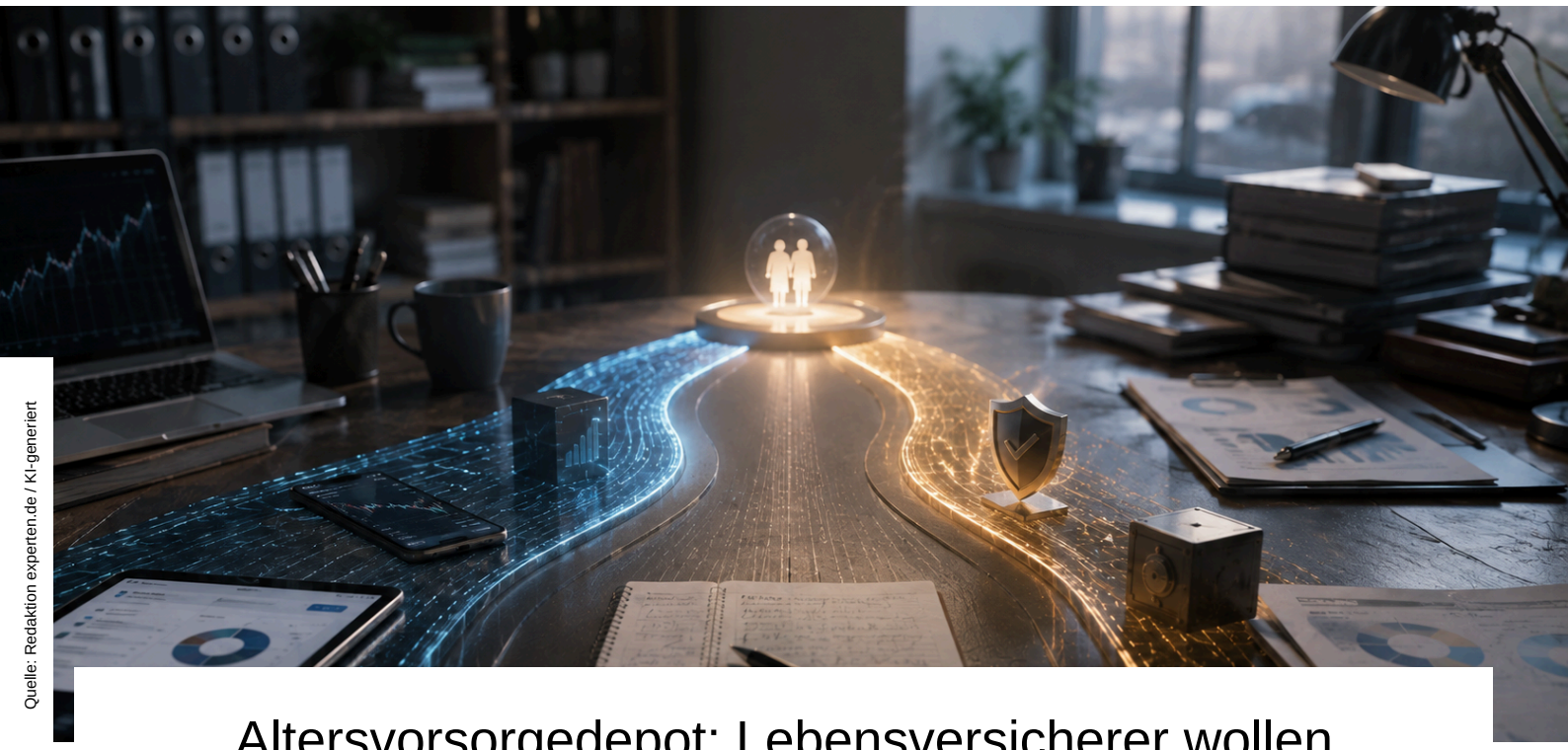
expertenReport



Quelle: Redaktion experten.de / KI-generiert

Altersvorsorgedepot: Lebensversicherer wollen den neuen Markt nicht den Neobrokern überlassen

Michael Fiedler

Das geplante Altersvorsorgedepot öffnet die geförderte private Vorsorge für neue Anbieter und Produktwelten. Doch die Lebensversicherer wollen das Geschäft offenbar nicht Banken, Fondsgesellschaften und Neobrokern überlassen. Eine IVFP-Befragung zeigt: Drei Viertel der teilnehmenden Lebensversicherer planen ein Angebot – und viele setzen gleichzeitig auf Depot und Garantie.

Besonders bemerkenswert ist die hohe Beteiligungsbereitschaft der Lebensversicherer. Von den 32 Versicherern in der Stichprobe planen 75 Prozent mindestens ein entsprechendes Angebot. Bei den elf Fondsgesellschaften und Asset Managern, fünf Neobrokern beziehungsweise Digitalplattformen sowie zwei Kreditinstituten wollen zusammengenommen zwölf von 18 Unternehmen in den neuen Markt einsteigen. Damit zeichnet sich ein Wettbewerb ab, bei dem die Grenzen zwischen klassischer Versicherungs- und Kapitalmarktanlage zunehmend verschwimmen.

Neobroker verändern den Wettbewerb um Altersvorsorge

Dass diese Entwicklung für Lebensversicherer strategische Bedeutung hat, zeigte bereits eine Analyse von Assekurata. Unter dem Titel „Value for Money statt Garantie: Was Lebensversicherer von Neobrokern lernen müssen“ ging es um einen Wettbewerb, der längst nicht mehr allein über Garantien und Renditen geführt wird. Auch Kosten, Transparenz, Flexibilität und das digitale Kundenerlebnis gewinnen an Bedeutung. Für Lebensversicherer entsteht damit Konkurrenz durch Anbieter, deren Geschäftsmodelle ursprünglich nicht aus der klassischen Altersvorsorge stammen. Das geplante Altersvorsorgedepot bringt diese unterschiedlichen Anbieterwelten nun auch innerhalb der staatlich geförderten privaten Vorsorge näher zusammen. Die aktuelle IVFP-Befragung deutet allerdings darauf hin, dass die Lebensversicherer dieses Geschäft keineswegs kampflos den neuen Wettbewerbern überlassen wollen. Dr. Andreas Kick, Geschäftsführer des IVFP, erklärt: „Das AV-Depot wird nicht allein von Banken oder Neobrokern geprägt. Gerade die hohe Angebotsbereitschaft der Lebensversicherer macht deutlich, dass sich ein breiter Wettbewerb zwischen unterschiedlichen Anbietergruppen entwickelt.“

Depot oder Garantie? Versicherer planen beides

Interessant wird es beim Blick auf die geplanten Produkte. Von den 36 Unternehmen mit konkreter Angebotsabsicht wollen mehr als 70 Prozent ein Altersvorsorgedepot ohne Garantie anbieten. Das bedeutet jedoch keineswegs, dass Garantieprodukte aus der neuen Vorsorgewelt verschwinden. 44 Prozent der Unternehmen planen zugleich ein Produkt mit einer 80-prozentigen Garantie. Ein Fünftel bereitet nach eigenen Angaben sogar eine Variante mit 100-prozentiger Garantie vor. Gerade bei den Lebensversicherern zeigt sich, dass sich Depot und Garantie offenbar nicht gegenseitig ausschließen. Rund 63 Prozent der anbietenden Lebensversicherer planen ein Garantieprodukt mit 80 Prozent Garantie. Bei den übrigen Anbietergruppen sind es lediglich rund acht Prozent. „Ein klares Entweder-oder zwischen kapitalmarktorientiertem Depot und Garantieprodukt zeichnet sich nicht ab“, sagt IVFP-Geschäftsführer Prof. Michael Hauer. Vor allem die Lebensversicherer planten, unterschiedliche Sicherheitsbedürfnisse mit mehreren Produktvarianten abzudecken. Damit könnte eine wesentlich vielfältigere Produktlandschaft entstehen, als es die Bezeichnung Altersvorsorgedepot zunächst vermuten lässt. Lebensversicherer könnten sowohl kapitalmarktorientierte Lösungen ohne Garantie als auch Produkte mit unterschiedlichen Garantien anbieten.

Lebensversicherer wollen Standardprodukt überwiegend selbst bauen

Auch beim vorgesehenen Standardprodukt zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Anbietergruppen. Von den Unternehmen mit Angebotsabsicht wollen 64 Prozent ein eigenes Standardprodukt entwickeln, 25 Prozent setzen auf eine Kooperation. Nach Einschätzung des IVFP deutet das Antwortbild darauf hin, dass noch nicht alle Anbieter abschließend entschieden haben, wie sie das vorgesehene Standardprodukt umsetzen wollen. Bei den Lebensversicherern ist die Bereitschaft zur Kooperation besonders gering: Nur rund acht Prozent planen dafür derzeit eine Zusammenarbeit mit einem anderen Anbieter. Ganz anders sieht es bei Kreditinstituten, Fondsanbietern und Neobrokern aus. Dort wollen rund 58 Prozent beim Standardprodukt auf eine Kooperation setzen. Auch darin zeigt sich, dass die Lebensversicherer offenbar nicht lediglich einzelne klassische Vorsorgeprodukte neben dem neuen Depot platzieren wollen. Ein erheblicher Teil bereitet sich darauf vor, unterschiedliche Bestandteile der neuen Produktwelt selbst abzudecken.

Altersvorsorge wird für fast alle zum strategischen Geschäftsfeld

Wie groß die Erwartungen an den neuen Markt sind, zeigt eine weitere Zahl der Befragung. 76 Prozent der teilnehmenden Unternehmen betrachten Altersvorsorge als zentrales Wachstumsfeld, weitere 22 Prozent als wichtiges Ergänzungsfeld. Insgesamt schreiben damit 98 Prozent der Befragten diesem Geschäft eine zentrale oder wichtige strategische Bedeutung zu. „Die hohe strategische Bedeutung zeigt, dass sich der Markt nicht nur punktuell auf die Reform vorbereitet“, erklärt Hauer. Das Altersvorsorgedepot sei für nahezu alle befragten Unternehmen Teil ihrer künftigen Wachstums- oder Produktstrategie. Damit dürfte der Wettbewerb nicht allein über die Kapitalanlage geführt werden. Produktgestaltung, Kosten, digitale Verwaltung, Vertrieb und Beratung werden ebenfalls darüber entscheiden, welche Anbieter sich im neuen Markt durchsetzen können.

Mehr Produktwelten erhöhen den Beratungsbedarf

Für Vermittler könnte gerade die Vielfalt der geplanten Angebote relevant werden. Wenn ungegarantierte Depots, Standardprodukte sowie Varianten mit 80 oder 100 Prozent Garantie nebeneinanderstehen und teilweise sogar vom selben Anbieter angeboten werden, reicht die einfache Gegenüberstellung von Versicherungslösung und Wertpapierdepot nicht mehr aus. Unterschiedliche Sicherheitsbedürfnisse, Kosten, Kapitalanlagekonzepte und Renditechancen müssen dann innerhalb derselben staatlich geförderten Vorsorgewelt miteinander verglichen werden. Damit könnte ausgerechnet eine Reform, die den Wettbewerb in der privaten Altersvorsorge verbreitern soll, zugleich den Erklärungs- und Beratungsbedarf erhöhen.

72 Prozent sind keine Hochrechnung auf den Gesamtmarkt

Bei der Einordnung der Ergebnisse ist allerdings die Stichprobe zu beachten. Das IVFP hat nach eigenen Angaben mehr als 200 potenzielle Anbieter angeschrieben. An der Befragung beteiligten sich 50 Unternehmen, darunter 32 Lebensversicherer. Die Aussage, dass 72 Prozent ein Altersvorsorgedepot anbieten wollen, bezieht sich damit auf die teilnehmenden Unternehmen und nicht auf sämtliche potenziellen Anbieter im deutschen Markt. Die Ergebnisse liefern dennoch einen frühen Einblick in die Produktstrategien

jener Unternehmen, die sich bereits intensiv mit dem geplanten Altersvorsorgedepot beschäftigen. Und dabei zeichnet sich eines deutlich ab: Der neue Markt dürfte keineswegs allein das Spielfeld von Neobrokern und Fondsanbietern werden.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport

https://www.experten.de/id/4951402/Altersvorsorgedepot-Lebensversicherer-wollen-den-neuen-Markt-nicht-den-Neobrokern-ueberlassen/