

# bankassurance + allfinanz

## Riester: Fondssparpläne holen auf

Totgesagte leben bekanntlich länger. Für die staatlich geförderte Altersvorsorge „Riester-Rente“ gilt dies offenbar in besonderem Maße. Mehr als einmal wurde die staatlich geförderte private Altersvorsorge zum Flop erklärt – zuletzt vor der Einführung der Unisex-Tarife Anfang 2006, die Prognosen zufolge das Produkt für Männer gänzlich unattraktiv und damit letztlich auch für Frauen zu teuer machen würde.

## Kein Absatzeinbruch durch Unisex-Tarife

Diese Voraussagen haben sich den nun vorliegenden Zahlen für 2006 zufolge nicht bestätigt: Trotz Unisex-Tarifen wurden im Jahresverlauf 2,4 Millionen Riesterverträge neu abgeschlossen – eine Million mehr als im „Schlussverkaufsjahr“ 2005. Insgesamt stieg damit die Anzahl der Verträge auf 8,05 Millionen. Das ist fast doppelt so viel wie Ende 2004.

Zu dieser neuerdings so gestiegenen Beliebtheit von „Riester“ mag mancherlei beigetragen haben: Änderungen wie die verringerte Bürokratie durch den Verzicht auf jährliche Zulagenanträge oder das Kapitalwahlrecht für einen Teil der angespar-

ten Summe zu Beginn der Auszahlungsphase haben das Produkt den Kunden schmackhafter gemacht. Und die im Zuge der gesetzlich vorgesehenen Stufen gestiegenen Beiträge (der weitaus größte Teil der Kunden macht diese Anhebungen mit) lassen auch für die Vertriebe die Provisionen attraktiver erscheinen. Ohnehin hat die Rechtsprechung zur Verteilung der Abschlussprovisionen bei Lebensversicherungen das Vergütungsmodell, das Riester anfangs bei den Vertrieben im Vergleich zur klassischen Lebensversicherung wenig beliebt machte, nivelliert sich aus Sicht der Berater der Unterschied zwischen Riester und Lebensversicherung, was es sicher leichter macht, Letzteres zu empfehlen.

Verlässliche Zahlen darüber, ob Riester – wie es nach der Produkteinführung ermittelt wurde, weiterhin (oder nach Einführung der Unisex-Tarife sogar noch verstärkt) mehrheitlich von Frauen abgeschlossen wird, gibt es derzeit nicht. Es dürfte aber auch unerheblich sein. Selbst wenn das Produkt für Männer unattraktiver geworden sein sollte, bieten die Frauen einstweilen noch hinreichendes Potenzial – schließlich werden die Marktforscher nicht müde, darauf hinzuweisen, dass die Altersvorsorge-situation von Frauen im Schnitt ungleich schlechter ist als die von Männern.

Überdies ist davon auszugehen, dass die staatliche Förderung durch Zulage und steuerliche Absetzbarkeit auch aus Männersicht das Manko Unisex zumindest mittel- und langfristig überkompensieren wird – zumal im Zuge der Anpassung an das Allgemeine Gleichstellungsgesetz auch andere Produkte zunehmend mit Einheits-tarifen angeboten werden dürfen.

## Kaum noch Banksparpläne im Neugeschäft

Eindeutig verändert hat sich innerhalb der neu abgeschlossenen Verträge die Verteilung nach Produktgattungen. Nach wie vor kann die Versicherungswirtschaft den größten Teil des Geschäfts für sich verbuchen: 80,3 Prozent des Bestands waren zum Jahresende 2006 Versicherungsverträge, 15,3 Prozent entfielen auf Fondssparpläne und 4,4 Prozent auf Banksparpläne. Letztere haben seit 2002 ihren Marktanteil mit nur geringen Schwankungen konstant gehalten. Die Fondsindustrie holt aber bei Riester deutlich auf. Von 2002 bis Ende 2006 haben die Versicherungen – gerechnet auf den Bestand an Riesterverträgen – zehn Prozentpunkte an Marktanteilen an die Investmentgesellschaften abgeben müssen.

Im Riester-Neugeschäft ist die Verschiebung noch deutlicher. Hier hat sich der Anteil der Versicherungen von 2002 bis 2006 um ebenfalls zehn Prozentpunkte von 79,2 auf 69,3 Prozent verringert.

Ebenfalls an Bedeutung verloren haben die Banksparpläne, deren Marktanteil im Neugeschäft von 11,0 auf 3,8 Prozent sank. Gerade einmal 91 000 Riester-Banksparpläne wurden 2006 neu eröffnet. Fondssparpläne konnten dagegen von 12,1 auf 27,3 Prozent zulegen. In absoluten Zahlen waren das 657 000 Verträge.

**Entwicklung der Riesterrente** Vertragsbestand nach Produktgattung in Millionen Stück

