

Ehrlich machen

Die politische Zukunft der Riester-Rente sieht aktuell eher düster aus. Aus vielen Parteien ist der Wunsch nach einem Neubeginn in der geförderten zusätzlichen Altersvorsorge zu vernehmen – über ein neues, standardisiertes Produkt mit niedrigen Kosten. Wer Riester erhalten möchte, muss sich Gedanken machen, wie das Produkt künftig aufgestellt sein sollte, damit es von den Politikern doch noch am Leben erhalten wird. GDV-Hauptgeschäftsführer Jörg Asmussen hat dabei kürzlich ausgesprochen, was jedem klar ist: Ohne einen radikalen Schnitt bei den Vertriebskosten wird es nicht gehen. Und das bedeutet, auch über ein digital vertriebenes Standardprodukt nachzudenken, um die Versicherer bei der staatlich geför-

derten Altersvorsorge überhaupt noch im Spiel zu halten. Seine Aussage hat ihm die Kritik von Vermittlerverbänden, aber auch von einzelnen GDV-Mitgliedern eingebracht. Natürlich klingt sein Statement wie ein Affront gegenüber Versicherern und Vermittlern, die auf den persönlichen Riester-Vertrieb setzen. Aber zum einen sind das in letzter Zeit immer weniger geworden. Das Geschäft mit Riester läuft nur noch bei ein paar Gesellschaften wirklich gut. Insgesamt schrumpft es seit Jahren kontinuierlich, was auch mit den Kosten zu tun hat, die zur immer lauter Kritik an Riester führen. Und zum anderen muss sich die Branche ehrlich machen: Wenn die Politik niedrigere Kosten für den Vertrieb eines

massiv mit Steuergeldern geförderten Vorsorgeproduktes verlangt, dann bleibt den Versicherern nichts Anderes übrig, als dieser Forderung nachzukommen, um weiter am Geschäft mit geförderten Produkten teilzuhaben. Wer das nicht möchte, muss sich letztlich aus dem Geschäft zurückziehen und sich mit seinen Vermittlern auf andere Bereiche der Altersvorsorge konzentrieren. Verbraucherschützer haben sich kürzlich in Berlin vor dem Kanzleramt zum öffentlichen Begräbnis für Riester versammelt. Das mag man geschmacklos finden. Aber ohne neue Ideen für die Zukunft von Riester könnten sich die Lebensversicherer dem Trauerzug gleich anschließen. M.S

„Die Beratung nach DIN-Norm ist ein Instrument, um politischen Druck von den Vermittlern zu nehmen“

Im Vorfeld der Bundestagswahl stehen die Zeichen auf mehr Regulierung für die Vermittler – und auf Deckelung oder gar Abschaffung von Abschlussprovisionen. Die Branche sucht nach Strategien, um sich dagegen zu wehren. „Die Beratung nach DIN-Norm ist ein Instrument, den politischen Druck von den Vermittlern zu nehmen“ sagte Dr. Bernward Maasjost, Geschäftsführer und Eigentümer des Maklerpools pma, im Gespräch mit der Zeitschrift für Versicherungswesen. „Die deutschen Versicherer sollten die DIN-Norm offensiver nutzen und den Politikern klarmachen: Die Möglichkeit einer systematischen, objektiven Beratung ist vorhanden.“

Bislang halten sich aber viele Versicherer und Vermittler mit der Nutzung der DIN-Norm noch zurück – und vertun dabei nach Ansicht von Maasjost die Chance, die mit der hiezulande hoch respektierten Institution DIN-Norm für die Reputation der Branche besteht. Um die DIN-Norm bekannter zu machen, stellt pma sein selbstentwickeltes Beratungstool „DINALYSE“ jetzt auch direkt den Endkunden zur Verfügung. Darüber sollen sie sich unverbindlich mit den Möglichkeiten der DIN-Beratung vertraut machen können. Sie geben dabei für einen standardisierten Fall ihre Daten ein und finden selbst heraus, wo ihr Absi-

cherungsbedarf liegt. Wenn sie es wünschen, können diese Daten dann zur Grundlage der Beratung eines Vermittlers werden.

Maasjost, der auch Aufsichtsratsvorsitzender des die Norm stützenden DEFINO-Instituts für Finanznorm ist, erhofft sich von der weiteren Verbreitung des Tools die Popularisierung der DIN-Beratung und eine Sogwirkung für die Nutzung durch die Versicherer, wenn die Norm bei den Endkunden bekannter wird und sie ihre Vorzüge kennen. Auch für die Verbraucherschützer, die ja bei der Schaffung der DIN-Norm beteiligt waren, könne sie künftig in ihrer Beratungstätigkeit eine größere Rolle spielen. Bis Ende 2021 sei zudem mit der Umsetzung der neuen DIN-Norm für die Beratung im Gewerbegebiet zu rechnen. Hier gehe die Abstimmung mit den Beteiligten aus der Branche deutlich schneller voran als bei der ersten DIN-Norm für das Privatgeschäft – auch weil die Vorbehalte der Versicherer gegenüber einer einheitlichen Lösung in diesem Bereich nicht so groß seien wie bei der Beratung der Privatkunden.

Corona sieht Maasjost als Treiber der Online-Beratung. Unter dem Druck der Krise gebe es dramatische Veränderungen im Markt: „Die Blockade in den Köpfen der

Kunden und Berater ist aufgehoben.“ Die Online-Beratung habe sich als sehr effektiv erwiesen. Zwar werde nach Corona sicherlich die direkte persönliche Begegnung im Vertrieb wieder deutlich zunehmen, aber: „Es wird nie mehr so sein wie früher.“ Allerdings beschleunige Corona auch die Konsolidierung des Vermittlermarktes: Wer professionell aufgestellt sei und die digitalen Möglichkeiten nutze, habe die Krise gut bewältigen können. „Die Technik-Sparer und Digital-Verweigerer haben dagegen große Probleme.“

Die Folgen von Corona verschärfen das Grundproblem der Überalterung im Vertrieb, so der pma-Chef. „Viele Alt-Makler schleichen sich notgedrungen aus dem Beruf, weil ihr kontinuierlich erodierender Bestand immer weniger Wert ist.“ Diese „Bestandsverweser“ hätten früher auf einen lukrativen Verkauf ihrer Bestände zur Sicherung der eigenen Altersvorsorge gesetzt. Auch wegen der strengeren Datenschutzbestimmungen erweise sich das aber meist als Illusion, wie Maasjost an einem Beispiel aufzeigte: „Vor fünf Jahren haben wir einem Makler für die Übernahme seines Bestands eine halbe Millionen Euro geboten. Heute ist der Preis auf 100.000 Euro gefallen.“