



"Unser Ziel sind innovative Lösungen"

Unfallgeschichten zur neuen Unfallwelt, jetzt besondere, kunstvoll fotografierte Geschichten von 100-jährigen zum Thema Altersvorsorge - die Bayerische geht innovative Wege im Bereich Kommunikation. Der Experten Report hat mit Konrad Häuselmeier, Leiter Marketing der Bayerischen, gesprochen.

Die Idee hinter unserer neuen Altersvorsorge-Kampagne „Die 100-Jährigen kommen. Kommen Sie mit!“ ist, dem „Risiko“ Langlebigkeit ein Gesicht zu geben und die individuellen Geschichten hinter den Bildern zu erzählen. Damit wollen wir aufzeigen, dass es auch eine fitte, glückliche Seite des Alters gibt und es sich lohnt vorzusorgen, um diesen Lebensabschnitt entsprechend genießen zu können. Ein langer Lebensabend ist nichts Außergewöhnliches mehr: Schon heute leben über 17.000 100-Jährige in Deutschland – und die Anzahl der 100-Jährigen wird sich in den nächsten 35 Jahren versechsfachen. Generell empfehlen wir natürlich, so früh wie möglich etwas für die private Altersvorsorge zu tun. Aber auch Menschen im mittleren Alter haben dazu noch die Chance – sie müssen es nur anpacken.

Sie haben für die Kampagne alte, aber sehr rege Menschen gefunden, die vom Fotografen Karsten Tormaehlen wundervoll fotografiert wurden. Doch sind das ja Ausnahmegeschichten - finden sich die Menschen da wieder?

Bedenkt man, dass die 100-Jährigen die am schnellsten wachsende Bevölkerungsgruppe ist, wird klar: 100 ist das neue 65. Die Menschen, die bis ins hohe Alter fit sind und ein zufriedenes normales Leben führen, ihren Haushalt noch selbstständig meistern oder Auto fahren, sind heute längst

keine Seltenheit mehr. Es war uns bei dieser Kampagne wichtig, bewusst keine Ängste durch die Darstellung kranker oder armer alter Menschen zu schüren bzw. durch das Bild des „Luxus-Rentners“ auf seiner Segelyacht eine Erwartungshaltung zu erzeugen, die trotz privater Vorsorge in aller Regel nicht realisierbar ist. Vielmehr möchten wir den Menschen die Angst vor dem Älterwerden nehmen und ihnen ein realistisches Zielbild vermitteln.

Ans Alter denkt man nicht, wenn man jung ist. Für Ältere, denen die Rentenzeit näher rückt, ist eine Absicherung fürs Alter oft teuer. Wie wollen Sie diesen Spagat in der Altersvorsorge schaffen?

Wir müssen gerade junge Menschen sensibilisieren und ihnen aufzeigen, dass die Lebenserwartung kontinuierlich ansteigt. Eine heute 30-Jährige hat eine sehr hohe Wahrscheinlichkeit, älter als 90 Jahre alt zu werden. Jede Fünfte ihrer Altersgruppe wird sogar über 100 Jahre alt werden. Einfach gerechnet: Wer mit 67 in Rente geht, dem bleiben unter Umständen noch 30 Jahre. Und wer kann für sich wirklich ausschließen, so alt zu werden?

Für Ältere gilt: Besser spät als nie. Fondsgebundene Rentenversicherungen bieten auch in der derzeitigen Niedrigzinsphase hervorragende Möglichkeiten, das Polster

fürs Alter aufzubessern und erfolgreich an den Aktienmärkten zu partizipieren. Das Gute daran: Verbraucher müssen sich noch nicht einmal mit der Börse auskennen, denn dafür bietet die Bayerische mit der neuen Fondsrente eine starke Lösung.

Sie bieten ein neues Produkt an – die Fondsrente. Was machen Sie dort anders als die anderen Anbieter von Fondsrenten?

Unsere neue Generation fondsgebundener Rentenversicherungen zeichnet sich durch höchstmögliche Flexibilität aus. Wir haben die Produkte zusammen mit zwei führenden Vermögensverwaltern konzipiert: Unsere neue Fondsrente gibt es in drei Ausprägungen, die für jeden Bedarf und je nach Risikoneigung das Passende bieten. Die Fondsrente „Pur“ setzt auf kostengünstige ETF (börsengehandelte Indexfonds) vom weltweit größten Vermögensverwalter Blackrock. Die Fondsrente „Exklusiv“ kombiniert die Vorteile der Rentenversicherung mit professioneller Vermögensverwaltung und aktivem Fondsmanagement von Flossbach von Storch. Und die Fondsrente „Aktiv“ wendet sich an Individualisten, die ihre Investments selbst zusammenstellen wollen. Zu dieser Variante raten wir allerdings nur Börsenkennern.

Sie haben gerade vom map-Report ein Top-Rating bekommen. Das Unternehmen macht von sich reden: mit den neuen Unfalltarifen, jetzt mit der Kampagne. Können Sie uns schon einen kleinen Vorgeschmack für das Jahr 2016 liefern?

Unser klares Zielbild für die kommenden Jahre ist es, weiterhin innovative Lösungen zu entwickeln, die uns vom Markt differenzieren und die Wünsche unserer Vermittler mit einbeziehen. Ich darf Ihnen ein Beispiel aus dem Komposit-Bereich nennen: Wir stellen fest, dass die Nachfrage nach sogenannten All-Risk-Produkten zunimmt. Dem wollen wir Rechnung tragen und möchten 2016 mit einem komplett neuen Produkt in diesem Bereich an den Start gehen. Lassen Sie sich überraschen.

Bild: © BBV

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4941941/unsere-ziel-sind-innovative-loesungen/>