



## Aus Maklersicht: Stärken und Schwächen bei Riester

Die staatlich geförderte Riester-Rente wird nach wie vor kontrovers diskutiert. In der Vermittler-Umfrage 2015 „Riester im Fokus“ sind die Aeiforia GmbH und die experten-netzwerk GmbH der Frage nachgegangen, welchen Stellenwert Riester-Produkte im Alltag der Vermittler einnehmen. Insgesamt beteiligten sich 118 Makler (= 100 Prozent) an der im Mai gestarteten Umfrage\*. Die Ergebnisse<sup>2</sup> haben wir in diesem Artikel zusammengefasst.

- Welchen Stellenwert nehmen Riester-Produkte im Rahmen der Geschäftsentwicklung bei Ihnen ein?
- Wie gestaltet sich die Bestandsbetreuung in der geförderten Altersvorsorge?
- Mit welchen Einwänden gegen Riester-Produkte werden Sie in der Beratung konfrontiert?
- Welcher Informations- und Schulungsbedarf besteht zum Thema „Riester“?

### Geförderte und nicht geförderte Altersvorsorge im Vergleich

79 Prozent der befragten Makler geben an, dass sie Produkte der geförderten Altersvorsorge vermitteln. Schaut man sich genauer an, wie sich die (Provisions-)Anteile der geförderten und ungeforderten Altersvorsorge verteilen, so wird deutlich, dass der Anteil der privaten nicht geförderten Altersvorsorge bei 52 Prozent liegt, während der Anteil der geförderten Altersvorsorge nur bei 29 Prozent liegt. Wie lässt sich dieses Ungleichgewicht erklären? Anhand der Kriterien „Betreuungsaufwand“ „Provision“ und „Kundenfragen/-einwände“ haben wir untersucht, ob es signifikante

Unterschiede bei der geförderten und nicht geförderten privaten Altersvorsorge gibt. 33 Prozent der Befragten geben ihren Betreuungsaufwand im Bereich der geförderten Altersvorsorge mit 20 Stunden und mehr pro Jahr an. Deutlich höher wird der Betreuungsaufwand bei den Produkten der ungeforderten privaten Altersvorsorge angegeben. Hier sind es immerhin 49 Prozent, die 20 Stunden und mehr Betreuungsaufwand pro Jahr ausweisen.

Während elf Prozent gar keinen Betreuungsaufwand im Bereich der geförderten Altersvorsorge betreiben, geben dies bei der nicht geförderten Altersvorsorge nur zwei Prozent an. Ein zunächst vermuteter erhöhter Betreuungsaufwand bei Produkten der geförderten Altersvorsorge im Vergleich zu den nicht geförderten Produkten scheint also nicht vorzuliegen. Hier hat sich eher der umgekehrte Effekt gezeigt.

Ein anderes Bild ergibt sich bei den Provisionen: 58 Prozent der Befragten empfinden die Provisionen der privaten Altersvorsorge als lukrativ, dagegen halten nur 30 Prozent die geförderte Altersvorsorge im Hinblick auf die Provision für lukrativ.

Welchen Kundenfragen müssen sich Makler bei der geförderten und der nicht geförderten Altersvorsorge stellen? Im Mittelpunkt der Fragen bei der geförderten Altersvorsorge steht die Zulage. Mit einem Wert von 57 Prozent gab mehr als die Hälfte der Makler an, dass Fragen zur Zulage an erster Stelle stehen. Diese Erkenntnis deckt sich mit den Ergebnissen anderer Studien, die darauf hinweisen, dass die staatliche Zulage zu wenig in Anspruch genommen wird.<sup>3</sup> Unkenntnis oder fehlerhafte Handhabung scheinen eine Ursache dafür zu sein, warum immer noch so viele Zulageberechtigte nicht die volle Zulage erhalten. Bei der privaten ungeförderten Altersvorsorge drehen sich die meisten Kundenfragen um die Rendite; 56 Prozent der befragten Makler sehen Fragen nach der Rendite an erster Stelle. Dagegen spielen sowohl bei der geförderten als auch bei der nicht geförderten Altersvorsorge Fragen nach den ausgewiesenen Kosten keine herausragende Rolle. Im Ranking liegen diese Fragen im Mittelfeld, wobei die Bedeutung der Kostenfrage im Bereich der nicht geförderten Altersvorsorge leicht höher bewertet wird.

## Gemischte Aussichten für die geförderte Altersvorsorge

Neben der Riester-Rente gehören auch die Rürup-Rente, die bAV und das Riester-Bausparen zu den geförderten Altersvorsorgeprodukten. In dieser Gruppe erfolgt die Provisionsverteilung eindeutig zugunsten der Riester-Rente. Mit einem Anteil von 42 Prozent liegt der Provisionsanteil aus der Riester-Rente bei den befragten Maklern vor den Provisionen aus anderen geförderten Altersvorsorgeprodukten. In Bezug auf die Entwicklung ihrer Provisionseinnahmen aus Produkten der geförderten Altersvorsorge rechnen 35 Prozent der Befragten mit gleichbleibenden oder steigenden Einnahmen, während 23 Prozent von geringeren Einnahmen ausgehen.

Für eine negative Entwicklung der Provisionseinnahmen durch Produkte der geförderten Altersvorsorge werden das LVRG, der Niedrigzins, mangelnde Rendite und die negative Presse verantwortlich gemacht. Insbesondere die schlechte Presse über Riester-Produkte macht sich in den Kundengesprächen bemerkbar. 49 Prozent der Makler berichten, dass sie häufig bis sehr häufig von ihren Kunden auf die schlechte Presse angesprochen werden. Dabei hat sich bei den Kunden besonders die Ansicht „Ich werde nicht alt genug, um davon zu profitieren“ festgesetzt. Daneben werden pauschal die Kosten sowie die Annahme, dass sich Riester nicht lohnt, als Argumente gegen das Riester-Sparen angeführt. Auch die „Verrechnung der Riester-Rente mit

der Grundsicherung“ wird vereinzelt als negativ bewertet. Hinzu kommen Kunden, die die Zulagebeantragung als zu kompliziert empfinden. Wohl nicht zuletzt vor diesem Hintergrund teilen 45 Prozent der befragten Makler die Ansicht, dass der Verkauf von Riester-Produkten schwieriger geworden ist. Über ein Drittel der Makler teilt diese Ansicht jedoch nicht. Hier zeigt sich einmal mehr die zwiespältige Haltung gegenüber der geförderten Altersvorsorge.

## Die Zulagebeantragung: Herausforderung für Kunden, Chance für Makler

Über die Hälfte der Makler hilft den Kunden bei der Zulagebeantragung. 44 Prozent geben an, dass sie beim Ausfüllen der Unterlagen unterstützen, neun Prozent füllen den Antrag sogar für den Kunden aus. Hier zeigt sich das Dilemma des Riester-Produktes. Gerade der Aspekt, der den Kunden einen besonderen Vorteil bringen soll, wird zu wenig verstanden und ist von der Handhabung zu kompliziert. Hier sind die Vermittler gefordert.

55 Prozent der befragten Makler nutzen das Zulagegespräch als Chance zum Cross Selling. Immerhin generieren 34 Prozent derjenigen, die Cross-Selling-Ansätze verfolgen, fünf bis zehn Prozent ihres Gesamtumsatzes aus diesen Gesprächen. 19 Prozent erzielen nach eigenen Angaben sogar 15 Prozent ihres Gesamtumsatzes und mehr aus den Zulagegesprächen. Doch nicht alle nutzen das Zulagegespräch in dieser Form. 15 Prozent der befragten Makler finden den Cross-Selling-Ansatz interessant, nutzen ihn jedoch noch zu wenig. Nur sieben Prozent der Befragten finden die Gelegenheit für ein Kundengespräch mit der Chance auf Zusatzgeschäft uninteressant.

## Informations- und Schulungsbedarf zum Thema „Riester“

Knapp ein Drittel der Makler in unserer Umfrage hat Bedarf an produktneutralen Informationen für das Beratungsgespräch. Inhaltlich wurden sie gerne ihr Wissen zu den Themen gesetzliche Neuerungen, Fachwissen WohnRiester, Fachwissen Riester und Zulageantrag vertiefen.

Interessierten Vermittlern bietet die Aeiforia zu diesen Themen entsprechende Informationsunterlagen oder auch Schulungen an. Das Beratungs- und Trainingshaus rund um die Altersvorsorge stellt kostenlos Materialien zur Verfügung. Einfach formlos anfordern unter: [mail@aeiforia.de](mailto:mail@aeiforia.de), Betreff: Riester- Unterlagen für den Vertrieb.

## Fazit aus der Vermittler-Umfrage 2015

### „Riester im Fokus“

Die Mehrzahl der befragten Makler vermittelt Produkte der geförderten Altersvorsorge. Dabei ist der Provisionsanteil der geförderten Altersvorsorgeprodukte deutlich niedriger als der Anteil der privaten Altersvorsorge. Der Betreuungsaufwand bei Produkten der privaten Altersvorsorge liegt höher als der Aufwand für Produkte der geförderten Altersvorsorge. Dennoch ist unter dem Gesichtspunkt der Provision die private Altersvorsorge für den Vermittler lukrativer.

Ein Drittel der befragten Makler rechnet mit gleichbleibenden oder steigenden Provisionseinnahmen aus Produkten der geförderten Altersvorsorge. Als Gründe hierfür werden steuerliche Vorteile, das noch nicht genutzte Kundenpotenzial und der immer höhere Bedarf an zusätzlicher Absicherung für das Alter gesehen. Über die Hälfte der Befragten unterstützt die Kunden bei der Zulagebeantragung und nutzt das Zulagegespräch als Cross-Selling-Möglichkeit. Der größte Informationsbedarf für das Beratungsgespräch ergibt sich aus den gesetzlichen Neuerungen und zum Thema WohnRiester. Hierzu wurden die Makler ihr Wissen gerne vertiefen.

\*Vermittlerumfrage Status Quo! der experten-netzwerk GmbH: „Vermittler-Umfrage 2015 – Riester im Fokus“

<sup>2</sup> Zur Erläuterung: Wenn Fragen nicht von allen Maklern beantwortet wurden oder Mehrfachnennungen möglich waren, wird bei der Auswertung einzelner Fragen nicht immer ein addierter Gesamtwert von 100 Prozent erreicht.

<sup>3</sup> „Der Wohn-Riester als Instrument staatlicher Sparförderung – Ziele, Wirkungsanalysen und Verbesserungsvorschläge“ – Eine wissenschaftliche Untersuchung von Thomas Ferdinand unter Leitung von Herrn Prof. Dr. Heinz Rehkugler, Wissenschaftlicher Leiter des Center for Real Estate Studies (CRES) an der Steinbeis-Hochschule Berlin.

Versicherungs- und Finanznachrichten

# expertenReport



<https://www.experten.de/id/4941893/aus-maklersicht-staerken-und-schwaechen-bei-riester/>