ ins Leben gerufen. Er wird erstmals die Normung und Standardisierung für den Finanzsektor unter einem Dach vereinen – um den Markt nachhaltiger und zukunftsfähig zu machen. Der Finanzsektor ist hochreguliert, die Anforderungen an nachhaltiges Wirtschaften steigen. Umso wichtiger ist es, mit Normen und Standards für Vereinfachung am Finanzmarkt zu sorgen. Diese koordiniert und effizient zu erarbeiten – das soll der neue Normenausschuß „Finanzen“ (NAFin) leisten, den das Deutsche Institut für Normung (DIN) am 9. Oktober in Berlin gegründet hat. Am 1. Januar 2024 wird der NAFin seine Arbeit aufnehmen. Zur Gründung hatte Christoph Winterhalter, Vorstandsvorsitzender des Deutschen Instituts für Normung (DIN), eingeladen.

Enge Zusammenarbeit mit ISO und CEN

Bisher wurden Normen und Standards für Finanzen in verschiedenen DIN-Normenausschüssen behandelt. Im NAFin wird künftig alles unter einem Dach abgestimmt, formuliert und umgesetzt. Ziel des neuen Normenausschusses ist es, die bestehenden Normen und Standards zu ordnen, zu verknüpfen und aufeinander abzustimmen – für eine bessere Übersicht und einen nationalen wie internationalen Konsens. Der NAFin ist künftig für die nationale Normung im Finanz-

sektor zuständig. Der Ausschuss vertritt die deutschen Normungsinteressen auf europäischer und internationaler Ebene in Abstimmung mit dem Europäischen Komitee für Normung (CEN) und der Internationalen Organisation für Normung (ISO).

NAFin-Vorsitzender: „Eine große Chance“

Als Vorsitzender des neuen Ausschusses wurde Dr. Klaus Möller, Vorstand des DEFINO Institut für Finanznorm AG, am Gründungstag gewählt. Er bedankte sich für das Vertrauen und hob die Bedeutung der anstehenden Aufgaben hervor: „Der neue Normenausschuß Finanzen‘ ist eine große Chance, die Normung und Standardisierung in der Finanzwelt zu etablieren. Wir wollen eine starke nationale Allianz im internationalen Normungsumfeld aufbauen und die Finanzbranche nachhaltiger und damit zukunftsfähig gestalten.“

Grüne Investitionen fördern

Denn: Wenn es um Nachhaltigkeit als globale Aufgabe geht, kommt dem Finanzsektor eine Schlüsselrolle zu. Für die Branche besteht Handlungsbedarf: „Immer mehr Unternehmen wollen und müssen die Nachhaltigkeit ihrer Produkte oder Dienstleistungen nachweisen können. Um dies auf einer einheitlichen und vertrauenswürdigen Basis tun zu können, müssen wir beispielsweise die vielfältigen Standardisierungs-

bestrebungen aus dem Bereich der Nachhaltigkeitsberichterstattung bündeln und widerspruchsfrei an das bestehende technische Regelwerk anbinden,“ sagt DIN-Vorstandsvorsitzender Christoph Winterhalter.

Der neue Normenausschuß wird diese Arbeit strategisch und inhaltlich koordinieren. Zu den Themengebieten gehören auch die Digitalisierung im Finanzsektor, Versicherungen und die Nachhaltigkeits-Berichterstattung. Darüber hinaus wird der NAFin beraten sowie neue Normungsfelder und Anwendungsgebiete bewerten, etwa zu KI in der Finanzbranche.

Sogenannte Themenforen werden im NAFin dafür eine agile beratende Rolle einnehmen und die verschiedenen Themenfelder strategisch weiterentwickeln, z.B. in Form neuer Normungsprojekte oder der Integration neuer Themen in bestehende. Mit dem NAFin wurde der erste DIN-Normenausschuß seit zehn Jahren gegründet. Insgesamt gibt es nun 69 Normenausschüsse beim Deutschen Institut für Normung. Wenn Sie an der Mitarbeit in den Arbeitsausschüssen und Themenforen des Normenausschusses „Finanzen“, interessiert sind, wenden Sie sich bitte an Josefine Sult. <https://www.din.de/de/din-und-seine-partner/presse/mitteilungen/normenausschuß-finanzen-gegründet-eine-große-chance-für-die-finanzwelt-964950>
Autor: www.din.de

So stehen Berater zur Zukunft der künstlichen Intelligenz

DBegrüßen Vermittlerinnen und Vermittler die neuen technischen Möglichkeiten oder befürchten sie eher durch die KI überflüssig zu werden? Der AfW hat hierzu ein Stimmungsbild der Branche erhoben. Das Ergebnis fällt differenziert aus. Der größte Teil der Vermittelnden hat noch keine klare Meinung, inwieweit die Künstliche Intelligenz in ihr Berufsbild eingreifen und es verändern wird. Derzeit schätzt knapp die Hälfte (46 Prozent) die Auswirkungen von KI auf die eigene berufliche Zukunft als neutral ein. 28 Prozent sehen sie positiv, 18 Prozent negativ. Dieses Stimmungsbild ist ein Ergebnis des 16. AfW-Vermittlerbarometers, für das mehr als 1.100 Vermittlerinnen und Vermittler Auskunft im Rahmen einer umfassenden Online-Umfrage erteilten.

Den größten Einfluss der KI erwartet die Mehrheit (46,9 Prozent) gleichermaßen beim Kunden und beim Berater. 21,5 Prozent glauben indes, dass sich die neuen technischen Möglichkeiten vor allem beim Kunden auswirken werden. 17,5 Prozent erwarten dies eher beim Berater.

KI kein Ersatz für menschliche Beratung – oder?

Auf die konkrete Frage, ob KI-Anwendungen künftig die menschliche Interaktion in der Finanzberatung ersetzen wird können, haben die Befragten hingegen ein klares Bild: 61 Prozent glauben nicht daran, dass dieser Fall je-

mals eintreten wird. Für 8 Prozent ist das jedoch wahrscheinlich und jeder vierte Befragte hält es zumindest für möglich. 25 Prozent stimmten mit „vielleicht“.

„Es scheint so, als wäre die Vermittlerschaft derzeit noch gelassen, was das Aufkommen der Künstlichen Intelligenz für ihren Beruf bedeutet“, sagt Frank Rottenbacher, Vorstandsmitglied des AfW Bundesverband Finanzdienstleistungen. Allerdings lasse sich eben noch nicht klar übersehen, wie gut und vor allem wie schnell die KI-Tools Dienstleistungen am Kunden unterstützen oder in Teilen gar ersetzen können. „Die Vermittlerschaft ist mal wieder in ihrem Unternehmertum gefordert, um schnell auf Veränderungen durch die KI zu reagieren und um ihre jeweiligen Dienstleistungen positionieren zu können“, so Rottenbacher weiter.

Angst vor Fehlern und Kontrollverlust – was Berater an der KI noch zweifeln lässt

Welche konkreten Bedenken haben die Vertriebsexperten? An erster Stelle steht die Angst vor Fehlern der Künstlichen Intelligenz. Mehr als jeder zweite Befragte (58,2 Prozent) nannte diesen Grund. Ebenfalls häufig gelistet wurden Kontrollverlust (50,7), Bedenken wegen des Datenschutzes (43,7) und der Komplexität (40,8). Die Kosten spielen bei den Zweifeln an der KI hingegen keine Rolle. Nur für jeden achten Befragte (11,8 Prozent) sind diese ein

Grund für Bedenken. Hier waren Mehrfachnennungen erlaubt.

Zur Studie: Das jährliche AfW-Vermittlerbarometer bereits zum 16. Mal mittels einer Online-Umfrage im November 2023 durchgeführt. Insgesamt 1.108 Teilnehmerinnen und Teilnehmer beantworteten rund 50 Fragen zu ihrer Tätigkeit, ihrem Einkommen, der Regulierung



Quelle: © Peera - AdobeStock.com

und anderen aktuellen Fragen. Neun von zehn Befragten (89,1 Prozent) haben eine Erlaubnis für die Versicherungsvermittlung (§34d GewO), davon beraten rund 90 Prozent im Maklerstatus. 63 Prozent der Befragten verfügen über die Erlaubnis als Finanzanlagenvermittler/-in nach §34f GewO. Das durch das AfW-Vermittlerbarometer eruierte Stimmungsbild der Vermittlerschaft weist weit über den Verband hinaus, denn 58 Prozent der Befragten sind (noch) keine Mitglieder des AfW.

Autor: www.bundesverband-finanzdienstleistung.de

Die Spitzenreiter im Wettbewerb um herausragenden Maklerservice

Das Fachmagazin AssCompact hat im Rahmen der DKM 2023 die AssCompact Awards in der Kategorie "Maklerservice" verliehen. Dabei wurden die Versicherer mit dem besten Maklerservice in vier verschiedenen Produktkategorien ausgezeichnet. Den besten Maklerservice liefern dabei Continentale, Die Haftpflichtkasse, LV 1871, Stuttgarter und Swiss Life.

Die DKM 2023 – die Leitmesse für die Finanz- und Versicherungsbranche – hat die Bühne für die Verleihung der begehrten AssCompact Awards in der Kategorie „Maklerservice“ geboten. Die Auszeichnung würdigt die Versicherungsunternehmen, die aus Sicht der unabhängigen Vermittlerinnen und Vermittler einen exzellenten Maklerservice bieten – und zwar in den Bereichen betriebliche Altersversorgung, private Vorsorge / Biometrie, PKV & Pflege sowie Schaden / Unfall. Zu den Gewinnern zählen Continentale, Die Haftpflichtkasse, LV 1871, Stuttgarter und Swiss Life.

Was Vermittler schätzen

Im Detail wurden die Produktgeber von den unabhängigen Vermittlerinnen und Vermittlern anhand von zwölf Leistungskriterien beurteilt. Die jeweilige Zufriedenheit sowie die Gewichtung der Leistungskriterien ergeben die Gesamtzufriedenheit, auf welcher das Ranking basiert. Die Leistungskriterien lassen sich in vier Dimensionen unterteilen: zentrale und dezentrale Vertriebsunterstützung, Software & Tools sowie Marketingmaterialien.

Wie im Vorjahr sind dabei persönliche Komponenten, wie der Umgang mit Problemfällen und Beschwerden sowie die Kompetenz der Ansprechpartner in der Zentrale am wichtigsten.

Die Top-3 der zentralen Einflussgrößen auf die Gesamtzufriedenheit*:

Umgang mit Problemfällen / Beschwerden (2)

Kompetenz der Ansprechpartner in der Zentrale (1)

Engagement der Ansprechpartner in der Zentrale (6)

*Vorjahreswert in Klammern

Enges Rennen um den besten Service

Dr. Christian Durchholz, Geschäftsführer des Studien-Herausgebers bbg Betriebsberatungs GmbH, kommentiert: "Die diesjährigen Ergebnisse bestätigen erneut, dass die führenden Unternehmen im Wettbewerb um exzellenten Maklerservice äußerst eng beieinander liegen. Eine minimale Veränderung kann eine deutliche Verschiebung in der Platzierung bedeuten. Dies unterstreicht das konstant hohe Serviceniveau in der Branche und die zunehmende Bedeutung persönlicher Faktoren wie Kompetenz, Erreichbarkeit und der professionelle Umgang mit Problemfällen."



Quelle: © Chayawat - Fotolia.com

Die Gewinner im Überblick:

Betriebliche Altersversorgung

Platz 1 LV 1871 (2)

Platz 1 Swiss Life (5)

Platz 3 Canada Life (2)

Platz 3 Volkswohl Bund (2)

Private Vorsorge / Biometrie

Platz 1 Stuttgarter (1)

Platz 2 Volkswohl Bund (3)

Platz 3 WWK (7)

PKV & Pflege

Platz 1 Continentale (2)

Platz 2 Universa (2)

Platz 3 Alte Oldenburger (4)

Platz 3 Ideal (1)

Platz 3 Signal Iduna Gruppe (4)

Schaden / Unfall

Platz 1 Die Haftpflichtkasse (3)

Platz 2 Konzept & Marketing (1)

Platz 2 VHV (5)

Platz 2 Volkswohl Bund (Prokundo) (7)

Autor: www.asscompact.de

Trendstudie:

Online-Vergleichsportale auch in der Assekuranz auf dem Vormarsch

Vergleichsportale spielen auf der Customer Journey der Versicherungskunden eine zunehmende Rolle. Mehr als jeder dritte Versicherungsentscheider (37%), der in den letzten zwei Jahren Versicherungen neu abgeschlossen hat, hat sich vor dem Abschluss auf einem Vergleichsportal informiert. Jeder Fünfte (22%) hat seine Police dann auch direkt über das Portal abgeschlossen. Dies entspricht einer Abschlussrate von 59 Prozent. Meist handelt es sich bei den Abschlüssen um Sachversicherungen wie Kfz, Privat-Haftpflicht oder Hausrat, zunehmend aber auch um Lebensprodukte und private Kranken-/Krankenzusatzversicherungen. Die Produktgeber selbst sind mit Blick auf ihre Vertriebsstrategien gut beraten, die wachsende Bedeutung der Vergleichsportale als Informations- und als Abschlusskanal zu berücksichtigen und die Motive der Zielgruppe der Portalnutzer differenziert zu verstehen.

Dies zeigt die aktuelle Trendstudie «Nutzung von Preisvergleichsportalen für Versicherungstarife» des Marktforschungsinstituts Nordlight Research in Zusammenarbeit mit der auf den Versicherungsmarkt spezialisierten Strategieberatung Valytics. Über 1.000 private Versicherungsentscheider ab 18 Jahren – die in den letzten zwei Jahren eine Versicherung neu abgeschlossen oder gewechselt haben und sich dabei auf einem Vergleichsportal zumin-

dest informiert haben – wurden repräsentativ zur Nutzung von Vergleichsportalen und zu ihren Nutzungsmotiven befragt. Ausführlich differenziert wird dabei nach unterschiedlichen Nutzergruppen, Nutzungsanlässen und Versicherungssparten sowie nach der Stellung der Vergleichsportale im Gesamtmix der präferierten Informations- und Abschlusswege der Kunden. Darüber hinaus wird der Blick auf die unterschiedliche Größe der Versicherungsgesellschaften und das portalspezifische bzw. portalunabhängige Abschlussverhalten von deren Zielgruppen gerichtet.

Check24 dominiert bei Nutzerzahlen, Abschluss und Weiterempfehlung

Das Vergleichsportal Check24 dominiert bei den portalaffinen Versicherungskunden nicht nur in puncto Nutzerzahlen, sondern insbesondere auch bei den Abschlussraten und der Weiterempfehlungsbereitschaft. Erst mit deutlichem Abstand folgt Verivox. Auch in puncto Weiterempfehlung dominiert der Marktführer sehr deutlich: Check24 erzielt bei den Portal-Nutzern einen Net Promoter Score (NPS) von 38, Verivox kommt mit 16 Punkten ebenfalls auf einen positiven Wert (NPS = Verhältniswert von Promotoren / Aktive Weiterempfehlen, Passive und Detraktoren / Kritiker).

Merkmale, Einstellungen und Motive der Portal-Nutzer

Angesteuert werden die Vergleichsportale für Versicherungstarife von ihren Nutzern überwiegend direkt (bspw. über Eingabe der Internetadresse im Browser); vergleichsweise seltener über Links auf anderen besuchten Internetseiten (Suchmaschinen, Themenseiten etc.). Als generelle Gründe für die Nutzung von Online-Vergleichsportalen werden von Versicherungskunden insbesondere genannt: Zeit beim Abschluss von Versicherungen sparen, Portalbesuch ist bereits eine etablierte Gewohnheit bei der Suche nach Versicherungen und Geld beim Direktabschluss von Versicherungen über Vergleichsportale sparen.

Der Direktabschluss von Versicherungen auf einem Vergleichsportal wird, neben der Einschätzung, dort das beste und günstigste Angebot gefunden zu haben, vor allem auch durch die hohe Bequemlichkeit des Abschlusses mit nur wenigen Klicks motiviert.

„Der einfache digitale Zugang zu Versicherungen – als Informationskanal und zugleich als direkter Abschlusskanal – stellt aus der Nutzerperspektive ein wesentliches Attraktivitätsmerkmal der Vergleichsportale dar“, sagt Dr. Torsten Melles, Geschäftsführer bei Nordlight Research. Darüber hinaus zeigen sich weitere signifikante Unterschiede zwischen der Gruppe derjenigen

Versicherungskunden, die sich vor dem Versicherungsabschluss auf Vergleichsportalen lediglich informieren und jenen, die dort dann auch ihre Policen abschließen. Ebenso zeigen sich markante Unterschiede in der Relevanz und im differentiellen Nutzungsverhalten in puncto Information und Abschluss in unterschiedlichen Versicherungssparten.

Vergleichsportale genießen bei den Nutzern hohes Vertrauen und befeuern die Wechselbereitschaft

Übergreifend zeigt sich: die Vergleichsportale nutzenden Versicherungskunden vertrauen deren Empfehlungen (im Sinne eines neutralen Marktüberblicks) in hohem Maße, wenn auch nicht völlig uneingeschränkt. Beim Abschluss gewählt werden zumeist diejenigen Produkte, die im Anbietervergleich weit vorne landen. Trotz der grundsätzlich hohen Preissensitivität der Portalnutzer ist beim Abschluss – neben Gründen der Einfachheit und Bequemlichkeit – aber nicht allein die Prämie entscheidend. Sondern vielmehr der Wunsch nach einem möglichst umfassenden Versicherungsschutz bzw. das Preis-Leistungs-Verhältnis.

„Online-Vergleichsportale bedienen mit zunehmendem Erfolg den Wunsch vieler Versicherungskunden nach mehr Einfachheit und Bequemlichkeit beim Versicherungsabschluss, und auch in den nachfolgenden Vertragsbeziehungen“, sagt Hans-Joachim Schütt, Managing Partner der Strategieberatung Valytics.

„Zahlreiche Anbieter hinken hier mit ihren eigenen Strategien und Konzepten noch immer hinterher. Konsequente Vernetzung aller Vertriebskanäle (Omnichannel), Nutzung neuer Technologien und KI sowie ein effizientes, friktionsloses Zusammenspiel mit dem personellen Vertrieb, sind hier wichtige Stellschrauben.“

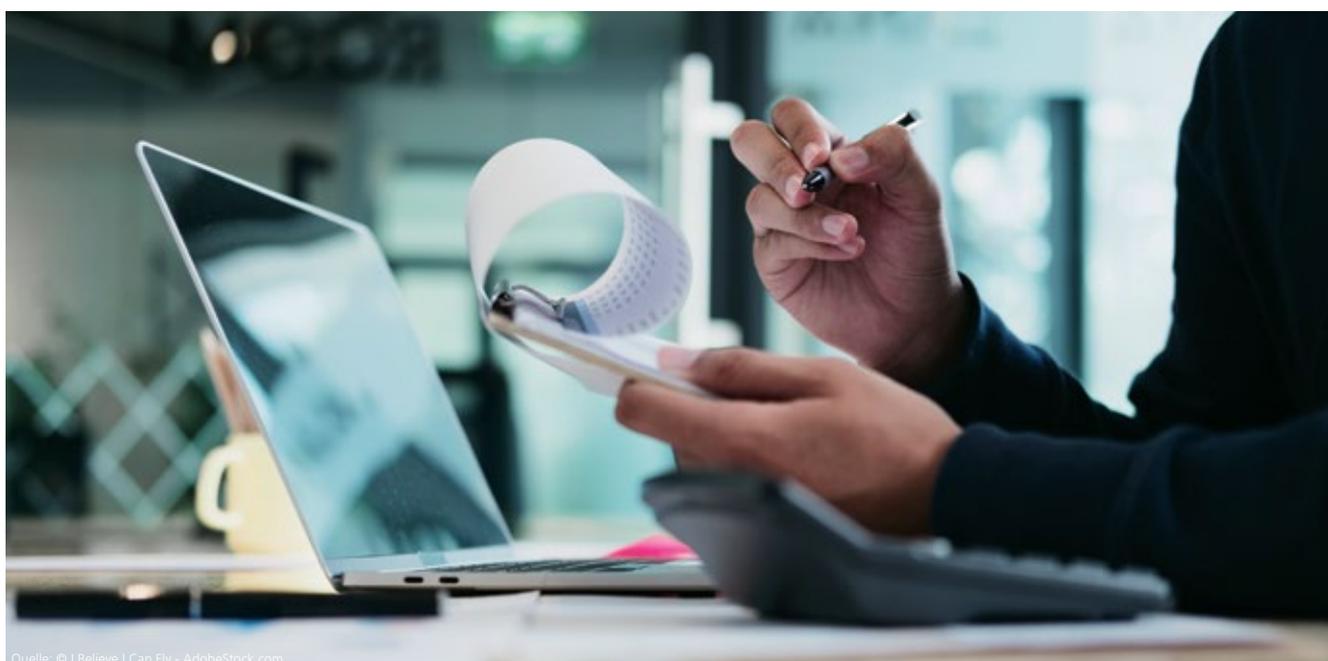
Präsenz der Anbieter auf Online-Vergleichsportalen

ALLIANZ und HUK sind – in der subjektiven Erinnerung der Portal-Nutzer – aktuell die Anbieter mit der stärksten Präsenz auf den Online-Vergleichsportalen. Mit Abstand folgen AXA, ERGO, DEVK, ADAC und weitere. Hier zeigt sich ein interessantes Ergebnis: Das Erinnerungsbild der Nutzer ist stark geprägt von der

subjektiven Erwartungshaltung der Nutzer und der Markenbekanntheit: denn die HUK wurden zum Untersuchungszeitpunkt auf den Vergleichsportalen gar nicht mit einem Preis gelistet. Die Nutzer gehen also fälschlicherweise einfach davon aus, dass gerade als preisgünstig bekannte Anbieter (wie bspw. die HUK) bei ihren Portalbesuchen auch mit konkretem Angebot vertreten gewesen sein müssten, obwohl sie dies (zum Untersuchungszeitpunkt) faktisch gar nicht waren.

„Die generelle Frage, ob es im Versicherungsvertrieb zukünftig nur noch mit oder auch ohne Vergleichsportale geht, muss jede Versicherungsgesellschaft im Rahmen ihrer Gesamtstrategie für sich selbst beantworten“, sagt der Marktexperte Hans-Joachim Schütt von Valytics. „Fest steht jedoch: Vergleichsportale für Finanzdienstleistungen haben sich mittlerweile einen festen Platz in der Customer Journey vieler Kunden erarbeitet und der Versicherungsbranche in puncto Digitalisierung und Kundenorientierung einiges vorgemacht.“

Autor: www.nordlight-research.com



Quelle: © I Believe I Can Fly - AdobeStock.com

Fast zwei Drittel der Befragten wünschen neutrale Bewertung von Versicherungsverträgen – Umsetzung in der Realität sieht anders aus

Eine neutrale Bewertung von Versicherungsangeboten – bspw. durch Verbraucherschutzkriterien – würde 63% der befragten Personen die Auswahl und den Abschluss eines Versicherungsprodukts erleichtern. Rund 21% antworteten mit „Nein“, rund 17% waren unentschieden. Dies geht aus einer von der Smart InsurTech AG beauftragten repräsentativen Erhebung durch das Marktforschungsinstitut Civey hervor. In der Umfrage wurden 5.000 Personen befragt.

„Objektive Bewertungskriterien können die komplexe Versicherungswelt verständlicher und letztendlich auch kundenfreundlicher machen“, ist Sebastian Langrehr, Chief Sales Officer (CSO) der Smart InsurTech AG, überzeugt.

Besonders groß ist das Interesse an objektiven Bewertungsparametern in der Altersgruppe der 30-39-Jährigen (rund 70%) und der 40-49-Jährigen (rund 68%). In Bezug auf die regionale Verteilung zeigte sich, dass Befragte aus den westlichen und den östlichen Bundesländern nah beieinander liegen, was den Anspruch an neutrale Kriterien bei der Beurteilung von Versicherungsverträgen angeht (64% im Westen, rund 59% im Osten).

Wunsch und Wirklichkeit klaffen bei neutralen Kriterien auseinander

Zwar wünschen sich die meisten Befragten neutrale Bewertungsaspekte, doch wurden diese laut der Erhebung nur bei rund 27% während des letzten Versiche-

rungsabschlusses berücksichtigt.

„Wir haben festgestellt, dass nach den Kriterien ‚Preis‘ und ‚Leistung‘ die ‚Bewertungen durch Verbraucherschützer‘, welche hohe Glaubwürdigkeit und einen guten Ruf als objektive Autorität haben, einen wichtigen Aspekt in der Entscheidungsfindung darstellen“, berichtet Sebastian Langrehr.

Eine gute Beurteilung durch Verbraucherschützer ist mit rund 33% das viertwichtigste Attribut beim Abschluss eines Versicherungsvertrags. Damit liegt dies noch vor den ‚Empfehlungen durch Familie, Freunde, Kollegen‘ (rund 14%) und vor ‚guten Nutzer-Bewertungen im Internet‘ (rund 9%). Insbesondere die Altersgruppen ab 30 Jahren legen Wert auf ein gutes Abschneiden des Versicherungsprodukts bei Verbraucherschützern.

Verbraucherschutzkriterien als Wettbewerbsvorteil

„Die Einbindung objektiver Parameter in den Versicherungsvergleich geht nicht nur auf die Wünsche der Verbraucherinnen und Verbraucher ein und macht für sie die Versicherungswelt vertrauenswürdiger“, so Langrehr. „Sie ist zugleich für Vermittlerinnen und Vermittler von Bedeutung, da sie die Kundenbindung stärkt und somit die eigenen Erfolgchancen im sich immer stärker werdenden Wettbewerb erhöht.“ Auch Versicherer können sich durch die Berücksichtigung neutraler Kriterien wie der von Verbraucherschutzorganisationen gut von der Konkurrenz abheben. Denn

ein erfolgreiches Abschneiden in Verbraucherschutzrankings kann die Entscheidung von Versicherungsnehmerinnen und -nehmern zugunsten eines Versicherungsprodukts positiv beeinflussen. Sebastian Langrehr ergänzt: „Besonders gefragt scheinen neutrale Bemessungsgrundlagen bei Versicherungen zu sein, die Versicherungsschutz bei Arbeitsunfähigkeit bieten. Rund 32% der Befragten wünschen sich diese Parameter bei Krankenversicherungen, rund 28% bei Berufsunfähigkeitsversicherungen.“

Smart Check ermöglicht Transparenz im Versicherungsvergleich

Smart Check, das Verbraucherschutzrating von Smart InsurTech, ermöglicht Vermittlerinnen und Vermittlern sowie Verbrauchern eine klare Darstellung der Bewertung eines Versicherungsvertrags entlang der Kriterien etablierter Verbraucherschutzorganisationen – auch im Vergleich zu anderen Tarifen. Verbraucher erhalten so in Sekundenschnelle eine umfangreiche Marktübersicht zum Leistungsumfang ihres Versicherungstarifs und erkennen durch die Gegenüberstellung sofort, ob bzw. inwiefern der Tarif verbessert werden kann. „Wir freuen uns, dass wir mit dieser Technologie einen Schritt hin zu verbraucherzentrierten Angeboten in der Versicherungswirtschaft machen“, erklärt Sebastian Langrehr. „Damit möchten wir auch Verbraucher für unsere gesellschaftlich so relevante Branche begeistern.“

Autor: www.smartinsurtech.de

Zukunftspotenziale für die Versicherungsbranche

Die Bundesbürger blicken wieder positiver in die Zukunft als im Vorjahr: 47 Prozent zeigen sich aktuell überwiegend zuversichtlich und gelassen (2022: 38%), 24 Prozent machen sich hingegen stärkere Zukunftssorgen (2022: 29%). Speziell mit Blick auf ihre finanzielle Lage erwarten 29 Prozent der Verbraucher, dass sich diese zukünftig verbessern wird; 26 Prozent gehen von einer Verschlechterung aus (gleichbleibend: 45%). Von der insgesamt aufgehellten Stimmung kann auch die Versicherungsbranche profitieren. Denn die Bereitschaft, in gute Absicherung und Vorsorge zu investieren, ist in der Bevölkerung weiterhin hoch. Wenn nötig, ist fast jeder zweite Bundesbürger (46%) bereit, an anderer Stelle bei Konsumausgaben zu sparen – insbesondere 16- bis 49-Jährige, Haushalte mit Kindern und Besserverdienende.

Dies zeigt die aktuelle Verbraucherstudie «Zukunftspotenziale für die Versicherungsbranche – Kunden zwischen Abwarten und Neuausrichtung im sich verändernden Markt» des Marktforschungsinstituts Nordlight Research in Zusammenarbeit mit dem Data Analytics Beratungsunternehmen Cedio. Über 1.000 Bundesbürger ab 16 Jahren wurden repräsentativ zu ihrer persönlichen Lebenssituation, zur Konsumlaune und zu Sparstrategien und speziell zu ihrem aktuellen und zukünftigen Versicherungsverhalten befragt. Darüber hinaus werden Entwicklungsvergleiche zum Vorjahr angestellt. „Übergreifend wird deutlich, dass die

Absatzpotenziale für die Assekuranz unter sich verändernden Marktbedingungen zielgruppenspezifisch stark variieren“, sagt Thomas Donath, Geschäftsführer bei Nordlight Research.



Quelle: © sdecoret - Fotolia.com

Zukunftsprojektion: Ausgabe- und Sparstrategien bei Versicherungen und Altersvorsorge

Grundsätzlich haben sowohl die aktuelle finanzielle Lage als auch die finanziellen Zukunftserwartungen der Bundesbürger unmittelbare Auswirkungen auf ihre Ausgabebereitschaft bei Versicherungen und Altersvorsorgeprodukten. Zur prognostischen Differenzierung zukünftiger Marktpotenziale für die Assekuranz wurden in der Studie daher zwei unterschiedliche Szenarien untersucht:

Träte ein Positiv-Szenario ein, zukünftig 10 bis 20 Prozent mehr Geld zur Verfügung zu haben (z.B. durch höheres Einkommen, steigende Rente, Erbschaft, Beförderung), dann würden 52

Prozent der Bundesbürger auch ihre monatlichen Ausgaben für Versicherungs- und Altersvorsorgeprodukte steigern. 25 Prozent davon in stärkerem Maße – dies sind allerdings weniger als noch

im Vorjahr (2022: 35%). 48 Prozent würden ihre diesbezüglichen Ausgaben unverändert lassen. 21 Prozent der Bundesbürger schätzen das untersuchte Positiv-Szenario für sich persönlich als realistisch ein.

Würde hingegen ein Negativ-Szenario eintreten, zukünftig 10 bis 20 Prozent weniger Geld zur Verfügung zu haben (z.B. durch geringeres Einkommen, sinkende Rente, Inflation / steigende Preise, Kurzarbeit), dann würden 71 Prozent der Bundesbürger auch bei ihren Ausgaben für Altersvorsorge und Versicherungen sparen oder diese verschieben; 37 Prozent davon in stärkerem Maße (2022: 35%). 30 Prozent würden ihre Ausgaben für Versicherungen und die Altersvorsorge auch unter eingeschränkten finanziellen Rahmenbedingungen unverändert lassen.

Deutlich stärker als bei Versicherungen und Altersvorsorge würde in einer verschlechterten finanziellen Lage der Rotstift bei Reisen, Ausgehen, Bekleidung oder beim Medienkonsum angesetzt. Das tatsächliche Eintreten des untersuchten Negativ-Szenarios erachten 32 Prozent der Befragten für sich selbst als wahrscheinlich. „Obwohl die Mehrheit der Bürger die steigenden Preise spürt, würde rund die Hälfte nicht bei der Altersvorsorge, sondern lieber woanders sparen“, sagt Liesa Fiegl, Studienleiterin bei Nordlight Research.

Auswirkungen auf verschiedene Versicherungssparten

Profitieren können von einer zukünftig verbesserten finanziellen Situation der Bundesbürger (Positiv-Szenario) unter anderen die Pflegeversicherung, Private Kranken-/Krankenzusatzversicherung und Auslandskrankenversicherung sowie die Kfz-Voll- oder Teilkasko-Versicherung. Wenn die Bundesbürger zukünftig weniger Geld zur Verfügung hätten (Negativ-Szenario), müssten diese teils aber auch Verluste hinnehmen. Verstärkt gilt dies für Frauen und für ältere Menschen ab 50 Jahren, die ihre eigene finanzielle Lage und Zukunft durchschnittlich häufig negativer einschätzen als Männer und jüngere Menschen.

Unabhängig von den untersuchten Positiv- oder Negativszenarien liegt das generelle Neuabschluss- und Wechslerpotenzial je nach Versicherungssparte aktuell zwischen zwei und sieben Prozent. Durch die ausführliche Differenzierung der Studienergebnisse nach soziodemografischen und psychografischen Kriterien sowie nach einzelnen Versicherungssparten ist es für die Versicherungsunternehmen möglich, den jeweils eigenen Kundenstamm mit Data Analytics Methoden

gezielt nach Absatzpotenzialen und bisher ungenutzten Vertriebschancen zu durchsuchen.

Präferierte und vertrauenswürdige Informationsquellen beim Abschluss neuer Versicherungen

Vor dem Abschluss einer neuen Versicherung würden sich 45 Prozent der Kunden auf einer Preisvergleichsseite im Internet informieren (Check24, Verivox etc.). 36 Prozent würden allgemein im Internet recherchieren und 32 Prozent auf den Webseiten der Versicherer. Vertreter der eigenen Versicherung (27%) liegen als persönliche Informationsquelle deutlich vor den unabhängigen Versicherungsmaklern (17%). Social Media und Content Creator spielen bei der Recherche nach Versicherungen insgesamt eine untergeordnete Rolle – insbesondere für die über 30-Jährigen.



Das größte Verbrauchervertrauen unter den verschiedenen Informationsquellen genießen Webseiten mit Testberichten (55%) sowie Preisvergleichsseiten im Internet (54%). Auch Freunden, Bekannten und Verwandten wird in Bezug auf Informationen zu Versicherungen stark vertraut (53%). Unabhängigen Maklern (36%) und Versicherungsvertre-

tern (36%) wird gleich stark vertraut. Deutlich mehr Misstrauen als Vertrauen wird Social-Media-Seiten (15%) oder Empfehlungen von Influencern (13%) entgegengebracht.

Bevorzugte Abschlusswege der Versicherungsnehmer

In puncto bevorzugte Abschlusswege zeigt sich: 29 Prozent der Bundesbürger präferieren den Abschluss von Versicherungen über die Internetseiten der Versicherer; 27 Prozent online über ein Vergleichsportal. Beliebt für den Abschluss sind weiterhin die Filialen der Versicherungen (27%) und Vermittlerbüros (24%). Rund die Hälfte der Befragten halten die genannten Abschlusswege zudem zumindest für „akzeptabel“. Für die meisten Bundesbürger nicht in Frage kommt hingegen der Abschluss von Versicherungen über die telefonischen Hotlines der Produktgeber sowie über Finanzvertriebe.

Hohes Interesse an Altersvorsorge in der Bevölkerung

Generell interessieren sich 43 Prozent der Bundesbürger in ihrer Freizeit in stärkerem Maße für die Themen Finanzen & Geldanlage. Die Themen Versicherungen & Vorsorge finden 27 Prozent sehr interessant – 34 Prozent interessieren sich dafür hingegen nur wenig oder gar nicht. Unter den Finanzthemen stoßen vor allem die Themen Altersvorsorge (39%), Aktien & ETFs (36%), Immobilien (35%), Sparanlagen (34%) und Investmentfonds (33%) auf größeres Interesse. Mehr als jeder Dritte hat sich dazu in der Vergangenheit bereits aktiv informiert. Für die Nachhaltigkeit von Finanzdienstleistungen interessiert sich aktuell jeder fünfte Bundesbürger.

Autor: www.nordlight-research.com

Neugeschäft und Vertriebswege in der Lebensversicherung 2022

Nachdem Banken 2021 erstmals führender Vertriebsweg für das Neugeschäft mit Lebensversicherungen nach APE in Deutschland waren, hatten die Einfirmenvermittler 2022 mit 34 Prozent wieder den größten Anteil am Vertrieb von Lebensversicherungen in Deutschland.

Bei der Gesamtbetrachtung aus laufenden und Einmalbeiträgen konnten sich Makler und Mehrfachagenten mit 30 Prozent sogar noch vor den Banken mit 28 Prozent platzieren. Bei den Einmalbeiträgen war der hohe Rückgang im Neuzugang insbesondere für die Banken derart signifikant, dass sie sehr hohe Anteilsverluste hinnehmen mussten. Dagegen haben Einfirmenvermittler sowie Makler und Mehrfachagenten – trotz geringeren Neuzugangs – sogar Anteile hinzugewonnen. Das sind die Kernergebnisse der 24. Studie zur Lebensversicherung, die das Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen WTW jüngst für das Jahr 2022 erstellt hat. WTW analysiert dabei das eingelöste Neugeschäft jedes Lebensversicherers, aufgeteilt auf Produktkategorien und Vertriebswege.

„Jene Anbieter, die in den letzten Jahren die höchsten Zuwächse beim Neugeschäft von Einmalbeiträgen über Banken verzeichneten, sind nun von deren hohen Rückgängen betroffen“, sagt Henning Maaß, Director Insurance Management Consulting bei WTW in Deutschland.

Neugeschäft gegen Einmalbeitrag mit beträchtlichem Rückgang

2022 betrug das APE-Neugeschäft aus neu eingelösten Versicherungsscheinen 6 Milliarden Euro und somit 900 Millionen Euro bzw. 13 Prozent weniger als im Vorjahr. Dazu hat das Neugeschäft mit laufenden Beiträgen jedoch nur mit einem Minus von 250 Millionen Euro beigetragen. Der Löwenanteil dieses Rückgangs entfiel mit 650 Millionen Euro APE auf das Neugeschäft mit Einmalbeiträgen. Davon waren Banken mit 500 Millionen Euro APE bzw. 36 Prozent Rückgang besonders betroffen. Daher sank der Vertriebsanteil der Banken bei Einmalbeiträgen besonders stark von 51 Prozent im Vorjahr auf 43 Prozent in 2022, mit der entsprechenden Auswirkung auf den Vertriebsanteil gemäß APE.

„Der rapide Zinsanstieg und die Inflation haben die Einmalbeiträge 2022 nach Jahren des Höhenflugs mit einem Rückgang um 6,5 Milliarden Euro wieder auf das Niveau des Jahres 2018 fallen lassen. Dennoch betrug sie immerhin noch beachtliche 21 Milliarden Euro“, sagt Maaß. „Zinsanstieg und Inflation haben jedoch auch dazu geführt, dass der Anteil von rein fondsgebundenen Versicherungen gestiegen ist.“

Neugeschäft gegen laufenden Beitrag auch mit Einbußen

Zwar sank auch das Neugeschäft 2022 mit laufenden Beiträgen um 6 Prozent. „Aber am geringsten waren davon die Einfirmenvermittler betroffen, deren Neugeschäft mit laufenden Beiträgen nur um 3 Prozent sank. Bei Mak-

lern und Mehrfachagenten sahen wir Rückgänge von 5 Prozent und bei Banken um 13 Prozent“, so Maaß. Damit konnten Einfirmenvermittler sowie Makler und Mehrfachagenten ihre Anteile am Neugeschäft bei laufenden Beiträgen sogar leicht erhöhen.

Vertrautes Bild der letzten Jahre

Ohne Berücksichtigung von Direkt- und sonstigem Vertrieb haben sich Banken auf der einen sowie Einfirmenvermittler und Makler und Mehrfachagenten auf der anderen Seite das Neugeschäft mit Einmalbeiträgen in den letzten Jahren nahezu geteilt. „Jedoch gibt es Unterschiede in den Produkt-Schwerpunkten: Die Einmalbeiträge der Banken stammen nur aus Produkten der privaten Altersvorsorge sowie aus Restschuldversicherungen. Bei den Einfirmenvermittlern und den Maklern und Mehrfachagenten kommen sie ausschließlich aus den Produkten der privaten und betrieblichen Altersvorsorge“, so Maaß.

Bei langjähriger Betrachtung dieser drei Vertriebswege im Neugeschäft mit laufenden Beiträgen lässt sich sagen: Einfirmenvermittler sowie Makler und Mehrfachagenten sind nahe an 75 Prozent und Banken nahe an 20 Prozent Anteil am Neugeschäft. „Hier sind die Produktunterschiede noch diverser: Bei Banken sind Produkte der privaten Altersvorsorge klar dominant, weit führend vor Produkten der betrieblichen Altersvorsorge“, sagt Maaß. „Bei Maklern und

Mehrfachagenten sind die Produkte der privaten und betrieblichen Altersvorsorge gleichauf führend, aber auch Produkte der Invaliditätsabsicherung machen nahezu ein Fünftel des Neugeschäfts aus.“ Der Schwerpunkt der Einfirmenvermittler liege wiederum eindeutig auf den Produkten der privaten Altersvorsorge. Erst danach folgten Produkte

der betrieblichen Altersvorsorge sowie jene der Invaliditätsabsicherung.

Inflation weiterhin hoch und bremsend

Auch das Neugeschäft 2023 liegt bisher unter den Werten des Vorjahres. „Die Inflation ist weiterhin hoch und wirkt ebenso brem-

send auf die Lebensversicherung wie die Angebote der Banken für Tagesgeld und Festzins“, so Maaß. „Dennoch: Unter diesen Voraussetzungen erwarte ich bei den laufenden Beiträgen, wie in den Vorjahren, Zuwächse in der betrieblichen Altersvorsorge und der Invaliditätsabsicherung.“

Autor: www.willistowerswatson.com

Rein arbeitgeberfinanzierte bAV-Modelle auf dem Vormarsch

Der konstant hohe Nachfrage-Trend nach Konzepten im versicherungsfreien Durchführungsweg der betrieblichen Altersvorsorge ist ungebrochen. Wie der Bundesverband pauschaldotierte Unterstützungskasse mitteilt, verzeichneten die Anbieter und Konzeptionäre der Branche nach drei Rekordjahren in Folge auch im Jahr 2023 wieder ein durchschnittliches Umsatzwachstum von knapp 20 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Bundesverband stellt dabei fest, dass sich der steigende Anteil größerer Unternehmen am Neugeschäft verstetige, während sich die kleinen und mittleren Unternehmen weiterhin auf ihrem hohen Nachfrage-Niveau der Vorjahre bewegten.

Für die anhaltend hohe Resonanz auf Angebote für die Bildung eigener, versicherungsunabhängiger Versorgungswerke nennt der Verbandsvorsitzende Manfred Baier zwei wesentliche Gründe: Zum einen wollen sich die Firmen durch die Innenfinanzierungseffekte der U-Kassen künftig besser und flexibler für Krisensituationen gerüstet se-



Quelle: © naka - AdobeStock.com

hen; die bAV-Beiträge werden in der Regel über die U-Kassen im Unternehmen investiert oder zur Vorhaltung von Liquidität am Kapitalmarkt geparkt. Baier: „Bei gestiegenen Fremdkapitalzinsen ist die pauschaldotierte U-Kasse natürlich ein attraktiver Weg zu mehr Unabhängigkeit von Banken“. Zum anderen suchen die Unternehmen immer nach neuen Möglichkeiten, um sich an regionalen und umkämpften Arbeitsmärkten als lukrativer Arbeitgeber zu positionieren.

Die bAV-Durchdringung in den Belegschaften läge bei den Versorgungswerken im U-Kassenformat seit Jahren durchschnittlich bei über 80 Prozent. Ansprüche aus U-Kassen sind durch den Pensionssicherungsverein gesetzlich abgesichert. Zudem erkennt der Gesetzgeber die pauschaldotierten Unterstützungskassen als

soziale Einrichtungen an, mit dem Ergebnis steuerlicher Vergünstigungen für die Arbeitgeber.

Rein arbeitgeberfinanzierte bAV-Modelle auf dem Vormarsch

Aufgrund der erheblichen betriebswirtschaftlichen und steuerlichen Vorteile gingen immer mehr Unternehmen dazu über, rein arbeitgeberfinanzierte Versorgungseinrichtungen zu implementieren, so Baier. Daneben lassen sich auch in diesem bAV-Durchführungsweg alle Kombinationsmöglichkeiten mit Elementen der Nettolohnoptimierung umsetzen.

Dem neuen Jahr 2024 sieht Baier verhalten optimistisch entgegen. Die allgemeine Krisensituation in der Welt drückt zwar auf die Stimmungslage in den vielfach exportgetriebenen Unternehmen hierzulande. Aber umso stärker würden die Unternehmen auch die Dringlichkeit von Instrumenten wie die pauschaldotierte U-Kasse zur Krisenbewältigung und Stabilisierung ihres wirtschaftlichen Erfolgs erkennen.

Autor: www.bv-pduk.de

Funk bAV-Atlas zeigt auf was in der heutigen bAV Standard ist

Arbeitskräfte sind ein kostbares Gut geworden. Wer im „War for Talents“ bestehen will, muss seinen Mitarbeitenden, aber auch potenziellen Kandidatinnen und Kandidaten ein attraktives Gesamtpaket an Benefits anbieten. Die Befragung von Arbeitnehmenden im Rahmen der Funk-Studie „Wellbeing im Unternehmen fördern – Betriebliche Krankenversicherung Survey 2023 aus Sicht der Mitarbeitenden“ hat gezeigt, dass von allen zusätzlichen Arbeitgeberleistungen die betriebliche Altersversorgung (bAV) und die betriebliche Krankenversicherung (bKV) in der Wahrnehmung der Beschäftigten das höchste Ansehen genießen.

Mit dem Funk bAV-Atlas den Weg zur passenden bAV finden

Um herauszufinden, was eine konkurrenzfähige bAV auszeichnet, hat Funk Vorsorge die Versorgungslandschaft in Deutschland anhand von über 150 verschiedenen Versorgungsplänen von Unternehmen unterschiedlicher Größen und Branchen analysiert. Im Funk bAV-Atlas 2023 wurden dabei ausschließlich Versorgungen berücksichtigt, die auch neu eintretenden Mitarbeitenden offenstehen und bei denen der Arbeitgeber einen signifikanten Eigenbeitrag aufbringt.

Die Ergebnisse der Benchmark-Studie zeigen, dass es viele Bereiche gibt, in denen eindeutige Trends zu erkennen sind. Zum Beispiel bei der Zusageart, bei der die beitragsorientierte Leistungszusage die mit Abstand

am häufigsten genutzte Form ist und derzeit nahezu alternativlos scheint. Auch bei den Punkten Pensionsalter, Rentenanpassung, Unverfallbarkeit und Zahlung der Versorgungsbeiträge gibt es klare Favoriten in der Wahl der Unternehmen.

Unterschiedliche Wege können zum Versorgungsziel führen

Weniger eindeutig in ihren Präferenzen zeigen sich die Arbeitgeber bei Fragen der Finanzierung und der Wahl des Durchführungsweges. Hierzu stellt Dr. Markus Dimmer, Consultant Sales bei Funk Vorsorge, fest: „Etwa 70 % der Arbeitgeber leisten einen Versorgungsbeitrag, ohne dass sich die Mitarbeitenden finanziell beteiligen müssen. Und 42 % sind bereit, einen Beitrag zu zahlen bzw. einen Grundbeitrag zu erhöhen, wenn die Beschäftigten auch selbst etwas durch Gehaltsumwandlung in ihre bAV einbringen.“ Die Höhe der Arbeitgeber-Beiträge und die Förderung der Mitarbeiterbeteiligung fallen dabei sehr unterschiedlich aus. Bei reiner Arbeitgeberfinanzierung liegen die Versorgungsbeiträge überwiegend bei zwei bis fünf Prozent des Gehalts, bei Gehaltsteilen oberhalb der Beitragsbemessungsgrenze teilweise auch deutlich darüber. Im Fall von Festbetragszusagen zahlen die Unternehmen durchschnittlich 1.200 Euro pro Jahr.

Christian Till, Bereichsleiter Sales, ergänzt: „In unserer Untersuchung dominieren Versorgungen in den Durchführungswegen Direktversicherung sowie Unter-

stützungskasse, die häufig auch kombiniert werden, um steuerfreie Dotierungen oberhalb der Grenzen des § 3 Nr. 63 Einkommensteuergesetz zu ermöglichen. Daneben findet man insbesondere bei Großunternehmen auch die Direktzusage, die einen größeren Gestaltungsspielraum bietet, wie etwa die Möglichkeit der Innenfinanzierung von Versorgungsleistungen oder der Einbindung von Wertpapieren.“

Die Analyse des Leistungsspektrums zeigt, dass in den arbeitgeberfinanzierten Versorgungsplänen die Altersleistungen dominieren. Todesfall-Leistungen beschränken sich meist auf das angesparte Versorgungsguthaben, Invaliditätsleistungen bleiben häufig außen vor. Hierzu merkt Stefan Hillen, stellvertretender Bereichsleiter Sales, an: „Der Trend geht dahin, Todesfall- und Invaliditätsleistungen über eigenständige Risikopläne zuzusagen, typischerweise als einjährig wiederkehrende Direktzusagen mit einem Todesfallkapital in Höhe des doppelten Jahresgehalts und – sofern mit-enthalten – einer Berufsunfähigkeitsrente in Höhe von ca. 40 % des Gehalts.“

Ein attraktives Versorgungsmodell braucht gute Beratung

Zu wissen, was in aktuellen Versorgungsplänen zum Standard gehört, hilft Unternehmen dabei, mit ihrer bAV konkurrenzfähig zu sein. Die drei Experten von Funk Vorsorge geben aber zu bedenken: „Die Elemente einer moder-

nen Plangestaltung zu kennen, reicht alleine nicht aus, um eine attraktive bAV aufzustellen. Wichtig ist auch, ein Versorgungsmodell zu wählen, das für die Mitarbeitenden leicht verständlich und in seiner Wertigkeit nachvollziehbar ist. Eine gut aufbereitete Kommu-

nikation sowie individuelle und digitale Beratungsangebote unterstützen dabei.“

Auf dem Weg zu einem attraktiven Versorgungswerk unterstützt Funk Vorsorge Arbeitgeber mit dem zusätzlichen

Angebot eines individuellen Benchmarkings für bestehende oder neue Pensionspläne. Damit das Ziel auch erreicht wird und das beliebteste Benefit aus Sicht der Mitarbeitenden den Erwartungen gerecht werden kann! Autor: www.funk-gruppe.de

Durchwachsene Ergebnisse: Fünfter „Fondspolice report“ zeigt die besten Fondspolice aus Investmentsicht

Smart Asset Management hat für den neuen „Fondspolice report“ wieder 21 Tarife privater, fondsgebundener Rentenversicherungen auf deren Investmentqualität untersucht.

Das Fazit: Die Investmentqualität ist ausbaufähig, es bestehen große Unterschiede in den Ergebnissen für die einzelnen Kundenprofile.

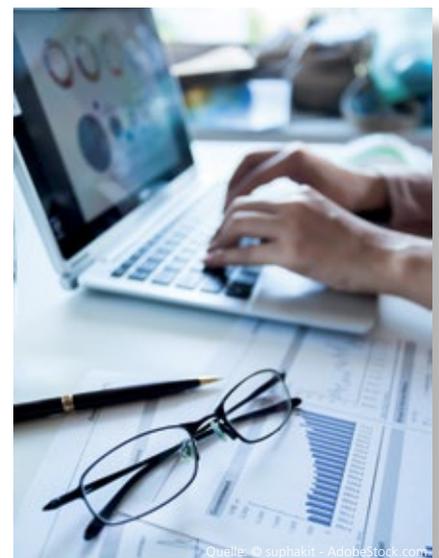
Vor zwei Jahren hat die Hamburger Beratungsboutique Smart Asset Management Service (www.smart-am.de) ihren ersten „Fondspolice report“ veröffentlicht. „Der unabhängige Report über die Investment-Qualität von fondsgebundenen privaten Rentenversicherungen zeigt, dass die richtige Fondsauswahl beziehungsweise Investmentauswahl in Fondspolice nichts mit Glück zu tun hat und dass große Unterschiede zwischen den einzelnen Tarifen bestehen. Das folgt der Erkenntnis, dass der Erfolg von Fondspolice entscheidend davon abhängt, welche Fonds aus dem Fondsuniversum des jeweiligen Tarifs vom Berater in welcher Gewichtung ausgewählt werden

und wie sie zu den tatsächlichen Anforderungen des Kunden hinsichtlich Rendite und Risiko passen“, sagt Geschäftsführer Thorsten Dorn.

Jetzt ist die fünfte Auflage des „Fondspolice report“ erschienen. Die Auswertungen von insgesamt 21 Tarifen, die für den Maklermarkt relevant sind und eine sehr breite Abdeckung der eingesetzten Fondspolice darstellen, geben einen Überblick, welche Tarife für unterschiedliche Zielkunden am ehesten geeignet sind, um die gewünschte Zielrendite mit so wenig Risiko wie möglich zu erreichen beziehungsweise bei einer vorgegebenen Risikoeinstellung die höchsten Renditen zu erzielen.

Gemeinsam mit dem Institut für Vermögensaufbau (IVA) AG aus München hat Smart Asset Management Tarife in insgesamt vier Kundengruppen (Defensiv, Ausgewogen, Wachstum und maximale Rendite) untersucht. Die Analysen des „Fondspolice report“ basieren auf den Regeln und Methoden der Strategischen

Asset Allokation (SAA). Hierfür kam unter anderem die Analyse-methode Maximum Drawdown Optimization (MDDO) zum Einsatz. Hierbei wird Risiko nicht, wie sonst üblich, mit Volatilität gleichgesetzt, sondern mit dem leichter verständlichen maximalen



Kursverlust über ein Jahr. Insofern geht es darum, das Investmentportfolio so zu optimieren, dass es die Renditeerwartung erfüllen kann und gleichzeitig das Risiko des jeweiligen Kundenprofils minimiert.

Die Versicherer mit den besten Tarifen nach den Gesamtergebnissen sind WWK („Premium Fondsrente 2.0“), Standard Life („Maxxellence Invest“), LV1871 („Mein Plan) und Swiss Life („Investo“) mit der Gesamtbewertung „sehr gut“. Die Swiss Life mit dem Tarif „Investo“ belegt auch in der Teilkategorie „Flexibilität & Transparenz“ den ersten Platz, gefolgt von den Tarifen der Liechtenstein Life, Basler und InterRisk.

„Wir haben diese qualitativen und quantitativen Analysen im ‚Fondspolicebericht‘ erstellt, um dem Maklermarkt zu zeigen, dass das im Tarif anwählbare Investmentangebot einerseits und die Tarifmerkmale andererseits nur bestimmte Fondszusammenstellungen erlauben. Diese sind dafür verantwortlich, dass Kunden mit gleichen Renditeerwartungen und/oder Risikoneigungen unterschiedliche Ergebnisse in den entsprechenden Tarifen erzielen beziehungsweise

höhere oder geringere Risiken eingehen müssen, um ihre angestrebte Rendite zu erreichen. Damit belegen wir, dass primär die Investmentqualität einer Fondspolice darüber entscheidet, ob und wie Versorgungs- und Vermögensziele der Kunden erreicht werden oder eben nicht“, betont Thorsten Dorn.

Das Ergebnis: „Wir sehen im Vergleich zum letzten ‚Fondspolicebericht‘ kaum Verbesserung in der Investmentqualität hinsichtlich der Assetklassen. In der Breite existiert ein größeres Einzelfondsangebot als vor einem Jahr, das hat aber keine positiven Auswirkungen auf die Qualität. Es bleibt also dabei: Die Investmentqualität hat noch viel Luft nach oben. Die an die Kunden kommunizierten Zielrenditen sind teilweise zu optimistisch. Versicherer sind gut beraten, ihr Fondsangebot nach qualitativen Aspekten zu überprüfen und zu verbessern“, sagt

Dr. Dirk Rathjen, Vorstand des Instituts für Vermögensaufbau.

Auch der fünfte „Fondspolicebericht“ schafft es durch seine tiefgehenden Analysen, mehr Transparenz für die richtige Auswahl von Fondspolice in Bezug auf die Investmentqualität zu schaffen. Das Ergebnis der Untersuchung bietet Vermittlern und Kunden eine klare Aussage darüber, welche Tarife aus Investmentsicht wie gut für die einzelnen Kundenprofile geeignet sind. Und Versicherungsgesellschaften erhalten mit dem „Fondspolicebericht“ auch die Möglichkeit, ihr Investmentangebot zu optimieren. Der Report mit allen ausführlichen Analysen und allen tarifspezifisch optimierten Portfolios je Tarif ist kostenpflichtig auf www.fondspolicebericht.de abrufbar. Der News-Teil des „Fondspolicebericht“ mit einer Zusammenfassung der Ergebnisse steht kostenlos zur Verfügung. Autor: www.smart-am.de

Das Optimum für jede Lebenszeit: Lebenslang flexibel abgesichert

Ein langes Leben will ebenso gemeistert werden wie ein kurzes. Man muss vorzeitige Risiken absichern und seine Ruhestandsplanung aktiv angehen. Moderne Versicherungen sind dafür die idealen Partner.

Im Euro-Tischgespräch erklären Experten von DELA, Franklin Templeton, Schroders, Standard Life und WWK, warum man lebenslang flexibel seine Investmentchancen nutzen sollte und warum heutige Fondspolice für den größtmöglichen Ertrag und

die meiste Sicherheit bei Beratung, Kosten, Flexibilität und Transparenz sorgen

€uro: Was hat die fondsgebundenen Lebens- und Rentenversicherungen in den zurückliegenden Jahren auf die Überholspur gebracht?

Christian Nuschele (Head of Distribution Standard Life): Das perfektionierte Zusammenspiel von Fonds-Motor und Police-Fahrwerk zusammen mit deutlichen Steuervorteilen. Und natürlich die lange Laufzeit, die ja nicht abrupt mit dem Ruhestand enden muss. Der Fiskus greift während der Laufzeit keine Erträge ab, das Kapital arbeitet ungebremst. Dass es



Quelle: © Oleksii Sergiejew - Fotolia.com

„on the run“ nie Steuerabflüsse kompensieren muss, ermöglicht durch den Zinseszineffekt mehr Rendite. Moderne fondsgebundene Policen sind in den Kosten transparent und in der Handhabung flexibel. Man kann zuzahlen oder bei Bedarf Geld herausnehmen und profitiert von der biometrischen Kompetenz eines Versicherers, der Risiken wie Berufsunfähigkeit und Langlebigkeit dauerhaft absichern kann.

Winfried Gaßner (Abteilungsleiter Produktmanagement WWK):

Vom Vermögensaufbau bis in die Ruhestandsphase hinein profitiert der Kunde davon, dass Fonds während der Laufzeit des Vertrags beliebig oft gewechselt werden können, ohne dass Kosten entstehen oder die Kursgewinne versteuert werden müssen. Dazu kommen die Steuervorteile bei Privatverträgen in Form des Halbeinkünfteverfahrens bei Kapitalisierung und in Form der Ertragsanteilsbesteuerung bei Wahl einer Leibrente. Aus meiner Sicht liegt ein zentraler Vorteil einer Vorsorge über eine Police nach wie vor in der Zahlung einer lebenslangen Leibrente. Dieser Vorteil wiegt umso mehr, je höher der garantierte Rentenfaktor dabei ist.

Charles Neus (Head of Retirement Solutions, Schroder Investment Management): Der entscheidende Punkt sind aber die Laufzeiten, die ja nicht mit dem Rentenalter abrupt gekappt werden. Im Gegenteil, die Verrentungsphase dehnt sich durch die heutige Lebenserwartung deutlich aus und ist nur eine andere Investmentperiode. Vorsorge und „dritter“ Lebensabschnitt gehen Hand in Hand. Vielleicht muss man nur die Silbe „vor“ aus vorsorgen streichen.

Martin Stenger (Director Sales – Business Development Insurance & Retirement Solutions, Franklin Templeton): Dieses Umdenken

macht Schule. Im Abschlussbericht der Fokusgruppe private Altersvorsorge ist nur mehr von Auszahlphase die Rede, nicht mehr von Rentenphase. Das ist ein politisches Signal. Man kennt die Schwächen der gesetzlichen Rente und will das nicht zuletzt durch Fondspolicen als Rückendeckung ausgleichen. Unsere Aufgabe ist, möglichst viel Performance an die Rampe zu bringen. Und was die Verrentungsphase angeht, ziehen Versicherer und Fondsgesellschaften ohnehin an einem Strang.

Daniel Pytiak (Chief Commercial Officer, DELA): Allerdings sollten sich Versicherungen nicht auf bloße Anlagethemen reduzieren lassen. Wir versichern primär ein definiertes Risiko – das kann das Risiko der Langlebigkeit genauso gut sein wie das der Kurzlebigkeit. In der Rentenversicherung gibt es Geld bis ans Lebensende, auch wenn ich 100 Jahre alt werde. In der Risikolebensversicherung zahlen wir, wenn die versicherte Person ums Leben kommt, die vereinbarte Summe ab dem ersten Tag der Versicherung aus. Auch wenn dies bereits morgen passiert. Daher geht der Einwand der Verbraucherschützer bei der Sterbegeldversicherung, das könne man auch selbst ansparen, ins Leere. Theoretisch stimmt das nach zehn oder 15 Jahren vielleicht einmal, weil man dann das Geld zusammen hat. Praktisch ist man aber bis dahin ohne Schutz für den Fall eines vorzeitigen Todes.

€uro: Sorgt die Zinswende für Rückenwind oder ist sie eher ein Hemmnis?

Pytiak (DELA): Es kommt darauf an, welche Art der Vorsorge ein Unternehmen liefert. Im Bereich der Risikolebensversicherung, die häufig eine Zwangsvorgabe für die Immobilienfinanzierung ist, können sich nun deutlich weni-

ger Menschen eine Immobilie leisten, was sich in diesem Segment bemerkbar macht. Das wird sich aber einpendeln. Es ist nur ein Übergang von einem unnormalen Zinsniveau zu einem normalen. Ein Niveau, das früher üblich oder sogar noch höher war.

Gaßner (WWK): Einzigartig ist an der aktuellen Phase steigender Zinsen sicher nicht das Zinsniveau, sondern das Tempo. Natürlich erscheinen andere risikofreie Anlageoptionen damit auf einmal als attraktive Konkurrenz zur Versicherungspolice. Lockangebote der Banken gelten aber in der Regel nur zeitlich begrenzt oder nur für überschaubare Anlagebeträge.

Stenger (Franklin Templeton): Die grundlegende Frage ist doch: Will ich Kapital nominal erhalten oder will und muss ich es vermehren. Vorsorge bedeutet, am Ende mehr herauszubekommen, als ich vorher eingesetzt habe. Und dieses Ziel wird nicht ausreichend thematisiert. Die Banken sind froh. Durch die gestiegenen Zinsen können sie ohne aufwendige Dokumentationsvorgaben Produkt verkaufen. Aber zu keinem Punkt der Zinswende konnte man mit Festgeld aus dem saldierten Minus kommen. Das ist keine Vorsorge, das ist nur der Druck auf eine Pausentaste auf dem Weg vom Negativzins zur aktiven Enteignung.

Nuschele (Standard Life): Trotzdem sind in den vergangenen Monaten 180 Milliarden Euro neu in Festgeld geflossen. Die Vorstellung eines Safe Haven, wo man sein Pulver trocken halten kann, ist ein Hemmnis, sich mit realer Vorsorge auseinanderzusetzen.

Neus (Schroders): Und hier ist der entscheidende Faktor die Zeit. Vorsorge geht über zwei,

drei Jahrzehnte, und die Ruhestandsplanung reicht, wenn keine Krankheit dazwischenkommt, ebenfalls über 20 bis 30 Jahre. Die Herausforderung ist, dass keiner diesen Zeitraum plastisch vor sich hat. Man kann sich schon eine Welt vor dem Smartphone kaum vorstellen, und das sind erst 16 Jahre, keine 30 oder 60. Und seither haben Groß und Klein gelernt, auf dem Display zu switchen, zu wischen statt zu tippen.



Quelle: © FotoEdhar - Fotolia.com

€uro: *Das Switchen ist auch in der Fondsanlage nicht mehr wegzudenken, oder?*

Gaßner (WWK): Der Switch, ein Fondswechsel für künftig anzulegende Beiträge, sollte in einer modernen Fondspolice ebenso beliebig oft möglich sein wie für den Fondsbestand im Vertrag – den Shift. Im Unterschied zur Direktanlage fällt dabei für den Kunden weder Kapitalertragsteuer an, noch entstehen ihm Kosten. Diese Effizienz im Management des Fondsportfolios wirkt positiv auf die Rendite. Es gibt keinen Abfluss durch Steuern, der in einem normalen Aktiendepot jedes Mal anfällt, wenn man einen Baustein verkauft, um einen anderen zu kaufen, der den eigenen Präferenzen oder der Marktsituation besser entspricht.

Stenger (Franklin Templeton): Die Politik aus Berlin hat diese Flexibilität ganz oben auf ihrem Wunschzettel. Ein modernes Produkt muss auf situative Events einer Biografie eingehen können. Es muss Zahlungsströme abbilden

können, auch wenn ein Erwerbsleben nicht mehr on-off verläuft, sondern sich vielleicht mit 55+ aus 50 Prozent Arbeit und 50 Prozent Ruhestand zusammensetzt. Es gilt sicherzustellen, dass eine Vorsorgeentscheidung später nicht als veraltet oder zu eng gefasst erscheinen kann.

Nuschele (Standard Life): Die lange Laufzeit ist doppelt vertreten. Im Anlauf muss man genügend Kapital für eine lebenslange Rente ansammeln. Aber auch im Endspurt, den man besser als Ruhestandsplanung begreift, geht es darum, so lange wie möglich die Chancen der Kapitalmärkte zu nutzen.

Neus (Schroders): Genau, das Thema Verrentungsphase ist salonfähig geworden. Es wird heiß diskutiert, da Versicherer und Assetmanager wissen, dass sie ohne einander nicht auskommen. Da ist der Druck der Politik, die Konkurrenz der Banken und das leidige Thema, dass Vorsorgekapital auf dem Girokonto nichts verloren hat. Es muss weiterarbeiten, und die Fondsindustrie liefert dafür die geeigneten Produkte.

Nuschele (Standard Life): Früher war die fondsgebundene Rentenversicherung ein Nischenprodukt für alle, denen die klassische nicht sportlich genug war. Heute ist sie ein intelligentes Geldanlageprodukt, das mehr kann als jede Bankenlösung. Das beginnt schon bei Fondsauswahl und -management. Die 120 Fonds, die bei uns zur Wahl stehen, sind eine Best-of-Auswahl nach Kosten und Performance, die wir zudem kritisch überwachen und zu günstigen Kosten anbieten.

Gaßner (WWK): Wir bieten 100 namhafte Fonds, die alle relevanten Assetklassen abdecken. Die Fondskosten halten wir durch den Einsatz von ETFs klein. Bei ak-

tiv gemanagten Fonds spart sich der Kunde den Ausgabeaufschlag und profitiert von den Konditionen institutioneller Anteilklassen, auf die er als Privatanleger ansonsten gar keinen Zugriff hätte.

Neus (Schroders): Wobei der Blick auf die Kosten halbseitig blind macht. Es kommt darauf an, was unterm Strich herauskommt. Wenn ein aktiver Manager aus einem Marktsegment mehr herausholt als der Index, hat er einen guten Job gemacht und war sein Geld wert. Auch wenn im Neugeschäft bereits zwei Drittel des Geschäfts über ETFs laufen, werden aktive Manager im Bereich der Nachhaltigkeit wieder punkten. Sie hat sich als dritter Stützpfeiler des Anlageprozesses neben Rendite und Risiko etabliert.

€uro: *Welchen Stellenwert haben Nachhaltigkeit und ESG in modernen Versicherungspolicen?*

Gaßner (WWK): Nachhaltigkeit ist regulatorisch und vertrieblich von zentraler Bedeutung. Wir haben einen digital unterstützten Beratungsprozess, der dokumentiert, wie die Nachhaltigkeitspräferenz des einzelnen Kunden aussieht. Zudem bieten wir eine Palette an ESG-konformen Fonds.

Nuschele (Standard Life): Wir halten uns auf Spur. Aber wir werden sicherlich kein grünes Mäntelchen um ein existierendes Produkt legen. Genauso wenig werden wir die Investmentauswahl einschränken. Gute Fondspolicen leben von der Vielfalt der Anlagemöglichkeiten. Der Kunde entscheidet. So wichtig Nachhaltigkeit ist, es fehlt ein schlanker, griffiger Zugang in der Beratung, damit der Kunde sich mit seiner Wahl identifizieren und wohlfühlen kann. Die heutigen Vorgaben sind langwierig, sperrig und weltfremd. Kurz ein Altersvorsorge-Verhinderungsprogramm...

Gaßner (WWK): ... das zusätzliche Bürokratie schafft und hohe Komplexität mit sich bringt. Ein pragmatischer Ansatz, wie zum Beispiel die eingängige Lebensmittelampel, wäre vermutlich weniger detailliert gewesen, hätte unterm Strich aber mehr verändert.

Pytiak (DELA): Nachhaltigkeit nimmt bei vielen Kaufentscheidungen eine immer wichtigere Rolle ein – zumeist nur unter ökologischen Aspekten. Nachhaltig zu handeln hat aber auch eine soziale Perspektive, die sich mit der generationenübergreifenden Verantwortung und dem Füreinanderdasein von Menschen beschreiben lässt. Insofern ist jede Form der Hinterbliebenenvorsorge per se ein Ausdruck von nachhaltigem Denken und Handeln.

Neus (Schroders): Nachhaltigkeit ist ein Muss, das aber ständig neu definiert wird. Gerade prüft eine EU-Kommission die bisherige Klassifizierung in Artikel-8- und Artikel-9-Fonds, also mittelgrün bis tiefgrün. Es fragt sich, ob es bei dieser Einstufung bleibt. Schon heute wird keiner mehr einen nicht nachhaltigen Fonds auflegen. Dadurch wird ein Nachhaltigkeitsfokus in irgendeiner Form zum Standard, und unsere Fondsmanager werden das Beste daraus machen.

Stenger (Franklin Templeton): Was aber nachweislich auch ökonomisch Sinn macht. So ist im zurückliegenden Jahr weltweit mehr Kapital in erneuerbare als in fossile Energie investiert worden. Der Umbau der Wirtschaft schreitet also voran, und damit ändert sich auch die Investmentwelt. Alte Vorbehalte wie verminderte Rendite oder erhöhte Volatilität sind kraftlos geworden und widerlegt. Wir als US-Haus konzentrieren uns heute nicht auf Gutmenschen stärker auf dieses

Thema, sondern schlichtweg aus ökonomischer Überzeugung.

€uro: Man kann sein Portfolio in der Police aber nicht nur bei ESG steuerfrei neu justieren.

Gaßner (WWK): Nein, ein automatisiertes Fondsmanagement unterstützt sogar kostenfrei bei Umschichtungen: Ein Investitionsmanagement investiert bei Einmalbeiträgen sukzessive in die chancenreichen Zielfonds, ein Ablaufmanagement geht in den Jahren vor Renteneintritt sukzessive in risikoärmere Anlagen. Diese und weitere Optionen helfen dem Kunden, ein ungünstiges „Market-Timing“ zu vermeiden. Wünscht der Kunde dies, kann er bis zum Endalter 90 investiert bleiben und seine frei wählbare Anlage Stück für Stück reduzieren.

Nuschele (Standard Life): Unsere Police WeitBlick trägt sogar noch zehn Jahre weiter. Außer dem Endalter 100 bietet sie noch viele weitere Möglichkeiten für eine effiziente und lebenslang flexible Ruhestandsgestaltung. Kurzum, wenn man sich vor Augen hält, was eine Police leisten kann in Relation zu einem reinen Fondsprodukt, von denen die besten ja auch bei uns im Motorraum stecken, ist zu erkennen, dass unsere Branche innovationsmäßig weit vorn liegt.

€uro: Gehört zur Ruhestandsplanung nicht oft auch der Baustein Erbschaftsgestaltung?

Pytiak (DELA): Das Liquiditätsmanagement ist auch im Erbfall ein wichtiges Thema. Es ist leider auch bei Maklern und Vermittlern wenig präsent, dass Beerdigungen teuer sind und Erbschaftsteuern sehr oft das Liquiditätspolster überfordern — insbesondere, wenn die Erbschaft eine Immobilie ist. Dazu kommt, dass selbst bei hohem Vermögen der Zugriff

durch Erbaseinandersetzungen erschwert und verzögert wird. Wir propagieren daher: „Erben ohne Scherben“ – mit einer Risikolebensversicherung vorsorgen und klare Verhältnisse schaffen.

Nuschele (Standard Life): Eine flexible Police wie WeitBlick kann bei komplexen Erbschaften extrem hilfreich sein, zumal sie bis zum Endalter 100 Jahre laufen kann. Man kann in ihr verschiedene Überkreuzverhältnisse mit mehreren Personen anlegen und etwa den Kindern nur ein Prozent der Versicherungsnehmer-Eigenschaft zuschreiben. Folglich unterliegt auch nur dieses eine Prozent der Schenkungsteuer. Kurzum, man kann Lösungen in seinem individuellen Finanzplan wie mit einem Schieberegler einstellen und Freibeträge bei der Steuer nutzen. Für zusätzliche Flexibilität sorgen Teilauszahlungen...

Gaßner (WWK): ... die der Kunde in beinahe beliebiger Höhe vornehmen kann. In der Ansparphase lassen sich als Hinterbliebenenschutz die Rückgewähr des Deckungskapitals oder eine Mindesttodesfalleistung vereinbaren, in der Rentenphase eine individuelle Rentengarantiezeit oder das Restkapital nach Abzug der gezahlten Renten.

€uro: Und welche Rolle spielt die garantierte Leibrente im Liquiditätsmanagement?

Nuschele (Standard Life): Die Sofortrente macht als Baustein der Ruhestandsplanung Sinn, wenn man darüber den normalen Liquiditätsbedarf, also die fixen laufenden Kosten, deckt. Mit einem lebenslang voll garantierten Rentenzins von 2,75 Prozent sind wir für Bestandskunden wie für Neuzeichner unserer Sofortrente gut im Rennen. Standard Life bietet im Neugeschäft aktuell die höchste voll garantierte Rente.

Gaßner (WWK): Sie muss aber von einem verlässlichen Partner kommen. Unsere Produkte verfügen mit der WWK Lebensversicherung a. G. über einen solventen wirtschaftsstarken Risikoträger und haben Topnoten bei den Ratings. Unsere Premium FondsRente 2.0 wird bei Franke & Bornberg mit FFF+ bewertet (besser kann man ein Bedingungswerk nicht gestalten) und hat sechs Kompassse bei Ascore. Mit einem garantierten Rentenfaktor sichert sich der Kunde bei Vertragsabschluss die heute gültigen Rechnungsgrundlagen und hat die Option,

falls Höchstrechnungszins und Sterbetafeln später einmal günstiger ausfallen, zu diesen Konditionen umzuwandeln.

Stenger (Franklin Templeton): Garantien kann man auch in Fonds oder Depots einbauen. Keiner hat etwas gegen Garantien, wenn ein Kunde sie wünscht, man muss nur den erhöhten Spritverbrauch einer solchen Sonderausstattung ausweisen. Und man muss unterscheiden, zu welchem Zeitpunkt eine Garantie greifen sollte. Da gibt es noch viel Optimierungspotenzial.

In den in den USA üblichen 401k-Programmen etwa prüfen wir die voraussichtliche Zielerreichung im anvisierten Endjahr der Laufzeit über eine Goal Optimization Engine. Da das im Vorfeld passiert, kann man nachsteuern – also die Laufzeit verlängern, das Rendite-Risiko-Profil anpassen oder eine Zuzahlung einfordern. Ein solcher Pflichtberatungstermin würde auch hierzulande für mehr Klarheit sorgen..... das komplette Tischgespräch von Euro hier:

<https://finanzenverlag.1kcloud.com/ep16527c098a13f3/epaper/ausgabe.pdf>
Autor: www.boersenmedien.de

Erstmals hat Metzler Ratings für deutsche Lebensversicherer ein „Rating der Ratings“ durchgeführt

Dafür wurden auf öffentlich verfügbare Ratings zu 28 Lebensversicherern aus den Bereichen Finanzstärke, Produkt- sowie Servicequalität zurückgegriffen und daraus ein Gesamtrating gebildet. Insgesamt schnitt die WWK in diesem Meta-Rating mit einer Gesamtnote von 1,15 am besten ab. Auf Platz zwei folgte die Allianz (1,57) vor der Hannoversche Lebensversicherung mit Gesamtnote 1,70. Dabei hat in Sachen Finanzstärke die WWK mit 1,00 das beste Meta-Rating, gefolgt von der Hannoversche Lebensversicherung mit 1,50. Bei der Produktqualität liegt hingegen der Volkswohl Bund mit einer Note von 1,22 vor der Ergo Vorsorge (1,33). Bei der Servicequalität liegt wiederum die WWK mit einer Bewertung von 1,0 auf dem ersten Platz – gleichauf mit der Allianz und Cosmos.



Bei Aktien ist es längst gang und gäbe: Die auf den Finanzmarkt spezialisierte Nachrichtenagentur Bloomberg veröffentlicht seit Jahren sogenannte Konsenschätzungen dazu, wie sich die Geschäfte und letztlich auch

die Aktienkurse großer börsennotierter Unternehmen in den kommenden Monaten entwickeln werden. In diese Schätzungen fließen die Prognosen aller der Finanzanalysten ein, die das betreffende Unternehmen für renommierte Investmentbanken beobachten – oder „covern“, so der entsprechende Fachausdruck. Heißt: In eine Konsens-Schätzung fließen oft Dutzende von Einzelprognosen ein. „Schwarmintelligenz für Börsianer“ sozusagen.

Ähnlich auch das Verfahren der „Wirtschaftsweisen“: Hier verfassen fünf deutsche Wirtschaftsforschungsinstitute für die Bundesregierung eine gemeinsame Prognose zur wirtschaftlichen Entwicklung Deutschlands in den kommenden zwölf Monaten. In diese Prognose fließen die mitunter stark divergierenden Einschätz-

zungen aller fünf Institute ein – so werden extreme Positionen „geglättet“.

Nun hat Metzler Ratings dieses Prinzip der Schwarmintelligenz mit seinem Meta-Rating erstmals auf Lebensversicherer am deutschen Markt übertragen. Das Ziel: Herausfinden, welche Versicherer bei den renommiertesten Ratingagenturen am besten abschneiden. Doch warum ist das wichtig? „Nun, wer eine Lebensversicherung abschließt, bindet sich meist über Jahrzehnte an einen Anbieter“, so Metzler-Ratings-Chef Dr. Marco Metzler. „Da sollte man vor Abschluss so gut wie möglich ermitteln, welche Lebensversicherer von den verschiedenen Versicherungsexperten am besten eingeschätzt werden. Dabei kann unser neues „Rating der Ratings“ eine wertvolle Hilfe sein.“

Die Methode

Und wie funktioniert ein solches Meta-Rating? „Im Prinzip ist das die Zusammenfassung mehrerer Ratings“, sagt Experte Metzler. „Oder – wie der Fachbegriff lautet – ein aggregiertes Rating.“ Dabei werden mehrere Noten, Punkte oder Ratings, die für ein Produkt oder eine Dienstleistung abgegeben wurden, zu einem einzigen Punktwert zusammengefasst. Dies kann durch verschiedene Methoden geschehen. Eine gängige Methode ist die Ermittlung des arithmetischen Mittelwerts aus allen Ratings. Dafür werden alle Benotungen zuerst addiert und dann das Ergebnis der Addition durch die Anzahl der Benotungen dividiert. Beispiel: Ein Produkt wurde fünfmal bewertet und erhielt dabei die Benotungen 4, 3, 5, 2 und 4. Dann ist die durchschnittliche Bewertung $3,6$. Rechenweg: $(4+3+5+2+4)/5 = 18/5 = 3,6$. Zudem können einzelne Ratings auch mehr oder

minder stark gewichtet werden. Inzwischen kommt es auch immer häufiger zum Einsatz selbstlernender Algorithmen. „Die Aggregation von Ratings ist ein nützliches Instrument, um mehrere Bewertungen eines Produkts oder einer Dienstleistung zusammenzufassen und zu vergleichen“, weiß Versicherungsanalyst Metzler.

Die Grundgesamtheit

Metzler Ratings hat für sein „Rating der Ratings“ alle in Deutschland aktiven Lebensversicherer ermittelt, die von den drei in Deutschland führenden Produktrating-Agenturen in allen drei Schichten der Lebensversicherung (Rürup und Riester-Rente, betriebliche und private Altersvorsorge) bewertet wurden und mindestens ein Finanzstärke- und ein Service-Rating aufweisen können. Diese Vorgaben erfüllten 28 Lebensversicherer.

Alle für das aggregierte Rating von Metzler verwendeten Ratings der einzelnen Ratingagenturen sind auf den Webseiten der jeweiligen Ratinganbieter öffentlich zugänglich. Die Daten für die Analyse wurden am 01.10.23 ermittelt. Auf eine Gewichtung der einzelnen Ratings oder der Ratinganbieter wurde bei der Erstellung des Metzler Ratings Meta-Ratings (MMR) bewusst verzichtet.

Die Ergebnisse: Finanzstärke

In Sachen Finanzstärke hat Metzler Ratings auf die Ratings von S&P, Fitch sowie die eigenen Qualitätsratings zurückgegriffen und dergestalt aggregiert, dass ein Durchschnittswert der Finanzstärke und des Qualitätsratings der drei Ratinganbieter ermittelt wurde. In die Bewertung der Substanzkraft beziehungsweise der Finanzstärke flossen dabei unter anderem Finanzkennzahlen aus

den Jahresabschlüssen 2022 zum Eigenkapital, zur freien Rückstellung für Beitragsrückerstattungen (freie RfB) und zum Schlussüberschussanteilsfonds und die Zinszusatzreserve ein.

Dabei schnitt die WWK mit einem aggregierten Finanzstärke-Rating von 1,0 am besten ab, gefolgt von Hannoversche Lebensversicherung (1,50), Condor (2,0), Allianz (2,17), und Nürnberger (2,25). Der Noten-Durchschnitt über alle 28 betrachteten Gesellschaften betrug 3,08.

Die Ergebnisse: Produktqualität

Bei den Produktratings wurden auf Ratings der drei renommiertesten Ratingagenturen für Lebensversicherungsprodukte – Franke & Bornberg (F&B), Ascore und Institut für Vorsorge und Finanzplanung (IVFP-Institut) – zurückgegriffen, da diese eine breite Abdeckung an Ratings über alle drei Schichten der Altersvorsorge (gesetzliche Schicht – hier also Rürup-Rente, betriebliche und private Schicht) sicherstellen.

Dafür wurden in einem ersten Schritt für jeden Lebensversicherer die besten Produktratings von jeder der drei Agenturen in jeder Schicht zu Teilergebnissen zusammengefasst. Diese drei Teilergebnisse – in die auch einfluss, ob in der jeweiligen Schicht überhaupt Ratings vorlagen – wurden dann zu einem Produktrating über alle drei Schichten gebündelt.

Bei den gebündelten Produktratings schnitt der Volkswohl Bund mit einer Bewertung von 1,22 am besten ab, gefolgt von Ergo Vorsorge (1,33), Alte Leipziger (1,39), Nürnberger (1,44) und WWK (ebenfalls 1,44). Der Durchschnitt der Produktratings über alle beobachteten Gesellschaften lag bei 1,98. Die Ergebnisse: Servicequa-

lität In Sachen Servicequalität gab es nur zwei Anbieter, die alle 28 hier betrachteten Lebensversicherer mit eigenen Service-Ratings abdecken: Service Value und FraLytics. In der Aggregation der beiden Serviceratings haben Allianz, Cosmos und WWK mit dem Wert von jeweils 1,0 am besten abgeschnitten. Dahinter folgt die Hannoversche, SwissLife und R+V mit 1,5 vor den mit 2,0 punktgleichen Gesellschaften Alte Leipziger, Basler, HUK Coburg, Neue Leben, Provinzial NordWest und Württembergische. Der Durchschnitt der Serviceratings über alle beobachteten Gesellschaften lag bei 2,36.

Das Gesamtergebnis

In einem weiteren Schritt hat Metzler Ratings dann die Teilratings aus den Bereichen Finanzstärke, Produkt- und Servicequalität zu einem Gesamtrating

zusammengefasst, um den Lebensversicherer mit den besten Ratings insgesamt zu ermitteln. Dabei wurden alle drei Bereiche gleich gewichtet. Insgesamt überzeugt im Metzler Ratings Meta-Rating (MMR) die WWK mit Werten von jeweils 1,00 bei den Finanzstärke- und den Service-Ratings. Bei den Produktratings kam sie mit 1,44 auf den vierten Platz. Dies ergab unterm Strich ein Gesamtrating von 1,15. Das sicherte der WWK den ersten Platz im ersten Meta-Rating von Metzler Ratings überhaupt. Ebenfalls in die Top Five schafften es die Allianz mit einer Note von 1,57, die Hannoversche Lebensversicherung (1,70), Swiss Life (1,87) und die Basler (2,13).



Quelle: © pinkomelet - Fotostock.com

Das Fazit

„Die von uns erstmals durchgeführte Zusammenfassung der vielen verschiedenen Ratings für Lebensversicherer macht es für den Endkunden einfach, sich im Dschungel der Lebensversicherungs-Ratings zurechtzufinden“, erläutert Marco Metzler, Geschäftsführer der Metzler Ratings GmbH. Der Kunde erkenne so auf einen Blick die Qualität der Produkte und des Service sowie die Finanzstärke der einzelnen Gesellschaften. „Er kann seine Entscheidungen also ganz einfach auf der Basis der Ratings mehrerer renommierter Ratingagenturen treffen“, erklärt Marco Metzler. „Wer hier zu einem der top platzierten Versicherer unseres Meta-Ratings MMR geht, sollte nichts falsch machen. Und auch noch in ein paar Jahrzehnten mit seiner heutigen Wahl zufrieden sein. Autor: www.metzler-ratings.com

Umfrage: Risiken von Vorsorgelücken und Berufsunfähigkeit werden unterschätzt

Die Menschen in Deutschland sind beim Blick auf ihre privaten Finanzen trotz angespannter Wirtschaftslage und anhaltend hoher Inflation positiv gestimmt. Entsprechend optimistisch ist auch die Einschätzung, bis zum Renteneintritt gesund zu sein und fürs Alter vorsorgen zu können. Das zeigt der diesjährige Financial Freedom Report der Lebensversicherung von 1871 a. G. München (LV 1871). Doch: Psychische Krankheiten gefährden das Einkommen; Altersarmut nimmt zu. Finanzielle Unabhängigkeit, die

Absicherung im Fall von Berufsunfähigkeit und die Vorsorge fürs Alter dürfen deshalb nicht auf die leichte Schulter genommen werden.

„Angesichts der vielen Krisenherde, die unmittelbare finanzielle Auswirkungen auf die Menschen hierzulande nach sich ziehen, ist es heute wichtiger denn je, einen ehrlichen Realitätscheck der eigenen finanziellen Aufstellung vorzunehmen. Die Herausforderungen und die damit verbundenen weitreichenden

Konsequenzen durch die Zunahme an psychischen Krankheiten, gebrochene Erwerbsbiografien, größer werdende Rentenlücken und Altersarmut in Deutschland sind nicht zu unterschätzen“, sagt Hermann Schrögenauer, Vorstand der LV 1871.

Im dritten Jahr zeigt der Financial Freedom Report deutlich, dass der Wunsch nach vorausschauender finanzieller Absicherung, also finanziell unabhängig in allen Lebenslagen zu sein, mit zunehmendem Alter immer wichtiger

wird. (18- bis 29-Jährige: 38,4 Prozent; 65 oder älter: 66,3 Prozent). Gerade junge Erwachsene im Alter von 18 bis 29 Jahren verstehen unter finanzieller Freiheit im Vergleich zu den älteren Generationen weniger eine weitsichtige finanzielle Unabhängigkeit, sondern möchten sich mit ihrem Geld auch Träume finanziell erfüllen können (23,7 Prozent) und nicht mehr arbeiten müssen (19,1 Prozent).

Für finanzielle Unabhängigkeit auch an Berufsunfähigkeit denken

Gleichzeitig schätzen gerade junge Menschen die Risiken eines krankheitsbedingten Arbeitsplatzverlustes falsch ein. Mehr als die Hälfte (56 Prozent) gehen davon aus, ohne gesundheitliche Probleme bis zum gesetzlichen Renteneintrittsalter arbeiten zu können. Zudem schätzen sie die Gefahr einer Berufsunfähigkeit durch physische Gesundheitsprobleme (17,6 Prozent) höher ein als durch die der psychischen Gesundheit (14,4 Prozent).

“Die Herausforderung ist klar: Wir müssen dafür sorgen, dass langfristige finanzielle Absicherung ganz oben auf der To-Do-Liste der jungen Erwachsenen steht”,

sagt Hermann Schrögenauer. “Erst recht, wenn man bedenkt, dass im Schnitt jeder Vierte mindestens einmal in seinem Arbeitsleben berufsunfähig wird und psychische Leiden der häufigste Grund dafür sind – zumal davon insbesondere junge bis mittlere Altersgruppen betroffen sind.”

Berufsunfähigkeitsversicherungen sichern dieses Risiko langfristig finanziell ab und bieten heute weitreichende Flexibilität in der Vertragsgestaltung. Junge Leute zahlen aufgrund ihres niedrigen Eintrittsalters und ihres in der Regel guten Gesundheitszustands niedrigere Beiträge. Bis zum Eintrittsalter von 35 Jahren können sie bei der LV 1871 auch von einer vereinfachten Risikoprüfung profitieren.

Rechtzeitig für finanzielle Unabhängigkeit im Alter sorgen

Die Ergebnisse des Reports zeigen auch: Jeder Dritte kann sich mittlerweile zwar einen Renteneintritt mit 70+ vorstellen, die Mehrheit wünscht jedoch weiterhin einen Renteneintritt mit bis zu 60 Jahren (51,2 Prozent). Fakt dabei ist: Aufgrund der immer älter werdenden deutschen Gesellschaft

wird in der Politik über die Anhebung der Regelaltersgrenze des Renteneintritts debattiert. Ein Renteneintritt mit bis zu 60 Jahren ist allein mit einer staatlichen Rente unrealistisch.

“Idealerweise kümmert man sich frühestmöglich um eine private Altersvorsorge und fängt nicht erst damit an, wenn man sich in den 30ern in der Rush Hour seines Lebens befindet. Im besten Falle sollte sich jeder das Ziel setzen, etwa 70 bis 80 Prozent seines früheren Nettoeinkommens im Ruhestand zu erhalten, um seinen Lebensstandard zu bewahren. Dabei sollte unbedingt auch die Inflation mitbedacht werden”, sagt Hermann Schrögenauer.

Was viele Späteinsteiger nicht wissen: Mit einer fondsgebundenen Altersvorsorge gegen Einmalbeitrag haben sie die Möglichkeit, die Investition in die eigene Rente noch aufzuholen. Diese Fondsrente ermöglicht einen Vermögensaufbau mit Rendite und einem hohen Maß an Sicherheit und Flexibilität. Gewährleistet wird das durch die vielfältigen Anlagemöglichkeiten, ein Anlauf- und Ablaufmanagement und eine flexible Geldentnahmemöglichkeit. Autor: www.lv1871.de



Quelle: © Sergey Nivens - AdobeStock.com

BU-Leistungspraxisstudie: So gut regulieren BU-Versicherer

Die BU-Regulierung ist besser als ihr Ruf. Zu dieser Einsicht beigetragen haben die Leistungspraxisstudien von Franke und Bornberg. Jetzt liegt die 8. Studie vor. Mit konkreten Fakten und aktuellen Trends. Die Kritik wird leiser. Von der pauschalen Versichererschelte beim Thema Berufsunfähigkeit (BU) ist aktuell wenig zu hören. Statt Einzelschicksale mit hohem Emotionalisierungspotential rücken zunehmend Fakten in den Vordergrund. Möglich wurde diese Entwicklung auch durch BU-Versicherer, die sich im Leistungsfall in die Karten schauen lassen.



Immerhin zehn Gesellschaften waren es in diesem Jahr, darunter die vier größten BU-Versicherer in Deutschland. Gemeinsam stehen sie für circa 60 % des BU-Marktes. Auf ihren Daten und systematischen Stichproben vor Ort basiert die 8. BU-Leistungspraxisstudie von Franke und Bornberg. Sie liefert neben Fakten auch einige Best-Practice-Beispiele für kundenorientierte Abläufe in der BU-Regulierung.

„Diese Versicherer haben nichts zu verbergen. Sie setzen auf Transparenz in der BU-Leistungsprüfung“, lobt Michael Franke, Gründer und Geschäftsführer von Franke und Bornberg. „Transparenz schafft Vertrauen,

und das ist für die Assekuranz ein hohes Gut. Je mehr Unternehmen diese Offenheit praktizieren, umso besser“, ist Franke überzeugt.

Welche Krankheiten machen berufsunfähig?

Die Psyche ist mit 28,44 % der größte Auslöser für Berufsunfähigkeit. Zusammen mit Krankheiten am Bewegungssystem stellt sie gut die Hälfte aller anerkannten BU-Fälle im Jahr 2022. Unfälle hingegen sind mit 3,38 % eher selten am Entstehen einer BU beteiligt. Fast jede fünfte Berufsunfähigkeit (19,48 %) ist auf bösartige Neubildungen, also Krebs, zurückzuführen.

Frauen sind besonders oft von psychischen Erkrankungen betroffen. 2022 geht jede dritte Berufsunfähigkeit bei Frauen auf die Psyche zurück. Im Vergleich zur gesetzlichen Erwerbsminderungsrente ist dieser Wert niedrig: Dort waren psychische Krankheiten sogar für 48,5 % aller Anerkennungen des Jahres 2022 verantwortlich. Krebs ist für Frauen der zweithäufigste Auslöser für eine BU-Rente. Jede vierte BU geht bei ihnen auf Krebs zurück.

Bei Männern ist Krebs nur für gut 17 % der BU-Fälle verantwortlich. Männer werden überproportional häufig wegen Krankheiten des Muskel-Skelettsystems berufsunfähig. Von Herz-Kreislauf-Erkrankungen mit BU-Folge sind sie ebenfalls häufiger betroffen als Frauen.

Wie verteilen sich Anerkennung und Ablehnung einer BU?

Über alle Krankheiten hinweg fallen 2022 knapp vier von fünf Entscheidungen zugunsten der Versicherten aus (78,04 %). Damit bleibt die Quote im Vergleich zu den Vorjahren stabil. Für Ablehnungen gibt es eine Reihe von Gründen, allen voran medizinische. Bei 58,6 % aller Ablehnungen wurde der vertraglich vereinbarte BU-Grad nicht erreicht. Anfechtungen und Rücktritte folgten mit 20,41 % als zweitwichtigste Ursache.

Für die Anerkennungsquote spielt die jeweilige Krankheit eine wichtige Rolle. So werden 95 % aller An[1]träge wegen Krebs anerkannt, während psychische Leiden nur in 72,5 % der Fälle zu einer Leistung führen. Doch es geht bergauf: Im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil der positiven Entscheidungen bei Psyche immerhin um fast drei Prozentpunkte gestiegen. Trotzdem bleibt für Versicherer das Problem, eine psychische Erkrankung, ihre Folgen für die berufliche Tätigkeit und die weitere Prognose nur schwer einschätzen zu können.

Wie alt sind Versicherte, wenn sie berufsunfähig werden?

Als Faustregel gilt: Je älter Versicherte, umso höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass ihr Antrag auf BU-Rente Erfolg hat. Eine erste Häufung von anerkannten BU-Anträgen gegenüber Ablehnungen weist die Studie für Män-

ner und Frauen der Altersgruppe Mitte 30 aus. Auslöser sind zu meist Krebs oder psychische Erkrankungen. Ab Ende 40 steigt die Kurve der Anerkennnisse. Dann manifestieren sich vor allem Krebs, Herz- und Kreislaufkrankheiten sowie Verschleiß am Bewegungsapparat.

Jenseits der 60 gehen die Ablehnungen langsam gegen null. In jungen Jahren hingegen ist die Ablehnungsquote besonders hoch. Hier schlagen sich hauptsächlich Anfechtungen und Rücktritte innerhalb der gesetzlichen Fristen nieder.

Wie lange dauert eine BU-Regulierung?

Auch wenn Versicherer seit Beginn der Corona-Pandemie etwas mehr Zeit benötigen, hat sich die durchschnittliche Regulierungsdauer über die Jahre bei etwa sechs Monaten eingependelt. Für Ablehnungen und Anerkennnisse sind die Werte 2022 fast gleich. Die Auswertung des Kundenfragebogens dauert durchschnittlich 14 Tage. Danach sind meist Rückfragen bei Ärzten oder Krankenkassen erforderlich. Vom Eingang der letzten Unterlagen bis zur abschließenden Entscheidung vergehen im Durchschnitt gut 17 Tage.

Vergleichsweise schnell wird bei Krebs entschieden; bei psychischen Erkrankungen und Unfällen dauert es länger bis zum Votum. Das liegt unter anderem an fehlenden Fachärzten und Gutachtern sowie bei Unfällen an spät eintreffenden Stellungnahmen von Polizei und Staatsanwaltschaft. Gutachten werden immer dann angefordert, wenn sich aus den Angaben von Antragsstellern, Ärzten oder aus weiteren Quellen kein abschließendes Urteil ableiten lässt. 2022 passierte das in 3,38 % aller Regulierungen.



Best Practice: Wie BU-Versicherer Abläufe verbessern und Zeit sparen

Die Leistungsprüfung schneller abzuschließen, ist für Versicherer nicht trivial. Sie haben auf einige Phasen der Regulierung keinen direkten Zugriff. Deswegen wollen sie die Rahmenbedingungen für weitere Beteiligte optimal gestalten, um kurze Reaktionszeiten zu fördern. Dafür liefern die teilnehmenden Gesellschaften vielversprechende Ansätze. Eine enge und transparente Kommunikation, häufig via Telefon, gehört fast immer dazu.

Erfolgsfaktoren für schnellere BU-Regulierungen

- Bei Eingang der BU-Meldung nehmen Sachbearbeiter telefonisch Kontakt mit Versicherern auf und erläutern den weiteren Ablauf.
- BU-Fälle werden systematisch kategorisiert und ggf. auf spezialisierte Mitarbeiter verteilt.
- Im Rahmen eines Telefonates oder unter Einbeziehung von „Vor-Ort-Services“ mit persönlichem Kundenkontakt werden Anspruchsteller beim Ausfüllen des Fragebogens unterstützt.

- Moderne Kommunikationswege wie Chats und digitale Portale fördern den Austausch.
- In einem digitalen Tracking-System können Versicherte die Leistungsbearbeitung online verfolgen, Unterlagen hochladen und direkt mit Sachbearbeitern in Kontakt treten.

Die strengen Vorgaben des Datenschutzes setzen enge Grenzen. Das betrifft etwa Portale, in denen Ärzte strukturiert Angaben zu Behandlungen und Gesundheitszustand ihres Patienten machen können. Praxistaugliche Lösungen konnten sich hier bisher nicht etablieren.

Fachkräftemangel macht den Gesellschaften ebenfalls zu schaffen. Der Markt für qualifizierte BU-Leistungsprüferinnen und -prüfer scheint leergefegt. Versicherer setzen daher verstärkt auf den eigenen Nachwuchs und versuchen, Auszubildende für die BU-Leistungsprüfung zu begeistern – bei vielen Unternehmen mit Erfolg.

Fazit und Ausblick

Die teilnehmenden BU-Versicherer betreiben die BU-Leistungsprü-

fung fachlich und organisatorisch auf hohem Niveau. Trotzdem verharrt die Bearbeitungsdauer bei rund sechs Monaten. Dies ist noch immer den Maßnahmen in der Corona-Phase geschuldet. Personalengpässe verhindern ebenfalls schnellere Entscheidungen. Fast 80 % der Entscheidungen fallen zugunsten der Versicherten aus. Psychische Krankheiten bleiben die wichtigste BU-Ursache, gefolgt von Krankheiten des Bewegungsapparates und Krebs. Mit dem Alter steigt die Wahrscheinlichkeit für eine Anerkennung.

Künstliche Intelligenz und machine learning spielten bisher nur eine untergeordnete Rolle, weiß Michael Franke. Und liefert dafür eine Erklärung: „Wer möchte schon Kunden erklären, dass eine Maschine über ihre Leistung entschieden hat? Auf beiden



Quelle: © everythingpossible – AdobeStock.com

Seiten des Leistungsantrags stehen noch immer Menschen im Mittelpunkt.“ Trotzdem könnten Versicherer KI auch im Leistungsfall nutzen und so Effizienzvorteile erschließen, eigene Daten noch effektiver auswerten und qualifizierte Entscheidungen vorbereiten, ist Franke überzeugt. Nachhaltigkeit wird in der BU-Leistungspraxis bislang kaum thematisiert, auch wenn Prävention und Wiedereingliederung in das Berufsleben interessante Ansätze liefern.

Autor: www.franke-bornberg.de

Wettbewerbsvorteil: Mit der betrieblichen Krankenversicherung Mitarbeitende gewinnen und binden

Lohnende Investition: gesunde Beschäftigte für gesunde Unternehmen

Unkomplizierte Zusatzabsicherung: kein zusätzlicher Verwaltungsaufwand

Die betriebliche Krankenversicherung begeistert immer mehr Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Deutschland: Ende letzten Jahres boten bereits mehr als 22.300 Betriebe ihrer Belegschaft eine vom Arbeitgeber gezahlte betriebliche Krankenversicherung (bKV) an. Ein Plus von 22,5 Prozent. 1,8 Millionen Beschäftigte profitieren von der Zusatzabsicherung. Doch was genau ist eine betriebliche Krankenversicherung und warum lohnt sie sowohl für Arbeitnehmer als auch für die Arbeitgeber?

War for Talents: Der Fachkräftemangel fordert den Arbeitsmarkt nun schon seit einiger Zeit



Quelle: © MIIND AND – AdobeStock.com

heraus und drängt zum Umdenken. Dieser Trend wird sich wohl auch in den kommenden Jahren noch weiter verschärfen. Unternehmer stehen vor der Aufgabe, qualifiziertes Personal überhaupt erst einmal zu finden, einzustellen und es dann im heiß umkämpften Arbeitsmarkt auch im Betrieb zu halten. Obstkörbe und kostenloser Kaffee haben als Argumente ausgedient. Und auch das Gehalt

allein ist nicht mehr attraktiv genug, um nachhaltig zu überzeugen. Was stattdessen zählt, ist das Gesamtpaket, das Arbeitgeber den Mitarbeitenden anbieten. Ein wichtiger Baustein kann hier die betriebliche Krankenversicherung sein. Sie geht über den bloßen Arbeitslohn hinaus und bietet Mitarbeitern einen großen Mehrwert.

Für die Mitarbeiter nur das Beste: Beschäftigte mit einer bKV erhalten Zugang zu einer erweiterten medizinischen Versorgung, die über das gesetzliche Minimum der Krankenkassen deutlich hinausgeht – und das ganz ohne

vorherige Gesundheitsprüfung. Die Beiträge werden in der Regel vollständig vom Arbeitgeber getragen. Die konkreten Leistungen sind mit denen einer privaten Krankenzusatzversicherung vergleichbar, bspw. das Einbett-Zimmer und die Chefarztbehandlung im Krankenhaus. Lange Wartezeiten für einen Facharzttermin sind passé. Auch die Kostenübernahme für hochwertigen Zahnersatz und Zahnbehandlungen können in der Versicherung eingeschlossen sein. Vorsorge- und Gesundheitsbudget-Tarife ermöglichen es, frei wählbare Leistungen aus unterschiedlichen Kategorien bis zu einem bestimmten jährlichen Budget in Anspruch zu nehmen. Eine echte Besonderheit: Auch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Vorerkrankungen und deren Angehörige können in den Genuss privater Krankenversicherungsleistungen kommen, denn auch ihnen steht die zusätzliche

Absicherung über die betriebliche Krankenversicherung offen.

Geringe Kosten, mehr Nutzen: Der Verwaltungsaufwand ist bei einer betrieblichen Krankenversicherung sowohl für den Arbeitgeber als auch für die Mitarbeiter äußerst gering. Mitarbeitende können etwaige Rechnungen für Zusatzuntersuchungen o.ä. in den meisten Fällen schnell und unkompliziert zum Beispiel über eine App direkt bei der Versicherung einreichen. In der Buchhaltung eines Unternehmens zählt die bKV übrigens als Sachleistung, somit sind die Beiträge für Beschäftigte bis zu einer monatlichen Freigrenze von 50 EUR steuer- und sozialabgabenfrei. Das macht sie zu einer sinnvollen Alternative zu Lohnerhöhungen.

Gesunde Mitarbeitende für gesunde Unternehmen: Das Zusatzangebot der betrieblichen Kran-

kenversicherung führt zu einer größeren Zufriedenheit und Loyalität der Kolleginnen und Kollegen und ist gleichzeitig eine Investition in die Gesundheit und Leistungsfähigkeit der Belegschaft. Durch die Leistungen einer bKV haben Mitarbeitende Zugang zu einer schnelleren und umfassenderen medizinischen Versorgung. Das kann dazu beitragen, Krankstände zu verringern und Ausfallzeiten zu reduzieren. Wichtig ist, dass Unternehmen sich umfassend beraten lassen und gemeinsam mit einem professionellen Berater, wie zum Beispiel einem Vermögensberater der Deutschen Vermögensberatung (DVAG), das passende Angebot einer betrieblichen Krankenversicherung für die eigene Belegschaft finden. Ein Vermögensberater punktet mit seiner Erfahrung und Expertise im Firmenkundengeschäft als Profi und Ansprechpartner im Bereich bKV. Autor: www.dvag.com

Gewerbeversicherungsreport: Angst vor Inflation dominiert aber Optimismus bleibt

Vierter Gewerbeversicherungsreport von Insurtech Finanzchef24, Digital-Versicherer andsafe und HDI: Kleinere Unternehmen und Selbstständige haben mehr Angst vor Inflation als vor Krankheit

Viele Kleinst- und Kleinunternehmen blicken zwar skeptisch auf die wirtschaftliche Zukunft, dennoch erkennen sie, dass sie selbst anpacken müssen. Das spiegeln die Daten aus der neusten Befragung wider, die Finanzchef24, andsafe und HDI zusammen mit dem Panelanbieter Consumer-

fieldwork unter 758 Unternehmen durchgeführt haben. Trotz unternehmerischer Vielfalt haben Firmen mit meist unter 10 Mitarbeitern eines gemeinsam: Sie fürchten die Inflation (46 Prozent) noch mehr als einen gesundheitlich bedingten längeren Krankheitsausfall. „Unser Report zeigt, dass sich Selbstständige und Kleinunternehmen trotz der Krisen und Herausforderungen nicht zurücklehnen, sondern investieren und handeln wollen. Sie versuchen, der Rezession in kleinen Schritten zu entkommen“,



sagt Payam Rezvanian, Mitglied der Geschäftsleitung von Finanzchef24 zur Vorstellung des vierten Gewerbeversicherungsreports.

Individueller Optimismus entgegen dem Markttrend

Die Hoffnung auf eine Wirtschaftserholung ist zaghaft, aber sichtbar. 34 Prozent der Be-

fragten erwarten Effekte durch eine anziehende Konjunktur (2022: 33 Prozent). Zudem trauen sich viele der Selbstständigen zu, dem Negativtrend zu entkommen. 14 Prozent beurteilen ihre persönliche Geschäftsentwicklung trotz Krisen und des aktuellen Umfelds als sehr gut (2022: 12 Prozent). 38 Prozent erwarten immerhin noch eine gute eigene Geschäftsentwicklung – ebenfalls eine ganz leichte Steigerung gegenüber dem Vorjahr (2022: 37 Prozent). „Das Lager ist zweigeteilt. Eine knappe Hälfte blickt optimistisch in die unternehmerische Zukunft, die andere Hälfte erwartet Einbußen und Rückgänge“, sagt Rezvanian.

Knapp die Hälfte empfindet Politik als unberechenbar

Nicht nur Inflation, Konjunktur und Zinspolitik beeinträchtigen laut der Erhebung das Geschäft von Klein- und Kleinunternehmen. Fast jeder Zweite (47 Prozent) ist der Meinung, dass „politische Unberechenbarkeit“ die Geschäftsentwicklung in den kommenden 12 Monaten beeinflussen wird. Hier zeigt sich, welchen Vertrauensschaden die politischen Differenzen der Bundesregierung bei kleinen Unternehmen anrichten. Rezvanian: „Aus Gesprächen mit unseren Kunden wissen wir, dass viele Kleinstunternehmer und Kleinunternehmerinnen, die täglich ihren Mann und ihre Frau stehen, die Nachrichtenlage um Subventionen und Steuererleichterungen großer Unternehmen einerseits und Gesetzesvorstöße auf der anderen Seite Leid sind.“

Selbsteinschätzung: Digitalisierung schreitet voran

Der Report offenbart jedoch auch Fortschritte. Nach eigenem Bekunden sehen sich Deutschlands Klein- und Kleinunternehmen

bei der Digitalisierung mittlerweile immer besser aufgestellt. Im digitalen Mittelfeld wähen sich laut neuestem Report nur noch 26 Prozent und damit weniger als 2022 (30 Prozent). „Bisher mittelgut aufgestellte Unternehmen haben ihre Hausaufgaben gemacht und auf der Skala nach oben aufgeschlossen. Als digital sehr gut (Skala 9) bezeichnen sich bereits knapp 10 Prozent – ein deutliches Plus von 3 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr (2022: 7 Prozent)“, betont der Finanzchef24-Chef. Vor allem in den Bereichen Buchhaltung (49 Prozent), Marketing (37 Prozent) und Vertrieb (30 Prozent) wollen Selbstständige die Digitalisierung 2024 vorantreiben. „Für immer mehr Branchen sind die Digitalisierung und das hybride Arbeiten die einzige Chance, wirtschaftlich zu überleben. Selbst kleine Unternehmen werden immer digitaler, was zugleich einen entsprechenden Absicherungsbedarf verlangt. Gerade bei Cyberversicherungen gibt es seitens der Anbieter noch viel zu tun“, erklärt Rezvanian. Auch wer mit KI experimentiert, muss nach Worten der Studienexperten Digitalrisiken berücksichtigen. Dort, wo neue Chancen winken, kann das Nichtwissen um begleitende Gefahren schnell zur existentiellen Bedrohung werden.

KI ist eine Frage der Unternehmensgröße

Künstliche Intelligenz spielt laut der aktuellen Befragung bei Klein- und Kleinunternehmen vielfach eine untergeordnete Rolle. Es zeigt sich, dass KI in Deutschland eine Frage der Unternehmensgröße ist. Während große Unternehmen spezialisierte Units für KI gründen, fehlen den Kleinen zeitliche und finanzielle Ressourcen. Dennoch gibt es auch bei kleinen Unternehmen Firmenlenker, die KI nutzen wol-

len. 46 Prozent sehen KI als Chance. 38 Prozent glauben, dass KI ihre Geschäftsprozesse stark verändern wird. Nur rund 19 Prozent der befragten Unternehmenslenker glauben, dass sie durch KI Personal sparen können – 67 Prozent glauben dies nicht. „Die Kleinen müssen aufpassen, dass sie durch die KI nicht doppelt unter die Räder kommen. Gerade weil es sich um eine Schlüsseltechnologie handelt, muss die Politik reagieren und die Bedingungen für Kleinstunternehmen verbessern“, fordert Rezvanian.

Neue Geschäftsbereiche: neue Risiken absichern

Kleinst- und Kleinunternehmen erschließen sich nicht nur durch IT-Lösungen neue Kundengruppen und Umsätze, sondern ebenso durch die Ausweitung ihrer Tätigkeiten und Geschäftsbereiche, die vor wenigen Jahren noch explizit einer Berufsgruppe zuzuordnen waren. Beispielsweise üben selbstständige Handwerker immer öfter Tätigkeiten wie Mauern, Fliesenlegen und Elektrik gleichermaßen aus. Dadurch entstehen neue Risiken. Diese gilt es, abzusichern. „Deshalb arbeiten wir auf Seite der Gewerbeversicherungen an einfacheren Produkten, die dennoch individuelle Bedürfnisse abdecken. Es muss gelingen, noch stärker kleine Unternehmen abzusichern, die viele Produkte und Dienstleistungen anbieten“, sagt Juliana Becker, Head of Operations & Partner Management beim Digitalversicherer andsafe.

Mehr als jeder Dritte will mehr Geld für Versicherungen ausgeben

Bedarf und Nachfrage sind nicht nur an IT-Versicherungslösungen gewachsen. Obwohl die Inflation viele Klein- und Kleinunternehmen 2023 ängstigt und ihr Geschäft beeinflusst, ist ihnen

klar, dass sie ihr Unternehmen, ihre Arbeitskraft und ihre Finanzen absichern sollten – sinkenden Margen und steigenden Betriebs- und Herstellungskosten zum Trotz. 36 Prozent wollen mehr Geld für Risikoabsicherung und Vorsorge ausgeben. Nur noch 6 Prozent (2022: 7 Prozent) kalkulieren 2023 weniger für Versicherungsausgaben ein. Einher geht die wachsende Risikoabsicherung und das Kennen eigener

Vorsorgelücken mit einem immer besser ausgeprägten Wissensstand zum Thema Gewerbeversicherung. 34 Prozent bezeichnen ihre Kenntnisse auf diesem Gebiet exakt wie im Vorjahr als gut oder sehr gut. „Unser Ziel ist es, dass unsere Kunden immer sicherer werden, indem sie sich neues Wissen rund um die Absicherungsmöglichkeiten ihres Geschäftes aneignen. Dabei helfen wir ihnen“, sagt Payam Rezva-

nian. Weitere Informationen zur Studie finden sich hier: <https://www.finanztage.de/service/studien/report-gewerbeversicherungen-2023>

Autor: www.finanztage.de



Maklerfavoriten in der Privaten Altersvorsorge

Die Ergebnisse der diesjährigen Studie „AssCompact AWARD – Private Vorsorge“ stehen fest und zeigen interessante Entwicklungen auf dem Markt für private Vorsorgeprodukte. Die Allianz präsentiert sich erneut als einer der führenden Versicherer mit Top-3 Platzierungen in allen drei Hauptkategorien, während Canada Life einen Überraschungscoup im Bereich „Fondsgebunden mit Garantien“ landet.

Die Studie „AssCompact AWARD – Private Vorsorge 2023“ zeigt erneut, dass die Allianz bei den unabhängigen Vermittlern hoch im Kurs steht. In allen drei Hauptkategorien konnte der Stuttgarter Versicherer seinen hervorragenden Ruf als bevorzugter Anbieter von privaten Vorsorgeprodukten mit Platzierungen unter den Top-3 bestätigen.

Eine bemerkenswerte Überraschung in diesem Jahr ist der Aufstieg von Canada Life, die sich in der Kategorie „Fondsgebunden mit Garantien“ den ersten Platz sichern konnte. Dies markiert eine

beeindruckende Leistungssteigerung, da Canada Life im Vorjahr noch auf dem vierten Platz lag. Komplettiert wird das Treppchen mit dem VOLKSWOHL BUND auf Platz 3.

Im Bereich „Fondsgebunden ohne Garantien“ kommt es zu einer echten Rarität. Die Sieger aus 2022 – Allianz – und 2021 – Alte Leipziger – teilen sich den absoluten Spitzenplatz. LV 1871 klettert einen Platz nach oben und sichert sich den Bronze-Rang.

Im Produktbereich der Index-



policen gibt es – wie zu den Vorjahren – keine Veränderung bei den Spitzenplatzierten. Nach dem Sieger Allianz folgen der VOLKSWOHL BUND auf Rang 2 und die Stuttgarter auf Rang 3.

Fondsgebundene Produkte im Fokus

Die Studie hebt auch einige interessante Markttrends hervor. Fondsgebundene Produkte ohne Garantien dominieren nach wie vor den Markt und werden von rund 70% regelmäßig vermittelt. Unabhängige Vermittler erwarten mehrheitlich einen steigenden Umsatztrend bei fondsgebundenen Produkten ohne Garantien. Ebenfalls beliebt sind fondsgebundene Produkte mit Garantien (62%) sowie Indexpolicen (29%). Dennoch befindet sich die Relevanz des privaten Vorsorgegeschäfts weiterhin auf dem absteigenden Ast. Die Befragten sehen zum heutigen Stichtag nur noch zu 42% eine sehr große oder große Relevanz; der Ausblick in 5 Jahren erscheint mit 47% nur marginal besser.

Autor: www.asscompact.de

VEMA: Wen bevorzugen Makler in den verschiedenen Sparten?

D&O/ Cyber-Versicherung:

Sowohl die D&O, wie auch die Cyber-Versicherung zählen längst nicht für jeden Versicherungsmakler zum Alltagsgeschäft. Ist noch gut nachvollziehbar, weshalb keine Kapitalgesellschaft ohne D&O-Schutz sein sollte, hemmt die Ausbreitung der Cyber-Versicherung wohl vor allem noch technisches Verständnis um die Gefahren. Beide Sparten bieten ein enormes Vertriebspotential, weshalb es sich lohnt, sich damit zu befassen. In ihrer jüngsten Qualitätsumfrage befragte VEMA ihre Partner und Genossen nach deren favorisierten Anbieter im Bereich der D&O und der Cyber-Versicherung. Wo stimmen Qualität, Preis und die Leistungsbearbeitung? Wo wurden gute Erfahrungen gemacht?

Im Segment D&O bevorzugen VEMA-Makler:

- Markel (26,63 % der Nennungen, VEMA-Deckungskonzept)
- Hiscox (18,99 %)
- VOV (10,99 %, VEMA-Deckungskonzept)

Im Bereich der Cyber-Versicherung sind es:

- Cogitanda (27,80 %, VEMA-Deckungskonzept)
- Hiscox (22,56 %)
- Markel (22,02 %, VEMA-Deckungskonzept)



Quelle: © Blue Planet Studio - AdobeStock.com

Gewerbliche Sachversicherung:

Die gewerbliche Sachversicherung – Inhalt und Gebäude – zählt quer durch alle Branchen zu den wichtigsten Absicherungen. Wütet beispielsweise ein Feuer, kann dies einen Betrieb schnell lahmlegen. Da ist möglichst leistungsstarker Schutz gefragt, der seinen Preis wert ist. In ihrer jüngsten Qualitätsumfrage befragte VEMA ihre Partner und Genossen nach deren favorisierten Anbieter im Bereich der gewerblichen Inhalts- und der Gebäudeversicherung. Wo stimmen Qualität, Preis und die Leistungsbearbeitung? Wo wurden gute Erfahrungen gemacht?

Im Segment Inhaltsversicherung bevorzugen VEMA-Makler:

- AXA (14,15 % der Nennungen, VEMA-Deckungskonzept)
- Alte Leipziger (10,93 %, VEMA-Deckungskonzept)
- Allianz (8,88 %, VEMA-Deckungskonzept)

Im Bereich der Gebäudeversicherung sind es:

- AXA (12,90 %, VEMA-Deckungskonzept)
- Allianz (9,72 %)
- Alte Leipziger (8,60 %, VEMA-Deckungskonzept)

Gewerbliche Multirisk und Industrie:

Alle oder zumindest einen großen Teil der Sparten, die ein Gewerbekunde benötigt, an nur einen Versicherer zu geben, kann mehrere Gründe haben. Ein hervorragendes Preis-Leistungsverhältnis, vielleicht sogar durch ein spezielles Branchenkonzept, kann ebenso dafürsprechen, wie eine angenehmere Schadenquote bei Betrachtung der Mehrprämie der Gesamtverbindung. Industrierisiken, also Gewerbebetriebe mit sehr hohen Versicherungssummen im Sachbereich, zählt weiß Gott nicht für jeden Maklerbetrieb zum Alltagsgeschäft. Umso wertvoller ist der Ratschlag von Kollegen,

die in diesem Bereich bewandert sind. In ihrer jüngsten Qualitätsumfrage befragte VEMA ihre Partner und Genossen nach deren favorisierten Anbieter im Bereich der gewerblichen MultiRisk-Policen und der Industrierversicherung. Wo stimmen Qualität, Preis und die Leistungsbearbeitung? Wo wurden gute Erfahrungen gemacht?

Bei MultiRisk-Policen bevorzugen VEMA-Makler:

- Gothaer (16,81 % der Nennungen, VEMA-Deckungskonzept)
- HDI (12,07 %, VEMA-Deckungskonzept)
- R+V (8,62 %)

Im Bereich der Industrierversicherung sind es:

- Allianz (17,65 %)
- Gothaer (10,70 %)
- SV SparkassenVersicherung (8,07 %)

Betriebshaftpflicht:

Die Betriebshaftpflicht ist zweifellos die wichtigste Absicherung für jeden Gewerbebetrieb oder Freiberufler. Eine Betriebshaftpflicht schützt sowohl den Unternehmer als auch seine gesetzlichen Vertreter sowie sämtliche übrigen Betriebsangehörigen vor den finanziellen Folgen der beruflichen Haftung, indem sie eine gestellte Forderung prüft und daraufhin entweder unberechtigte Ansprüche ablehnt oder berechtigte Ansprüche im Rahmen des vereinbarten Deckungsumfangs reguliert. Idealerweise geht dieser wichtige Schutz dabei auf die Besonderheiten der verschiedenen Branchen ein und berücksichtigt diese im Versicherungsumfang. In ihrer jüngsten Qualitätsumfrage befragte VEMA ihre Partner und Genossen nach deren favorisierten Anbietern im Bereich der Betriebshaftpflicht. Im zweiten Teil dieser Umfrage fragte die Genossenschaft nach Lösungen für Mediziner und für Heilnebenberufe. Wo stimmen Qualität, Preis und die Leistungsbearbeitung? Wo wurden gute Erfahrungen gemacht?



BHV für Büro/Handel/Handwerk:

- AXA (13,29 % der Nennungen)
- SV SparkassenVersicherung (9,30 %, VEMA-Deckungskonzept)
- Alte Leipziger (8,88 %)

BHV für Ärzte:

- HDI (24,59 % der Nennungen)
- Alte Leipziger (21,64 %)
- AXA (9,51 %)

BHV für Heilnebenberufe:

- Continentale (38,41 %)
- die Haftpflichtkasse (12,38 %)
- HDI (9,84 %, VEMA-Deckungskonzept)

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 und der Erreichbarkeit wurde gefragt. Autor: www.vema-ag.de



Elite Report 2024:

Vermögende vermissen zunehmend Wertschätzung von Person wie Mandat

Vielen Vermögensverwaltern mangelt es aus Sicht ihrer Kunden an ausreichender Wertschätzung für die zu betreuende Person und das Mandat. Diese schwerwiegende Kritik äußerten bei den jährlichen Recherchen des "Elite Reports" zahlreiche, vor allem ältere vermögende Privatanleger. Hinzu kommt als immerwährendes Ärgernis die häufig mangelnde Transparenz der meist wenig empathisch vorgetragenen Reportings. "Die Beurteilung der Betreuungsqualität hängt neben dem absoluten Ergebnis maßgeblich von den immer wieder als lästige Pflicht gehandhabten Reportings und der dem Kunden und seinen Betreuungsmandat entgegengebrachten Wertschätzung ab. Dafür bietet die seit zwei Jahrzehnten bewährte Qualitätsgemeinschaft der Elite im deutschsprachigen Raum eine wichtige Orientierungshilfe bei der Suche nach mehr Betreuungsqualität", erklärt "Elite Report"-Chefredakteur Hans-Kaspar von Schönfels.

Rund 150 Reportings hat der "Elite Report"-Gutachter, der öffentlich bestellte und vereidigte Sachverständige für Wertpapieranlagen, Reinhard Vennekold, akribisch geprüft. Er empfiehlt Vermögenden, die gesetzlich vorgeschriebenen Reportings genau zu prüfen. So könnten Probleme in der Performance, im Risiko, in der Asset Allokation oder in der Kostenstruktur rechtzeitig erkannt und zeitnah entsprechend gegengesteuert werden.



Quelle: © Kasto - AdobeStock.com

Insgesamt wurden dieses Mal 54 Vermögensverwalter als "empfehlenswert" eingestuft. Von anfänglich 367 Anbietern blieben nach einer ersten und zweiten Analyse noch 151 übrig. Nach Durchführung weiterer Prüfschritte wie der Beantwortung eines umfangreichen Fragebogens und diversen Leumundsbefragungen sowie dem Bilanz-Check reduzierte sich die Zahl auf 81. Die anschließende Auswertung von Beratungsberichten privater Anleger und Nachrecherchen reduzierte die Anzahl der Auszuzeichnenden noch einmal auf insgesamt 54 Anbieter.

Top Ten mit vielen großen Namen

Von den 54 empfehlenswerten Häusern sind 43 deutsche Adressen, sieben haben ihren Sitz

in Österreich, vier in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein. Zum Segment "summa cum Laude" gehören 37 Vermögensverwalter mit 750 bis 800 Punkten. Die Auszeichnung "magna cum laude" erhalten acht Häuser mit 700 bis 749 Punkten, neun Anbieter zählen mit 650 bis 699 Punkten zu den "cum laude"-Anbietern. Die zehn besten Vermögensverwalter sind in diesem Jahr die DZ Privatbank S.A. (D/L), die Frankfurter Bankgesellschaft (D/CH), die Fürst Fugger Privatbank AG (D), die Hamburger Sparkasse (D), HRK Lunis AG (D), die LGT Bank (FL/CH), die Nord LB (D), Pictet & Cie Europe S.A. (D/CH), die Schelhammer Capital Bank Vermögensmanagement (A) sowie Werther und Ernst (D).

Autor: www.elitereport.de

Umfrage zu finanziellen Neujahrsvorsätzen der Deutschen:

Ein Drittel möchte auch am Kapitalmarkt investieren

Ein für Anlegerinnen und Anleger herausforderndes Jahr neigt sich dem Ende zu: Nachdem Zinserhöhungen, Inflation und geopolitische Unsicherheit die Märkte weiterhin bestimmten, flossen Rekordsummen in Sichteinlagen wie Tagesgeld und Geldmarktinvestments. Auf das Jahr 2024 schauen die Deutschen in puncto Finanzen daher eher vorsichtig, wie eine repräsentative Befragung von 2.150 Frauen und Männern in Deutschland im Auftrag von J.P. Morgan Asset Management im November ergab. So sind die Top 3 der finanziellen Vorsätze für 2024 davon geprägt, weniger Geld auszugeben, die Schulden zu managen sowie Geld für Notfälle zurückzulegen. Vor dem Hintergrund, dass 60 Prozent der Deutschen davon ausgehen, dass sie 2024 gleich viel oder sogar mehr Geld als 2023 zum Sparen und Anlegen zur Verfügung haben werden, will rund ein Drittel der Befragten im neuen Jahr in Wertpapieren anlegen. Um 2024 nach Abzug der Inflationsrate reale Erträge zu erzielen, sehen die Deutschen die Chancen mit Aktien als besonders gut an.

Finanzielle Neujahrsvorsätze für 2024 von Zurückhaltung geprägt

Ob es zu der lang erwarteten Rezession im nächsten Jahr kommt, bleibt weiterhin ungewiss – doch ihr Geld wollen die Deutschen möglichst zusammenhalten. Mit 53 Prozent plant mehr als die Hälfte der Befragten, 2024 weniger auszugeben. Dafür soll vor allem der Konsum eingeschränkt wer-



den, eine andere Strategie ist es, zu günstigeren Anbietern etwa für Strom oder Mobilfunk zu wechseln. Vier von zehn befragten Deutschen wollen im neuen Jahr mehr sparen, um für Notfälle gerüstet zu sein. Und 38 Prozent haben den Vorsatz, ihre Schulden abzubezahlen oder zumindest keine neuen Schulden zu machen.

Mit 29 Prozent hat immerhin rund ein Drittel der Befragten vor, im neuen Jahr in Wertpapieren zu investieren, also die Ersparnisse in Aktien, Anleihen, Fonds und ETFs anzulegen oder einen Sparplan für regelmäßige Investments abzuschließen. Ein weiterer Vorsatz ist, sich mit nachhaltiger Geldanlage zu beschäftigen, um mit dem Geld auch etwas Gutes zu tun. Während ein Fünftel der befragten Deutschen weiterhin auf Tagesgeld setzen will, planen 19 Prozent künftig ein Haushaltsbuch zu führen, um mehr Transparenz über die Ausgaben zu erhalten.

Optimistische Erwartungen für die finanziellen Möglichkeiten

„Für Privatanlegerinnen und -anleger in Deutschland stehen die Neujahrsvorsätze 2024 im Zeichen der finanziellen Konsolidie-

rung. Vier von zehn Befragten rechnen damit, weniger Geld als 2023 zur Verfügung zu haben – damit ist es nachvollziehbar, dass sie die Ausgabenseite optimieren und kontrollieren möchten. Und sicherlich macht sich auch die Sorge um die weitere Entwicklung der Wirtschaft und die inflationsbedingt erhöhte Kostenbelastung im Umgang mit den persönlichen Finanzen bemerkbar, sodass ein Großteil der Deutschen erst einmal zurückhaltend agieren möchte“, kommentiert Matthias Schulz, Managing Director bei J.P. Morgan Asset Management, die Ergebnisse. Positiv beurteilt er, dass die Wertpapieranlage trotz aller Zurückhaltung in den Top 4 der finanziellen Neujahrsvorsätze für 2024 ist und dass mit 29 Prozent auch knapp ein Drittel der Deutschen diese für das neue Jahr einplant. Denn die Erwartungen für die finanziellen Möglichkeiten im neuen Jahr sind für mehr als 60 Prozent optimistisch: So rechnen 34 Prozent der befragten Deutschen damit, dass sie im neuen Jahr genauso viel Geld wie bisher zum Sparen oder Anlagen nutzen können und 27 Prozent sehen es sogar als realistisch an, im nächsten Jahr mehr Geld zum Sparen und Anlegen zur Verfügung zu haben.

Wahl der Anlageklassen wird wichtiger

In Zeiten der immer noch erhöhten Inflation ist es jedoch weiterhin schwierig, eine positive Rendite nach Abzug der Inflation zu erzielen. Die Wahl der Anlageklassen und deren Gewichtung im Portfolio ist daher ein wichtiges Kriterium. Aktien, Fonds oder ETFs halten mit 76 Prozent mehr als drei Viertel der Befragten für geeignet, um mindestens die Inflationsrate auszugleichen oder sogar eine positive Rendite zu erhalten. Bei Anleihen, Sparbuch oder Tagesgeld geht mit 51 Prozent die Hälfte der Befragten von einer Rendite aus, die mindestens die Inflation ausgleicht.

Nach Ansicht von Matthias Schulz ist es im neuen Jahr sinnvoll, die Auswahl und Gewichtung der Anlageklassen zu überprüfen. „Zwar sind die Zinsen für Tages- und Geldmarktanlagen in den letzten Monaten gestiegen, wäh-

rend die Inflation parallel gesunken ist – so lässt sich aktuell mit Geldmarktinvestments erstmals seit vielen Jahren wieder eine reale Rendite erzielen. Doch diese könnte sich als kurzes Vergnügen erweisen, wenn, wie vielfach erwartet, im nächsten Jahr die Zinswende kommt und die Zinsen wieder sinken. Zum Ende des Zinserhöhungszyklus ist es also sinnvoller, sich das höhere Zinsniveau mit langlaufenden Anleihen zu sichern. Wer zusätzlich auf die Wachstumschancen von Aktien setzen will, findet in Dividentiteln attraktiv bewertete Unternehmen mit Aussicht auf Dividendenwachstum“, erläutert Schulz.

Mit Blick auf präferierte Anlage- regionen für 2024 dominieren bei den Befragten, die investieren wollen, Investments in Europa (47 Prozent) sowie globale Strategien (44 Prozent), und im Wahljahr auch die USA (19 Prozent). Thematisch wollen Anleger vor allem auf das Thema Technologie/KI (25

Prozent) setzen, das Thema Nachhaltigkeit präferieren 18 Prozent, und Dividendenstrategien sehen 16 Prozent als besonders erfolgversprechend an. 19 Prozent der befragten Anleger möchten nicht in einzelne Themen investieren.

„Wer 2024 finanzielle Mittel übrig hat, sollte versuchen, den Verlockungen der aktuell erhöhten Tages- und Geldmarktzinsen zu widerstehen. Vermögen braucht Struktur, und Cash ist eben gerade mittel- bis langfristig nicht King,“ betont Matthias Schulz. Mit einer passenden Vermögensstruktur unter Berücksichtigung von Aktien, längerlaufenden Anleihen, Fonds und ETFs oder ertragsorientierten Multi-Asset-Fonds, ist es laut dem Experten möglich, sich noch unabhängiger von Zins- und Inflationsentwicklungen zu machen, und vor allem auf lange Sicht geldmarktnahe Anlagen deutlich zu übertreffen.

Autor: www.jpmmam.de



Unruhige Märkte:

Wie Finanzplaner ihren Kunden gerade jetzt Mehrwert bieten

Derzeit herrscht ein Umfeld, das von hoher Volatilität und Unsicherheit geprägt ist – Dies sorgt laut einer Studie der Beratungsfirma Ernst & Young für Verunsicherung bei vielen Wealth-Management-Kunden – Eine auf den individuellen Bedarf ausgerichtete und qualitativ hochwertige Finanzplanung kann in diesem Umfeld Sicherheit bieten

„Es sind Zeiten großer Unsicherheit“, stellt Professor Dr. Rolf Tilmes, Vorstandsvorsitzender des Financial Planning Standards Board Deutschland e.V., fest. „Wir haben noch immer eine hohe Inflation, einen unklaren Zinsausblick, Konjunktursorgen, Rezessionsängste und eine geopolitisch höchst unklare Lage.“ All das trägt auch zu einer hohen Volatilität an den Kapitalmärkten bei. Und dies wiederum verändert laut einer aktuellen Untersuchung der Unternehmensberatung Ernst & Young unter 2.600 vermögenden Kunden aus 27 Ländern auch die Anforderungen der Anleger an ihre Finanzberater und -planer.

Erfüllung individueller Kundenbedürfnisse als Erfolgsfaktor im Wealth Management – Nachfrage nach Finanzplanung hoch

Demnach ist ein zentrales Ergebnis der Untersuchung, dass sich in diesem unsicheren Umfeld 52 Prozent der Kunden hierzulande zusätzliche Beratung und 54 Prozent eine häufigere Überarbeitung ihres Finanzplanes wünschen.

Auch wollen insgesamt mehr als 80 Prozent der Umfrageteilnehmer im Rahmen ihrer Financial-Planning-Aktivitäten den persönlichen Kontakt zu ihrem Berater intensivieren. Bemerkenswert ist außerdem, dass die Wechselbereitschaft der vermögenden Klientel auf einen Höchststand von 48 Prozent gestiegen ist. In der Vorgängerstudie aus dem Jahr 2021 waren es noch 39 Prozent.

Zunehmende Produktkomplexität als zusätzliche Herausforderung

Dazu kommt laut der Studie ein zweiter Punkt, der ebenfalls zu der gestiegenen Verunsicherung der Investoren beiträgt: Nämlich die in den vergangenen Jahren erweiterte Produktkomplexität und -vielfalt. Die mit neuen Anlageklassen verbundene höhere Volatilität und deren Auswirkungen auf die Portfolios werten insbesondere die sehr reichen Kunden, die sogenannten Ultra-High-Net-Worth-Individuals, zu 64 Prozent als Nachteil. Dabei sind es laut der Studie insbesondere nachhaltige, an den sogenannten ESG-Kriterien orientierte Anlagen sowie digitale Vermögenswerte, bei denen die Befragten den höchsten Verbesserungsbedarf sehen.

Offensichtlich, so die Folgerung der Studie, legen vermögende Kunden heutzutage einen zunehmend höheren Wert auf eine individuelle und ihre spezifischen Bedürfnisse, Ziele und finanziellen Verhältnisse zugeschnittene Beratung. Demnach hätten Wealth

Manager, die in der Lage sind, diesen Wunsch nach zusätzlicher und maßgeschneiderter Beratung zu erfüllen, eine bessere Chance, ihre Kundenbasis zu erweitern und die Kundenerwartungen vollumfänglich und auch langfristig zu erfüllen und damit mehr Zufriedenheit bei ihren Mandanten zu schaffen.

Beratungserlebnis durch Finanzplanung und ganzheitlichen Beratungsansatz

„Für hervorragend ausgebildete Finanzplaner kann dieses Umfeld deshalb eine Chance darstellen“, sagt Prof. Tilmes, der neben seiner Vorstandstätigkeit Academic Director Finance, Wealth Management & Sustainability Management an der EBS Executive School, Oestrich-Winkel, ist. „Denn es deutet alles darauf hin, dass sich zunehmend mehr Kunden maßgeschneiderte Beratung sowie einen engeren Kontakt und eine intensivere Zusammenarbeit mit ihrem Berater wünschen sowie mehr Kompetenz im Hinblick auf neue Produkte und Anlageklassen, um letztlich ihr Vermögen optimal verwalten zu können.“

CFP®-Professionals bieten Sicherheit in unsicheren Zeiten

Kunden, die nach diesen Beratern suchen, sollten darauf achten, mit einem vom FPSB Deutschland zertifizierten CFP®-Professional zusammenzuarbeiten. „Denn sie genießen nicht nur die anerkannt beste Ausbildung in diesem

Bereich, sondern sind auch zur laufenden Weiterbildung, zum Beispiel auch in Bereichen wie ESG-Anlagen oder digitale Vermögenswerte, sowie den Standesregeln des Finanzplanerverbandes verpflichtet“, sagt Tilmes. „Die Ethik- und Standesregeln schreiben dabei vor, dass ein zertifizierter Berater das Kundeninteresse an erster Stelle in seiner Beratung stellen und neutral und

unabhängig beraten muss.“ Zudem sind CFP®-Professionals in der Lage, die Präferenzen und Bedürfnisse ihrer Kunden genau zu verstehen. Sie können mit Hilfe von Finanzplanungs- und Portfolio-Management-Tools, die eine datengestützte Szenarioplanung ermöglichen, die Portfolios ihrer Kunden so steuern, dass sie sich auch in schwierigen und volatilen Marktphasen gut entwickeln

und letztlich die Anlageziele auch durch Extremereignisse nicht gefährdet werden. „Auch nehmen sie, wenn es nötig ist, Veränderungen zum Beispiel an den Risikopräferenzen des Kunden vor“, so Tilmes weiter. „Wer also Sicherheit in diesen unsicheren Zeiten sucht, sollte sich an einen CFP®-Professional wenden.“

Autor: www.fpsb.de



Finomet aus Berlin gewinnt den Cash Financial Advisors Award im Bereich Digitale Produkte

Das Berliner Fintech-Startup Finomet wurde bei der 21. jährlichen Cash.-Mediengruppe Gala in Hamburg für seine innovative Blockchain-Plattform im Bereich digitale Produkte ausgezeichnet. Die Plattform setzt neue Sicherheitsstandards im Bereich physischer Investments von Technologiemetallen, Seltenen Erden und Edelmetallen.

Finomets Plattform dokumentiert jeden Handelsschritt eines Sachwertinvestments und bietet zusätz-

lich einen Einlagerungsnachweis. Dieses einzigartige System wurde speziell für das Kapitalanlageprodukt "Noble Portfolio +finomet" entwickelt, ein Lagerprodukt des Berliner Rohstoffunternehmens Noble BC GmbH. Die Jury würdigte diese Innovation als einen bedeutenden Fortschritt im Bereich der physischen Investments. "Mit Finomet setzen wir einen neuen Standard in Sachen Sicherheit und Transparenz im Investmentbereich. Jeder Handelsschritt ist für Anleger und Vermittler klar

nachvollziehbar." so Andreas Kroll, Geschäftsführer von Finomet.

Zusammen mit Finomet wurden auch renommierte Unternehmen wie Gothaer Lebensversicherung, Alte Leipziger, AXA Deutschland und viele andere nominiert. Die Auszeichnungen wurden in neun Kategorien vergeben, wobei die Kriterien Innovation, Transparenz, Vermittlerorientierung und Anlegerfreundlichkeit im Vordergrund standen.

Autor: www.finomet.de

Wann und weshalb ein Depotcheck sinnvoll ist

Nicht nur die Wirtschaft ist im stetigen Wandel, auch die Ziele und Risikobereitschaft sowie der Anlagehorizont der Anlegerinnen und Anleger verschieben sich mit der Zeit. Es gibt also gleich mehrere gute Gründe, weshalb hin und wieder die Allokation des Depots überprüft werden sollte. Der Leitfaden der LAUREUS AG PRIVAT FINANZ zeigt, worauf Anlegerinnen und Anleger dabei achten sollten.

Jeden Tag, schlimmstenfalls gleich mehrmals, einen Blick in das eigene Depot zu werfen, ist für Anlegerinnen und Anleger sicherlich nicht sehr empfehlenswert, führt der langfristige Erfolg an der Börse doch in erster Linie über eine Anlagestrategie, die vor allem auf die individuellen Ziele, das persönliche Risikoprofil und den Anlagehorizont zugeschnitten sein sollte. In kurzen Abständen die Kurse aller im Depot befindlichen Wertpapiere zu überprüfen, hilft da nicht weiter. Im Gegenteil: „Wer so agiert, verfällt bei vorübergehenden Kursturbulenzen womöglich in Panik, trennt sich voreilig von an und für sich aussichtsreichen Wertpapieren und riskiert so den Erfolg des langfristigen Vermögensaufbaus“, warnt Dirk Waltereit, Vermögensberater der LAUREUS AG PRIVAT FINANZ.

Sein Portfolio über einen sehr langen Zeitraum komplett zu ignorieren, ist aber auch keine allzu gute Alternative – vor allem nicht in so turbulenten Zeiten wie 2020, 2021 und dem nun fast abgelaufenen Jahr. Es gilt also, Übertreibungen in die eine und



andere Richtung zu vermeiden. Wer sich hingegen zwei- bis dreimal im Jahr etwas intensiver mit seinem Depot beschäftigt, macht sicherlich nicht allzu viel falsch.

Ein Depotcheck reduziert die Risiken und erhöht die Chancen

„Der bevorstehende Jahreswechsel ist sicherlich ein guter Zeitpunkt, um über die Gesamtheit seiner Investments nachzudenken und gegebenenfalls die Asset-Allokation anzupassen“, empfiehlt Dirk Waltereit. Zumal die Gemengelage auch im kommenden Jahr herausfordernd bleiben dürfte. Zwar dürften sowohl die Inflation als auch die Zinsen ihren Zenit erreicht haben – zwei nicht zu unterschätzende Faktoren, die die Wirtschaft und die Börse in 2024 stützen könnten. Auf der anderen Seite belasten aber die nach wie vor hohen Energiekosten die Bürgerinnen und Bürger und können Unternehmen in die

Bredouille bringen. Der anhaltende Fachkräftemangel ist eine weitere große Belastung für die heimischen Unternehmen. So meldeten laut dem KfW-ifo-Fachkräftebarometer 42 Prozent der 9.000 befragten Firmen, dass der Fachkräftemangel ihre Geschäftstätigkeit einschränkt. Hinzu kommen die Kriege in der Ukraine und im Nahen Osten sowie die Zunahme weiterer geopolitischer Krisen, über deren Ausgang derzeit nur spekuliert werden kann.

Kurzum: Ein überaus herausforderndes Umfeld, das an Risiken zugenommen hat, viele Anleger verunsichert und zum Anlass genommen werden sollte, das eigene Depot zu überprüfen. „Zwar sollte eine bestehende Anlagestrategie und die Asset-Allokation nur in Ausnahmefällen umfangreich korrigiert werden, doch geringfügige Anpassungen können durchaus das Chance-Risiko-Verhältnis optimieren und sind daher

empfehlenswert – und zwar aus mehreren Gründen“, sagt Experte Waltereit. Zum einen ist die Wirtschaft stets in Bewegung. Und das hat auch Auswirkungen auf die Börse. Hinzu kommen die sich ändernden individuellen Lebensumstände, denen eine nicht minder große Beachtung geschenkt werden sollte.

Doch worauf müssen Anlegerinnen und Anleger bei ihrem Depotcheck achten? Unter welchen Voraussetzungen ist es beispielsweise sinnvoll, den Aktienanteil zu reduzieren, den Anleiheanteil zu erhöhen oder Edelmetalle wie Gold nachzukaufen? Fakt ist: Allgemeingültige Antworten auf diese Fragen gibt es nicht, zu unterschiedlich sind die individuellen Lebensumstände und Ziele. Als gute Orientierung bieten sich aber die folgenden Fragen an, die sich jede Anlegerin und jeder Anleger beim Depotcheck stellen sollte.

Welche Ziele verfolge ich mit meinem Depot?

Dabei gilt: Je weiter mein Ziel in der Zukunft liegt und je länger somit mein Anlagehorizont ist, desto höher kann der Depotanteil von vergleichsweise riskanteren, aber zugleich renditeträchtigeren Anlageklassen wie etwa Aktien ausfallen. Schließlich bieten – das zeigt ein Blick in die Vergangen-

heit – Aktien auf lange Sicht die höchsten Renditen. Und wer viel Zeit hat, kann auch immer wiederkehrende Kursrückgänge aussitzen. Ist hingegen klar, dass das Depotvermögen in nicht allzu ferner Zukunft benötigt wird, sollten das Risiko deutlich reduziert und vergleichsweise sichere Anlage gewählt werden.

Ist mein Depot breit genug diversifiziert – also über verschiedene Anlageklassen, Regionen und Branchen?

Fakt ist: Entscheidend für den langfristigen Vermögensaufbau ist eine ausgewogene Vermögensallokation über mehrere Anlageklassen. Wer etwa garantierte Zinserträge aus Anleihen um Anlageklassen wie Aktien, Rohstoffe, alternative Investments und Immobilien ergänzt, dessen Depot weist ein besseres Chance-Risiko-Verhältnis auf, als ein reines Aktien-Portfolio – und ist somit auch meist besser vor schweren Marktturbulenzen geschützt.

Passt die Gewichtung der einzelnen Anlageklassen noch zu meinem persönlichen Risikoprofil?

Die individuelle Risikoneigung kann sich im Laufe der Zeit aus vielen verschiedenen Gründen verschieben – beispielsweise aufgrund der Geburt eines Kindes,

eines höheren oder niedrigeren Einkommens, eines Hausbaus, des Alters oder einer Scheidung. Entsprechend angepasst werden sollte auch die Depotstruktur. Wer etwa kurz vor dem Eintritt in den Ruhestand steht und das Depotvermögen für die Erhaltung des bisherigen Lebensstandards benötigt, sollte das Risiko signifikant reduzieren, beispielsweise indem der Aktienanteil nach unten angepasst wird und im Gegenzug der Anleihe- und Cashbestand erhöht werden.

Lasse ich mich zu sehr von meinen Emotionen leiten?

Wertpapiere zu den bestmöglichen Kursen kaufen und verkaufen – das ist das Ziel aller Anlegerinnen und Anleger. Aber: Market Timing – das zeigen Studien immer wieder – funktioniert nur in den seltensten Fällen; nicht nur, aber auch, weil Investorinnen und Investoren sich zu sehr von ihren Emotionen leiten lassen. Statt auf Market-Timing zu setzen, sollte eher ein breit gestreutes Portfolio mit einer langfristigen Anlagestrategie gewählt werden. Zu einer solchen Strategie zählt zwar auch der Kauf und Verkauf von Wertpapieren. Doch sollte dabei vor allem rational und systematisch agiert werden. Und: Der tagtägliche Blick in das eigene Depot ist da sicherlich nicht die richtige Strategie.

Autor: www.laureus-ag.de





Steuerlich geförderte Fondsanlage – Mit dem Basisrentenberater des IVFP den Vorteil berechnen

Die Basisrente, als staatlich geförderte Wertpapieranlage, bietet einen entscheidenden Vorteil für Endkund:innen. Doch wie kann dieser Nutzen nicht nur für Kund:innen, sondern auch für Berater:innen in ihrem Angebot einfach zugänglich gemacht werden?

Mit dem neuesten Softwareupdate für den BasisrentenBERATER des Institut für Vorsorge und Finanzplanung (IVFP) ist es ab sofort möglich, einen Nettovergleich von Basisrente, Privatrente und direkter Fondsanlage durchzuführen.

Fondsanlagen in Aktien- und Mischfonds ohne Garantien bringen höhere Renditechancen mit sich und sind damit zurecht eine gute Wahl fürs Alter vorzusorgen und später den Lebensstandard zu halten. Bei der direkten Fondsanlage gilt jedoch zu beachten, dass die Erträge fortlaufend der Abgeltungsteuer unterworfen werden. Dies betrifft zum einen die jährliche Besteuerung der sogenannten Vorabpauschale zum Jahreswechsel, zum anderen die Versteuerung des gesamten Er-

trags bei einem Fondswechsel. Bis Ruhestandsbeginn können sich diese Steuerabzüge beträchtlich summieren. Die zu leistende Abgeltungsteuer mindert fortwährend das Fondsvermögen und damit die erzielbaren Erträge.

Wird die Fondsanlage in einer Privatrente getätigt, sind alle Erträge bis zur Auszahlung steuerfrei und mehren somit stetig das Fondsvermögen. Bei einer Auszahlung des Kapitals als Rente wird diese lediglich der vergünstigten Ertragsanteilbesteuerung unterworfen. Im Ergebnis resultiert daraus in aller Regel eine höhere Nettorente als bei einer direkten Fondsanlage mit einem späteren Entnahmeplan.

Steuerlich gefördert ist die Fondsanlage, sofern diese im Rahmen einer Basisrente umgesetzt wird. Die Basisrentenbeiträge können steuerlich vollständig abgesetzt werden. Dies führt zu einer beachtlichen Einkommensteuer- und teilweise Solidaritätszuschlagsersparnis. Die spätere Rentenleistung unterliegt zwar der nachgelagerten Besteuerung, der Steuersatz im Alter ist aber

zumeist niedriger als im Erwerbsleben. Daraus resultiert in vielen Fällen bei der Basisrente eine um 50 % höhere Nettorente als bei einer direkten Fondsanlage mit Entnahmeplan. Diese wird zudem, genauso wie eine Privatrente, ein Leben lang gezahlt. Im Gegensatz dazu besteht bei einem Entnahmeplan die Gefahr, dass das Kapital irgendwann aufgebraucht ist und somit keine weiteren Entnahmen möglich sind.

„Vielen Verbraucher:innen und auch Berater:innen ist dieses Mehr an Nettorente bei der Basisrente in solcherlei Dimension nicht bewusst.“ konstatiert Prof. Michael Hauer, Geschäftsführer des IVFP. Mit dem BasisrentenBERATER des IVFP kann der Vorteil der Basisrente gegenüber anderen Anlagen individuell ermittelt werden. „Mit diesem Modul in der Softwarelösung „fairadvisor.net“ möchten wir den Berater:innen ein Instrument an die Hand geben, die einzige steuerlich geförderte Wertpapier- und Fondsanlage in Form der Basisrente greifbar zu machen und deren Vorteil transparent aufzuzeigen“ so Prof. Hauer weiter. Autor: www.ivfp.de

ELTIF-Gipfel 2023: Viele Informationen, gutes Networking

Mit der Überarbeitung der Verordnung über europäische langfristige Investmentfonds (kurz ELTIFs) wurden die Rahmenbedingungen für das Anlagevehikel verbessert. Welche Chancen, aber auch welche Anforderungen sich für Produktinitiatoren, Abwicklungsplattformen und Berater ergeben, diskutierten die Teilnehmer auf dem ELTIF-Gipfel 2023. Dazu hatte die BfV Bank für Vermögen AG, ein Unternehmen der BCA AG, gemeinsam mit Amundi, Neuberger Berman, Pangaea Life, Fondsdepot Bank und Scope nach Frankfurt, Düsseldorf und München eingeladen. Ein Fazit der Veranstaltung war, dass in den kommenden Jahren mit einem weiteren Wachstum des ELTIF-Marktes zu rechnen ist, sofern entsprechende Marktzüge geschaffen werden.

Mehr als 150 Finanzdienstleister konnte die BfV Bank für Vermögen AG kürzlich auf dem von dem Oberurseler Finanzdienstleister ins Leben gerufenen ELTIF-Gipfel begrüßen. Ziel der Veranstaltungsreihe in Frankfurt, Düsseldorf und München war es, die Teilnehmer über die anstehenden Veränderungen, Chancen und Herausforderungen rund um das Anlagevehikel ELTIF zu informieren. „Das ist uns sehr gut gelungen und dafür möchte ich mich noch einmal ganz besonders bei den teilnehmenden Unternehmen und insbesondere bei Andrea Vathje von Scope bedanken, die als Moderatorin hervorragend durch die Veranstaltung geführt hat“, so Dr. Frank Ulbricht. Der Vorstandsvorsitzende der BfV Bank für Vermö-

gen AG und Vorstand der BCA AG fügte hinzu: „Nicht nur die Vorträge, sondern auch die intensiven Gespräche in den Pausen und im Anschluss an die Veranstaltung haben deutlich gemacht, dass das komplexe Thema ELTIF noch viel Aufklärungsbedarf hat, gleichzeitig aber auch auf großes Interesse stößt“.



Die Überarbeitung der ELTIF-Verordnung kann dabei als zweite Chance gesehen werden. So entfällt etwa die Mindestanlage-summe von bisher 10.000 Euro. Eine weitere Änderung: Die neue ELTIF-Verordnung ermöglicht es Fondsgesellschaften, ELTIFs mit einer breiteren Palette von Anlagestrategien aufzulegen. Investitionen sind z. B. in Private Equity, Private Debt, Immobilien und Infrastruktur möglich. Referenten aus den Häusern Amundi, Neuberger Berman und Pangaea Life informierten über die Möglichkeiten der verschiedenen Investmentansätze. Damit eröffnen sich für Privatanleger neue Anlagemöglichkeiten, die bisher nur institutionellen Investoren vorbehalten

waren. Des Weiteren wurde deutlich, dass im Laufe des kommenden Jahres mit einigen neuen Produktangeboten zu rechnen ist.

Die Fondsdepot Bank informierte derweil über die technischen Abwicklungsprozesse bzw. was zu beachten ist. So sieht sich der Plattformanbieter für die kommenden neu konzipierten ELTIF-Produktvarianten gut gerüstet, um ab 2024 ein vollständig digitales Onboarding und Underwriting für Vertriebspartner anbieten zu können. In der abschließenden Podiumsdiskussion unter Leitung von Scope-Analystin Andrea Vathje, wurde unter anderem deutlich, welches Potenzial im ELTIF-Markt steckt. Scope rechnet je nach Szenario mit einem Volumen von 35 Milliarden Euro (moderat) bis 50 Milliarden Euro (dynamisch) bis etwa 2028. Dazu passt, dass die teilnehmenden Vermittler vielfach bestätigten, dass sie das Anlagevehikel ELTIF zukünftig verstärkt in das angebotene Portfolio aufnehmen wollen.

Gleichzeitig bleibt der ELTIF ein komplexes Produkt, das umfangreiche Schulungen sowie fachliche und technische Unterstützung erfordert. „Wir sind bereit. Wir wollen künftig die gesamte Infrastruktur für die neuen ELTIF-Varianten zur Verfügung stellen, angefangen von Schulungen, Informationen aus unserem Investment Research Team über Produkte und Beratungstools bis hin zu Abwicklungsprozessen über unsere Serviceplattform DIVA“, erklärt Dr. Ulbricht. Autor: www.bca.de

Einpreisung von bis zu sechs Zinssenkungen für 2024 ist übertrieben

Nachdem das letzte Anlagejahr besser ausfiel, als von vielen erwartet, wird die Entwicklung der Aktien- und Anleihenmärkte 2024 von den Erwartungen auf bald einsetzende Zinssenkungen weiter beflügelt. Aus Sicht von Tilmann Galler, Kapitalmarktstrategie bei J.P. Morgan Asset Management, gibt es für den Optimismus einen spezifischen Grund: „Die allgemein erwartete Rezession ist ausgefallen. Die Marktbewegungen der letzten Wochen zeigen, dass sich die Märkte immer mehr mit einem Soft-Landing-Szenario anfreunden und dies zunehmend eingepreist wird“, erklärt Galler anlässlich der Vorstellung des Guide to the Markets für das erste Quartal 2024. Allerdings hält der Ökonom die Einpreisung von bis zu sechs Zinssenkungen für dieses Jahr für übertrieben. Noch sei das Inflationsrisiko nicht vollends gebannt. Mit Blick auf die Anlageklassen sieht der Marktexperte Anleihen als sinnvollen Stabilisator an. Für Aktien sieht er insbesondere bei einem Soft-Landing-Szenario noch Potenzial.

Nach dem „Zuckerrausch“: Kaufkraft stützt Wirtschaft

Für das Wirtschaftswachstum ist Gallers Erwartung ambivalent. „Grundsätzlich dürfte die Wachstumsdynamik abnehmen. Denn der ‚Zuckerrausch‘ der staatlich induzierten Stützungsmaßnahmen im Zuge der Corona-Pandemie ebbt ab“, so Galler. Dies sei bereits bei den

Einkaufsmanager-Indizes für Dienstleistungen sowie für das verarbeitende Gewerbe abzulesen, die schwächer ausfallen. Auf der anderen Seite wachsen die Reallöhne deutlich: „Die Kaufkraftkrise der Privathaushalte ist durch die flächendeckend gestiegenen Löhne inzwischen beendet - die Kaufkraft dürfte sich in den nächsten Monaten vielmehr weiter verbessern“, ist Galler überzeugt.

Aktuell kommen nach Ansicht des Marktexperten die Moll-Töne vor allem aus dem Bereich der Fiskalpolitik, insbesondere den USA. „Noch nie war das Defizit in den USA so hoch, trotz der gleichzeitig so guten Arbeitsmarktlage nahe der Vollbeschäftigung. Die makroökonomische Ausgangslage in den USA ist bedenklich, die finanzpolitischen Herausforderungen werden größer“, sagt Galler. Auch der Immobilienmarkt bleibe verwundbar. „Der Wohnimmobilienmarkt ist relativ stabil geblieben, viele Menschen können sich angesichts höherer Ausgaben daher kaum noch Immobilien leisten. In den USA ist der Verkauf von Wohnimmobilien stark eingebrochen, was nicht nur die Baubranche belastet, sondern auch die Konsumlaune eintrüben könnte. In Europa, insbesondere in Deutschland, hat die Korrektur der Preise hingegen schon begonnen“, führt der Ökonom aus.

Insgesamt sieht Tilmann Galler bislang keinen typischen Kon-

junkturzyklus. „Viele Komponenten einer klassischen Rezession sind nicht eingetreten. Die Stimmung ist bei vielen Unternehmen sowohl in den USA als auch in der Eurozone nicht so positiv, um von einer Trendwende bei Investitionen zu sprechen“, erklärt Experte Galler.

Inflationsrisiko ist nicht verschwunden: zu früh für den Zinssenkungszyklus

Vor allem die Aktienmärkte haben den Rückgang der Inflation und die Spekulation auf ein „Soft-Landing“ zuletzt regelrecht gefeiert, da damit auch die Aussicht auf stärkere Zinssenkungen verbunden ist. Die Erwartung vieler Marktexperten liegt inzwischen bei sechs Zinssenkungen für 2024. „Das Ausmaß, das derzeit im Markt eingepreist wird, ist überraschend. Denn sechs Zinssenkungen würden die Zentralbanken wohl nur im Falle einer Rezession vornehmen“, sagt Galler. Er erwartet nicht, dass die Notenbanken die Zinsen so schnell und so massiv senken werden. Dagegen spräche vor allem, dass das Inflationsrisiko zwar gesunken ist, aber nicht völlig verschwunden ist. „Die Kerninflation liegt deutlich über dem Ziel, wobei der Preisdruck vor allem aufgrund von Lohnerhöhungen bestehen bleibt“, unterstreicht der Stratege. So ist im Dezember die Inflationsrate der Eurozone wieder gestiegen – von 2,4 im November auf 2,9 Prozent. Auch in

den USA haben die Preise wieder angezogen, von 3,1 Prozent im November auf 3,4 Prozent im Dezember.

„Zwar dürfte die Inflationsrate in den nächsten Monaten weiter zurückgehen beziehungsweise sich auf einem niedrigeren Niveau stabilisieren. Doch ist das kein Mandat für bis zu sechs Zinssenkungen in diesem Jahr“, fasst Galler die Aussichten zusammen.

Anleihen als attraktiver Anker, Aktienmarkt mit Aufwärtspotenzial

Den Rentenmarkt hält Tilmann Galler weiterhin für attraktiv, weil dieser für Stabilität im Portfolio sorgen könne – insbesondere bei einem stärkeren Abrutschen in Richtung Rezession. „Die Rentenmärkte sind in den letzten Monaten schon sehr gut gelaufen. Mit Blick auf ein Ende der Zinserhöhungen halten wir es für immer noch sinnvoll, die Rendite jetzt zu sichern und auf den längerlaufenden Bereich zu setzen“, erklärt Galler. Vor diesem Hintergrund hält der Ökonom Anleihen für attraktiver als Cash. Außerhalb eines Hard-Landing-Szenarios sieht Galler den Corporate-Sektor im Investment-Grade-Bereich im Vorteil, da dieser Extra-Erträge gegenüber Staatsanleihen bieten könne. Bei Hochzinsanleihen ist inzwischen

sehr viel Optimismus eingepreist, wobei Galler in Europa größere Chancen sieht als in den USA. Im Bereich der Emerging Markets präferiert der Strategie Anleihen in Ländern mit hoher Realrendite. Neben Lokalwährungsanleihen in Lateinamerika sind es inzwischen auch einige asiatische Länder, die an Attraktivität gewonnen haben, insbesondere da in Lateinamerika die Währungsrisiken zugenommen haben.

Bleibe es bei einem Soft-Landing dürften nach Einschätzung von Tilmann Galler Aktien weiterhin im Aufwind bleiben. Eine historische Betrachtung von J.P. Morgan Asset Management zeigt, dass in vergangenen Zinszyklen Aktien bei einer weichen Landung nach der letzten Zinserhöhung außerordentlich positive Erträge erbracht haben. Gleichwohl könnte ein schwaches Wirtschaftswachstum die Margen unter Druck setzen. Schon jetzt seien diese etwas zurückgegangen. In der historischen Betrachtung zeigt sich, dass ein Übergang von hoher Inflation in Disinflation meist kein gutes Omen für Gewinne von Unternehmen war. So lohne es sich, auf Unternehmen mit Preissetzungsmacht zu setzen, die in einem solchen Umfeld bessere Chancen bieten dürften. Dividendentitel böten grundsätzlich hohe Qualität und seien zu favorisieren.

Auf die Frage, was bereits eingepreist sei, verweist Tilmann Galler auf die Kursentwicklung: „Insgesamt sind die Aktienbewertungen bereits gestiegen. Sowohl europäische als auch Schwellenländeraktien liegen jedoch weiterhin am unteren Ende der Bewertungsspanne. Der US-Markt zeichnet sich durch hohe Ertragsstärke aus, ist aber etwas teuer. Der Bewertungsaufschlag zwischen den USA und Europa ist inzwischen auf Rekordniveau. Europa und der japanische Aktienmarkt bieten hier selektiv Opportunitäten. In einem positiven Konjunkturszenario sind nicht zuletzt auch Small Caps attraktiv, deren Bewertungsprämie nach jahrelanger Underperformance verschwunden ist“, führt der Experte aus.

So lautet Tilmann Gallers Fazit:

„Die Ausgangslage 2024 ist für die Kapitalmärkte angesichts eines möglichen konjunkturellen Soft-Landings durchaus positiv. Doch sollten sich Anlegerinnen und Anleger nicht auf einen Zinssenkungs-Automatismus verlassen. Schleppende Konjunktur und Disinflation könnten die optimistischen Gewinnerwartungen gefährden, während die zahlreichen Wahlen eine Quelle der Volatilität sein können. Die Zunahme von alternativen Anlagen kann in diesem Umfeld für mehr Stabilität im Portfolio führen.“

Autor: www.jpnam.de



Quelle: © Hero Design - AdobeStock.com

SachwerteGipfel:

Positive Impulse und echter Mehrwert für Top-Entscheider

Der SachwerteGipfel, das Exklusivforum für werthaltige Kapitalanlagen, richtet sich an die Geschäftsleitungen von branchenführenden Sachwerte-Produktanbietern, Dienstleistungsanbietern, Beratern und Vermittlern, Branchenmedien und Analysten, Vermögensverwaltern sowie semiprofessionelle und institutionelle Investoren in Deutschland.

Einmal jährlich präsentieren ab 2024 die drei langjährig, bekannten Branchenkenner **Andy Wanschka** (Chefredakteur wmd-brokerchannel.de und FinanzBusinessMagazin.de), **Markus Gotzi** (Chefredakteur Der Fondsbrief) und **Uwe Kremer** (Chefredakteur 'kapital-markt intern') den **SachwerteGipfel** – Das Exklusivforum für werthaltige Kapitalanlagen.

Der Termin:

Dieser findet am **20. Februar 2024** im **Veranstaltungszentrum Munico** am **Flughafen München**, von **9:30 Uhr** bis **17:30 Uhr** statt.

Die Agenda:

Kein aktuelles Thema soll auf dem SachwertGipfel fehlen!

Die Agenda umfasst drei wichtige Themenbereiche, die jeweils von einem der drei Moderatoren geleitet werden. Im Themenkomplex „Immobilien und Erneuerbare Energien“ beschäftigt sich **Markus Gotzi** neben den Märkten und neuen Assetklassen unter anderem auch mit den Chancen eines Eltifs in der Sachwertbranche.



Es erwartet die Teilnehmer:Innen ein mit News gespickter Branchentreff der den Titel SachwerteGipfel zu Recht trägt. Top-Initialvorträge und spannende Diskussionsrunden laden zum mitdiskutieren ein und runden den Sachwertegipfel ab. Und das aller wichtigste kommt auch nicht zu kurz: Der persönliche Austausch untereinander in den Pausen und vor und nach der Veranstaltung.

Autor: www.SachwerteGipfel.de



Uwe Kremer leitet den Themenbereich „Regulatorik, Branchenzahlen und Politik“ und präsentiert dabei exklusiv, die neuesten Branchenzahlen, diskutiert mit Branchenteilnehmern und präsentiert politische Meinungen und Anforderungen an die Produktgeber.



Andy Wanschka zeigt in seinem Themenbereich „Vertrieb und neue, digitale Produkte sowie Branchenzukunft“, spannende neue Erkenntnisse aus der ersten Branchenumfrage, neue Vertriebsthemen, digitale Sachwertprodukte, wie Tokenisierung, Edelmetalle und Branchenzukunft auf.

SACHWERTEGIPFEL

Exklusivforum für werthaltige Kapitalanlagen



Positive Impulse und echter Mehrwert für Top-Entscheider!



SACHWERTEGIPFEL

Exklusivforum für werthaltige Kapitalanlagen



www.SachwerteGipfel.de

Falschberatung durch Versicherungsmakler

Falschberatung bei Wechsel einer Krankenversicherung. Empfiehlt ein Vermittler den Wechsel einer privaten Krankenversicherung, muss er dem Kunden einen nachvollziehbaren und geordneten Überblick über alle wesentlichen leistungs- und prämienrelevanten Unterschiede der bestehenden zu der angebotenen Versicherung verschaffen.

Macht er das nicht und weist er im Zuge der Umdeckung nicht darauf hin, dass die angebotene Krankenversicherung unter anderem kein Krankentagegeld enthält, haftet er nach dem

Urteil des OLG Karlsruhe vom 07.03.2023 zum Geschäftszeichen 12 U 268/22 seinem Kunden auf Schadenersatz.

Im entschiedenen Sachverhalt hatte ein Versicherungsmakler den Wechsel einer Krankenversicherung empfohlen. Seine Kundin folgte dieser Empfehlung und kündigte daraufhin die bestehende Krankenversicherung, inklusive des dort vereinbarten Krankentage- und Krankenhaustagegeldes. Später stellte sich heraus, dass die neue Krankenversicherung von Anfang an kein Krankentagegeld und

auch kein Krankenhaustagegeld enthielt. Die Kundin behauptete nun, darüber von dem Versicherungsmakler nicht aufgeklärt worden zu sein und verlangte so gestellt zu werden, als wäre die Krankentagegeld- und Krankenhaustagegeldversicherung nicht gekündigt worden. Damit bekam sie vor dem OLG Karlsruhe recht.

Dieses führte aus, dass bei der Umdeckung von Personenversicherungen besonders hohe Beratungspflichten bestehen und der oben beschriebene geordnete Überblick verschafft werden muss. Darüber hinaus hatte der Versicherungsmakler keine Beratungsdokumentation erstellt. Aus diesem Grund hätte nun er beweisen müssen, dass die Klägerin von ihm über den fehlenden Versicherungsschutz in der neuen Krankenversicherung aufgeklärt wurde. Diesen Beweis konnte er nicht führen und muss nun der Klägerin u.a. Krankentagegeld zahlen, wenn diese arbeitsunfähig wird.

„Leider ist eine fehlende Beratungsdokumentation erfahrungsgemäß eher die Regel als die Ausnahme.“, so Fachanwalt für Versicherungsrecht Tobias Strübing, „Dieses Urteil zeigt aber sehr deutlich, welche Konsequenzen eine fehlende Beratungsdokumentation haben kann und wir können genau aus diesem Grund nur immer wieder dringend empfehlen, die Beratung ordnungsgemäß zu dokumentieren.“

Autor: www.wirth-rechtsanwaelte.com



Quelle: © Mongta Studio - AdobeStock.com

BGH-Urteil deckt auf: Nachlässige Aufklärung im Datenraum kann Berater teuer zu stehen kommen!

**Urteil des Bundesgerichtshofs vom
15. September 2023 – V ZR 77/22**

Was ist passiert?

In diesem Fall ging es um den Verkauf von Gewerbeeinheiten in einem Gebäudekomplex. Die Verkäufer hatten im Kaufvertrag zugesichert, dass keine künftigen Sonderumlagen anfallen würden, außer für die Dachsanierung, und dass keine außergewöhnlichen, nicht durch die Instandhaltungsrücklage gedeckten Kosten bevorstünden.

Der Käufer erhielt Zugang zu einem virtuellen Datenraum mit Dokumenten zum Kaufobjekt. Im späteren Verlauf stellte der Verkäufer ein Protokoll der Eigentümerversammlung von 2016 in den Datenraum ein. Dieses Protokoll enthielt Informationen über eine drohende Sonderumlage in Höhe von bis zu 50 Millionen Euro aufgrund von Umbaumaßnahmen am Gemeinschaftseigentum.

Da der Käufer sich über diese wichtige Angelegenheit nicht ausreichend informiert fühlte, erhob er deshalb Klage auf Schadensersatz wegen vermeintlicher arglistiger Täuschung. Der Bundesgerichtshof entschied, dass der Verkäufer seine Aufklärungspflicht verletzt hatte, da nachträglich bzw. kurz vor Vertragsabschluss diese Unterlagen in den Datenraum gestellt wurden, ohne den Käufer darüber zu informieren. Der Verkäufer wurde auch wegen unklarer oder unvollständiger

Antworten auf Fragen des Käufers zur Verantwortung gezogen.

Haftung des Beraters aufgrund des Urteils

Laut dem besagten Urteil des BGH erfüllt ein Verkäufer seine Aufklärungspflicht nicht allein dadurch, dass er relevante Dokumente in einen virtuellen Datenraum einstellt. Es besteht die Erwartung, dass der Käufer nur dann Kenntnis von den darin enthaltenen Informationen erlangt, wenn bestimmte Umstände erfüllt sind. Wenn der Berater an den Kaufvertragsverhandlungen teilnimmt und möglicherweise die Einrichtung des Datenraums steuert oder beeinflusst, könnte er eine Mitverantwortung für die ausreichende Informierung des Käufers tragen. Die bloße Zurverfügungstellung des Datenraums ohne ausreichende Hinweise oder Aufklärung ist, wie das Urteil deutlich macht, unzureichend. Bei einer mangelnden Aufklärung, insbesondere bei einer arglistigen Täuschung oder grob fahrlässiger Vernachlässigung der Aufklärungspflicht, könnte eine Haftung des Beraters in Betracht kommen.

Verletzung der Beratungspflicht: Wenn der Berater aktiv an den Verhandlungen beteiligt war, hat er möglicherweise eine direkte Beratungspflicht gegenüber seinem Mandanten, dem Verkäufer. Aber auch durch die Schaffung des Datenraums könnte er Einfluss auf den Informationsfluss

genommen haben. Eine unzureichende oder falsche Beratung könnte zu einer Haftung führen. Mitwirkung an einer Täuschung: Wenn der Berater Kenntnis von der arglistigen Täuschung hatte und nicht aktiv dagegen vorgegangen ist oder diese sogar unterstützt hat, könnte eine Haftung in Betracht kommen. Verletzung von Sorgfaltspflichten: Auch ohne direkte Beteiligung an einer Täuschung könnte der Berater haftbar sein, wenn er seine Sorgfaltspflichten im Zusammenhang mit dem Datenraum oder den Kaufvertragsverhandlungen vernachlässigt hat.

Schlussfolgerung

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass unter bestimmten Umständen eine Haftung des Beraters denkbar ist, insbesondere wenn er aktiv an der Schaffung oder Verwaltung des Datenraums beteiligt war, seine Beratungspflichten verletzt hat oder an einer Täuschung mitgewirkt hat. Ein genauer Blick auf den Sachverhalt und die Rolle des Beraters im speziellen Fall wäre notwendig, um die tatsächliche Haftung festzustellen. Basierend auf den hier dargelegten Informationen könnte der Berater potenziell haften. Autor: www.lawtechgroup.de



BGH: Unwirksamkeit einer Klausel zu Abschluss- und Vermittlungskosten in einem Riester-Altersvorsorgevertrag

Urteil vom 21. November 2023 – XI ZR 290/22. Der u.a. für das Bank- und Börsenrecht zuständige XI. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat entschieden, dass die in Altersvorsorgeverträgen mit der Bezeichnung "S VorsorgePlus Altersvorsorgevertrag nach dem Altersvermögens-gesetz (Spar-konto mit Zinsansammlung)" einer Sparkasse enthaltene Klausel zu Abschluss- und Vermittlungskosten unwirksam ist.

Sachverhalt und bisheriger Prozessverlauf:

Der Kläger, ein eingetragener Verein, nimmt satzungsmäßig Verbraucherinteressen wahr und ist als qualifizierte Einrichtung gemäß § 4 UKlaG eingetragen. Die beklagte Sparkasse verwendet in ihren Sonderbedingungen für die genannten Altersvorsorgeverträge u.a. die folgende Bestimmung:

"Im Falle der Vereinbarung einer Leibrente werden dem Sparer ggfs. Abschluss- und/oder Vermittlungskosten belastet."

Der Kläger hält die vorbezeichnete Klausel für unwirksam, da sie nicht klar und verständlich sei und die Sparer damit entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteilige. Er nimmt die Beklagte darauf in Anspruch, es zu unterlassen, sich auf diese oder eine inhaltsgleiche Klausel gegenüber Verbrauchern in Altersvorsorgeverträgen nach dem Altersvermögensgesetz zu berufen.



Quelle: © fotogestoeber - AdobeStock.com

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Das Berufungsgericht hat die dagegen gerichtete Berufung der Beklagten zurückgewiesen. Mit ihrer vom Berufungsgericht zugelassenen Revision verfolgt die Beklagte ihren Klageabweisungsantrag weiter.

Entscheidung des Bundesgerichtshofs:

Der XI. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat entschieden, dass es sich bei der angefochtenen Klausel um eine Allgemeine Geschäftsbedingung im Sinne von § 305 Abs. 1 Satz 1 BGB handelt, die nicht klar und verständlich ist und dadurch die Vertragspartner der Beklagten unangemessen benachteiligt. Zur Begründung hat der Senat im Wesentlichen ausgeführt:

Die Klausel stellt eine Allgemeine Geschäftsbedingung im Sinne

von § 305 Abs. 1 Satz 1 BGB dar und nicht lediglich einen unverbindlichen Hinweis. Denn der durchschnittliche Sparer versteht die Klausel dahin, dass sie der Beklagten das Recht einräumen soll, von ihm im Fall der Vereinbarung einer Leibrente Abschluss- und/oder Vermittlungskosten zu verlangen. Die fehlende Benennung von Voraussetzungen, von denen die Erhebung von Abschluss- und/oder Vermittlungskosten durch die Beklagte abhängen soll, sowie die fehlende Bestimmung der Höhe der Kosten stellen den Regelungsgehalt der Klausel nicht in Frage. Die Bezeichnung des Klauselwerks, in dem die Klausel enthalten ist, als Sonderbedingungen spricht ebenfalls dafür, dass die Klausel den Vertragsinhalt regelt.

Die Klausel ist nicht klar und verständlich im Sinne des § 307 Abs. 1 Satz 2 BGB und benachteiligt dadurch die Vertragspartner der

Beklagten unangemessen. Diese können die mit der Klausel für sie verbundenen wirtschaftlichen Folgen nicht absehen. Die Klausel lässt nicht erkennen, ob die Beklagte im Fall der Vereinbarung einer Leibrente tatsächlich Abschluss- und/oder Vermittlungskosten vom Verbraucher beansprucht. Voraussetzungen, die maßgebend dafür sein sollen, dass Abschluss- und/oder Vermittlungskosten dem Grunde

nach anfallen, werden dem Verbraucher weder in der Klausel noch an anderer Stelle mitgeteilt. Außerdem erfährt der Verbraucher nicht, in welcher Höhe er gegebenenfalls mit Abschluss- und/oder Vermittlungskosten belastet wird. Die Klausel benennt für die Abschluss- und Vermittlungskosten weder einen absoluten Betrag noch einen Prozentsatz, der sich auf ein bestimmtes Kapital bezieht. Sie lässt den Verbraucher

auch im Unklaren darüber, ob die Kosten einmalig, monatlich oder jährlich anfallen sollen. Danach kann der Verbraucher die Größenordnung der Abschluss- und Vermittlungskosten nicht absehen, mit denen er bei Vereinbarung einer Leibrente von der Beklagten belastet werden soll. Der Beklagten wäre die gebotene Eingrenzung der Kosten der Höhe nach möglich gewesen.

Autor: www.bundesgerichtshof.de

Erstes Urteil zur Cyberversicherung

Veraltete Server und fehlende Sicherheitsupdates führen auch in der Cyberversicherung nicht zwangsläufig zur Leistungsfreiheit. Das hat das Landgericht Tübingen in dem bisher ersten Urteil zu einer Cyberversicherung am 26.05.2023 zum Geschäftszeichen 4 O 193/21 entschieden.

In dem entschiedenen Sachverhalt hatte ein Mitarbeiter der Klägerin versehentlich eine Schadensoftware heruntergeladen. Diese konnte sich auf 16 der insgesamt 21 Server ausbreiten und verschlüsselte diese Server unwiderruflich. Die Wiederherstellungsarbeiten dauerte Monate und kosteten die Klägerin mehrere Millionen Euro, insbesondere auch aufgrund der längeren Betriebsunterbrechung. 11 der insgesamt 21 Server waren bereits bei Vertragsschluss veraltet

und hatten zum Teil seit Jahren keine Sicherheitsupdates mehr erhalten. Dies nahm die verklagte Cyberversicherung zum Anlass, den Rücktritt vom Vertrag zu erklären und jede Versicherungsleistung zu verweigern.

Damit scheiterte sie jedoch vor dem Landgericht Tübingen und muss nun etwa 2,5 Millionen Euro an die Klägerin zahlen. Das Landgericht Tübingen stellte nämlich nach einer umfangreichen Beweisaufnahme zunächst fest, dass die Klägerin etwaige Anzeigepflichten bestenfalls fahrlässig verletzt hat. Zusätzlich konnte sie den so genannten Kausalitätsgegenbeweis führen. Das vom Gericht eingeholte Sachverständigengutachten kam nämlich zu dem Ergebnis, dass von der heruntergeladenen Schadensoftware die alten und

neuen Server gleichermaßen betroffen waren. Mithin hatten die fehlenden Sicherheitsupdates offensichtlich keinen Einfluss auf den Eintritt oder die Höhe des Schadens. Aus diesen Gründen war die Cyberversicherung auch nicht wegen einer Gefahrerhöhung leistungsfrei. Damit scheiterte die Cyberversicherung mit ihren Einwendungen und musste nun für den unstreitigen Versicherungsfall zahlen.

„Auch wenn die Klägerin in diesem Fall durchaus etwas „Glück hatte“, so müssen auch in der Cyberversicherung Gefahrfragen richtig beantwortet werden.“ so Fachanwalt für Versicherungsrecht Tobias Strübing. „Anderenfalls kann es im Leistungsfall zu bösen Überraschungen kommen“.

Autor: www.wirth-rechtsanwaelte.com



Quelle: © luedesign - AdobeStock.com

Vzbv verklagt Vermittler, die sich als „unabhängig“ bezeichnen

„Versicherungsvermittler dürfen sich nicht als unabhängig darstellen“, betitelt der vzbv eine aktuelle Pressemitteilung. Weiter heißt es dort: „vzbv klagt erfolgreich gegen Versicherungs- und Finanzanlagenvermittler: Vermittler agieren aufgrund eigener wirtschaftlicher Interessen nie ganz unabhängig.“ Zwei Gerichtsentscheidungen des LG Köln sowie des LG Bremen würden angeblich die Auffassung des vzbv bestätigen, dass Vermittler ihre Beratung nicht als unabhängig darstellen und auch nicht als reine Berater auftreten dürfen, wenn sie Provisionen von Versicherern oder Finanzinstituten erhalten. „Wer Provisionen kassiert, agiert nie ganz unabhängig. Für Verbraucher muss klar sein, ob sie es mit einer tatsächlich unabhängigen Honorar-



Quelle: © fotogestoeber - AdobeStock.com

beratung oder mit einer provisionsabhängigen Vermittlung zu tun haben. Bisher ist das häufig schwer erkennbar“, so David Bode, Rechtsreferent im vzbv.

Wir gehen auf die beiden Urteile gemeinsam mit unseren Kollegen vom versicherungstip in Kürze noch detailliert ein. Vorab ist dazu zu sagen: ++ Beide Entscheidungen sind noch nicht rechtskräftig ++ Trotzdem veröffentlicht der vzbv die Identität der Vermittler. Diese Prangerwirkung hat u. E. nichts mit Verbraucherschutz zu tun ++ Die Sachverhalte in den Urteilen beziehen sich auf Versicherungs- und Finanzanlagenvermittlung und sind daher nicht so eindeutig, wie es der vzbv suggeriert: Versicherungsmakler müssen unabhängig sein, dürfen sich

aber nicht so bezeichnen, nur weil sie Courtagen beziehen? Schließlich überschneiden sich die Tätigkeiten eines Versicherungsmaklers und eines Versicherungsberaters an mehreren Stellen. Aber nur Letzterer darf sich diesbezüglich als 'unabhängig' bezeichnen? Wir sind gespannt, ob diese Auslegung des LG Köln in der Berufung hält ++ Im Kapitalanlagebereich gibt es seit dem 2. FiMaNoG einen formalen bzw. aufsichtsrechtlichen Bezeichnungsschutz für Wertpapierdienstleistungsunternehmen hinsichtlich der Bezeichnung „unabhängig“ (§ 94 WpHG). Das LG Bremen spekuliert in diesem Zusammenhang, dass dieser „zu übertragende Gedanke“ auch auf § 34f und h GewO anzuwenden sei. Auch diese kreative Rechtsfigur muss sich u. E. erst durchsetzen.

'k-mi'-Fazit: Unabhängig von juristischen und politischen Betrachtungen gilt in der Realität Folgendes: Den Tatbestand der Unabhängigkeit nur an der Vergütungsform festzumachen, ist praxisfern und damit auch kein Verbraucherschutz! Auch Honorarberatung unterliegt durch die vielen Vergütungsmischformen Interessenkonflikten. Z. B. ist Großbritannien nur noch auf dem Papier ein 'echter' Honorarberatungsmarkt, da dort die Haupteinnahmequelle von Beratern fast nur noch laufende Servicegebühren sind, deren Höhe an den Produktabsatz gekoppelt ist. In Kürze mehr dazu.

Autor: www.kapital-markt-intern.de



Quelle: © Rido - AdobeStock.com

VEREDELN SIE IHR VERMÖGEN

Ein- und Verkauf mit Strategie
von Anlagegold und -silber in
„good-delivery-Qualität!“



Elementum
Deutschland GmbH
Poststraße 7
71063 Sindelfingen

☎ 07031 70213 0
✉ info@elementum.de
🌐 www.elementum.de

Elementum
7 STERNE
Privat Strategie 



IHR SPEZIALIST FÜR LOGISTIK | INVESTMENTS



Gründung
2011



Logistikinvestments
> 200



Standorte
**HAMBURG
CHAM
KÖLN** (Oberpfalz)



Mit Investoren
geschlossene Verträge
≈ 20.000



Mitarbeiter in Deutschland
> 40



Anlagekapital in EUR
> 500 Mio.



Erfüllungsquote*
100%



Geleistete Miet-, Zins- und
Rückzahlungen in EUR
> 300 Mio.

Vollintegrierter Asset-Manager:

Die Solvium-Unternehmensgruppe umfasst einige renommierte Unternehmen, darunter die Noble Container Leasing Ltd., einer der führenden Containermanager im asiatischen Markt mit Standorten in Singapur, China und Südkorea, sowie die Axis Intermodal Deutschland GmbH aus Köln, das größte Vermietunternehmen für Wechselkoffer in Europa. Zudem ist die Solvium-Gruppe seit 2023 an dem europäischen Vermietspezialisten für Güterwagen und Lokomotiven European Wagon Lease Asset GmbH & Co. KGaA aus Hamburg signifikant beteiligt.



* Sämtliche seit Gründung 2011 von Solvium emittierten Produkte laufen prognosegemäß bzw. wurden bereits planmäßig beendet und weisen somit eine 100% -Erfüllungsquote auf.

Der Erwerb von Vermögensanlagen 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.