

bankassurance + allfinanz

Lebensversicherung braucht neues Marketing

In diesem Jahr feiert das Produkt Lebensversicherung seinen 250. Geburtstag. Große Feierstimmung herrscht in der Branche angesichts des schwierigen Umfeldes nicht. Die niedrigen Kapitalmarktzinsen, Solvency II und das Thema Unisex machen der Assekuranz das Leben schwer.

Fragt man Vertreter der Assekuranz nach der Zukunft des Produkts, trifft man indessen nur auf Optimisten. Die Lebensversicherung ist – auch angesichts der aktuellen und absehbaren künftigen Rahmenbedingungen – nicht tot, lautet unisono das Statement.

Politik als unsicherer Verbündeter

Und doch ist nicht alles eitel Sonnenschein, wie die Studie „Lebensversicherung 2.02 der B&W Deloitte GmbH, Köln, der RGA International Reinsurance Company Ltd, Köln, und des Instituts für Versicherungswissenschaften Leipzig GmbH, bestätigt. So ist zwar noch eine Mehrheit der Vertreter der Assekuranz der Meinung, dass die politischen Rahmenbedingungen eine langfristig hohe Nachfrage nach Lebensversicherungsprodukten zur Altersvorsorge unterstützen. Annähernd zwei Drittel teilen jedoch nicht die Ansicht, dass sie zugleich für stabile und faire Bedingungen für Lebensversicherer auf dem Markt für Finanzdienstleistungen sorgen. Nicht zuletzt werden die Ungleichbehandlung gegenüber Fonds, rückwirkende Gerichtsurteile oder die hohe Veränderungsdynamik in der Gesetzgebung bemängelt. 92 Prozent der Befragten (vor zwei Jahren 83 Prozent) sehen deshalb Verbesserungsbedarf bei den politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen. Das wird im Hinblick auf

das Kundenvertrauen als wichtig bewertet, aber auch als notwendig, damit auch langfristige Garantien finanzierbar bleiben.

Die Politik wird aber durchaus als unsicherer Verbündeter bewertet. 93 Prozent der Befragten gehen deshalb davon aus, dass die gegenwärtigen politischen Rahmenbedingungen in Zusammenspiel mit der aktuellen Wirtschaftssituation zu einer Einschränkung des Angebots an attraktiven Vorsorgeprodukten führen könnten. Erst das wiederum könnte dann den Gesetzgeber auf den Plan rufen.

Trend zu Abschnittsgarantien?

Auch ein Wandel des Produktzuschnitts, den die Unternehmen auf direkte Nachfrage meist so nicht prognostizieren mögen, wird offenbar immer wahrscheinlicher. Die Erwirtschaftung der Zinsgarantie wird die Branche vor große Herausforderungen stellen. Das meinen in diesem Jahr 81 Prozent der Befragten – das sind elf Prozentpunkte mehr als 2010. Die durchschnittliche Überschussgarantie wird deshalb, so die einhellige Meinung, branchenweit sinken.

Drei Viertel der Befragten sind zudem vollständig oder eher der Meinung, dass die Laufzeit der Zinsgarantie künftig von der Vertragslaufzeit entkoppelt wird – was freilich wiederum gesetzliche Anpassungen erforderlich machen würde. Die Zukunft der Lebensversicherung scheint somit am Tropf der Politik zu hängen. Und die Aussichten, was Rendite und Produktgestaltung angeht, machen den Vertrieb vermutlich nicht leichter. Für Kunden, die an langfristige Garantien gewöhnt sind, wären

Abschnittsgarantien gewiss gewöhnungsbedürftig. Auch der Absatz fondsgebundener Policen leidet schließlich darunter, dass deren Rendite kaum vorhersagbar ist.

Absicherung gegen biometrische Risiken stärker betonen

Dennoch verbreitet der Marktführer Allianz Zuversicht. Natürlich lasse sich trefflich darüber streiten, ob eine Rendite von knapp vier Prozent im aktuellen Umfeld zu niedrig ist. Entscheidender sei aber der Umstand, dass Lebensversicherungen nicht nur reine Kapitalanlageprodukte sind, sondern auch der Absicherung gegen biometrische Risiken dienen, wie sie kein anderes Produkt bietet.

Dieser Aspekt kommt in der aktuellen Diskussion indessen noch deutlich zu kurz. Natürlich werden Berater ihn im Gespräch thematisieren. Damit es allerdings erst dazu kommen kann, müsste die Assekuranz vermutlich mehr Schützenhilfe leisten. Wenn Medienberichten über die geringe Rendite von Lebensbeziehungsweise Rentenversicherungen nichts entgegengesetzt wird, kommen die Vertriebe mit ihrer Argumentation in vielen Fällen zu spät. Denn dann ist die Anlagebeziehungsweise Vorsorgeentscheidung vielleicht schon anderweitig gefallen.

In direktem Vergleich mit kurzfristig verfügbaren Anlagen steht die Lebensversicherung gar nicht so schlecht da. Diesem Wettbewerb stellte sich zum Beispiel im Oktober 2012 die Cosmos Direkt mit dem „flexiblen Vorsorgesparen“, einer Rentenversicherung ohne Vertragsbindung, sondern mit der Flexibilität eines Sparkontos.