

In dieser Ausgabe:

Kurzmeldungen	Seite 1
BU-Rating-Sieger im Vergleich	Seite 5
Maklerpools	Seite 7
Maklertrendstudie 2009 / 2010	Seite 9
Fondspolizen in Deutschland	Seite 11
E-Interview mit Friedrich Schubring-Giese, Vorsitzender des Vorstandes, Versicherungskammer Bayern	Seite 13

Kurzmeldungen:

Blau Direkt kündigt Maklern: Die **Blau Direkt GmbH & Co. KG** will die **Anzahl ihrer angeschlossenen Makler deutlich reduzieren** und hat bereits 2.800 Kündigungen verschickt. Von derzeit knapp 3.600 Anbindungen will der **Maklerpool auf maximal 1.000 Maklermitglieder** kommen. *„Die Zeiten, in denen Maklerpools durch größere Mitgliederzahlen glänzen wollen, neigen sich dem Ende entgegen“*, heißt es in einer Pressemeldung. **Neue Verträge** sollen nach eigenen **Aussagen bessere rechtliche Rahmenbedingungen für den Makler, deutlich höhere Courtagen und das Versprechen auf bessere Service-Leistungen** garantieren. Zukünftig wird für die Makler ein **Monatsbeitrag** von 39 Euro fällig, oder die Verpflichtung zu einem noch nicht bezifferten Mindestumsatz. **Geschäftsführerin Sandra Heidemüller** erläuterte: *„50 Prozent aller Makler werden in den nächsten zehn Jahren aufgeben müssen. Wer überlebt, hängt vor allem von der Effizienz seines Arbeitens ab.“*

Stuttgarter führt neue Überschussform ein: Die **Stuttgarter Lebensversicherung a. G.** hat neben einer **aktualisierten Sterbetafel** eine **neue Überschussform** eingeführt. Neben der dynamischen und **teildynamischen Rente** kann sich der Kunde jetzt auch für eine **teilkonstante Rente** entscheiden. Die **dynamische Rente** steigt z. Zt. mit 2,65% pro Jahr; die **teildynamische Rente** startet mit einer höheren Rentenzahlung und hat einen Steigerungssatz von 1,3% pro Jahr. Die **teilkonstante Rente** weist eine noch höhere Startrente auf, bleibt dann fünf Jahre konstant und erhöht sich danach um 1,3% pro Jahr. Im Bereich der Kapitalanlage wurde das Anlagespektrum um **drei gemanagte DWS-Portfolios (Defensiv, Balance und Dynamik)** erweitert.

Abstrakte Verweisung bei der PVA: Eine Verkäuferin im Lebensmittelhandel kann als Kassiererin im Einzelhandel oder als Informationsangestellte im Verkauf arbeiten. Dies ist das Ergebnis der österreichischen Pensionsversicherungsanstalt (PVA). Inzwischen wurde die Entscheidung der PVA auch beim OGH bestätigt. Eine gelernte Einzelhandelskauffrau litt unter einer wiederkehrenden Gastritis und sollte daher u. a. das Heben und Tragen schwerer Lasten vermeiden. Auch ständiges Treppensteigen sowie ständige bückende Tätigkeiten sollte sie vermeiden. Die angestellte Mitarbeiterin beantragte daher die Gewährung einer Berufsunfähigkeitspension. Die PVA lehnte ab; auf Klage der Antragstellerin gab das Erstgericht der PVA Recht. Bei beiden o. g. Tätigkeiten handele es sich um Verweisungstätigkeiten, die sowohl von der Ausbildung als auch von den für die Ausbildung erforderlichen Kenntnissen und Fähigkeiten mit der Tätigkeit einer Einzelhandelsverkäuferin vergleichbar sei.

Skandia bietet Gold-Fonds: Kunden der Skandia Deutschland können ab sofort im Rahmen der Fondspolizen den HANSAGold (WKN A0RHG7) besparen. Der Fonds der Hamburger Kapitalanlagegesellschaft HANSAINVEST Hanseatische Investment-GmbH, eine Tochter der Signal Iduna Gruppe, investiert in physisches Gold und vom Goldpreis abhängige Wertpapiere. Aus Gründen der Risikostreuung werden Silber-Zertifikate und Staatsanleihen beigemischt. „Gold ist momentan ein wichtiges Thema bei Anlegern“, erläuterte Hermann Schrögenauer, Vertriebschef der Skandia. „Wir haben daher nach Möglichkeiten Ausschau gehalten – als Ergänzung zum bisherigen Goldminenfonds - unseren Kunden innerhalb unserer Policen auch direkte Goldinvestments zu ermöglichen. Der HANSAGold hat uns überzeugt, da er im Gegensatz zu vielen anderen Fonds in Gold investiert und nicht in Aktien von Goldförderunternehmen.“

Wer schützt vor Verbraucherschützern? Die Interessengemeinschaft Deutscher Versicherungsmakler (IGVM) e. V. warnte kürzlich vor einem Vergleich von Finanztest: Auch die Arbeit mit öffentlichen Geldern finanzierter Verbraucherschützer sei nicht stets geeignet, die Verbraucher zu schützen. Nach Angaben der IGVM empfahl Finanztest auf seiner Homepage unter dem Titel „Private Haftpflicht bei Tchibo: Lohnender Schutz“ eine Privathaftpflichtversicherung der Asstel Versicherungsgruppe. Da Tchibo selber nicht als Versicherungsvermittler registriert sei und sich selber nur als „Tippgeber“ sehe, hafte das Unternehmen auch nicht für Beratungsfehler. Finanztest selber hafte natürlich auch nicht für Beratungsfehler. Die Asstel Versicherungsgruppe wiederum arbeite als Direktversicherer und müsse als solcher weder beraten noch die Beratung dokumentieren. Matthias Helber, Vorsitzender der IGVM, hierzu: „Mit einer solchen Empfehlung hat Finanztest Tchibo und Asstel sehr gut vor möglichen Schadenersatzansprüchen aus Falschberatung durch Verbraucher geschützt, dem Begriff ‚Verbraucherschutz‘ also eine ganz neue Bedeutung gegeben.“

AXA mit Gewinn und Verlust: Der **französische AXA-Konzern** verdiente im **1. Halbjahr 2009 1,3 Mrd. Euro**. Dies sind zwar ca. 40% weniger als im Vorjahreszeitraum, allerdings hatte der Konzern im zweiten Halbjahr 2008 noch einen Milliardenverlust ausweisen müssen. Immer noch Probleme bereitet jedoch die **Lebensversicherungssparte, die mit hohen Absicherungskosten** an den Devisenmärkten für ihre **Variable Annuities-Produkte** zu kämpfen hat. Diese Kosten beliefen sich allein im ersten Halbjahr 2009 auf 646 Mio. Euro; davon entfielen fast zwei Drittel auf den **US-Markt**. Auch für das **Deutschlandgeschäft** verblieb trotz steigender Prämieinnahmen ein Verlust von 30 Mio. Euro. Dennoch blickt **AXA-Chef Henri de Castries** optimistisch in die Zukunft: *„Unser Geschäftsmodell ist solide. Wir sind gut gerüstet für einen möglichen weiteren Abschwung und gut für einen Aufschwung aufgestellt.“*

Fortis mit Verlust in 2008: Die **Fortis Deutschland Lebensversicherung AG** hat das **Geschäftsjahr 2008 mit Verlust** abgeschlossen. Die **niederländische Muttergesellschaft** leistete einen Zuschuss von 5,3 Mio. Euro, der Kapitalrücklage wurden weitere 1,1 Mio. Euro entnommen, um das Ergebnis auszugleichen. Als **Gründe für den Verlust** nennt die Gesellschaft im Geschäftsbericht einen „starken“ **Anstieg des Neugeschäfts** und „unvermeidliche“ **Abschreibungen auf Kapitalanlagen**. Im Jahr 2008 standen bei der **Fortis** ca. 71.000 neue Verträge zu Buche; davon entfielen alleine gut 50.000 Stück auf das neu hinzugekommene **Kreditkarten-Versicherungsgeschäft**. Sowohl die **Stornoquote** mit 11,4% (nach 13,0%), als auch die **Verwaltungskostenquote** mit 12,2% (nach 21,7%) sind gegenüber dem Vorjahr deutlich zurück gegangen, liegen allerdings immer noch deutlich über den Branchenmittelwerten. Die **Abschlusskostenquote** von 14,2% der Beitragssumme des Neugeschäfts dürfte zu den höchsten am Markt gehören.

Verfügung gegen Verbraucherzentrale Hamburg: Das **Landgericht Berlin** hat es der **Verbraucherzentrale Hamburg per einstweiliger Verfügung** untersagt, **falsche und irreführende Aussagen zur Qualität von Lebens- und Rentenversicherungsprodukten und ihrer Eignung für die Altersvorsorge zu verbreiten**. Die Gerichtsentscheidung geht auf eine **Klage der Debeka Lebensversicherung a. G.** zurück. **Vorstandschef Uwe Laue** erklärte dazu: *„Wir mussten – auch im Interesse unsere Versicherten, Mitarbeiter und Interessenten – gegen die Broschüre der Verbraucherzentrale Hamburg vorgehen, da sie Versicherungsprodukte einseitig diskreditiert und eine Vielzahl fehlerhafte Informationen enthält, die die Verbraucher in die Irre führen, statt ihnen eine vernünftige Orientierung bei ihrer Altersvorsorge zu bieten ... Deshalb war es notwendig, die Verbraucher per einstweiliger Verfügung vor diesen Ratschlägen zu schützen.“* Es ist immer wieder erstaunlich zu sehen, wie es aus Steuermitteln finanzierte Verbraucherschützer schaffen, mit einer Mischung aus Nichtwissen, Arroganz und Beratungsresistenz die Verbraucher genau zu den Fehlentscheidungen zu leiten, die sie eigentlich gerade vermeiden wollen.

Deutsche Lebensversicherer wachsen: Im **1. Halbjahr 2009** sind die **Beitragseinnahmen der deutschen Lebensversicherer** im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 6,6% gestiegen. Die laufenden Beiträge blieben mit 29,5 Mrd. Euro nahezu konstant; **die Einmalbeiträge legten dagegen um 44% auf 8,5 Mrd. Euro zu.** Fast 60% dieser Einmalbeiträge entfielen auf Rentenversicherungen. *„Diese Zahlen verdeutlichen das Vertrauen der Anleger in die Stabilität der deutschen Lebensversicherer“*, erläuterte **Dr. Peter Schwark, Mitglied der Hauptgeschäftsführung des GDV.** Nachdem im Jahr 2008 die letzte Förderstufe bei Riester-Verträgen in Kraft getreten ist, sank die Zahl der neu abgeschlossenen Riester-Verträge im 1. Halbjahr 2009 von 790.000 auf 572.000 Verträge.

Standard Life gründet U-Kasse: **Standard Life Deutschland** hat eine eigene Unterstützungskasse, die **Standard Life Unterstützungskasse e. V., gegründet.** Bisher hat Standard Life in diesem Bereich ausschließlich mit freien Trägern zusammen gearbeitet. *„Die bAV macht inzwischen einen Anteil von knapp 30% an unserem Neugeschäft aus. Gerade bei den geförderten Wegen der Altersvorsorge sehen wir in den kommenden Jahren enormes Wachstumspotenzial.“* sagte **Bertram Valentin, Geschäftsführer der Standard Life in Deutschland.** In Großbritannien zählt sich Standard Life traditionell zu den führenden Anbietern in der betrieblichen Altersversorgung.

DWS wächst weiter bei Riester: Die **DWS** konnte im **2. Quartal 2009** über **31.000 neue Riester-Verträge** abschließen; das sind knapp 80% aller neuen Riester-Fondssparpläne. Im ersten Halbjahr 2009 belief sich die Zahl der neuen Riesterverträge bei der **DWS** auf 69.000. Das entspricht einem Plus von 13% gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Im Gesamtbestand hat das Unternehmen nun ca. 390.000 Riester-Verträge. Das Anlagekonzept der **DWS RiesterRente Premium** wird auch von der **Zurich Deutscher Herold** im Rahmen der **Förderrente Premium** verwendet. Die **AachenMünchener** setzt in ihrer **RiesterRente Strategie No. 1** auf ein Hybridmodell, bei dem die **Vermögensallokation gemeinsam von DWS und Versicherer** gemanagt wird.

IMPRESSUM:

infinma news 08 / 2009

Herausgeber:
 infinma
 Institut für Finanz-Markt-Analyse GmbH
 Max-Planck-Str. 22
 50858 Köln

Tel.: 0 22 34 – 9 33 69 – 0
 Fax: 0 22 34 – 9 33 69 – 79
 E-Mail: info@infinma.de

Redaktion:

Marc C. Glissmann
 Dr. Jörg Schulz

Aufgrund der besonderen Dynamik der behandelten Themen übernimmt die Redaktion keine Gewährleistung für die Richtigkeit, Aktualität und Eignung der Informationen. infinma haftet nicht für eine unsachgemäße Weiterverwendung der Informationen. Nachdruck und Vervielfältigung nur mit schriftlicher Genehmigung der Redaktion.

BU-Rating-Sieger im Vergleich

Mit der zunehmenden **Komplexität von Berufsunfähigkeitsversicherungen** häufen sich die **Anfragen von Maklern und Vermittlern** nach Unterstützung bei der Auswahl des „richtigen“ Produktes. Aus diesem Umstand lassen sich verschiedene Vermutungen herleiten:

- *Die Berufsunfähigkeitsversicherung ist im Vertrieb immer noch ein sehr wichtiges Produkt.*
- *Die Berufsunfähigkeitsversicherung als Produkt ist komplex und damit schwer verständlich und schwer erklärbar.*
- *Die am Markt gängigen Produktratings und –vergleiche gehen an den Bedürfnissen des Vertriebs zunehmend vorbei, da sie vielfach nicht dazu geeignet sind, die Unterschiede in den verschiedenen Produkten heraus zu arbeiten.*

Mit Blick auf eines der bekanntesten **BU-Produktratings** lässt sich zunächst feststellen, dass es inzwischen zahlreiche unterschiedliche **Ratingkategorien** gibt. Innerhalb einer dieser Ratingkategorien ließen sich dann bspw. (Stichtag 5.8.2009) **mehr als 100 Produktbezeichnungen finden, welche die höchstmögliche Bewertung erhalten** haben. Dieses Ergebnis mag für Kunden, Vermittler und Versicherer durchaus positiv erscheinen. Allerdings dürften nur die wenigstens Rating-Interessenten überhaupt wissen, wie das jeweilige Rating-Ergebnis für ein bestimmtes Produkt zu Stande gekommen ist, bzw. welche Kriterien in die Bewertung eingeflossen sind. **Transparenz** in den Rating-Verfahren ist offenbar immer noch in vielen Fällen ein Fremdwort.

Dass es auch anders geht, zeigt seit Jahren **Manfred Poweleit** mit einer Mischung aus Produkt- und Unternehmensrating in seinem **map-report**. Über die dort verwendete Rating-Systematik kann sicher gestritten werden. Daten und Modell-Annahmen werden jedoch im map-report offen gelegt, so dass die Ergebnisse nicht nur **transparent, sondern auch nachvollziehbar** sind.

Insgesamt kann man aber durchaus zu der Aussage gelangen, dass einige **Produktratings aktuell** für einen Makler oder Vermittler nur noch sehr bedingt **als Auswahlgrundlage** dienen können.

Anhand von 10 mehr oder weniger willkürlich ausgewählten Kriterien möchten wir auf der nächsten Seite aufzeigen, wie sich 5 real existierende Produkte, die in dem o. g. Produktrating alleamt die Bestnote erhalten haben, in der Praxis tatsächlich unterscheiden. Dabei verzichten wir ganz bewusst darauf, hier Namen von Produkten und / oder Anbietern zu nennen, da diese nahezu beliebig austauschbar sind.

Die Tabelle macht deutlich, dass **das Rating-Ergebnis alleine nicht dazu geeignet ist**, das für einen Kunden passende Produkt auszuwählen. Durch die Aggregation vieler Produkteigenschaften zu einem Gesamtergebnis gehen die möglicherweise entscheidenden Unterschiede verloren. Dies ist besonders dann problematisch, wenn bestimmte Produkteigenschaften, bspw. die Möglichkeit einer garantierten Leistungssteigerung im BU-Fall, ein KO-Kriterium für den Kunden darstellen.

Kriterien / Produkt	SBU A	SBU B	SBU C	SBU D	SBU E
Produktrating	TOP	TOP	TOP	TOP	TOP
vollständiger Verzicht auf die (abstrakte und konkrete) Verweisung in der Erstprüfung	nein	ja	nein	nein	nein
garantierte Leistungsdynamik im BU-Fall	nein	nein	ja	ja	nein
(optional) lebenslange BU-Leistung	nein	nein	nein	ja	nein
Verzicht auf Beitragsanpassungen nach §163 VVG	nein	nein	nein	nein	ja
Leistung auch bei vorsätzlichen Verkehrsdelikten	vermutlich nein	nein	nein	nein	ja
taggenaue Leistungsabrechnung	nein	ja	nein	nein	nein
Pflicht zur unverzüglichen Meldung der Wiederaufnahme einer beruflichen Tätigkeit bei Vorliegen einer BU	ja	nein	ja	ja	ja
Umorganisation des Arbeitsplatzes auch für Angestellte mit Weisungs- bzw. Direktionsbefugnis	ja	nein	nein	nein	nein
Option auf Erhöhung des Versicherungsschutzes ohne Eintritt eines bestimmten Ereignisses	nein	ja	nein	nein	ja
Prüfung eines Berufswechsels	nein	nein	ja	nein	ja

Unabhängig von der tatsächlichen Relevanz der genannten Kriterien für einen konkreten Kunden, zeigt die Tabelle deutlich, dass sich auch identisch bewertete Produkte durchaus signifikant in ihrer Ausgestaltung unterscheiden können. Die Rating-Ergebnisse suggerieren jedoch eine Gleichheit der Produkte, die in der Praxis nicht gegeben ist.

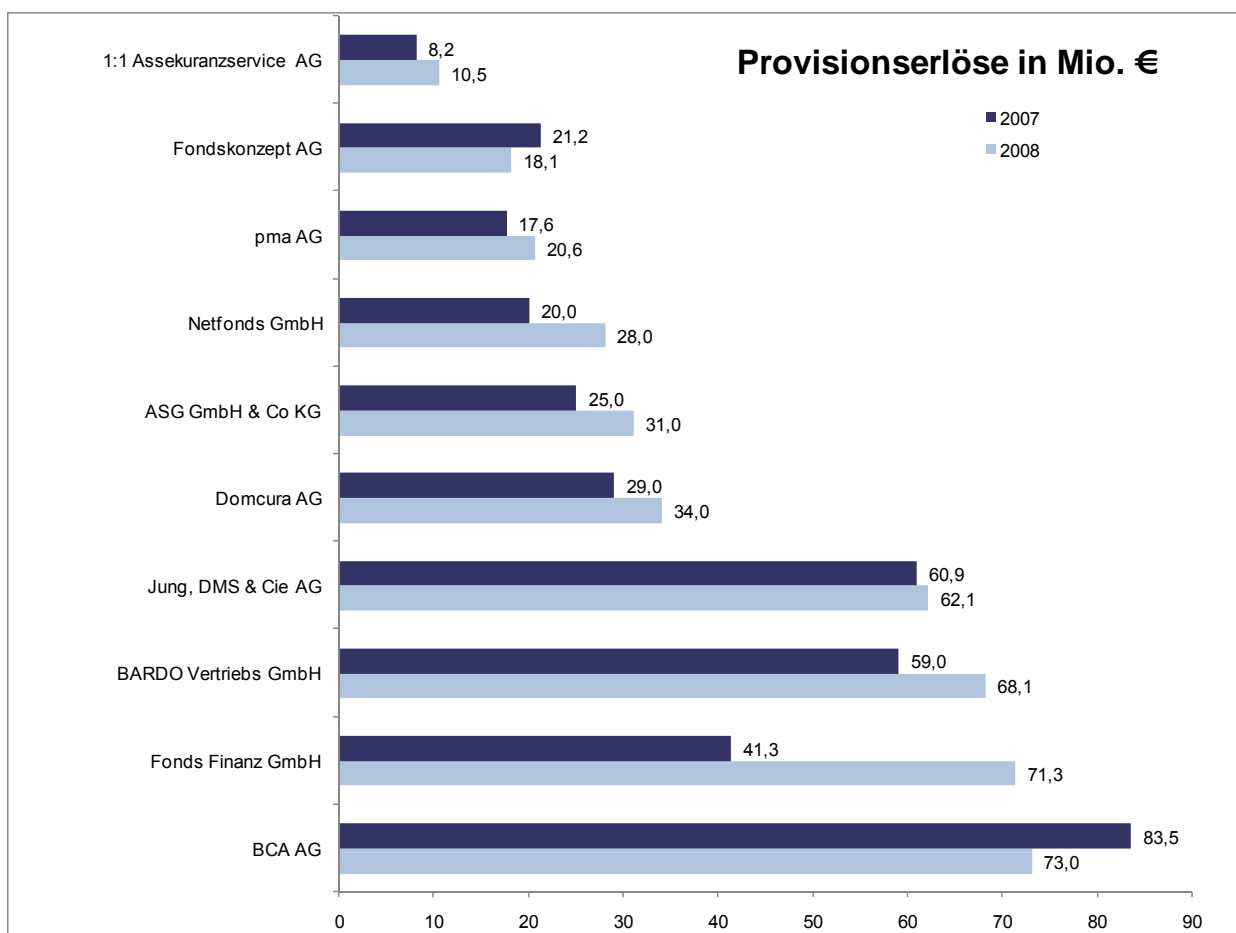
Makler und Vermittler sollten sich zudem darüber im Klaren sein, dass die Verwendung eines Produktratings keinesfalls ihre eigene Haftung vermindert. Auch einige Anbieter von Beratungstechnologien sprechen inzwischen nicht mehr von haftungssicheren, sondern lediglich von haftungsarmen Tools. **Joachim Geiberger, Geschäftsführer des renommierten Analyse-Unternehmens Morgen & Morgen**, bspw. vertritt bereits seit Jahren die Auffassung, dass im Beratungsprozess Ratings allenfalls ergänzend hinzugezogen werden sollten, aber niemals als (alleiniges) Auswahlkriterium gelten könnten.

Maklerpools

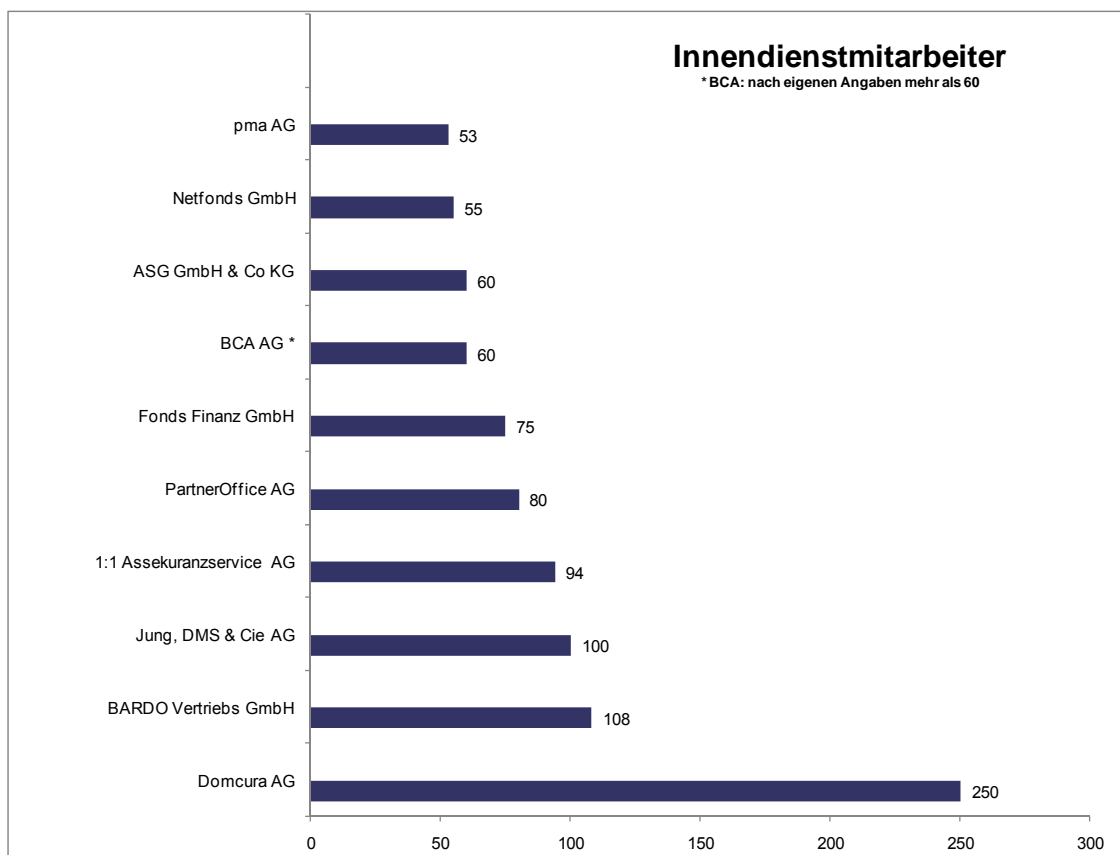
Die Anzahl von **Maklerpools und poolähnlichen Gesellschaften** ist nicht zuletzt aufgrund der gestiegenen Anforderungen aus der Umsetzung der **EU-Vermittlerrichtlinie** und dem neuen **VVG** stark angestiegen. Mittlerweile gibt es **in Deutschland ca. 100 Pools**. Die **Zeitschrift finanzwelt** hat sich in ihrer **Ausgabe 4/2009** ausführlich mit der Thematik beschäftigt.

Im klassischen Sinne bezeichnet ein **Pool die gemeinsame Nutzung von Ressourcen**. So wird in einem Maklerpool das Geschäft von vielen Maklern gebündelt. Auf diese Weise können Pools oft ein hohes Umsatzvolumen und damit letztlich bessere Konditionen für den einzelnen Makler bei den Produktpartnern erreichen. Allerdings werden die **Geschäftsmodelle der Pools immer vielfältiger**. Servicehilfen wie Vergleichsrechner, Online-Verwaltungsplattformen, Marketinghilfen, juristische Ratschläge, Bestandspflegertools, aber auch Fortbildungsmöglichkeiten über eigene Akademien oder computergestützte Lernmethoden gehören inzwischen zum Leistungsspektrum von Maklerpools.

Bei einem Blick auf die **Provisionserlöse der Pools** lässt sich feststellen, dass sich die Finanzkrise zumindest im Jahr 2008 bei den meisten Pools (noch) nicht bemerkbar gemacht hat.



Auch scheint es keinen Zusammenhang zwischen der Höhe der **Provisionserlöse** und der **Rechtsform** des Unternehmens zu geben. Die **Anzahl der Innendienstmitarbeiter** scheint ebenfalls eher keinen signifikanten Einfluss auf die Höhe der Provisionserlöse zu haben.



Ein wesentliches **Unterscheidungsmerkmal** ist die **Zahl der Vertriebspartner**; diese schwankt zwischen **mehr als 13.000 (Jung, DMS & Cie AG)**, **mehr als 11.000 (Fonds Finanz GmbH)** und **mehr als 10.000 (BCA AG)** auf der einen Seite und **180 (GermanBroker.net AG)**, **216 (Vfm GmbH)** und **300 (Broker Network Trier GmbH)** auf der anderen Seite.

Auch bei der **Zahl der Produktpartner** gibt es erhebliche Unterschiede; diese liegen zwischen **4 (degenia AG und Synchro24)** und **5 (Inovesta Gmb)** bzw. **mehr als 450 (Jung, DMS & Cie AG)**, **mehr als 440 (Fonds Finanz GmbH)** und **mehr als 300 (Fair In Finance AG, Netfonds GmbH)**.

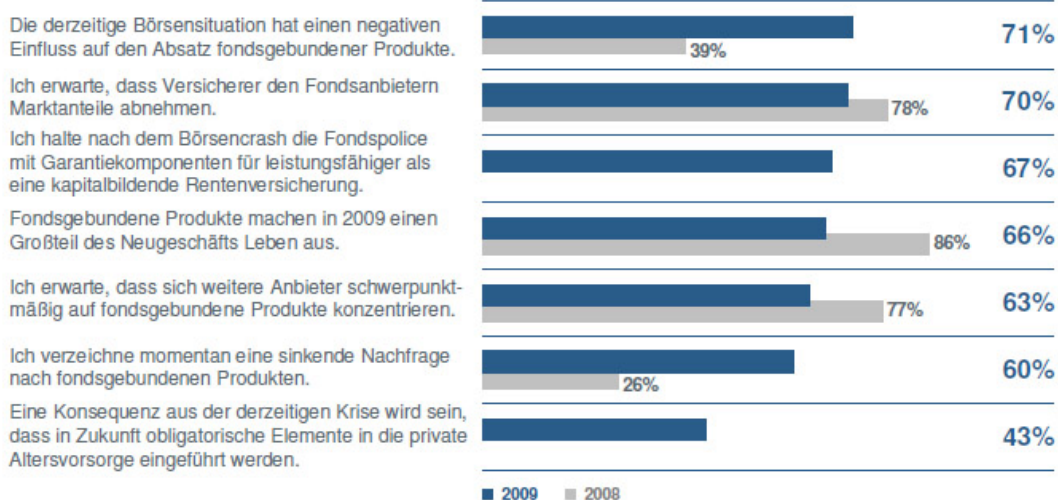
Auffällig ist, dass nur eine kleine Minderheit der ausgewerteten Pools **fixe bzw. laufende Gebühren** erhebt. Die **Provisionssysteme „Festprovision“** und **„Umsatzabhängig“** verteilen sich relativ gleichmäßig auf die Pools.

Die erforderlichen hohen Investitionen in EDV, Organisation und Infrastruktur werden lt. Finanzwelt vermutlich in der Zukunft zu einer Konsolidierung im Markt, vor allem bei den kleineren Pools, führen.

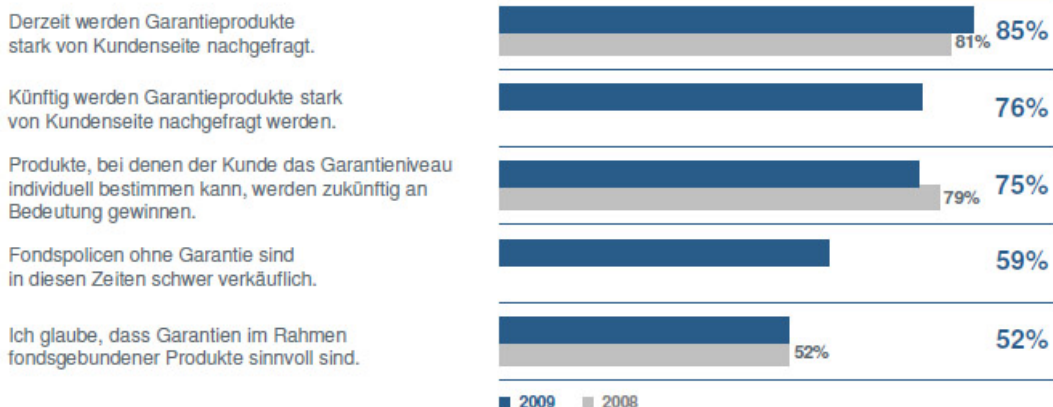
Maklertrendstudie 2009 / 2010

Die Unternehmensberatung Tower Perrin hat im Auftrag der maklermanagement AG die Maklertrendstudie 2009 / 2010 unter dem Titel „Fondsgebundene Produkte aus Maklersicht - Hoffnungsträger oder Sorgenkind“ durchgeführt. Dabei wurden in den Monaten Mai und Juni 2009 insgesamt 300 unabhängige Vermittler befragt. Themenschwerpunkt waren fondsgebundenen Produkte aus Maklersicht.

Nicht überraschend ist sicher das Ergebnis, dass die derzeitige Börsensituation und die anhaltende Finanzmarktkrise negative Auswirkungen auf Nachfrage und Absatz von fondsgebundenen Produkten haben.

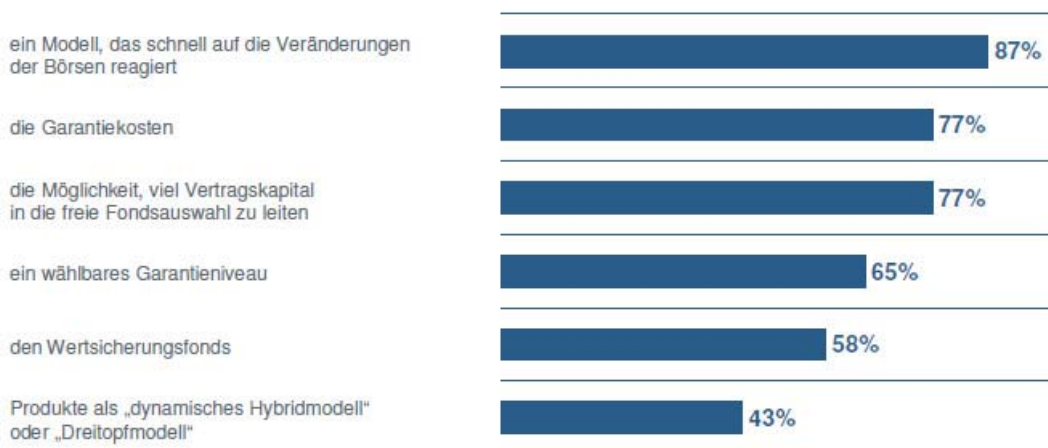


Zwar sehen 85% der befragten Makler eine **starke Kundennachfrage nach Garantieprodukten**, allerdings hält **nur gut die Hälfte der Makler Garantien im Rahmen von fondsgebundenen Produkten für sinnvoll**. Immerhin gut 40% der Makler konnten sich mit der Aussage „Fondspolice ohne Garantie sind in diesen Zeiten schwer verkäuflich“ nicht anfreunden.



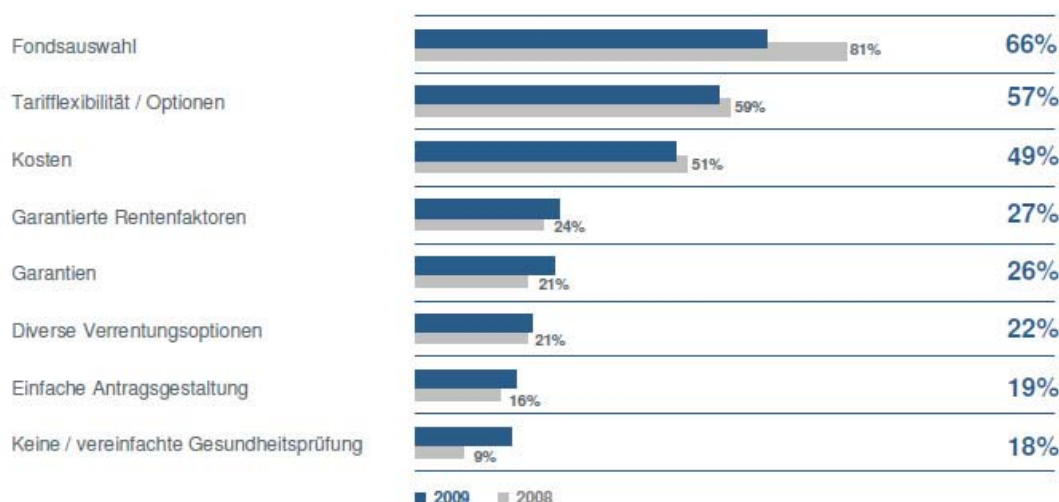
Bei der **Auswahl von Garantiefondsprodukten** legt nicht einmal die Hälfte der Makler besonderen Wert auf „Dynamische Hybridmodelle“ oder „Dreitopfmodelle“. Die mit Abstand **wichtigsten Kriterien sind schnelle Reaktionszeiten auf Veränderungen an den Börsen, die Höhe der Garantiekosten sowie die Möglichkeit, viel Kapital in die freie Fondsauswahl** leiten zu können.

Welches Garantiemodell ist aus Ihrer Sicht leistungsfähiger?
Bei der Auswahl einer geeigneten Garantiefondspolice achte ich besonders auf ...



Die **wichtigsten Kriterien bei der Produktauswahl sind die Fondsauswahl und die tarifliche Flexibilität**. Dabei halten über 80% der Makler ein Fondsangebot von maximal 50 Fonds für ausreichend. Nicht einmal 10% der Befragten hält mehr als 100 Fonds für erforderlich. Auch bei der Produktauswahl spielen die **Kosten** für rund 50% der Makler eine wichtige Rolle. Erstaunlich ist jedoch, dass die Einschätzung bzgl. der Bedeutung der Kosten trotz – oder vielleicht gerade wegen – der Informationspflichtenverordnung gegenüber dem Vorjahr leicht zurück gegangen ist.

Welches sind die drei wichtigsten Selektionskriterien im Rahmen der Produktauswahl?



Fondspolices in Deutschland

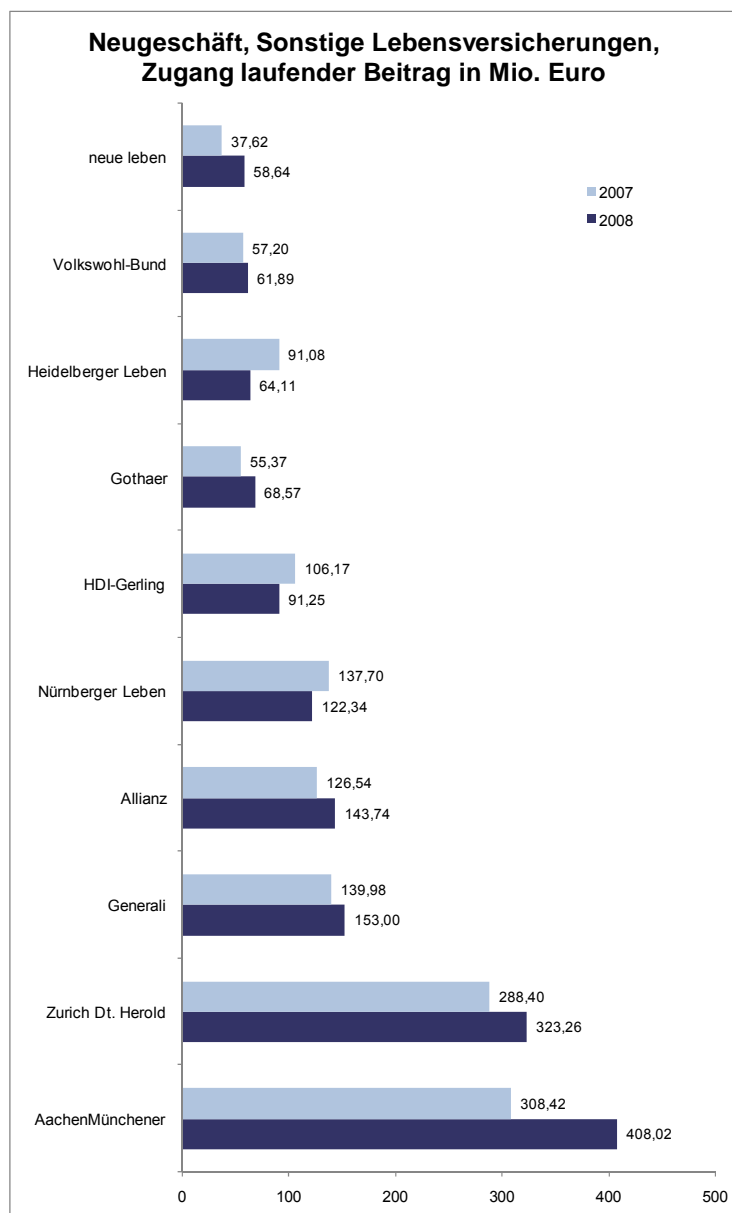
Inzwischen liegen die **Geschäftsberichte des Jahres 2008** nahezu vollständig vor und lassen sich entsprechend auswerten. **Fondsgebundene Versicherungen** werden im Geschäftsbericht eines Lebensversicherers in der sog. **Bestandsbewegung** unter der Position „**Sonstige Versicherungen**“ ausgewiesen. Zwar handelt es sich hierbei um eine Sammelposition, in der bspw. auch **Kapitalisierungsgeschäfte** erfasst werden, allerdings gibt die Position dennoch einen guten Überblick darüber, wer die „großen Player“ am Markt der Fondspolices sind.

Wenig Veränderungen zeigt das Ranking des **Bestandes** an Fondspolices. Die Top 10 sind unverändert geblieben. **AachenMünchener** und **Zurich Deutscher Herold** konnten ihre Bestände weiter deutlich ausbauen und ihren Vorsprung auf die Verfolger vergrößern. Die **Allianz** rückte von Rang 9 auf Platz 7 vor.



Interessant ist, dass mit der **R+V**, der **Debeka**, der **Hamburg-Mannheimer**, der **Württembergischen** und der **Bayern Versicherung** gleich fünf der zehn größten deutschen Lebensversicherer – gemessen an den gebuchten Brutto-Beiträgen – in dieser Rangliste nicht vertreten sind. Während die **R+V** ihr fondsgebundenes Geschäft über die **luxemburgische Tochtergesellschaft** vertreibt, verzichtet die **Debeka** auch weiterhin konsequent auf den Vertrieb fondsgebundener Produkte.

Auch beim **Neugeschäft** liegen **AachenMünchener** und **Zurich Deutscher Herold** mit weitem Abstand und Wachstumsraten von 32% bzw 12% vorne. Neu in den Top 10 ist **neue leben aus Hamburg** mit einem Zuwachs von weit über 50%. Die **Gothaer** legte um ca. 23% zu und verbesserte sich von Rang 10 auf Platz 7. Einen Neugeschäftsrückgang von fast 30% musste hingegen die **Heidelberger Leben** verzeichnen.





Interview mit Friedrich Schubring-Giese, Vorstandsvorsitzender der Versicherungskammer Bayern

infinma: Herr Schubring-Giese, bitte geben Sie uns zunächst ein paar Informationen zur Versicherungskammer Bayern, ihren Unternehmen und ihrer Positionierung am Markt?

Schubring-Giese: Die Versicherungskammer Bayern ist bundesweit der größte öffentliche Versicherer und unter den Top Ten der Erstversicherer. In unseren traditionellen Geschäftsgebieten Bayern und Pfalz sind wir Marktführer. Trotz des schwierigen Marktumfelds haben wir auch im vergangenen Jahr ein Beitragswachstum von vier Prozent und damit Beitragseinnahmen in Höhe von 5,96 Milliarden Euro erzielt. Als regional tätiges Unternehmen sind wir im Bereich Lebens- und Kompositversicherungen in mehreren Bundesländern erfolgreich tätig. Das Krankenversicherungsgeschäft betreiben wir gemeinsam mit den anderen öffentlichen Versicherungen bundesweit. Für die gesamte S-Finanzgruppe übernehmen wir als Provider zentral die Verwaltung für die Sparkassen Pensionskasse im Geschäftsfeld betriebliche Altersversorgung.

infinma: Welche Bedeutung hat in diesem Zusammenhang die S-Finanzgruppe?

Schubring-Giese: Die Versicherungskammer Bayern ist ein Unternehmen der Sparkassen-Finanzgruppe und damit Teil des erfolgreichsten Finanzverbunds Deutschlands. Die Sparkassen sind neben den Versicherungsagenturen, den Raiffeisen- und Volksbanken und den Geschäftsstellen ein ganz wichtiger Vertriebskanal. Allein in Bayern und der Pfalz stehen hierfür 86 Sparkassen mit rund 2.900 Filialen.

infinma: Wie hat die Bayern-Versicherung Lebensversicherung AG das für viele Wettbewerber schwierige Jahr 2008 bewältigt und wie läuft es bisher im Jahr 2009?

Schubring-Giese: Wir haben die Turbulenzen, ausgelöst durch die Finanzmarktkrise, bisher gut verkraftet. Der Konzern verfügt über eine sehr starke Kapitalausstattung; unsere umsichtige und sichere Kapitalanlagenpolitik hat sich bewährt. So konnte die Bayern-Versicherung das Neugeschäft 2008 gegenüber dem Vorjahr deutlich steigern und erreichte erstmals ein Beitragsvolumen von über zwei Milliarden Euro. Mit einem Plus von 4,6 Prozent übertraf die Bayern-Versicherung damit das Marktwachstum von 1,1 Prozent deutlich. Auch 2009 konnten wir uns im Markt bisher gut behaupten. Wir verzeichnen hier eine verstärkte Nachfrage nach klassischen Lebensversicherungsprodukten. Allein im ersten Halbjahr sind die Neuabschlüsse im klassischen Bereich um 20 Prozent gestiegen.

infinma: Wo setzen Sie bei der Lebensversicherung Ihre Produktschwerpunkte?

Schubring-Giese: Die aktuelle Marktsituation hat das Anlageverhalten der Kunden verändert. Der Wunsch nach Sicherheit und Garantien ist wieder stark in den Vordergrund gerückt, was sich in der verstärkten Nachfrage nach klassischen Rentenversicherungen wie unserer PrivatRente und unserem BayernTresor für Einmalbeiträge niederschlägt. Daneben starten wir im Oktober die dritte Tranche von BayernZertifikatPlus, einer zertifikatgebundenen Rentenversicherung, die sowohl überdurchschnittlich hohe Garantien als auch gute Renditechancen bietet. In den ersten beiden Tranchen war das Verkaufsvolumen von rund 100 Millionen Euro immer vor dem Ende der Verkaufstranche komplett ausverkauft. Wir rechnen erneut mit einer starken Nachfrage für die dritte Tranche und haben bereits Reservierungen.

infinma: Welche Bedeutung haben für Sie die geförderten Produkte?

Schubring-Giese: Die staatlich geförderte Altersversorgung – ob betriebliche Altersvorsorge oder Riester-Rente - stellt eine wichtige Säule der Altersvorsorge und eine sinnvolle Ergänzung zur gesetzlichen Rente dar. Die Riester-Rente gehört für unsere Kunden zu den beliebtesten Produkten der privaten Altersvorsorge. Nach wie vor dominieren hier Versicherungsprodukte den Markt. Wichtig ist hier die Beratungskompetenz: Beim Verkauf muss vermittelt werden, dass mit der geförderten Altersvorsorge lediglich ein Teil der späteren Rentenlücke geschlossen wird und daher zusätzlich privat vorgesorgt werden muss. Auch die Rürup-Rente, die einzige geförderte Altersvorsorge für Selbständige gewinnt nach wie vor an Bedeutung. Experten gehen davon aus, dass in den nächsten drei bis vier Jahren eine Marktsättigung erreicht sein wird. Unser Ziel ist es, Marktführer bei der Rürup-Rente in unserem Geschäftsgebiet zu werden.

infinma: Viele Versicherer setzen in diesem Jahr wieder verstärkt auf biometrische Risiken. Wie sind Sie hier aufgestellt?

Schubring-Giese: Die Absicherung der biometrischen Risiken zählt zu den Kernkompetenzen eines Lebensversicherers. Aufgrund einer steigenden Lebenserwartung wird die finanzielle Vorsorge bis zum Lebensende immer wichtiger. Vor dem Hintergrund, dass jeder vierte Erwerbstätige berufsunfähig wird, liegt daneben ein Schwerpunkt unserer Beratung auf Berufsunfähigkeitsversicherungen. Zudem beobachten wir ständig den Markt, um neue bedarfsgerechte Produkte zu entwickeln, wie zum Beispiel unser BayernTrio, ein Kombinationsprodukt aus Altersvorsorge und integrierter Pflegeoption.

infinma: Welche Bedeutung hat für Ihr Haus das bAV-Geschäft?

Schubring-Giese: Die betriebliche Altersvorsorge ist ein wichtiger Wachstumsmarkt. Aus diesem Grund haben wir die Unterstützung des Vertriebs stark ausgebaut. Zudem haben wir mit der VIA Vorsorge GmbH ein Gemeinschaftsunternehmen der Versicherungskammer Bayern und der Pension Solutions GmbH gegründet, das auf konsequente Marktbearbeitung in der Entgeltumwandlung setzt.

infinma: Wie sehen Sie das Thema fondsgebundene Produkte in der bAV?

Schubring-Giese: Wir befassen uns aktuell sehr intensiv mit dem Thema, aber wesentlich ist hier, dass die notwendigen Garantien sichergestellt werden müssen. Momentan geht der Trend bei den Produkten auch hier eindeutig in Richtung Sicherheit.

infinma: Welche Bedeutung haben die einzelnen Durchführungswege der bAV?

Schubring-Giese: Die Durchführungswege Direktversicherung und Pensionskasse haben weiterhin große Bedeutung für die Entgeltumwandlung. Auch die Unterstützungskasse entwickelt sich positiv. Gerade bei kleinen und mittleren Unternehmen haben viele Arbeitnehmer ihren Anspruch auf Entgeltumwandlung noch nicht realisiert. Es gibt hier also noch ein großes Potenzial. Bei Pensionszusagen entsteht durch das Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz ein großer Beratungs- und Handlungsbedarf, weil die Verpflichtungen zukünftig in der Handelsbilanz wesentlich realistischer abgebildet werden müssen.

infinma: Zu Ihrem Vertriebswegemix: Viele Ihrer Kollegen erwarten für die Zukunft zunehmende Marktanteile in den Absatzkanälen Bancassurance und freie Vermittler, andere setzen eher auf den Kooperationsvertrieb. Wie sehen Sie das?

Schubring-Giese: Die Versicherungskammer Bayern setzt weiterhin auf den über lange Zeit bewährten Multikanalvertrieb. Die Sparkassen sind und bleiben hier unser wichtigster Vertriebskanal. Daneben ist unser Agenturvertrieb seit Jahren ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Gleichzeitig nutzen wir jedoch auch das Potenzial von neuen Kooperationsmodellen. Freie Vermittler und Makler werden in Zukunft sicher einen größeren Marktanteil darstellen. Aus diesem Grund intensiviert die Versicherungskammer Bayern ihre Aktivitäten im Maklervertrieb. Unser Ziel ist, den Anteil der Makler am Geschäftsvolumen der Versicherungskammer Bayern deutlich zu erhöhen. Gerade im anspruchsvollen Wettbewerb um die private und betriebliche Altersvorsorge sorgt ein Maklervertrieb für eine noch bessere Positionierung am Markt.

infinma: Was können wir in diesem Jahr von den Lebensversicherern der VKB noch erwarten?

Schubring-Giese: Wie erwähnt starten wir im Oktober die dritte Tranche von BayernZertifikatPlus. Wir gehen davon aus, dass auch dieses Mal das geplante Verkaufsvolumen von 70 Millionen Euro bis Jahresende 2009 Absatz finden wird. Im gesamten zweiten Halbjahr bildet die Lebensversicherung daneben den Marketingschwerpunkt, wobei vor allem klassische Lebensversicherungsprodukte beworben werden. Unser Ziel bleibt: Wachstum über dem Markt. Wir sind sehr optimistisch, dass wir dieses Ziel auch 2009 wieder erreichen werden.

infinma: Wie schätzen Sie die kurz- und mittelfristige Entwicklung der Branche ein?

Schubring-Giese: Gerade in Folge der Finanzmarktkrise steigt der Stellenwert für die finanzielle Sicherheit; der Absicherungs- und Altersvorsorgebedarf der Bürger nimmt zu. Wie eine aktuelle Studie des Marktforschungsinstituts Psychonomics AG ergeben hat, wollen die Bundesbürger auch in Krisenzeiten nicht bei der Altersvorsorge sparen. Die Stärken der Lebensversicherung, mit ihrer Garantieverzinsung und den Überschüssen, werden die Kunden auch langfristig bei der Auswahl eines geeigneten Altersvorsorgeprodukts überzeugen. Neue Produkte können hier für einen zusätzlichen Schub sorgen.

infinma: Herr Schubring-Giese, wir danken Ihnen für das Gespräch und wünschen Ihnen und den Gesellschaften der Versicherungskammer Bayern weiterhin viel Erfolg.