



## „Ehrlich und authentisch bleiben“

**Grüne Sachversicherungen, grüne Lebensversicherungen – einige Tarife sind bereits auf dem Markt. Doch was wollen Kunden wirklich? Worauf kommt es bei den Konzepten an? Und ist „grün“ immer noch dasselbe wie vor 20 Jahren? Der experten Report im Gespräch mit Martin Gräfer, Vorstand Vertrieb bei der Bayerischen, über aktuelle und zukünftige Projekte.**



Martin Gräfer, Vorstand Vertrieb bei der Bayerischen Herr Gräfer, wenn wir von grünen Versicherungen, beispielsweise Sachversicherungen oder Lebensversicherungen sprechen, welche Bilder entstehen in den Köpfen der Kunden? Was sind grüne Versicherungen?

„Grün“ gilt als das gängige Synonym für den Bereich Ökologie. Also nachhaltiger Umweltschutz, der die natürlichen Ressourcen der Erde schont. Daraus leitet sich eine „grüne“ Versicherung ab: Die Kapitalanlagen dieser Versicherung sollen nach ökologischen Kriterien erfolgen. Dabei sollte man sich aber vergegenwärtigen, dass sich die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen derzeit massiv ändern. Das hat Auswirkungen auf das Verhalten und die Wünsche auch der Versicherungskunden – gerade bei jüngeren Menschen.

Durch den Generationswechsel ergeben sich enorme Wachstumspotenziale im Bereich Nachhaltigkeit. Jüngere Kunden haben ein anderes Verständnis, wie sie künftig mit den Themen Nachhaltigkeit, Ethik, Social Impact und Klimawandel umgehen wollen. Entsprechend wird die Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen, die

einen klar messbaren gesellschaftlichen, sozialen oder ökologischen Nutzen haben, stetig wachsen. Wir bieten daher seit Kurzem auch eine echte „grüne“ Private Haftpflichtversicherung, die sich besondere Auflagen hinsichtlich der daraus abgeleiteten Kapitalanlagen gibt. Das ist ein erster wichtiger Schritt.

Welche Angebote funktionieren heute schon sehr gut und worauf ist in der Beratung das Augenmerk zu legen?

Einige Lebensversicherer haben in ihrem Portfolio Angebote von Fonds mit ökologischen Investments. Jedoch glaube ich, dass die Kunden künftig bei diesem Themenfeld immer anspruchsvoller werden: Die Menschen wollen wissen, was mit ihren Beiträgen geschieht. Wo wird das Geld angelegt? In welche Projekte investiert die Gesellschaft genau? Man ist gut beraten, hier für Kunden transparente Antworten zu liefern. Denn die Ziele der nachhaltig orientierten Konsumenten sind klar, wie viele Studien belegen: Die Menschen möchten mit ihren Konsumgewohnheiten aktiv in den Massenmarkt eingreifen und eine Verbesserung der Welt heute, aber vor allem für die nachfolgenden Generationen, erreichen.

Der nachhaltige Konsum soll zu transparenten Unternehmenführen, die sozial verträglich und umweltbewusst handeln. Dabei sind die Konsumenten weniger politisch-ideologisch als vielmehr sinnlich-ästhetisch orientiert. Mit anderen Worten: Es geht um Genuss mit gutem Gewissen. Ethischer Konsum lässt sich aber nicht mehr mit „Bio“ gleichsetzen. Die Thematik ist vielmehr nun in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Die Beratung orientiert sich dabei am Bedarf und an den Wünschen des Kunden, hier gilt es, der wachsenden Nachfrage nach eben genau dieser Art von Produkten nachzukommen. Dabei aber zugleich ehrlich und authentisch zu bleiben.

Sie planen eine „grüne“ Lebensversicherung. Wie können Gelder nachhaltig angelegt werden?

Die Bayerische hat sich das Motto „Versichert nach dem Reinheitsgebot“ gegeben. Das ist für uns nicht nur ein Werbespruch, sondern eine konkrete Verpflichtung, sich um Reinheit und Transparenz zu bemühen. Zugleich ist das Reinheitsgebot in seiner ursprünglichen Bedeutung eine der ersten ökologischen Auflagen. Deshalb arbeiten wir konkret daran, unser Reinheitsgebot in eine ganz besondere Form der privaten Rentenversicherung zu übersetzen, die über das Markttübliche hinausgeht.

Deshalb planen wir, ein sehr hohes Maß an Transparenz über die Geldanlagen herzustellen und wollen den Kunden dabei teilhaben lassen. Wir suchen uns besondere Projekte aus, die unsere strengen Kriterien erfüllen, etwa Investments in Infrastruktur, wie Windparks oder Solarparks. Ein weiteres Thema könnten Energieeffizienz und Energiespeicher sein.

Ein Problem sind die langen Anlagezeiten. Wie wollen Sie kurzfristige Auszahlungswünsche bedienen? Oder wird so eine Versicherung dann nach dem Rürup-Vorbild, also unkündbar, angelegt werden müssen?

Wir verfolgen den Ansatz, die verschiedenen Investitionen in einem Fonds zu bündeln, der aus liquiden Mitteln besteht und aus Sachwertinvestments. Und wir werden voraussichtlich auch einen Teil unserer eigenen Kapitalanlagen in diesen Fonds einbringen. Auszahlungswünsche sind damit jederzeit möglich.

Sie haben angedacht, dass die Kunden bei der Anlage mitbestimmen und Vorschläge machen können. Wie soll dies praktisch funktionieren?

Wir werden ein spezielles Angebot für unsere Kunden vorbereiten. Diese sollen zusätzlich die Möglichkeit haben, über unsere grüne Homepage Einfluss auf Entscheidungen zu nehmen und eigene Vorschläge zu machen und sich

über die Entwicklung wesentlicher Projekte zu informieren. Darüber hinaus werden wir uns durch Fachleute auf diesem Gebiet unterstützen lassen. Hier verfolgen wir eher eine internationale Ausrichtung.

Haben Sie schon eine Idee, wann Sie mit der Lebensversicherung „nach dem Reinheitsgebot“ an den Markt gehen können?

Wir fassen das erste Halbjahr 2017 ins Auge. Vielleicht gelingt uns schon ein erster Schritt zur DKM 2016. Lassen Sie sich überraschen. Wir freuen uns jedenfalls auch jetzt schon über Inspiration und Hinweise, wie wir dieses Projekt – das uns hier alle auch emotional sehr begeistert – wirkungsvoll starten können.

Herr Gräfer, wir bedanken uns für Ihre nachhaltigen Auskünfte und sind gespannt auf das neue Konzept.

Bild:(1) © Sergey Nivens / fotolia.com (2) © Martin Gräfer, die Bayerische

Versicherungs- und Finanznachrichten

# expertenReport



<https://www.experten.de/id/4943313/ehrlich-und-authentisch-bleiben/>