

„Der Run-Off schafft sicher kein Vertrauen in das Geschäftsmodell der Lebensversicherer“

Rainer Gebhart, Vertriebsvorstand WWK, über Probleme und Perspektiven in einem anspruchsvollen Markt

Interview: Michael Stanczyk

VERSICHERUNGSWIRTSCHAFT: Wohin steuert die Lebensversicherung?

RAINER GEBHART: Das Geschäftsmodell der Lebensversicherer ist sicherlich im Wandel. Klassische Kapitallebensversicherungen sind in Zeiten von Ultraniedrigzinsen nur noch sehr eingeschränkt zu empfehlen. Denn durch die anhaltende Niedrigzinspolitik der Europäischen Zentralbank wird eine Zinsgarantie für die Kunden ökonomisch einfach zu teuer.

Was tun Sie dagegen?

Wir setzen für die Altersvorsorge bereits seit vielen Jahren auf Investmentsparen über Fondspolizen mit und ohne Garantiekomponente. Beide Modelle stellen auf längere Sicht eine äußerst profitable Form der Altersvorsorge für unsere Kunden dar. Darüber hinaus greift es zu kurz, Altersvorsorgeprodukte rein über Renditeaspekte vergleichen oder beurteilen zu wollen. Die private Rentenversicherung sichert als einziges Produkt in Deutschland das Langlebkeitsrisiko ab. Dies bedeutet, dass die Versicherung bis zum Tode des Versicherten die monatliche Rente ausbezahlt.

... bei anderen Vorsorgeprodukten wird das Kapital aufgezehrt ...

Ich finde, dass es kein anderes Produkt gibt, das so gut unterschiedliche Komponenten der Altersvorsorge vereint: In der Ansparphase bietet es ebenso die Möglichkeit, Hinterbliebene abzusichern wie auch die eigene Leistungskraft, in der Phase der Verrentung bietet es Versorgungssicherheit bis ans Lebensende. Ich halte es auch heute noch für Kunden attraktiv, einen Leben-Neuvertrag abzuschließen.

Was halten Sie vom Run-Off? Gerechtfertigtes Mittel oder Vertrauensbruch gegenüber dem Kunden?

Ich denke, die deutschen Lebensversicherer haben über viele Jahrzehnte hinweg bewiesen, dass sich ihre Konzepte für den langfristigen Vermögensaufbau gut eignen. Man muss sich nur in Erinnerung rufen, wie viel Geld die Anleger mit anderen Anlageformen schon verloren haben – etwa mit geschlossenen Fonds oder Zertifikaten. Die klassische Kapitallebensversicherung nach deutschem Muster mag zwar als langweilig empfunden werden, doch sie ist immer verlässlich gewesen und frei von Anlageskandalen. Der Run-Off von großen Beständen schafft sicher kein Vertrauen in das Geschäftsmodell der Lebensversicherer. Inwieweit dies für betroffene Kunden mit Nachteilen verbunden ist, wird aber erst die Zukunft zeigen.

Ist der Run-Off eine Option für Sie?

Für die WWK spielen solche Überlegungen keinerlei Rolle. Wir wollen unsere Kunden behalten und die zugesicherten Leistungen wie lebenslange Renten und Schutz vor biometrischen Risiken zuverlässig erbringen. Dabei hilft uns insbesondere die hohe Substanzkraft unseres Unternehmens. Wir haben bereits vor vielen Jahren die strategische Entscheidung getroffen, Eigenkapital aufzubauen. Unsere Eigenkapitalausstattung ist mittlerweile auf über 6,3 Prozent der Deckungsrückstellung angestiegen und liegt damit weit über dem Branchendurchschnitt.

Wo muss sich die Branche in Sachen Lebensversicherung neu erfinden? Wie kann sie es schaffen?

Eine der wichtigsten Aufgaben der Versicherungswirtschaft wird es sicherlich sein, noch stärker auf die Bedürfnisse der



Rainer Gebhart, WWK: „Die klassische Kapitallebensversicherung nach deutschem Muster mag zwar als langweilig empfunden werden, doch sie ist immer verlässlich gewesen und frei von Anlageskandalen.“

Kunden von heute und morgen einzugehen. Insbesondere die jüngere Generation erwartet, dass ihnen eine Versicherung die gleichen Kommunikationsmedien und -Kanäle anbietet, die sie bereits von ihrer Bank oder vom Online-Shopping gewohnt sind. Dabei reicht es nicht aus, nur die digitalen Schnittstellen zum Kunden aufzubauen und stetig zu verbessern, sondern auch zeitgemäße Produkte zu entwickeln und anzubieten. Die Versicherungsprodukte der Zukunft müssen wieder einfacher und intuitiv verständlicher werden. Im Bereich Altersvorsorge müssen wir es darüber hinaus schaffen, nicht mehr nur die Rendite, sondern die eigentlichen Versicherungsaspekte der Lebensversicherung in den Vordergrund zu stellen. Das Thema Langlebigkeit und Biometrie muss stärker in den Fokus aller Beratungs- und Kommunikationsaktivitäten rücken.

Wo lauern für die WWK die größten Herausforderungen, wo die Chancen?

Die WWK wächst seit Jahren stark im Bereich der fondsgebundenen Rentenversicherungen. Ihr Anteil am Neugeschäft liegt mittlerweile bei über 90 Prozent. Neben der Privat- und der Rürup-Rente tragen besonders das bAV-Geschäft und die

Riester-Rente zum starken Ergebnis bei. Diesen Erfolg wollen wir auch in der Zukunft fortschreiben. Aber auch wir stellen fest, dass sich die Menschen heute sehr zurückhaltend bei langfristigen Engagements zeigen – das gilt insbesondere auch für die eigene Altersvorsorge.

„Eine der wichtigsten Aufgaben der Versicherungswirtschaft wird es sein, noch stärker auf die Bedürfnisse der Kunden von heute und morgen einzugehen.“

Viele Menschen erkennen die grundsätzliche Notwendigkeit einer privaten Altersvorsorge, können sich aber aufgrund ihres tatsächlich verfügbaren Einkommens nicht so absichern, wie es eigentlich nötig wäre ...

... Die Entscheidung über die Alternativen Konsum oder finanzielle Vorsorge kann jedoch nur der Kunde selbst treffen. An dieser Stelle setzen wir weiter auf qualifizierte und individuelle Beratung durch unsere Vermittler. Diese ist gerade bei komplexen und langfristig abgeschlossenen Altersvorsorgeprodukten unverzichtbar und kann aus unserer Sicht nicht automatisiert durch Robo-Advisor oder gar von Direktversicherern ohne entsprechenden Service geleistet werden. Weitere Herausforderungen sehe ich in den Rahmenbedingungen: Aktuelle politische Diskussionen, wie beispielsweise um die Zukunft der Riester-Rente oder der Vorschlag zur Deckelung der Provisionen, sorgen für zusätzliche Unsicherheit bei Kunden und Vertriebspartnern. Sie sind damit eher Teil des Problems und nicht Teil der Lösung.

Welche Ziele gibt es bis Ende 2019?

Die WWK hält an ihrer Strategie fest, ein unabhängiger und solider Partner für Kunden und Vertrieb zu sein. Dabei wollen wir uns weiterhin auf einen ausgewogenen Vertriebsmix aus unserer Ausschließlichkeitsorganisation und dem Vertrieb über Makler und freie Finanzvertriebe stützen. Strategische Ziele sind langfristige Ziele, daher setzen wir auch im Jahr 2019 auf Kontinuität: Unser Ziel ist und bleibt es, die Eigenkapitalbasis des Unternehmens weiter zu stärken und Marktanteile im Geschäft der fondsgebundenen Altersvorsorge zu gewinnen.

stanczyk@vww.de