



Value for Money statt Garantie: Was Lebensversicherer von Neobrokern lernen müssen

Michael Fiedler

Die Lebensversicherer profitieren wieder von besseren Erträgen und einer stabilen Kapitalausstattung. Doch aus Sicht von Assekurata entscheidet sich die Zukunft der Branche nicht allein über Solvenzquoten oder Garantien.

Der Wettbewerb verändert sich

Noch vor wenigen Jahren konkurrierten Lebensversicherer vor allem untereinander um Altersvorsorgekunden. Heute vergleichen Verbraucher Vorsorgeangebote immer häufiger mit digitalen Depotlösungen, ETF-Sparplänen oder Investmentplattformen. Diese Anbieter setzen neue Maßstäbe bei Transparenz, Kostenübersicht und digitaler Nutzerführung. Nach Einschätzung von Assekurata verändert dies die Spielregeln im Vorsorgemarkt nachhaltig. Die Altersvorsorgereform dürfte diese Entwicklung zusätzlich beschleunigen, weil verschiedene Produktwelten künftig leichter vergleichbar werden.

Die eigentliche Herausforderung liegt beim Kundenerlebnis

Besonders deutlich wird die Analyse der Ratingagentur bei der Frage nach den Schwächen der Branche. „Die Lebensversicherung leidet nicht an fehlendem Vorsorgebedarf, sondern an einer Erlebnis-, Preis- und

Transparenzlücke gegenüber digitalen kapitalmarktnahen Angeboten“, sagt Lars Heermann, Bereichsleiter Analyse und Bewertung bei Assekurata. Die Aussage trifft einen wunden Punkt der Branche. Denn der Bedarf an privater Altersvorsorge ist angesichts des demografischen Wandels unbestritten. Gleichzeitig fällt es vielen Anbietern schwer, ihre Produkte so verständlich und nachvollziehbar darzustellen, wie es Kunden von digitalen Finanzanwendungen gewohnt sind.

Value for Money wird zur Vertrauensfrage

Nach Einschätzung von Assekurata rückt deshalb das Prinzip „Value for Money“ immer stärker in den Mittelpunkt. Kunden wollen nicht nur wissen, welche Kosten entstehen. Sie wollen nachvollziehen können, welchen Gegenwert sie dafür erhalten. Während Neobroker ihre Gebühren oft auf wenige Zeilen reduzieren, wirken viele Altersvorsorgeprodukte für Verbraucher weiterhin komplex. Die Diskussion um Kosten, Garantien und Renditechancen dürfte sich durch die Altersvorsorgereform zusätzlich verschärfen.

Lebensversicherer sollten nicht gegen den Kapitalmarkt argumentieren

Dabei sieht Assekurata die Branche keineswegs in einer aussichtslosen Position. Die Analysten empfehlen den Lebensversicherern ausdrücklich nicht, sich als Gegenmodell zum Kapitalmarkt zu präsentieren. Vielmehr sollten sie ihre besonderen Stärken stärker herausarbeiten. Dazu zählen insbesondere langfristige Stabilität, kollektiver Risikoausgleich und die lebenslange Absicherung im Ruhestand. Gerade diese Eigenschaften könnten in einem Umfeld wachsender Unsicherheit an Bedeutung gewinnen.

Neue Kunden erwarten neue Antworten

Die Entwicklung betrifft nicht nur die Produkte selbst. Immer mehr Verbraucher erwarten digitale Abschlussstrecken, verständliche Informationen und eine transparente Darstellung von Chancen, Risiken und Kosten. Was in anderen Bereichen der Finanzwelt längst Standard geworden ist, wird zunehmend auch bei der Altersvorsorge vorausgesetzt. Für die Versicherungswirtschaft bedeutet dies einen Kulturwandel. Die Frage lautet nicht mehr allein, welches Produkt die höchste Garantie oder die beste Rendite bietet. Entscheidend wird sein, ob Kunden dessen Nutzen überhaupt verstehen.

Die Zukunft entscheidet sich nicht nur über Rendite

Der Assekurata-Marktausblick macht deutlich, dass die Lebensversicherer ihre finanzielle Stabilität allein nicht automatisch in neues Wachstum umwandeln können. Mit der Altersvorsorgereform steigen die Vergleichbarkeit und die Transparenz im Markt. Gleichzeitig wächst der Druck durch digitale Wettbewerber. Wer künftig überzeugen will, muss deshalb mehr bieten als solide Kapitalanlageergebnisse. Die Branche steht vor der Aufgabe, ihre Produkte verständlicher, transparenter und kundenfreundlicher zu machen. Oder anders formuliert: Die Zukunft der Lebensversicherung entscheidet sich nicht nur über Rendite und Garantie – sondern zunehmend auch über das Kundenerlebnis.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4950498/Value-for-Money-statt-Garantie-Was-Lebensversicherer-von-Neobrokern-lernen-muessen/>